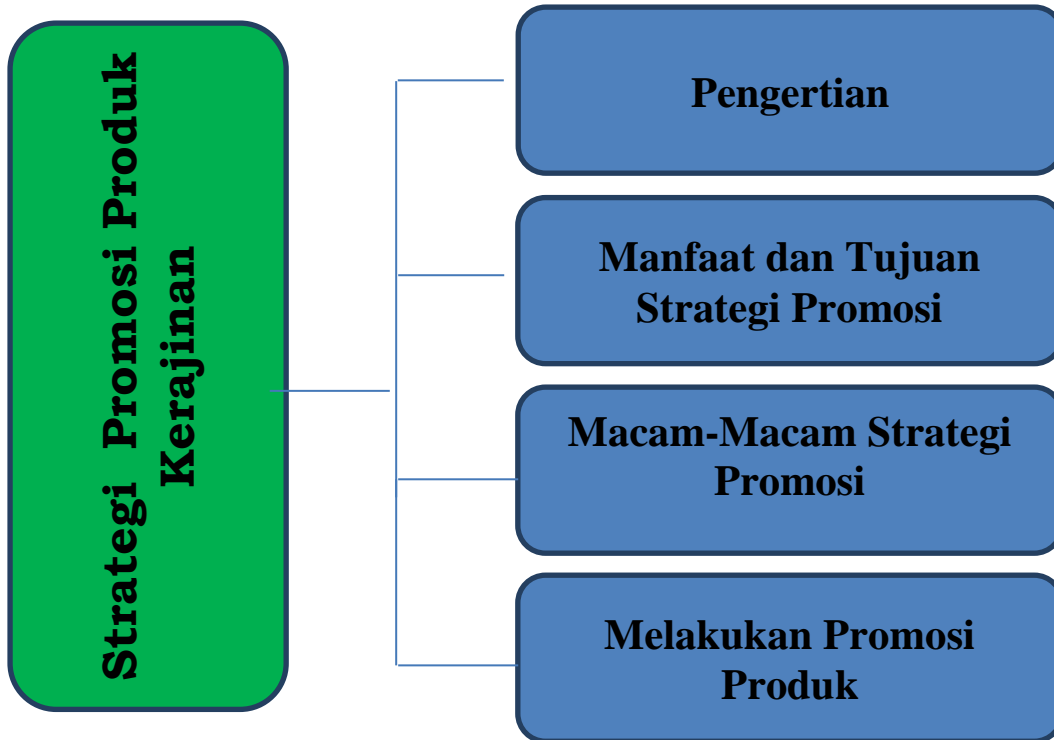


## GLOSARIUM

- Strategi*** : Pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu
- Promosi*** : Segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga
- Produk*** : Apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Dalam tingkat pengecer, produk sering disebut sebagai merchandise
- Kerajinan*** : Kerajinan merupakan cabang seni yang menekankan pada keterampilan tangan lebih tinggi dalam proses pengerjaannya.
- Limbah Bangun datar*** : Limbah yang mempunyai, lebar dan panjang atau berbentuk 1 dimensi

## PETA KONSEP



## PENDAHULUAN

### A. Identitas Modul

Mata Pelajaran : Prakarya dan Kewirausahaan  
Kelas / Semester : XI / Ganjil  
Alokasi Waktu : 4 Jam Pelajaran (2 x pertemuan)  
Judul Modul : Strategi Promosi Produk Kerajinan

### B. Kompetensi Dasar

- 3.4. Menganalisis strategi promosi produk usaha kerajinan dari bahan limbah berbentuk bangun datar
- 4.4. Melakukan promosi produk usaha kerajinan dari bahan limbah berbentuk bangun datar

### C. Deskripsi

Modul ini sebagai pendamping buku teks pelajaran (BTP) atau buku sekolah elektronik (BSE) sebagai media pendukung bagi kalian dalam memahami materi tentang membuat strategi promosi usaha kerajinan dari bahan limbah berbentuk bangun datar yang meliputi identifikasi, manfaat, ragam strategi pemasaran dan melakukan promosi produk usaha kerajinan dari bahan limbah berbentuk bangun datar.

