PROGRAM TAHUNAN (PROTA)

Mata Pelajaran: DASAR-DASAR PEMASARAN

Kelas/Fase: X / E

Tahun Pelajaran: 2026/2027

Total Alokasi Waktu: 216 JP (Semester 1: 6 JP/minggu × 20 minggu = 120 JP + Semester 2: 6 JP/minggu × 16 minggu = 96 JP)

Tabel Program Tahunan (PROTA)

No	Bab/ATP	Bab	Tujuan Pembelajaran	Materi	Alokasi Waktu	Semester
1	TP 1.1	Modul 1: Proses Bisnis Pemasaran di Berbagai Industri	Mengidentifikasi perbedaan proses bisnis pemasaran konvensional dan digital pada berbagai jenis industri.	• Konsep dasar pemasaran dan rantai pasok (supply chain) • Perbedaan proses bisnis di industri barang (manufaktur) vs industri jasa • Alur bisnis pemasaran: R&D → Produksi → Branding → Distribusi → Penjualan → Layanan Purna Jual • Studi kasus proses bisnis pada usaha mikro/UMKM vs perusahaan besar • Klasifikasi industri: Ritel, grosir, FMCG, B2B, dan B2C • Pemetaan alur pemasaran pada masing-masing jenis industri	18 JP (3 minggu)	I (Ganjil)
2	TP 2.1, 2.2, 2.3	Modul 2: Perkembangan Pemasaran & Teknologi Modern	• Mengidentifikasi berbagai bentuk peluang usaha digital (dropshipping, affiliate, content creator, marketing agency) • Memilih dan	• Perbandingan Traditional Marketing dan Digital Marketing • Konsep dasar Industri 4.0 dalam dunia bisnis • Peran IoT dalam rantai pasok, smart warehouse,	24 JP (4 minggu)	I (Ganjil)

			menganalisis potensi peluang usaha digital yang sesuai dengan tren pasar terkini • Merancang/desain proposal ide bisnis digital (business pitch) sederhana secara mandiri dan kreatif	dan smart retail • Penggunaan data IoT untuk memahami kebiasaan konsumen • Ekosistem E-commerce vs Marketplace (Tokopedia, Shopee, Amazon) • Peran Social Commerce (TikTok Shop, Instagram Shopping) • Tren yang muncul dan memudar di dunia pemasaran • Artificial Intelligence (AI) dan Automation dalam layanan pelanggan • Evaluasi & Ujian Tengah Semester (UTS)		
3	TP 3.1, 3.2, 3.3	Modul 3: Profil Pekerjaan/Profesi (Job Profile) Pemasaran	• Memetakan jenis-jenis job profile pemasaran masa kini dan masa depan (Digital Marketer, PR, Merchandiser, Sales Executive) • Menganalisis kualifikasi dan hard/soft skills yang dibutuhkan pada setiap job profile • Mengevaluasi potensi/keterampilan diri sendiri dan menyusun peta jalan karir (career road map) pribadi	• Tugas, kualifikasi, dan SOP seorang Kasir dan Pramuniaga • Teknik pelayanan prima (customer service) dan penanganan komplain di toko fisik • Peran Sales Executive: Teknik negosiasi, presentasi produk, dan closing • Peran Merchandiser: Penataan produk (display), visual merchandising, dan analisis perputaran barang • Peran Digital Marketer: SEO/SEM, social media specialist, dan performance marketing • Peran Public Relations (PR): Branding, manajemen reputasi, dan hubungan media • Bedah kasus & simulasi dunia kerja (roleplay dan simulasi pitching)	24 JP (4 minggu)	I (Ganjil)

