

KARTU SOAL NOMOR 1

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : E / X

Tujuan	: Peserta didik mampu menjelaskan konsep dasar pemasaran dan penerapannya dalam kegiatan bisnis.
Pembelajaran	
Materi	: Konsep dasar pemasaran
Indikator Soal	: Disajikan kasus kebutuhan konsumen, peserta didik dapat menentukan konsep pemasaran yang paling tepat.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: Pilihan Ganda

Soal :

Survei menunjukkan bahwa 72% siswa memilih minuman dengan harga maksimal Rp10.000, 65% menginginkan layanan pemesanan melalui WhatsApp, dan sebagian besar siswa membeli minuman pada waktu istirahat.

Pemilik kedai kemudian membuat paket minuman seharga Rp8.000 dan menyediakan sistem pemesanan melalui WhatsApp sebelum jam istirahat.

Berdasarkan informasi tersebut, keputusan pemilik kedai menunjukkan penerapan konsep pemasaran yang paling tepat, yaitu

- A. meningkatkan produksi sebanyak mungkin agar harga produksi turun
- B. menyesuaikan penawaran berdasarkan kebutuhan dan perilaku target konsumen
- C. menetapkan harga tinggi untuk meningkatkan citra produk
- D. mengutamakan jumlah produk yang tersedia daripada kebutuhan konsumen
- E. memusatkan kegiatan pemasaran pada distribusi produk

Kunci Jawaban: B

Penjelasan:

Penerapan konsep pemasaran yang paling tepat adalah Pemilik menggunakan hasil survei untuk menyesuaikan harga, layanan pemesanan, dan waktu pelayanan dengan kebutuhan target konsumen

KARTU SOAL NOMOR 2

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : E / X

Tujuan	: Peserta didik mampu mengevaluasi penerapan etika kerja dalam kegiatan
Pembelajaran	pemasaran
Materi	: Etika kerja pemasaran
Indikator Soal	: Disajikan beberapa perilaku kerja, peserta didik dapat memilih tindakan yang paling sesuai dengan prinsip etika kerja.
Level Kognitif	: C5
Bentuk Soal	: Pilihan Ganda Kompleks

Soal :

Seorang sales mengetahui bahwa kemasan produk kosmetik yang akan dijual mengalami perubahan desain. Perubahan tersebut tidak mengubah isi produk, tetapi pelanggan belum diberi informasi mengenai perubahan kemasan.

Atasan sales meminta agar perubahan tersebut tidak disampaikan karena khawatir pelanggan membatalkan pembelian. Sales juga memiliki database nomor telepon pelanggan dari transaksi sebelumnya.

(Pilih semua opsi yang benar!)

- A. Memberikan informasi perubahan kemasan secara jujur.
- B. Menyembunyikan informasi agar target penjualan tercapai.
- C. Menjaga keamanan dan kerahasiaan data pelanggan.
- D. Menjelaskan kondisi produk secara transparan kepada pelanggan.
- E. Menggunakan seluruh nomor pelanggan untuk promosi tanpa mempertimbangkan Persetujuan

Kunci: A, C, D

Penjelasan:

- A. Memberikan informasi perubahan kemasan secara jujur. ✓ Benar
Sales harus menyampaikan informasi mengenai perubahan desain kemasan kepada pelanggan secara jujur. Meskipun perubahan tersebut tidak mengubah isi produk, konsumen tetap berhak memperoleh informasi yang benar mengenai produk yang akan dibelinya. Tindakan ini menunjukkan kejujuran dan tanggung jawab dalam kegiatan pemasaran.
- C. Menjaga keamanan dan kerahasiaan data pelanggan. ✓ Benar
Database nomor telepon pelanggan merupakan data yang diperoleh dari transaksi sebelumnya sehingga harus dijaga dan digunakan secara bertanggung jawab. Sales tidak boleh menggunakan data pelanggan secara sembarangan. Menjaga kerahasiaan data merupakan bagian dari tanggung jawab dan etika profesional dalam pemasaran.
- D. Menjelaskan kondisi produk secara transparan kepada pelanggan. ✓ Benar
Memberikan informasi secara terbuka membantu pelanggan mengambil keputusan pembelian berdasarkan informasi yang benar. Transparansi juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan merek.

KARTU SOAL NOMOR 3

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : E / X

Tujuan	: Peserta didik mampu menganalisis proses bisnis dalam bidang pemasaran
Pembelajaran	pada berbagai jenis industri dan usaha.
Materi	: Proses bisnis pemasaran
Indikator Soal	: Disajikan alur kegiatan usaha, peserta didik dapat menganalisis tahapan proses bisnis pemasaran yang tepat.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: PG Kompleks

Soal :

Toko roti “Manis Jaya” mencatat penjualan selama satu bulan. Data menunjukkan bahwa roti cokelat paling banyak dibeli oleh siswa. Berdasarkan data tersebut, pemilik meningkatkan produksi roti cokelat, membuat promo paket hemat, menjual melalui toko dan layanan pesan antar, kemudian membandingkan hasil penjualan setelah promosi.

Pilih semua kegiatan yang menunjukkan proses bisnis pemasaran berbasis data.

- A. Mengidentifikasi kebutuhan pasar berdasarkan data penjualan.
- B. Menyesuaikan produk dengan permintaan konsumen.
- C. Mengabaikan hasil penjualan setelah promosi.
- D. Mengembangkan strategi promosi dan distribusi.
- E. Melakukan evaluasi terhadap hasil pemasaran.

Kunci Jawaban: A, B, D, E

Pembahasan

- A. Mengidentifikasi kebutuhan pasar berdasarkan data penjualan (BENAR)

Pada stimulus, pemilik toko mencatat transaksi satu bulan dan menemukan fakta bahwa "roti cokelat paling banyak dibeli oleh siswa". Aktivitas ini merupakan bentuk identifikasi preferensi dan kebutuhan pasar berbasis data historis penjualan.

- B. Menyesuaikan produk dengan permintaan konsumen (BENAR)

Setelah mengetahui data permintaan tinggi pada roti cokelat, pemilik "meningkatkan produksi roti cokelat". Tindakan ini merupakan penyesuaian volume produk agar sejalan dengan tingginya permintaan konsumen.

- D. Mengembangkan strategi promosi dan distribusi (BENAR)

Pemilik toko merancang langkah taktis berupa "membuat promo paket hemat" (strategi promosi) serta "menjual melalui toko dan layanan pesan antar" (strategi distribusi omnichannel).

- E. Melakukan evaluasi terhadap hasil pemasaran (BENAR)

Di akhir alur cerita stimulus, pemilik "membandingkan hasil penjualan setelah promosi". Membandingkan data sebelum dan sesudah promosi merupakan tahap evaluasi kinerja pemasaran untuk menentukan langkah bisnis selanjutnya.

