

KEGIATAN MGMP GURU BISNIS DIGITAL

TINGKAT KABUPATEN BIREUEN

Tema :

PEMBAHASAN SOAL TKA

"Bersinergi, Berbagi, dan Berinovasi untuk
Meningkatkan Kompetensi Guru dan Prestasi Siswa."



TANGGAL
Agustus 2026



TEMPAT
SMK Negeri 1 Peusangan



**BERSAMA MGMP,
KITA MAJU BERSAMA
UNTUK PENDIDIKAN BERKUALITAS**

SOAL 1 Kategori: Benar atau Salah

Perhatikan ilustrasi berikut.

Sebuah usaha makanan ringan melakukan survei kepada 150 konsumen. Hasilnya menunjukkan bahwa 70% responden lebih menyukai kemasan praktis dan ukuran kecil dengan harga terjangkau. Berdasarkan hasil tersebut, perusahaan meluncurkan varian kemasan kecil dan menyesuaikan harga agar sesuai dengan daya beli mayoritas konsumen.



Tentukan Benar atau Salah untuk setiap pernyataan berikut.

No	Pernyataan	Benar	Salah
A.	Keputusan perusahaan didasarkan pada data hasil survei konsumen.	☐	☐
B.	Perusahaan meluncurkan varian baru karena jumlah responden survei dinilai sudah mewakili seluruh populasi.	☐	☐
C.	Penyesuaian ukuran dan harga menunjukkan penerapan strategi segmentasi pasar.	☐	☐

INGAT!

- Data konsumen = dasar pengambilan keputusan yang tepat
- Segmentasi pasar = menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen
- Riset pasar membantu bisnis memahami keinginan pasar



SOAL 2 Pilihan Ganda (PG)

Sebuah perusahaan kosmetik berencana meluncurkan produk perawatan wajah untuk remaja. Sebelum menentukan formula, desain kemasan, dan kisaran harga, perusahaan melakukan survei dan wawancara kepada calon konsumen untuk mengetahui kebiasaan penggunaan produk, masalah kulit yang sering dialami, serta kisaran harga yang dianggap sesuai.



Tujuan **utama** perusahaan melakukan kegiatan tersebut adalah untuk ...

- A  Memperkirakan jumlah pesaing yang akan muncul di pasar
- B  Menentukan strategi promosi yang paling murah
- C  Mengidentifikasi kebutuhan dan karakteristik calon konsumen ☒
- D  Menghitung proyeksi keuntungan setelah produk diluncurkan
- E  Menyusun rencana distribusi ke berbagai daerah

Soal 3



Kompetensi

Memahami, mengaplikasi dan menganalisis kebutuhan pasar dan riset pasar.



Sub Kompetensi

Analisis kebutuhan dan riset pasar.



Bentuk Soal

PGK MCMA



Kunci

Pernyataan 1 dan 3

Kenali Pasar,
Tentukan Arah
Strategi!

Sebuah perusahaan minuman melakukan riset pasar terhadap tiga varian produk (A, B, dan C) di dua segmen usia. Hasilnya ditunjukkan pada tabel berikut:

Persentase Minat Beli (%)		
Varian Produk	Usia 15–20 Tahun	Usia 21–30 Tahun
A	45%	25%
B	20%	40%
C	35%	35%

Data menunjukkan persentase minat beli pada masing-masing segmen usia. Berdasarkan data tersebut, keputusan pemasaran yang tepat adalah ... (Jawaban benar lebih dari satu)



Memfokuskan promosi varian A pada segmen usia 15–20 tahun



Mengurangi produksi varian B karena kurang diminati usia 15–20 tahun



Meningkatkan distribusi varian B pada segmen usia 21–30 tahun



Menyamakan strategi promosi semua varian pada kedua segmen usia



Menjadikan varian C sebagai produk utama di semua segmen usia



Riset Pasar
= Strategi
Tepat!