4	TP 2.1, 2.2, 2.3	Modul 4: Peluang Usaha di Bidang Pemasaran	• Mengidentifikasi berbagai bentuk peluang usaha digital (dropshipping, affiliate, content creator, marketing agency) • Memilih dan menganalisis potensi peluang usaha digital yang sesuai dengan tren pasar terkini • Merancang/desain proposal ide bisnis digital (business pitch) sederhana secara mandiri dan kreatif	• Konsep dan skema kerja Dropshipping (produk fisik) • Konsep dan mekanisme Drop Servicing (jasa/layanan) • Cara kerja Affiliate Marketing (Shopee Affiliate, TikTok Affiliate, TikTok Series) • Strategi link-in-bio, pendaftaran program afiliasi, dan analisis komisi • Cara mendirikan dan mengelola Marketing Agency skala kecil • Memahami peran Content Creator: Strategi konten, niche market, dan monetisasi • Praktik merancang peluang usaha mandiri (riset pasar, Business Model Canvas)	24 JP (4 minggu)	I (Ganjil)
5	TP 3.1, 3.2, 3.3	Modul 5: Perencanaan Karir, Minat, & Passion	• Memetakan jenis-jenis job profile pemasaran masa kini dan masa depan • Menganalisis kualifikasi dan hard/soft skills yang dibutuhkan pada setiap job profile • Mengevaluasi potensi/keterampilan diri sendiri dan menyusun peta jalan karir (career road map) pribadi	• Analisis SWOT diri sendiri (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) • Menguji kecocokan kepribadian dengan opsi karier di bidang pemasaran • Cara membangun personal brand profesional (LinkedIn, Portofolio digital) • Teknik menyusun CV/Resume yang menarik bagi industri pemasaran modern • Simulasi wawancara kerja & presentasi karir • Presentasi Rencana Peta Jalan Karir (Career Roadmap) untuk 3–5 tahun ke depan	24 JP (4 minggu)	I (Ganjil)

				• Evaluasi Akhir & Ujian Akhir Semester (UAS)		
6	-	Cadangan Semester 1	-	-	6 JP (1 minggu)	I (Ganjil)
7	TP 1.1, 1.2, 1.3	Modul 6: K3LH, Grooming, & Budaya Kerja Industri	• Memahami prosedur K3LH dan penanganan kondisi darurat di area kerja/toko • Menerapkan standar penampilan diri (grooming) dan etika profesi pemasaran • Mensimulasikan budaya kerja industri (5S/5R, kedisiplinan, tanggung jawab) dalam kegiatan praktik harian	• Prosedur K3LH dan penanganan kondisi darurat di area kerja/toko • Standar penampilan diri (grooming) dan etika profesi pemasaran • Budaya kerja industri (5S/5R, kedisiplinan, tanggung jawab) • Simulasi lingkungan kerja pemasaran sesuai SOP	18 JP (3 minggu)	II (Genap)
8	TP 2.1, 2.2, 2.3	Modul 7: Perilaku Konsumen & Buyer Persona	• Memahami konsep dasar ekonomi, pelaku ekonomi, serta fungsi manajemen dasar • Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian • Mengidentifikasi sinyal-sinyal calon pelanggan dan mengolah data tersebut untuk membuat Buyer Persona	• Konsep dasar ekonomi, pelaku ekonomi, serta fungsi manajemen dasar • Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian • Sinyal-sinyal calon pelanggan dan pengolahan data untuk membuat Buyer Persona	18 JP (3 minggu)	II (Genap)
9	TP 3.1, 3.2, 3.3	Modul 8: Pelayanan Prima & Strategi Penjualan (AIDA)	• Menganalisis prinsip-prinsip pelayanan prima (Service Excellence) dalam bidang penjualan • Merancang tahapan pendekatan penjualan menggunakan konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) • Mengembangkan dan mensimulasikan skenario role-play pelayanan prima dan closing sales dalam tim	• Prinsip-prinsip pelayanan prima (Service Excellence) dalam bidang penjualan • Tahapan pendekatan penjualan menggunakan konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) • Skenario role-play pelayanan prima dan closing sales dalam tim • Komunikasi Pemasaran	18 JP (3 minggu)	II (Genap)
10	-	Cadangan Semester 2	-	-	6 JP (1 minggu)	II (Genap)