KARTU SOAL NOMOR 4

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : E / X

Tujuan	: Peserta didik mampu menganalisis perubahan pemasaran konvensional
Pembelajaran	menuju pemasaran berbasis teknologi digital.
Materi	: Perkembangan pemasaran
Indikator Soal	: Disajikan situasi pemasaran, peserta didik dapat menganalisis ciri pemasaran konvensional dan membedakannya dari pemasaran digital.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: PG Kompleks

Soal:

Sebuah toko sepatu awalnya melakukan promosi menggunakan brosur, spanduk, dan promosi langsung kepada pengunjung toko. Setelah penjualan menurun, pemilik mulai menggunakan Instagram, marketplace, dan iklan mesin pencari.

Pilih semua pernyataan yang menunjukkan karakteristik pemasaran konvensional.

- A. Promosi menggunakan brosur.
- B. Interaksi penjual dan konsumen secara langsung di toko.
- C. Pemanfaatan iklan mesin pencari.
- D. Penggunaan media cetak sebagai sarana promosi.
- E. Pemanfaatan data digital untuk menargetkan calon konsumen.

Kunci Jawaban: A, B, D

Penjelasan:

- A. Promosi menggunakan brosur (BENAR)
Brosur merupakan salah satu bentuk media promosi cetak fisik yang mendefinisikan ciri khas utama dari pemasaran konvensional.
- B. Interaksi penjual dan konsumen secara langsung di toko (BENAR)
Pelayanan dan promosi tatap muka (*face-to-face*) di lokasi toko fisik merupakan bentuk interaksi tradisional sebelum hadirnya saluran komunikasi digital/daring.
- D. Penggunaan media cetak sebagai sarana promosi (BENAR)
Media cetak (seperti spanduk, brosur, koran, dan majalah) adalah instrumen utama pemasaran konvensional yang sifatnya fisik dan jangkauannya terbatas pada wilayah geografis tertentu.
- E. Pemanfaatan data digital untuk menargetkan calon konsumen (SALAH)
Menggunakan analisis data digital untuk menentukan target audiens (*targeted ads*) merupakan karakteristik khusus pemasaran digital, bukan pemasaran konvensional.

KARTU SOAL NOMOR 5

Mata Pelajaran :Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas :E / X

Tujuan Pembelajaran	: Peserta didik mampu mengevaluasi penerapan kesehatan, keselamatan, dan keamanan kerja di lingkungan pemasaran.
Materi	: K3 dan keamanan kerja
Indikator Soal	: Disajikan situasi kerja di area pemasaran, peserta didik dapat memilih tindakan yang paling tepat untuk menjaga kesehatan dan keselamatan kerja.
Level Kognitif	: C5
Bentuk Soal	: Pilihan Ganda

Soal:

Ketika membuka toko, seorang pramuniaga menemukan kabel listrik dari rak display dalam kondisi terkelupas. Kabel tersebut berada di jalur yang sering dilewati pelanggan. Pada saat yang sama, toko sedang mengadakan program diskon sehingga jumlah pengunjung meningkat.

Tindakan yang paling tepat adalah

- A. membiarkan kabel karena bukan tanggung jawab pramuniaga
- B. menutup kabel dengan kardus agar tidak terlihat
- C. mengamankan area, memberikan peringatan, dan melaporkan kepada pihak yang bertanggung jawab
- D. menunggu sampai teknisi menemukan masalah tersebut
- E. memindahkan kabel tanpa melaporkan kepada siapa pun

Kunci Jawaban: C

Penjelasan:

C. Mengamankan area, memberikan peringatan, dan melaporkan kepada pihak yang bertanggung jawab (BENAR)

Ini merupakan prosedur K3 yang paling tepat dan terstruktur:

1. Mengamankan area: Mencegah pengunjung mendekati lokasi kabel berbahaya, terlebih situasi toko sedang ramai karena program diskon.
2. Memberikan peringatan: Memasang tanda/petunjuk bahaya sementara.
3. Melaporkan kepada pihak bertanggung jawab: Meneruskan penanganan teknis kepada supervisor atau tim teknisi toko agar segera diperbaiki secara permanen.

KARTU SOAL NOMOR 6

Mata Pelajaran :Konsetrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas :E / X

Tujuan	: Peserta didik mampu mengevaluasi kesesuaian profesi pemasaran dengan
Pembelajaran	tugas dan kompetensinya.
Materi	: Profesi bidang pemasaran
Indikator Soal	: Disajikan deskripsi pekerjaan, peserta didik dapat menentukan profesi pemasaran yang paling sesuai beserta alasannya.
Level Kognitif	: C5
Bentuk Soal	: Pilihan Ganda

Soal:

Sebuah toko fashion membuka lowongan dengan tugas:

- memastikan produk tersedia di rak;
- mengatur produk berdasarkan kategori;
- memastikan display menarik;
- mengevaluasi penempatan produk;
- menjaga tampilan area penjualan sesuai konsep toko.

Profesi yang paling sesuai dengan tugas tersebut adalah

- A. Kasir
- B. Merchandiser
- C. Public Relations
- D. Digital Marketer
- E. Sales Executive

Kunci Jawaban: B

Penjelasan :

B. Merchandiser (BENAR)

Rincian tugas pada stimulus secara spesifik menggambarkan tanggung jawab seorang *Merchandiser*:

1. Memastikan produk tersedia di rak: Menjaga ketersediaan stok display (*stock replenishment*).
2. Mengatur produk berdasarkan kategori & memastikan display menarik: Menerapkan teknik *Visual Merchandising* (VM) untuk menarik perhatian pembeli.
3. Mengevaluasi penempatan produk: Menganalisis tata letak (*layout*) dan pencahayaan agar produk mudah dijangkau dan mempercepat perputaran barang.
4. Menjaga tampilan area penjualan: Memastikan standar presentasi visual toko konsisten dengan citra merek.

KARTU SOAL NOMOR 7

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : E / X

Tujuan Pembelajaran	: Peserta didik mampu memilih pemanfaatan teknologi digital yang paling efektif untuk mendukung kegiatan pemasaran.
Materi	: Teknologi digital dalam pemasaran
Indikator Soal	: Disajikan masalah pemasaran, peserta didik dapat memilih kombinasi teknologi digital yang paling tepat untuk menyelesaikannya.
Level Kognitif	: C6
Bentuk Soal	: PG Komplek

Soal:

UMKM “Rasa Aceh” mempunyai 20.000 pengikut Instagram. Namun, jumlah transaksi tidak mengalami peningkatan signifikan. Pemilik ingin mengetahui jenis konten yang menghasilkan penjualan, memperluas jangkauan, dan menyediakan saluran transaksi yang lebih praktis. Pilih semua solusi digital yang paling tepat.