Materi strategi promosi usaha kerajinan dari bahan limbah berbentuk bangun datar adalah materi yang sangat penting dan harus kalian kuasai karena berguna dalam kehidupan sehari-hari ketika anda suatu usaha yang berkaitan usaha kerajinan maka perlu memahami cara strategi promosi kegiatan usaha untuk mendapatkan keuntungan penjualan dari hasil kegiatan usaha kalian.

Dalam mempelajari modul ini kalian harus membaca modul ini dengan cermat. melalui kegiatan membaca dan mempelajari materi, kemudian dilanjutkan dengan mengerjakan latihan soal sebagai alat evaluasi disertai refleksi.

Semoga modul ini bermanfaat, kalian dapat mengerti dan memahami isi modul serta menerapkannya.

### D. Petunjuk Penggunaan

Hal yang perlu diperhatikan dalam penggunaan Modul ini adalah:

1. Mempelajari modul laporan kegiatan usaha ini sangat disarankan untuk dilakukan secara berurutan. Dimana modul ini terdiri atas 4 Kegiatan Pembelajaran yaitu (a) Pengertian strategi promosi hasil usaha (b) Manfaat promosi kegiatan hasil usaha kerajinan (c) identifikasi berbagai macam strategi promosi (d) Membuat promosi kegiatan hasil usaha kerajinan
2. Baca peta konsep materi dan pahami isinya

3. Setelah membaca dan mempelajari materi pembelajaran, kerjakan soal latihan dan tugas
4. Lakukan penilaian diri
5. Kerjakan soal evaluasi di akhir materi
3. Menggunakan alat, bahan dan media sesuai yang tercantum pada setiap penugasan.
4. Menggunakan berbagai referensi yang mendukung atau terkait dengan materi pembelajaran.
5. Meminta bimbingan guru jika merasakan kesulitan dalam memahami materi modul.
6. Mampu menyelesaikan 75% dari semua materi dan penugasan maka Anda dapat dikatakan TUNTAS belajar modul ini.

## **E. Materi Pembelajaran**

Materi pokok yang akan dipelajari dalam modul ini antara lain:

1. Pengertian strategi promosi produk usaha kerajinan
2. Manfaat promosi hasil usaha kerajinan
3. Identifikasi berbagai macam strategi promosi
4. Menjelaskan rancangan strategi promosi produk kerajinan.
5. Melakukan promosi produk hasil usaha kerajinan.

# KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

## PENGERTIAN, MANFAAT DAN JENIIS STRATEGI PROMOSI PRODUK USAHA KERAJINAN

### A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari modul ini, kalian dapat:

- Menjelaskan pengertian strategi promosi produk usaha kerajinan
- Menjelaskan manfaat promosi kegiatan usaha kerajinan
- Mengidentifikasi berbagai jenis strategi promosi kegiatan usaha kerajinan dari bahan limbah berbentuk bangun data

### B. Uraian Materi

#### 1. Apersepsi

Dalam bisnis, promosi adalah sebuah strategi yang dilakukan untuk menginformasikan serta mempengaruhi target konsumen untuk akhirnya membeli produk. Promosi penting untuk dilakukan agar calon konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk barang atau jasa yang ditawarkan.

Promosi sangat penting dilakukan oleh seorang wirausaha, entah itu wirausaha skala kecil maupun wirausaha skala besar. Meskipun promosi merupakan hal penting dalam penjualan, namun masih banyak seorang wirausaha yang menganggap enteng promosi atau bahkan terlalu yakin dengan bisnisnya sehingga tidak perlu menjalankan promosi..

Menjadi seorang wirausaha adalah salah satu jenis pekerjaan seseorang untuk menghasilkan pendapatan, misalnya, pekerjaan yang menghasilkan suatu produk seperti produk kerajinan.

Dalam kegiatan usaha pasti berkaitan kita memerlukan suatu promosi. Promosi tersebut berupa iklan, brosur, flyer dan lain-lain, yang dilakukan oleh seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya. Dengan promosi produk hasil usaha tersebut akan memberikan sebuah informasi terkait dengan produknya sehingga masyarakat akan mengenal produk yang dihasilkan

#### 2. Pengertian Strategi Promosi

Sebelum mulai belajar mengenai strategi promosi kalian pelajari lebih dahulu mengenai pengertian strategi promosi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu.

Sedangkan promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga

Jika kita simpulkan bahwa pengertian strategi promosi adalah kegiatan yang terdiri dari pelaksanaan gagasan, perencanaan, dalam bentuk komunikasi yang

digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga.

