

Pengembangan dan Inovasi Produk Baru

Soal Pilihan Ganda

* Wajib

1. NAMA *

2. Kelas *

Centang semua yang sesuai.

X BDP 1

X BDP 2

X BDP 3

X BDP 4

3. Fase-fase yang digunakan oleh perusahaan dalam mengembangkan produk baru secara umum meliputi.. * 5 poin

Tandai satu oval saja.

Mencari ide, merumuskan konsep dan melakukan uji coba

Pengembangan konsep, desain produk, dan uji coba

Mencari ide, mengembangkan konsep dan melakukan ujicoba

Pengembangan konsep, uji coba dan melakukan evaluasi

Uji coba dan evaluasi

4. Strategi umum bersaing yang dikemukakan Porter, salah satunya adalah adanya kemampuan perusahaan untuk menyediakan nilai yang unik dan superior kepada pembeli dalam hal kualitas produk, fitur-fitur khusus, dan layanan purna jual, menurut Porter disebut sebagai strategi.... *
- 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Persaingan harga
- Persaingan bebas
- Kepemimpinan biaya
- Diferensiasi
- Promosi

5. Penetapan biaya rendah yang bertujuan untuk menguasai pasar yang luas, namun masih tetap memberikan keuntungan yang memuaskan, menurut Porter disebut sebagai strategi *
- 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Fokus biaya
- Kepemimpinan biaya
- Diferensiasi
- Fokus diferensiasi
- Promosi

6. Inovasi merupakan rangkaian simultan pengetahuan didalam tiga fungsi yang akan membangun dan membesarkan inovasi, merupakan pernyataan dari ... *

5 poin

Tandai satu oval saja.

- Model rangkaian simultan
- Model interaktif
- Model linear
- Model kebetulan
- Model

7. Karena tidak sedikit biaya yang dikeluarkan untuk mengembangkan suatu produk baru, maka dalam upaya pengembangannya dibutuhkan kerjasama internal, yaitu.... *

5 poin

Tandai satu oval saja.

- Adanya kerjasama antar sesama perusahaan pengembang produk sejenis
- Adanya kerjasama antar departemen dalam perusahaan
- Adanya kerjasama lintas sektoral
- Kerjasama dengan para agen penjualan
- Mencari rekan kerja

8. Proses desain produk dapat dilakukan dengan bekerja sama dengan perusahaan lain yang menspesialisaikan diri membuat komponen produk tertentu bagi perusahaan. Perusahaan semacam ini disebut *

5 poin

Tandai satu oval saja.

- Produsen kontrak
- Distributor utama
- Pemasok
- Perantara
- Penjual

9. Suatu bentuk kesepakatan atau perjanjian antara dua atau lebih pihak untuk berbagi pengetahuan, teknologi, dan sumber daya yang dapat menguntungkan semua pihak yang terlibat, merupakan salah satu bentuk analisis.... * 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Internal
- Strategik
- Eksternal
- Standar
- Eksekutif

10. Untuk dapat mempertahankan produk pada fase pertumbuhan, maka strategi yang baik digunakan adalah... * 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Menambah kapasitas produk baru yang lebih bervariasi untuk memperluas permintaan konsumen
- Menambah kapasitas produk yang sudah ada untuk menampung peningkatan permintaan produk
- Mengurangi produk yang sudah ada agar permintaan dapat dibatasi
- Mengganti produk baru untuk menampung peningkatan permintaan produk
- Menambah lini produk yang sudah ada

11. Pendekatan tradisional menunjukkan bahwa teknologi akan ditransfer secara bertahap antara pemasaran, teknis, dan operasi. Proses ini dinamakan proses sekuensial yang berarti bahwa... 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Setiap fungsi menyelesaikan pekerjaannya sendiri-sendiri sebelum berlanjut ke tahap berikutnya.
- Setiap fungsi menyelesaikan pekerjaannya bersama-sama sebelum berlanjut ke tahap berikutnya.
- Setiap fungsi menyelesaikan pekerjaannya sendiri-sendiri setelah selesainya tahap berikutnya.
- Setiap fungsi menyelesaikan pekerjaannya bersama-sama setelah selesainya tahap berikutnya.
- Setiap fungsi menyelesaikan pekerjaan secara cepat