- A. Menggunakan media sosial untuk membangun interaksi dengan konsumen.
- B. Menggunakan analytics untuk mengevaluasi performa konten.
- C. Menggunakan marketplace sebagai saluran transaksi.
- D. Mengabaikan data performa karena jumlah pengikut sudah banyak.
- E. Mengembangkan konten berdasarkan karakteristik target audiens

Kunci Jawaban : A, B, C, E

Penjelasan

- A. Menggunakan media sosial untuk membangun interaksi dengan konsumen (BENAR)
Jumlah pengikut yang besar tanpa adanya transaksi menunjukkan tingkat interaksi (*engagement*) yang masih rendah. Menggunakan media sosial secara aktif untuk berinteraksi (melalui fitur *polling*, balasan komentar, dan *live streaming*) membantu membangun kedekatan dan kepercayaan calon pembeli hingga tercipta penjualan.
- B. Menggunakan analytics untuk mengevaluasi performa konten (BENAR)
Pada stimulus disebutkan bahwa pemilik "ingin mengetahui jenis konten yang menghasilkan penjualan". Fitur *insights/analytics* pada platform digital menyediakan data spesifik mengenai jangkauan (*reach*), impresi (*impressions*), dan tingkat konversi dari tiap unggahan, sehingga pemilik dapat mengidentifikasi jenis konten yang paling efektif.
- C. Menggunakan marketplace sebagai saluran transaksi (BENAR)
Stimulus menyatakan pemilik ingin "menyediakan saluran transaksi yang lebih praktis". Mengintegrasikan toko ke *marketplace* memberikan kemudahan pembayaran otomatis, kepastian pilihan ekspedisi/ongkir, serta rasa aman bagi pembeli dibanding transaksi manual lewat media sosial.
- E. Mengembangkan konten berdasarkan karakteristik target audiens (BENAR)
Untuk memenuhi tujuan "memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan", konten yang dibuat harus relevan dengan minat, masalah, dan preferensi target audiens. Konten yang dipersonalisasi akan lebih mudah dibagikan (*shareable*) dan menarik calon pelanggan baru.

KARTU SOAL NOMOR 8

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : E / X

Tujuan Pembelajaran	: Peserta didik mampu menganalisis faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian.
Materi	: Perilaku konsumen
Indikator Soal	: Disajikan kasus keputusan pembelian, peserta didik dapat menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi konsumen.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: PG Komplek

Soal:

Dita melihat iklan tas di media sosial. Ia tertarik karena desain tas sesuai dengan seleranya. Pada saat yang sama, produk sedang mendapatkan potongan harga. Sahabat Dita juga memberikan ulasan positif mengenai kualitas produk tersebut.

Berdasarkan stimulus, pilih semua faktor yang memengaruhi keputusan pembelian Dita.

- A. Preferensi pribadi
- B. Pengaruh kelompok sosial/teman
- C. Harga dan promosi
- D. Kondisi mesin produksi perusahaan
- E. Persepsi terhadap kualitas produk

Kunci Jawaban : A,B, C, E

Penjelasan

A. Preferensi pribadi (BENAR)

Pada stimulus disebutkan bahwa Dita tertarik "karena desain tas sesuai dengan seleranya". Seler dan gaya hidup merupakan faktor personal/pribadi yang secara langsung membentuk daya tarik awal terhadap suatu produk.

B. Pengaruh kelompok sosial/teman (BENAR)

Stimulus menyatakan bahwa "Sahabat Dita juga memberikan ulasan positif". Teman atau sahabat merupakan bagian dari kelompok acuan (*reference group*) atau faktor sosial yang memberikan dorongan keyakinan bagi konsumen sebelum mengambil keputusan membeli.

C. Harga dan promosi (BENAR)

Hal ini ditunjukkan melalui kalimat "Pada saat yang sama, produk sedang mendapatkan potongan harga". Insentif ekonomi berupa diskon atau promosi harga menjadi stimulus pendorong yang mempercepat terjadinya transaksi.

E. Persepsi terhadap kualitas produk (BENAR)

Adanya "ulasan positif mengenai kualitas produk tersebut" dari sahabatnya membentuk penilaian dan persepsi positif di pikiran Dita bahwa tas tersebut memiliki mutu yang baik.

KARTU SOAL NOMOR 9

Mata Pelajaran :Konsetrasi Keahlian Bisnis Digital

Fase/Kelas :F / XI

Tujuan Pembelajaran	:	Peserta didik mampu mengevaluasi perilaku yang sesuai dengan etika warga internet dalam bisnis digital.
Materi	:	Etika warga internet
Indikator Soal	:	Disajikan beberapa perilaku di internet, peserta didik dapat memilih tindakan yang mencerminkan etika bisnis digital.
Level Kognitif	:	C4
Bentuk Soal	:	PG Komplek

Soal:

Admin sebuah toko online mendapatkan komentar negatif dari pelanggan. Admin kemudian menemukan foto produk milik pesaing yang menarik dan ingin menggunakannya untuk membuat konten baru.

Pilih semua tindakan yang mencerminkan etika warga internet.

- A. Menanggapi komentar pelanggan dengan bahasa yang sopan.
- B. Membagikan identitas pelanggan kepada publik.
- C. Memastikan izin penggunaan foto sebelum memanfaatkannya.
- D. Membuat komentar palsu untuk menjatuhkan pesaing.
- E. Menghargai hak cipta konten digital.

Kunci Jawaban : A, C, E

Penjelasan

A. Menanggapi komentar pelanggan dengan bahasa yang sopan (BENAR)

Ketika menerima komentar negatif atau keluhan di media sosial, merespons menggunakan bahasa yang ramah, santun, dan profesional merupakan wujud dari etika digital serta upaya menjaga citra baik merek (*brand reputation*).

C. Memastikan izin penggunaan foto sebelum memanfaatkannya (BENAR)

Mengambil foto atau karya visual milik pesaing tanpa izin untuk kepentingan komersial dapat dikategorikan sebagai pelanggaran hak cipta. Meminta izin atau lisensi resmi adalah bentuk kepatuhan terhadap etika warga internet.

E. Menghargai hak cipta konten digital (BENAR)

Sikap menghargai hak cipta (*copyright awareness*) memastikan bahwa pelaku bisnis digital membuat konten asli (*original content*) atau memanfaatkan aset digital secara legal tanpa mencuri karya orang lain.