Soal 4



Kompetensi

Mengidentifikasi prinsip kesehatan, keselamatan, dan keamanan kerja (K3), menerapkan prosedur kerja yang aman dan profesional, serta menentukan tindakan yang tepat dalam situasi kerja di bidang pemasaran.



Sub Kompetensi

K3 dan budaya kerja pemasaran.



Bentuk Soal

Pilihan Ganda (PG)



Di area penjualan, kabel promosi elektronik ditata dan direkatkan ke lantai agar tidak menjadi sumber tersandung bagi pelanggan. Tindakan tersebut merupakan penerapan prinsip ...



kesehatan kerja



keselamatan kerja



keamanan kerja



pengendalian mutu kerja



efisiensi operasional



Gunakan
APD



Utamakan
Keselamatan



Jaga
Profesionalisme

Keselamatan
adalah bagian dari
pelayanan terbaik!

No Soal 5 SOAL 5 – PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN



KOMPETENSI

Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, menerapkan konsep proses keputusan pembelian dalam konteks pemasaran, serta menganalisis alasan dan pertimbangan konsumen dalam memilih produk atau jasa.



SUB KOMPETENSI

Perilaku Konsumen dalam Keputusan pembelian

KASUS

Sebuah toko ritel pakaian di kota X menambahkan koleksi produk dari berbagai merek baru. Konsumen yang datang ke toko tersebut melihat-lihat produk, membandingkan harga dan kualitas, serta bertanya kepada teman melalui chat sebelum memutuskan membeli. Setelah pembelian, beberapa konsumen memberikan ulasan di marketplace toko tersebut.

Tentukan Benar atau Salah pada setiap pernyataan berikut.

No.	Pernyataan	Benar	Salah
A.	Membandingkan harga dan kualitas menunjukkan tahap evaluasi alternatif dalam keputusan pembelian		
B.	Bertanya kepada teman melalui chat termasuk faktor psikologis dalam perilaku konsumen		
C.	Memberikan ulasan setelah pembelian merupakan bagian dari perilaku pasca pembelian		

PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN



No Soal 6 SOAL 6 – KOMUNIKASI PEMASARAN



KOMPETENSI

Menerapkan prinsip komunikasi pemasaran melalui penggunaan bahasa pemasaran, pelayanan prima, dan teknik penjualan, serta menganalisis efektivitas strategi komunikasi dalam situasi pelayanan dan promosi produk.



SUB KOMPETENSI

Komunikasi Pemasaran

KASUS

Sebuah brand tas kerja menargetkan perempuan profesional usia 25–35 tahun yang aktif, menghargai efisiensi, dan mengutamakan kesan elegan dalam berpenampilan.

Konten Promosi yang Dibuat Tim Pemasaran:

**"Diskon besar-besaran!
Tas murah untuk semua kalangan!
Buruan beli sekarang sebelum kehabisan!"**



BUYER PERSONA (TARGET PASAR)

- Perempuan profesional usia 25–35 tahun
- Aktif dan produktif
- Menghargai efisiensi
- Mengutamakan kesan elegan dan berkualitas



Ingat!

Komunikasi pemasaran yang efektif = Tepat Sasaran + Tepat Pesan + Tepat Media

Berdasarkan kasus tersebut, pernyataan yang tepat adalah ...

(Jawaban lebih dari satu)

- Bahasa promosi belum sepenuhnya mencerminkan karakter profesional dan elegan sesuai buyer persona. ☐
- Pesan promosi sudah tepat karena menekankan harga murah yang selalu menjadi pertimbangan utama semua konsumen. ☐
- Kalimat "Buruan beli sekarang" menunjukkan unsur Action dalam konsep AIDA. ☐
- Promosi telah membangun Desire karena menjelaskan manfaat produk secara spesifik. ☐
- Fokus pada "tas murah untuk semua kalangan" kurang sesuai dengan segmentasi yang dituju. ☐