### 3. Manfaat Promosi

Setelah mempelajari tentang pengertian laporan strategi promosi maka dengan ini silahkan pelajari manfaat yang didapat jika melakukan kegiatan strategi promosi, semua wirausaha selalu menginginkan perkembangan usaha cepat dan dapat bertahan dalam persaingan. Promosi produk yang baik merupakan cara paling efektif bagi anda untuk memasarkan produk atau jasa layanan. *Mengapa promosi itu penting Bagi kewirausahaan ?*

Wirausaha harus mengetahui pentingnya strategi promosi dan pemasaran. Promosi bisnis adalah proses aktif yang harus diteliti dengan cermat untuk menghasilkan hasil terbaik. kalian bisa mulai menggunakan teman yang anda miliki dengan maksimal untuk menghasilkan strategi untuk mempromosikan bisnis anda. Strategi promosi akan berjalan bersamaan dengan pemasaran karena pemasaran berkaitan berkaitan dengan manufaktur sedangkan promosi berkaitan dengan pelanggan.

Promosi adalah pondasi utama menyampaikan seluruh manfaat produk atau layanan kepada pelanggan. Oleh sebab itu strategi promosi dan pemasaran harus dibuat untuk memastikan keberhasilan jangka panjang, menghasilkan keuntungan dan meningkatkan jumlah pelanggan. Manfaat promosi tidak hanya membantu perusahaan anda untuk memperkenalkan produk dengan mudah di pasar yang kompetitif tapi juga terdapat manfaat lainnya, yaitu :

#### 1. Meningkatkan kesadaran merek

Anda membuat promosi anda tersebar dengan baik anda dapat menggunakan bantuan berbagai media seperti, media sosial, brosur, iklan radio, surat kabar, dll. Dengan menyebarkan informasi tentang produk anda maka akan membantu banyak orang untuk mengetahui lebih banyak tentang produk anda dan cara melakukan pembelian.

#### 2. Identifikasi segmen

Bila strategi promosi anda dibuat dengan tidak terstruktur dan luas, bisa berakibat strategi anda tidak berjalan dalam menargetkan pelanggan yang tepat. Dengan memiliki strategi promosi yang terstruktur dan dipikirkan dengan baik dapat membantu anda untuk mengidentifikasi segmen konsumen yang berbeda dipasar dan menawarkan produk kepada mereka

#### 4. Meningkatkan loyalitas pelanggan

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan bukan hanya sekedar menyediakan produk atau jasa layanan yang berkualitas. Wirausaha harus melakukan promosi kepada pelanggan agar meningkatkan loyalitas pelanggan untuk tetap memilih produk anda. Promosi ini dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang kuat dengan menghadirkan produk anda dan juga kepuasan konsumen. Konsistensi wirausaha dalam menjalankan promosi akan membuat konsumen

akan mengingat produk anda. Strategi promosi yang paling sering dilakukan oleh wirausah adalah memberikan hadiah kepada orang-orang yang mempromosikan produk anda.

#### **4. Meningkatkan reputasi positif produk**

Tujuan dari semua usaha adalah menciptakan reputasi produk yang kuat dan menonjol dari pesaing mereka. Salah cara untuk meningkatkan reputasi produk ini adalah dengan cara melakukan promosi sehingga dapat meningkatkan citra positif merek.

#### **5. Menjaga perputaran persediaan barang**

Manfaat promosi lainnya adalah menjaga perputaran persediaan barang dan juga mendapatkan uang dari inventaris yang akan kadaluarsa. Tentunya hal ini dapat mengurangi kerugian anda karena harus membuang barang-barang yang sudah tidak layak jual lagi. Dengan menjaga persediaan barang tetap *up to date* akan memotivasi pelanggan untuk tetap setia kembali untuk membeli produk anda.

#### **4. Strategi Promosi**

Untuk mengkomunikasikan produk kerajinan perlu disusun strategi yang disebut dengan strategi promosi, yang terdiri atas empat komponen utama yaitu periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan tatap muka.

##### **a. Periklanan (*advertising*)**

Menurut Onong Uchjana Effendy, "Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca". ( Sumber : <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-surat-kabar/>)

Periklanan merupakan sebuah bentuk komunikasi non personal yang harus diberikan imbalan/pembayaran kepada sebuah organisasi atau dengan menggunakan media massa. Adapun media yang biasa digunakan adalah televisi, surat kabar, majalah, internet, dan lain lain.