Tabel Program Semester (PROSEM) - Semester Ganjil

Kelas/Fase: X / E | Semester: I (Ganjil) | Tahun Pelajaran: 2026/2027

Unit/BAB	Topik/ Konten	Pert.	Alokasi	Juli	Juli	Agustus	Agustus	September	September	Oktober	Oktober	November	November	Desember	Desember	Keterangan
		Ke-	Waktu	M1-3	M4-5	M1-4	M5	M1-4	M5	M1-4	M5	M1-4	M5	M1	M2-5	
Modul 1: Proses Bisnis Pemasaran	• Konsep dasar pemasaran dan rantai pasok • Perbedaan proses bisnis industri barang vs jasa • Alur bisnis pemasaran • Klasifikasi industri	1-3	18 JP	6 JP	6 JP	6 JP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Materi Pembelajaran
Modul 2: Perkembangan Pemasaran & Teknologi Modern	• Traditional vs Digital Marketing • Industri 4.0 • IoT dalam pemasaran • E-commerce & Social Commerce • Tren pemasaran masa depan • AI & Automation	4-7	24 JP	-	-	6 JP	6 JP	6 JP	6 JP	-	-	-	-	-	-	Materi Pembelajaran

Modul 3: Profil Profesi Pemasaran	• Profesi Kasir & Pramuniaga • Sales Executive & Merchandiser • Digital Marketer & PR • Simulasi dunia kerja	9-12	24 JP	-	-	-	-	-	-	6 JP	6 JP	6 JP	6 JP	-	-	Materi Pembelajaran
Modul 4: Peluang Usaha Digital	• Dropshipping & Drop Servicing • Affiliate Marketing • Marketing Agency • Content Creator • Business Model Canvas	13-16	24 JP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6 JP	18 JP	Materi Pembelajaran
Modul 5: Perencanaan Karir	• Analisis SWOT diri • Personal Branding • CV/Resume • Simulasi wawancara • Career Roadmap	17-19	24 JP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Materi Pembelajaran
Evaluasi & UAS	• Presentasi proyek akhir • Tes	20	6 JP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Penilaian

	Evaluasi Akhir															
Cadangan	-	-	6 JP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Cadangan

Tabel Program Semester (PROSEM) - Semester Genap

Kelas/Fase: X / E | Semester: II (Genap) | Tahun Pelajaran: 2026/2027

Unit/BAB	Topik/ Konten	Pert.	Alokasi	Januari	Januari	Februari	Februari	Maret	Maret	April	April	Mei	Mei	Juni	Juni	Keterangan
		Ke-	Waktu	M1-3	M4	M1-4	M5	M1-4	M5	M1-4	M5	M1-4	M5	M1	M2-4	
Modul 6: K3LH, Grooming, & Budaya Kerja	• Prosedur K3LH • Grooming & etika profesi • Budaya kerja industri (5S/5R) • Simulasi lingkungan kerja	1-3	18 JP	6 JP	6 JP	6 JP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Materi Pembelajaran
Modul 7: Perilaku Konsumen & Buyer Persona	• Konsep dasar ekonomi • Faktor perilaku konsumen • Sinyal pelanggan & Buyer Persona	4-6	18 JP	-	-	-	6 JP	6 JP	6 JP	-	-	-	-	-	-	Materi Pembelajaran
Modul 8: Pelayanan Prima & AIDA	• Service Excellence • Konsep AIDA • Role-play pelayanan & closing sales • Komunik	7-9	18 JP	-	-	-	-	-	-	6 JP	6 JP	6 JP	-	-	-	Materi Pembelajaran

	asi Pemasaran															
Evaluasi & UAS	• Presentasi proyek • Tes Evaluasi Akhir	10	6 JP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Penilaian
Cadangan	-	-	6 JP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Cadangan