KARTU SOAL NOMOR 10

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XI

Tujuan Pembelajaran	: Peserta didik mampu menganalisis perbedaan karakteristik dan fungsi SEO serta SEM.
Materi	: SEO dan SEM
Indikator Soal	: Disajikan beberapa pernyataan, peserta didik dapat menentukan pasangan karakteristik dan fungsi SEO/SEM yang tepat.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: PG Komplek

Soal:

Sebuah toko online ingin meningkatkan jumlah pengunjung dari mesin pencari. Tim digital marketing mengusulkan dua strategi.

Strategi pertama adalah memperbaiki struktur website, kualitas konten, dan penggunaan kata kunci. Strategi kedua adalah menggunakan iklan berbayar pada halaman hasil pencarian.

Pilih semua pernyataan yang benar.

- A. Strategi pertama berkaitan dengan SEO.
- B. Strategi kedua dapat menggunakan iklan berbayar.
- C. SEO hanya dapat dilakukan dengan membeli iklan.
- D. SEO dan SEM dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari.
- E. Kualitas konten tidak berhubungan dengan SEO.

Kunci Jawaban : A, B, D

Penjelasan

- A. Strategi pertama berkaitan dengan SEO (BENAR)

Strategi pertama berfokus pada perbaikan internal situs web, seperti struktur website, kualitas konten, dan optimasi kata kunci (keywords). Ini merupakan inti dari penerapan SEO organik (*On-Page SEO*) untuk membantu mesin pencari seperti Google memahami dan menaikkan peringkat situs web tanpa membayar biaya per klik iklan.

- B. Strategi kedua dapat menggunakan iklan berbayar (BENAR)

Pada stimulus disebutkan bahwa strategi kedua "menggunakan iklan berbayar pada halaman hasil pencarian". Hal ini mendefinisikan skema pemasaran digital berbayar seperti *Pay-Per-Click* (PPC) atau iklan mesin pencari (SEM).

- D. SEO dan SEM dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari (BENAR)

Baik optimasi organik (SEO) maupun iklan berbayar (SEM) sama-sama berfungsi untuk menaikkan peringkat dan mempermudah calon konsumen menemukan situs web perusahaan di halaman pertama mesin pencari, sehingga visibilitas toko *online* meningkat.

KARTU SOAL NOMOR 11

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XI

Tujuan	: Peserta didik mampu menganalisis metode pengelolaan stok dan memilih
Pembelajaran	layanan pengiriman sesuai kebutuhan.
Materi	: Stok dan pengiriman
Indikator Soal	: Disajikan kebutuhan pengiriman, peserta didik dapat memilih layanan berdasarkan estimasi waktu, keamanan, dan karakter barang.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: Pilihan Ganda

Soal:

Sebuah toko menerima pesanan 10 kotak kue basah dari pelanggan yang masih berada dalam satu kota. Kue tersebut akan digunakan untuk acara pada pukul 16.00 dan kualitas produk dapat menurun jika terlalu lama dalam perjalanan.

Layanan pengiriman yang paling tepat adalah

- A. reguler dengan estimasi 2–3 hari
- B. instan atau same day sesuai jangkauan layanan
- C. layanan paling murah tanpa memperhatikan estimasi waktu
- D. pengiriman tanpa fitur pelacakan
- E. layanan ekonomi tanpa mempertimbangkan karakteristik produk

Kunci Jawaban : B

Penjelasan

B. Instan atau same day sesuai jangkauan layanan. ✓ Benar

Layanan instan atau same day merupakan pilihan yang paling tepat karena pelanggan masih berada dalam satu kota dan membutuhkan kue pada hari yang sama. Selain itu, kue basah merupakan produk yang kualitasnya dapat menurun apabila terlalu lama dalam perjalanan. Oleh karena itu, kecepatan pengiriman menjadi faktor penting dalam menentukan layanan.

KARTU SOAL NOMOR 12

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XI

Tujuan	: Peserta didik mampu menganalisis dan menyusun komponen laporan
Pembelajaran	pembelian secara tepat.
Materi	: Laporan pembelian
Indikator Soal	: Disajikan data transaksi, peserta didik dapat menentukan penempatan data pada kolom laporan pembelian yang benar.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: PG Komplek

Soal:

Staf administrasi menerima data transaksi berikut:

Data	Informasi
Tanggal	10 Agustus 2026
Pemasok	CV Maju Jaya
Produk	Minuman botol
Jumlah	30 botol
Harga	Rp6.000/botol

Pilih semua pasangan data dan kolom laporan yang tepat.

- A. CV Maju Jaya → Pemasok
- B. 10 Agustus 2026 → Tanggal
- C. 30 botol → Kuantitas
- D. Rp6.000 → Harga satuan
- E. CV Maju Jaya → Kuantitas

Kunci Jawaban : A, B, C, D

Penjelasan

Setiap data harus ditempatkan pada kolom laporan pembelian yang sesuai dengan fungsi dan maknanya.

A. CV Maju Jaya → Pemasok ✓ Benar

CV Maju Jaya merupakan pihak yang menyediakan atau menjual barang kepada toko. Oleh karena itu, nama CV Maju Jaya harus dicatat pada kolom Pemasok.

B. 10 Agustus 2026 → Tanggal ✓ Benar

Informasi 10 Agustus 2026 menunjukkan kapan transaksi pembelian dilakukan. Karena itu, data tersebut ditempatkan pada kolom Tanggal.

C. 30 botol → Kuantitas ✓ Benar

Angka 30 botol menunjukkan jumlah barang yang dibeli. Dalam laporan pembelian, jumlah barang tersebut dicatat pada kolom Kuantitas atau Jumlah.

D. Rp6.000 → Harga satuan ✓ Benar

Informasi Rp6.000/botol menunjukkan harga untuk satu botol minuman. Oleh karena itu, Rp6.000 dicatat pada kolom Harga Satuan.

KARTU SOAL NOMOR 13

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XI

Tujuan Pembelajaran	: Peserta didik mampu menganalisis elemen visual yang membangun identitas merek dan brand awareness.
Materi	: Identitas merek
Indikator Soal	: Disajikan rancangan logo, peserta didik dapat memilih komponen visual yang paling mendukung identitas merek.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: PG Komplek

Soal:

Sebuah usaha minuman bernama “SegarKu” menargetkan pelajar. Pemilik ingin logonya mudah dikenali dan dapat digunakan pada botol, poster, marketplace, serta media sosial. Pilih semua keputusan desain yang paling mendukung tujuan tersebut.

- A. Menggunakan simbol yang sederhana dan mudah dikenali.
- B. Menggunakan tipografi yang mudah dibaca.
- C. Menggunakan warna yang konsisten dengan identitas merek.
- D. Memasukkan sebanyak mungkin informasi ke dalam logo.
- E. Membuat desain yang dapat digunakan pada berbagai media.