##### **b. Promosi penjualan (*sales promotion*)**

Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk meningkatkan penjualan suatu produk atau jasa dimana diharapkan pembelian dilakukan sekarang juga. Wujud nyata kegiatan promosipenjualan misalnya obral, pemberian kupon, dan pemberian contoh produk.

##### **c. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)**

Penjualan tatap muka merupakan sebuah proses dimana para pelanggan diberi informasi dan mereka dipersuasi untuk membeli produk-produk melaluikomunikasi secara personal dalam suatu situasi perekrutan.

##### **d. Publisitas atau Hubungan Masyarakat**

Publisitas merupakan bentuk komunikasi non personal dalam bentuk informasi sehubungan dengan usaha tertentu atau tentang produk-produknya yang ditransmisi melalui perantara media massa.

### **C. Rangkuman**

Dari uraian tersebut di atas dapat ditarik kesimpulan beberapa penjelasan mengenai strategi promosi sebagai berikut :

1. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu.
2. Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga.
3. Strategi promosi adalah kegiatan yang terdiri dari pelaksanaan gagasan, perencanaan, dalam bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga.
4. Strategi Promosi adalah
  - a. Periklanan
  - b. Promosi Penjualan
  - c. Penjualan Tatap Muka
  - d. Publisitas atau hubungan masyarakat

## KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

### PROSES RANCANGAN STRATEGI DAN MEMBUAT PROMOSI PRODUK KERAJINAN

#### A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari modul ini, kalian dapat:

- a. Menjelaskan proses rancangan strategi promosi produk kerajinan
- b. Membuat n promosi produk kerajinan

#### B. Uraian Materi

##### 1. Apersepsi

Setelah kegiatan pembelajaran 1 telah dilakukan pengertian tentang strategi promosi produk kerajinan maka pada kegiatan pembelajaran kedua ini kalian akan mempelajari tentang rancangan strategi promosi dan melakukan promosi produk kerajinan hasil kegiatan usaha. Suatu bentuk usaha perlu menyusun strategi promosi untuk meningkatkan daya beli produk yang kita hasilkan.

##### 2. Rancangan strategi promosi produk kerajinan

Dalam melakukan promosi agar dapat efektif perlu adanya pemburan promosi, yaitu kombinasi yang optimal bagi berbagai jenis kegiatan atau pemilihan jenis kegiatan promosi yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan. Berikut ini merupakan salah satu contoh strategi dalam melakukan promosi produk kerajinan. Pemanfaatan limbah plastik menjadi produk kerajinan tas, hanya satu contoh usaha yang bisa dikembangkan dengan mudah dan murah. Usaha ini bisa kamu lakukan pada saat sekarang, tentu dengan mengatur jadwal sebaik mungkin sehingga kegiatan sekolah tidak terganggu. Apabila sudah berkembang lebih pesat, bisa memanfaatkan ibu-ibu atau karang taruna, sebagai mitra kerja. Teman dan guru sekolah, bisa menjadi pasar kalian yang utama, yang jika berkembang bisa dilanjutkan ke sekolah lainnya yang ada dalam satu wilayah tempat tinggalmu.

Ada banyak cara untuk memasarkan produk kerajinan dari bahan limbah, disesuaikan dengan kapasitas produksi yang sudah kamu dibuat.

- a. Mulailah dengan yang kecil, kenalkan produk kerajinan tersebut kepada guru-guru, teman-teman dekat, teman sekolah, tetangga disekitar rumah, atau teman bermain. Berilah salah satu produk agar mereka bisa menggunakan produk tersebut supaya mereka tertarik membeli. Jika produk tersebut mulai bisa diterima dan banyak penggemar, mulailah merambah pasar baru dengan menitipkannya di koperasi sekolah, warung, dan toko.
- b. Manfaatkanlah teknologi internet dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter* sebagai sarana penjualan lain, perbanyaklah teman dan *followers*, untuk memperluas pemasaran. Bisa juga dengan membuat blog gratis atau *website* yang berbayar dengan relatif terjangkau harganya.