Jawaban Benar: A, B, C, E

Penjelasan

- A. Menggunakan simbol yang sederhana dan mudah dikenali (BENAR)
Prinsip *simplicity* (kesederhanaan) membuat logo lebih cepat diproses oleh otak audiens (terutama target pelajar) dan mudah diingat dalam jangka panjang. Simbol yang terlalu rumit sulit diingat dan sulit dicetak dalam ukuran kecil.
- B. Menggunakan tipografi yang mudah dibaca (BENAR)
Tipografi yang jelas (*legibility*) memastikan nama merek "SegarKu" dapat dibaca dengan cepat dan tepat oleh konsumen, baik dari kejauhan (poster) maupun dalam ukuran sangat kecil (foto profil media sosial atau label botol).
- C. Menggunakan warna yang konsisten dengan identitas merek (BENAR)
Konsistensi warna (*brand color palette*) membangun daya ingat visual (*brand awareness*). Warna yang konsisten di semua saluran (kemasan, postingan Instagram, banner marketplace) membantu konsumen mengenali produk "SegarKu" secara instan.
- E. Membuat desain yang dapat digunakan pada berbagai media (BENAR)
Prinsip *versatility / responsiveness* menuntut logo tetap fleksibel dan tidak kehilangan kualitas bentuknya saat ditempatkan di media cetak (botol, poster) maupun media digital (icon aplikasi, avatar marketplace, feed Instagram)

KARTU SOAL NOMOR 14

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XI

Tujuan Pembelajaran	: Peserta didik mampu mengevaluasi jenis konten yang paling sesuai dengan target audiens dan tahap engagement.
Materi	: Konten kreatif
Indikator Soal	: Disajikan karakteristik audiens dan tujuan engagement, peserta didik dapat memilih format konten yang paling efektif.
Level Kognitif	: L3 (penalaran) / C5
Bentuk Soal	: Pilihan Ganda

Soal:

Sebuah usaha makanan ringan menargetkan siswa SMK berusia 15–18 tahun. Tujuan kampanye bukan hanya meningkatkan awareness, tetapi juga meningkatkan engagement. Tim memiliki empat alternatif konten:

- A. Video pendek yang berisi pertanyaan, polling, dan ajakan berkomentar.
 - B. Artikel panjang tanpa gambar.
 - C. Foto produk tanpa caption.
 - D. Iklan satu arah tanpa kesempatan berinteraksi.
 - E. Spanduk cetak yang dipasang di pinggir jalan umum.
- Format yang paling sesuai adalah

Kunci Jawaban: A

Penjelasan :

Alasan Pilihan A Paling Tepat:

1. Sesuai Karakteristik Demografi Target Audiens (Siswa SMK Usia 15–18 Tahun):
 - Remaja usia 15–18 tahun (Generasi Z) merupakan pengguna aktif platform media sosial berbasis video pendek (seperti TikTok, Instagram Reels, atau YouTube Shorts). Format video pendek terbukti paling efektif menarik perhatian (*attention span*) kelompok usia ini.
2. Memenuhi Indikator Peningkatan *Engagement*:
 - Fitur interaktif seperti pertanyaan, polling, dan ajakan berkomentar (*Call to Action/CTA*) dirancang khusus untuk mendorong partisipasi aktif audiens. Tindakan menyukai (*like*), memberikan ulasan/komentar (*comment*), serta membagikan (*share*) merupakan wujud nyata dari *engagement* dalam pemasaran digital.

KARTU SOAL NOMOR 15

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XI

Tujuan Pembelajaran	: Peserta didik mampu menganalisis langkah aktivasi dan optimasi akun bisnis di media sosial.
Materi	: Aktivasi akun bisnis
Indikator Soal	: Disajikan kondisi akun bisnis, peserta didik dapat menentukan langkah optimasi profil yang tepat.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: PG Komplek

Soal:

Sebuah akun Instagram bisnis baru memiliki nama akun dan foto profil, tetapi tidak mencantumkan informasi produk, lokasi, maupun cara pemesanan.

Pilih semua tindakan yang paling efektif untuk memperbaiki kondisi tersebut.

- A. Menggunakan nama akun yang mudah dikenali.
- B. Menjelaskan produk dan keunggulan utama pada bio.
- C. Menambahkan kontak atau link pemesanan.
- D. Menghapus seluruh informasi agar profil terlihat sederhana.
- E. Menggunakan identitas visual yang konsisten.

Kunci Jawaban : A, B, C, E

Penjelasan

Soal ini menguji kompetensi peserta didik dalam melakukan optimasi profil media sosial (Instagram) untuk keperluan bisnis. Profil akun bisnis digital bertindak sebagai "etalase" toko online. Profil yang profesional harus mampu memberikan informasi yang jelas, membangun kepercayaan, dan memperpendek alur konsumen untuk melakukan transaksi.

A. Menggunakan nama akun yang mudah dikenali (BENAR)

Nama akun (*username*) yang relevan, tanpa kombinasi angka atau simbol yang rumit, akan memudahkan audiens menemukan toko tersebut di kolom pencarian Instagram. Hal ini merupakan bagian dari optimasi dasar (*SEO Instagram*).

B. Menjelaskan produk dan keunggulan utama pada bio (BENAR)

Kolom *bio* adalah hal pertama yang dibaca pengunjung. Menuliskan spesifikasi produk dan nilai tambah (*Unique Selling Proposition*) adalah solusi langsung untuk mengatasi masalah "tidak mencantumkan informasi produk" yang disebutkan pada stimulus soal.

C. Menambahkan kontak atau link pemesanan (BENAR)

Akun bisnis harus mengarahkan pengunjung pada konversi (pembelian). Menambahkan tautan terintegrasi (seperti *linktree*, kontak WhatsApp, atau tautan *marketplace*) akan menyelesaikan masalah "tidak mencantumkan cara pemesanan" dan mempermudah transaksi.

E. Menggunakan identitas visual yang konsisten (BENAR)

Keselarasan visual (seperti warna foto profil, desain *highlight cover*, dan *tone* warna *feed*) sangat penting untuk akun baru agar terlihat kredibel, profesional, dan mudah diingat oleh target pasar.

KARTU SOAL NOMOR 16

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XI

Tujuan	: Peserta didik mampu menganalisis keberhasilan strategi bauran pemasaran
Pembelajaran	4P pada suatu usaha.
Materi	: Bauran pemasaran 4P
Indikator Soal	: Disajikan kasus usaha, peserta didik dapat menganalisis penerapan Product, Price, Place, dan Promotion.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: PG Komplek

Soal:

“Kopi Kita” menggunakan biji kopi berkualitas dan kemasan yang menarik. Harga ditetapkan sesuai kemampuan target pelajar. Produk dijual melalui kedai dan marketplace. Promosi dilakukan menggunakan Instagram dan program diskon.

Pilih semua unsur 4P yang diterapkan dalam strategi tersebut.

- A. Product
- B. Price
- C. Place
- D. Promotion
- E. People

Kunci Jawaban : A, B, C, D

Penjelasan

A. Product (BENAR)

Elemen *Product* berkaitan dengan barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen, meliputi kualitas, desain, dan kemasan. Dalam stimulus, hal ini ditunjukkan melalui penggunaan "biji kopi berkualitas dan kemasan yang menarik".

B. Price (BENAR)

Elemen *Price* mencakup strategi penetapan harga yang disesuaikan dengan nilai produk dan daya beli target pasar. Dalam stimulus, hal ini ditunjukkan melalui "Harga ditetapkan sesuai kemampuan target pelajar".

C. Place (BENAR)

Elemen *Place* merujuk pada saluran distribusi atau tempat penjualan produk agar mudah dijangkau oleh konsumen. Dalam stimulus, hal ini ditunjukkan melalui strategi saluran ganda (omnichannel), yaitu "Produk dijual melalui kedai dan marketplace".

D. Promotion (BENAR)

Elemen *Promotion* adalah kegiatan mengomunikasikan informasi produk untuk menarik minat beli konsumen. Dalam stimulus, hal ini ditunjukkan melalui "Promosi dilakukan menggunakan Instagram dan program diskon".

KARTU SOAL NOMOR 17

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XI

Tujuan Pembelajaran	: Peserta didik mampu mengevaluasi penggunaan komunikasi nonverbal dalam konteks bisnis.
Materi	: Komunikasi nonverbal
Indikator Soal	: Disajikan situasi komunikasi dengan pelanggan, peserta didik dapat memilih perilaku nonverbal yang paling mendukung komunikasi profesional.
Level Kognitif	: C5
Bentuk Soal	: PG Komplek

Soal:

Seorang pelanggan menyampaikan keluhan kepada petugas toko. Petugas mendengarkan sambil melakukan kontak mata sewajarnya, mengangguk, menggunakan postur terbuka, dan menunjukkan ekspresi ramah.

Pilih semua perilaku nonverbal yang mendukung komunikasi profesional.

- A. Kontak mata yang wajar
- B. Ekspresi ramah
- C. Postur tubuh terbuka
- D. Memalingkan wajah ketika pelanggan berbicara
- E. Gestur yang sesuai konteks

Kunci Jawaban: A, B, C, E

Penjelasan

A. Kontak mata yang wajar (BENAR)

Melakukan kontak mata secara proporsional menunjukkan bahwa petugas fokus, menyimak, dan menghargai apa yang disampaikan oleh pelanggan tanpa memberikan kesan mengintimidasi.

B. Ekspresi ramah (BENAR)

Raut wajah yang tenang dan ramah membantu meredakan emosi/ketegangan pelanggan yang sedang menyampaikan keluhan, serta menunjukkan sikap siap membantu secara tulus.

C. Postur tubuh terbuka (BENAR)

Postur tubuh terbuka (seperti tangan tidak bersedekap dan badan sedikit condong ke depan) menandakan penerimaan, kesiapan untuk mendengarkan, serta sikap tidak defensif terhadap kritik.

E. Gestur yang sesuai konteks (BENAR)

Isyarat tubuh seperti anggukan kepala secara tepat (yang disebutkan pada stimulus) berfungsi menegaskan bahwa petugas benar-benar memahami dan mengikuti alur pembicaraan pelanggan.

KARTU SOAL NOMOR 18

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XI

Tujuan	: Peserta didik mampu memilih strategi dan taktik negosiasi yang sesuai
Pembelajaran	dengan situasi bisnis.
Materi	: Negosiasi bisnis
Indikator Soal	: Disajikan kasus negosiasi, peserta didik dapat menentukan strategi kolaboratif, kompetitif, atau kompromi yang paling sesuai.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: Pilihan Ganda

Soal:

Sebuah toko ingin mendapatkan harga bahan baku yang lebih rendah. Pemasok bersedia memberikan harga khusus apabila toko meningkatkan volume pembelian. Kedua pihak juga ingin mempertahankan hubungan bisnis jangka panjang.

Strategi negosiasi yang paling tepat adalah

- A. Kolaboratif
- B. Kompetitif
- C. Menghindari negosiasi
- D. Memaksakan kehendak
- E. Mengakhiri kerja sama

Kunci Jawaban : A

Penjelasan

A. Kolaboratif (BENAR)

Pada stimulus, toko ingin harga lebih murah dan pemasok membutuhkan kepastian volume pembelian yang lebih besar. Keduanya memiliki kepentingan yang berbeda namun saling melengkapi, serta sama-sama bertekad "mempertahankan hubungan bisnis jangka panjang". Pendekatan kolaboratif memfasilitasi integrasi kebutuhan ini sehingga tercipta kesepakatan saling menguntungkan.

KARTU SOAL NOMOR 19

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XII

Tujuan Pembelajaran	: Peserta didik mampu menganalisis komponen operasional dan model transaksi bisnis online.
Materi	: Model bisnis online
Indikator Soal	: Disajikan beberapa transaksi, peserta didik dapat menentukan model B2B, B2C, C2C, atau C2B berdasarkan karakteristiknya.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: Pilihan Ganda

Soal:

Sebuah perusahaan memesan 500 seragam kerja kepada produsen pakaian. Seragam tersebut akan digunakan oleh para karyawan perusahaan tersebut.

Model transaksi berdasarkan pihak yang terlibat adalah

- A. B2B
- B. B2C
- C. C2C
- D. C2B
- E. C2G

Kunci Jawaban: A

Penjelasan

Soal ini menguji pemahaman peserta didik mengenai pengklasifikasian model bisnis berdasarkan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Transaksi yang terjadi antara entitas bisnis (perusahaan) dengan entitas bisnis lainnya (produsen pakaian) dikategorikan sebagai *Business-to-Business* (B2B).

A. B2B / Business-to-Business (BENAR)

Pihak pembeli adalah sebuah perusahaan dan pihak penjual adalah produsen pakaian (keduanya merupakan entitas bisnis/lembaga). Transaksi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan operasional internal perusahaan (seragam kerja karyawan), bukan untuk konsumsi pribadi sebagai individu. Ciri utama B2B adalah keterlibatan dua pelaku usaha dan umumnya melibatkan volume pembelian yang besar (500 seragam).