### 3. Melakukan promosi produk kerajinan

Langkah dalam melakukan promosi melakukan identifikasi faktor – faktor seperti dibawah ini

1. Siapa audiens target promosi yang akan anda bidik ?
2. Berapa anggaran yang dialokasikan untuk kegiatan promosi hal ini penting karena berkaitan dengan perhitungan BEP (*break event point*) ?
3. Pesan apa yang ingin disampaikan kepada calon pembeli?
4. Strategi promosi apa yang harus diadopsi?

Identifikasi kebutuhan ini sangat penting karena Anda akan mempromosikan produk dan layanan pada calon pelanggan yang tepat ketika anda telah mendapatkan pelanggan yang tepat maka promosi produk Anda akan optimal, baik segi biaya, waktu dan tenaga

Setelah memahami 4 point diatas berikutnya pelajari materi dibawah ini

1. Tentukan tujuan promosi yang terperinci tujuan promosi yang lebih rinci akan mudah untuk dilakukan. tujuan akhir dari rencana promosi ini adalah yang menjadi tujuan dari semua upaya promosi yang dilakukan dan menentukan berhasil atau tidaknya proses promosi Anda.
2. Setelah target audiens diidentifikasi, kalian harus menetapkan tujuan promosi. Tujuannya dapat mendorong non-pengguna untuk membeli produk, meningkatkan penggunaan pelanggan yang sudah ada, atau masuk ke segmen pasar baru dengan lini produk yang dimodifikasi. Selanjutnya dapat meningkatkan penjualan
3. Desain untuk berbagai promosi setelah sasaran calon pelanggan ditetapkan. Selanjutnya dari calon pelanggan tersebut Anda dapat menentukan atau memilih alat promosi yang sesuai (iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dll.)

Adapun tujuan dari media promosi yaitu:

- Mengirimkan informasi suatu produk kepada target pasar potensial
- Untuk memperoleh peningkatan penjualan dan profit/ laba
- Untuk memperoleh pelanggan baru dan menjaga loyalitas konsumen
- Untuk menstabilkan penjualan ketika pasar lesu
- Menjadi pembeda dan juga mengunggulkan produk sendiri dari pesaing
- Membuat citra produk dimata konsumen sesuai dengan yang diinginkan
- Merubah tingkah laku dan anggapan konsumen

( Sumber : <https://soalpelajaran.info/soal-media-promosi-pilihan-ganda/>)

Tujuan dan target pasar harus diingat saat merancang berbagai promosi. Misalnya, alat promosi untuk pembeli yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, berada di perkotaan dan perkantoran akan berbeda dibandingkan dengan para audiens yang berada di daerah pedesaan dengan konsumen rumah tangga. Buat program promosi penjualan Ini adalah langkah paling penting dari perencanaan promosi, yaitu untuk berapa lama alat promosi akan digunakan.

Setelah rencana promosi penjualan disiapkan. Langkah selanjutnya uji coba promosi di beberapa segmen pasar yang terpilih untuk mengidentifikasi potensi atau masalah serius sebelum diluncurkan secara penuh. Di sini pemasaran meneliti efektivitas bentuk promosi, masalah yang terjadi saat uji coba, tingkat respons pelanggan, dll.

### C. Rangkuman

Dari uraian tersebut di atas dapat ditarik kesimpulan beberapa penjelasan mengenai strategi promosi sebagai berikut

1. Dalam menjalankan promosi perlu memulai dari yang kecil, memanfaatkan teknologi salah satunya media sosial, (facebook, twitter, instagram dll)
2. Sebelum melakukan promosi perlu dilakukan identifikasi faktor-faktor yang sangat berpengaruh yaitu
  - a. Siapa audiens target promosi yang akan anda bidik ?
  - b. Berapa anggaran yang dialokasikan untuk kegiatan promosi hal ini penting karena berkaitan dengan perhitungan BEP (*break event point*) ?
  - c. Pesan apa yang ingin disampaikan kepada calon pembeli?
  - d. Strategi promosi apa yang harus diadopsi?
3. Target audiens diidentifikasi yang sudah diidentifikasi kalian harus menetapkan tujuan promosi.
4. Menentukan tujuan promosi secara terperinci akan mudah dalam melakukan promosi.
5. Desain untuk berbagai promosi setelah sasaran calon pelanggan ditetapkan. Selanjutnya dari calon pelanggan tersebut