KARTU SOAL NOMOR 20

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XII

Tujuan Pembelajaran	: Peserta didik mampu menganalisis langkah onboarding untuk mengintegrasikan berbagai platform penjualan.
Materi	: Integrasi platform penjualan
Indikator Soal	: Disajikan kasus ekspansi dari media sosial ke marketplace, peserta didik dapat menentukan urutan onboarding yang paling efisien.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: PG Komplek

Soal:

“Kriuk Nusantara” selama ini menjual produk melalui Instagram. Pemilik ingin masuk marketplace agar proses transaksi lebih terstruktur. Namun, katalog produk belum lengkap, metode pembayaran belum diatur, dan pilihan pengiriman belum ditentukan.

Pilih semua langkah onboarding yang sebaiknya dilakukan.

- A. Menyiapkan identitas dan data toko.
- B. Mengunggah katalog produk secara lengkap.
- C. Mengatur metode pembayaran dan pengiriman.
- D. Mengabaikan kebijakan marketplace agar proses lebih cepat.
- E. Menguji proses pemesanan sebelum melakukan promosi besar.

Kunci Jawaban: A, B, C, E

Penjelasan

A. Menyiapkan identitas dan data toko (BENAR)

Langkah awal dalam membuat akun toko di *marketplace* adalah melengkapi profil, seperti nama toko, logo, deskripsi, dan verifikasi identitas resmi/rekening bank agar toko memiliki kredibilitas di mata calon pembeli.

B. Mengunggah katalog produk secara lengkap (BENAR)

Pada stimulus disebutkan bahwa "katalog produk belum lengkap". Mengunggah katalog secara lengkap (foto produk, deskripsi rinci, harga, varian, dan stok) merupakan langkah wajib agar calon konsumen mendapatkan informasi utuh sebelum membeli.

C. Mengatur metode pembayaran dan pengiriman (BENAR)

Stimulus menyatakan bahwa "metode pembayaran belum diatur, dan pilihan pengiriman belum ditentukan". Menentukan opsi pembayaran dan memilih jasa ekspedisi/pengiriman sangat krusial agar sistem *marketplace* dapat memproses transaksi secara terotomatisasi.

E. Menguji proses pemesanan sebelum melakukan promosi besar (BENAR)

Melakukan simulasi atau pengujian pesanan (*order testing*) berfungsi memastikan bahwa alur masuk pesanan, opsi pembayaran, integrasi resi pengiriman, dan notifikasi berjalan tanpa hambatan teknis sebelum menerima volume pesanan yang besar.

KARTU SOAL NOMOR 21

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XII

Tujuan	: Peserta didik mampu merancang strategi bisnis berdasarkan tujuan, target
Pembelajaran	pasar, sumber daya, dan strategi pemasaran.
Materi	: Perencanaan strategi bisnis
Indikator Soal	: Disajikan kasus usaha, peserta didik dapat memilih rancangan strategi yang paling komprehensif dan realistis.
Level Kognitif	: C6
Bentuk Soal	: PG Komplek

Soal:

“Es Teh Nusantara” menargetkan peningkatan penjualan sebesar 20% dalam tiga bulan.

Target pasar utama adalah pelajar. Anggaran promosi terbatas sehingga pemilik harus memilih strategi yang dapat diukur.

Pilih semua komponen yang harus dimasukkan dalam rancangan strategi.

- A. Target penjualan yang terukur.
- B. Identifikasi target pasar dan kebutuhannya.
- C. Strategi produk, harga, promosi, dan saluran penjualan.
- D. Promosi tanpa indikator keberhasilan.
- E. Jadwal pelaksanaan dan evaluasi.

Kunci Jawaban: A, B, C, E

Penjelasan :

Soal ini menguji pemahaman peserta didik dalam merancang rencana strategi bisnis (*business strategy planning*) secara komprehensif. Sebuah perencanaan strategi yang efektif harus berbasis data, berorientasi pada tujuan yang terukur (*SMART goals*), serta mencakup seluruh komponen operasional dan pemantauan kinerja.

A. Target penjualan yang terukur (BENAR)

Dalam stimulus disebutkan secara jelas spesifikasi target "peningkatan penjualan sebesar 20% dalam tiga bulan". Penetapan indikator kuantitatif (*Measurable*) penting agar efektivitas pencapaian strategi dapat dinilai secara objektif.

B. Identifikasi target pasar dan kebutuhannya (BENAR)

Menentukan segmen "pelajar" membutuhkan pemahaman mendalam tentang daya beli, preferensi rasa, dan kebiasaan mereka. Tanpa identifikasi target pasar yang presisi, strategi yang dirancang berisiko salah sasaran.

C. Strategi produk, harga, promosi, dan saluran penjualan (BENAR)

Komponen ini merupakan Bauran Pemasaran (4P: *Product, Price, Promotion, Place*). Anggaran yang terbatas menuntut pemilik menyusun eksekusi 4P yang efisien dan saling mendukung agar target pertumbuhan 20% dapat tercapai.

E. Jadwal pelaksanaan dan evaluasi (BENAR)

Adanya batasan waktu "dalam tiga bulan" menuntut ketersediaan lini waktu (*timeline*) kerja yang terstruktur serta sesi evaluasi berkala untuk memantau kemajuan target dan melakukan penyesuaian taktik jika diperlukan

KARTU SOAL NOMOR 22

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XII

Tujuan	: Peserta didik mampu menganalisis hubungan elemen visual branding
Pembelajaran	dengan persepsi publik.
Materi	: Visual branding
Indikator Soal	: Disajikan dua rancangan visual, peserta didik dapat menentukan hubungan elemen warna, tipografi, dan komposisi dengan persepsi audiens.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: PG Komplek

Soal:

Sebuah perusahaan membandingkan dua poster.

Poster A: menggunakan warna sesuai identitas logo, dua jenis huruf, ruang kosong yang cukup, dan informasi tersusun berdasarkan prioritas.

Poster B: menggunakan enam jenis huruf, banyak warna, informasi sangat padat, dan tidak menggunakan pola visual yang konsisten.

Pilih semua analisis yang tepat.

- A. Konsistensi warna dapat memperkuat pengenalan merek.
- B. Tipografi sederhana dapat meningkatkan keterbacaan.
- C. Komposisi yang teratur membantu audiens memahami informasi.
- D. Semua warna akan memberikan persepsi yang sama kepada seluruh audiens.
- E. Konsistensi elemen visual membantu membangun identitas merek.

Kunci jawaban: A, B, C, E

Penjelasan :

- A. Konsistensi warna dapat memperkuat pengenalan merek (BENAR)
Poster A menggunakan warna yang disesuaikan dengan identitas logo. Penggunaan skema warna yang konsisten membantu membangun kesadaran merek (*brand awareness*) dan mempermudah audiens mengenali merek secara instan.
- B. Tipografi sederhana dapat meningkatkan keterbacaan (BENAR)
Poster A membatasi diri hanya menggunakan dua jenis huruf, sedangkan Poster B memakai enam jenis huruf yang dapat membingungkan pandangan. Pemilihan tipe huruf yang terbatas dan sederhana meningkatkan keterbacaan (*readability & legibility*) teks.
- C. Komposisi yang teratur membantu audiens memahami informasi (BENAR)
Poster A memanfaatkan ruang kosong (*white space*) dan menyusun informasi berdasarkan skala prioritas (hierarki visual). Komposisi ini membimbing mata audiens untuk mencerna pesan utama terlebih dahulu tanpa merasa kewalahan (*information overload* seperti pada Poster B).
- E. Konsistensi elemen visual membantu membangun identitas merek (BENAR)
Penggunaan pola visual yang konsisten (seperti pada Poster A) menciptakan struktur visual yang solid. Sebaliknya, Poster B yang tidak konsisten akan membuat merek terlihat tidak profesional dan sulit diingat oleh konsumen.

KARTU SOAL NOMOR 23

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XII

Tujuan Pembelajaran	: Peserta didik mampu menganalisis fungsi fitur-fitur utama pada marketplace.
Materi	: Fitur marketplace
Indikator Soal	: Disajikan istilah fitur marketplace, peserta didik dapat menentukan fungsi yang sesuai dan manfaatnya bagi penjual.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: Pilihan Ganda

Soal:

Seorang penjual memiliki produk baru di marketplace. Produk tersebut memiliki kualitas baik, tetapi tingkat kunjungannya masih rendah. Penjual ingin meningkatkan visibilitas produk dengan memanfaatkan fitur promosi berbayar yang tersedia di marketplace. Fitur yang paling tepat digunakan adalah

- A. Marketplace Ads/Iklan
- B. Alamat toko
- C. Catatan pribadi
- D. Buku kas manual
- E. Daftar kontak pelanggan

Kunci Jawaban : A

Penjelasan

Soal ini menguji pemahaman peserta didik mengenai pemanfaatan fitur-fitur operasional dan promosi pada platform *marketplace* untuk menyelesaikan permasalahan pemasaran digital. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan (*traffic*) dan visibilitas produk baru secara cepat, fitur iklan berbayar (*Internal Marketplace Ads*) merupakan instrumen yang paling tepat.

A. Marketplace Ads/Iklan (BENAR)

Pada stimulus disebutkan bahwa "tingkat kunjungannya masih rendah" dan penjual "ingin meningkatkan visibilitas produk dengan memanfaatkan fitur promosi berbayar". Fitur *Marketplace Ads/Iklan* bekerja dengan cara menempatkan produk di posisi teratas atau area strategis pada hasil pencarian *marketplace*, sehingga produk baru lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli dan jumlah kunjungan (*traffic*) meningkat pesat.

KARTU SOAL NOMOR 24

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XII

Tujuan Pembelajaran	: Peserta didik mampu mengevaluasi hambatan teknis dan nonteknis dalam aktivasi penjualan serta menentukan mitigasinya.
Materi	: Hambatan aktivasi penjualan
Indikator Soal	: Disajikan kasus kendala onboarding, peserta didik dapat memilih tindakan mitigasi yang paling tepat.
Level Kognitif	: C5
Bentuk Soal	: PG Komplek

Soal:

Sebuah UMKM gagal melakukan verifikasi toko marketplace. Setelah diperiksa, foto dokumen identitas tidak jelas dan data rekening belum lengkap. Pemilik ingin memperbaiki masalah tersebut tanpa melanggar ketentuan platform.

Pilih semua tindakan mitigasi yang tepat.

- A. Memeriksa kembali persyaratan verifikasi.
- B. Mengunggah dokumen yang lebih jelas dan sesuai ketentuan.
- C. Melengkapi data rekening yang diperlukan.
- D. Menggunakan identitas orang lain agar verifikasi berhasil.
- E. Menghubungi pusat bantuan platform jika masalah belum terselesaikan.

Kunci Jawaban : A, B, C, E

Penjelasan

- A. Memeriksa kembali persyaratan verifikasi (BENAR)
Membaca dan memahami kembali panduan verifikasi resmi adalah langkah awal yang krusial untuk memastikan tidak ada dokumen atau spesifikasi teknis (seperti format file, batas ukuran, atau kejelasan foto) yang terlewat.
- B. Mengunggah dokumen yang lebih jelas dan sesuai ketentuan (BENAR)
Pada stimulus disebutkan bahwa "foto dokumen identitas tidak jelas". Mengunggah ulang foto identitas (KTP/SIM/NPWP) yang terbaca secara terang, tidak buram, dan tidak terpotong merupakan solusi langsung atas kendala tersebut.
- C. Melengkapi data rekening yang diperlukan (BENAR)
Stimulus menyatakan bahwa "data rekening belum lengkap". Mengisi nomor rekening, nama pemilik rekening yang sesuai dengan identitas toko, serta nama bank secara presisi diperlukan agar sistem *marketplace* dapat memverifikasi akun pembayaran dan pencairan dana.
- E. Menghubungi pusat bantuan platform jika masalah belum terselesaikan (BENAR)
Apabila seluruh dokumen dan data rekening sudah diperbaiki namun verifikasi tetap gagal, menghubungi *Customer Service* atau pusat bantuan resmi merupakan jalur penyelesaian masalah (*escalation*) yang aman dan sesuai prosedur platform.

KARTU SOAL NOMOR 25

Mata Pelajaran : Konsentrasi Keahlian Bisnis Digital
Fase/Kelas : F / XII

Tujuan	: Peserta didik mampu menganalisis dan menentukan harga jual produk
Pembelajaran	berdasarkan biaya dan target keuntungan.
Materi	: Penentuan harga jual
Indikator Soal	: Disajikan data biaya dan target laba, peserta didik dapat menghitung dan menentukan harga jual yang tepat.
Level Kognitif	: C4
Bentuk Soal	: Pilihan Ganda

Soal:

Seorang siswa membuat produk minuman untuk dijual melalui marketplace. Biaya bahan dan kemasan untuk satu botol adalah Rp20.000. Ia menargetkan keuntungan sebesar 25% dari biaya produksi.

Sebelum menentukan harga pada marketplace, siswa harus menghitung harga jual minimum agar target keuntungan tercapai.

Berapakah harga jual yang tepat?

- A. Rp22.500
- B. Rp24.000
- C. Rp25.000
- D. Rp26.000
- E. Rp27.500

Kunci Jawaban: C

Penjelasan

Laba yang ditargetkan:

$$25\% \times \text{Rp}20.000 = \text{Rp}5.000$$

Harga jual:

$$\text{Rp}20.000 + \text{Rp}5.000 = \text{Rp}25.000$$