12. Di pihak konsumen, kemasan merupakan bagian penting dari komponen produk yang biasanya berfungsi sebagai... * 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Membantu konsumen mengenal nama produk dipasarkan oleh perusahaan
- Membantu konsumen dalam merencanakan jumlah produk yang akan dibeli
- Membantu konsumen dalam menentukan harga
- Membantu konsumen menentukan harga dan jumlah barang yang akan dibeli
- Membuat senang konsumen

13. Berikut adalah contoh inovasi penjualan suatu produk, dimana pengiriman barang dilakukan secara langsung, seperti... 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Penjualan secara online, melalui pemesanan lewat telepon dan melalui TV
- Penjualan secara online, melalui distributor dan agen
- Penjualan melalui TV, para sales, dan distributor
- Penjualan melalui distributor besar dan kecil
- Penjualan memlaui pedagang eceran

14. Produsen atau pabrik mendistribusikan produknya secara langsung kepada konsumen tanpa menggunakan perantara, merupakan pengertian dari.. * 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Distribusi tidak langsung
- Distribusi langsung
- Distribusi menggunakan perantara
- Distribusi online
- Distribusi Bersama

15. Pembeli dapat melihat barang-barang yang dijual melalui internet dan setelah dilakukan pemesanan dan pembayaran, barang akan langsung dikirim ke alamat pembeli, merupakan jenis penjualan yang dilakukan secara.. * 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Melalui distributor
- Lewat telepon
- Online
- Melalui TV
- Offline

16. Pendekatan pasar dan produk yang mendasar dengan memperhatikan para pesaing untuk memilih peluang-peluang pasar yang ada, merupakan pengembangan produk ditinjau dari aspek.... *

5 poin

Tandai satu oval saja.

- Segmentasi pasar
- Perkembangan teknologi
- Platform produk
- Strategi bersaing
- Marketing

17. Kelebihan-kelebihan dari pemilihan mode transportasi jalan darat untuk menyalurkan produk ke konsumen adalah... *

5 poin

Tandai satu oval saja.

- Membutuhkan waktu pengiriman yang lama sampai ke konsumen
- Biaya yang dikeluarkan sangat mahal
- Barang dapat dikirim ke hampir semua lokasi dalam pulau.
- Hemat biaya dan menguntungkan
- Menyenangkan Konsumen

18. Berikut adalah bidang-bidang fungsional yang turut mempengaruhi keputusan produk, yaitu... *

5 poin

Tandai satu oval saja.

- Unit pemasaran, keuangan dan SDM
- Para distributor, agen dan pengecer
- Rekan bisnis, distributor dan konsumen
- Pesaing, rekan bisnis dan konsumen
- Rekan bisnis saja

19. Pendistribusian suatu produk melalui representative (perwakilan) dan melalui distributor, merupakan contoh dari saluran distribusi.. * 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Langsung
- Tidak langsung
- Permanen
- Sementara
- Pasif

20. Pihak yang menjual produk atau jasa namun biasanya tidak memiliki persediaan sendiri, mereka melakukan pemesanan kepada produsen dan seringkali digunakan pada industri tertentu, misalnya asuransi atau real estate disebut ... * 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Pedagang besar
- Pedagang eceran
- Perwakilan
- Perantara khusus
- Pedagang kecil

21. Strategi memproduksi barang dan jasa yang terstandarisasi tetapi memasukkan beberapa tingkatan kastemisasi pada produk atau jasa akhir, disebut.. *
- 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Kastemisasi personal
- Kastemisasi massa
- Kastemisasi Individu
- Kastemisasi perusahaan
- Kastemisasi distribusi

22. Pengembangan produk baru atau perbaikan produk, merupakan contoh dari tipe inovasi.... *
- 5 poin

Tandai satu oval saja.

- Manajemen
- Proses
- Produk
- Jasa
- Promosi

Soal Essay

Jawablah dengan singkat dengan huruf Kapital

23. “Produk baru adalah produk asli, hasil pengembangan produk, modifikasi produk, dan merek baru yang di kembangkan perusahaan melalui upaya penelitian dan pengembangannya sendiri.” adalah definisi produk menurut.... *
- 10 poin

24. Merupakan produk baru bagi perusahaan tertentu, tetapi dalam pasar sudah bukan produk baru lagi. Termasuk dalam kategori produk *
-
25. Produk baru yang di beri tambahaan atas lini produk lama disebut dalam kategori produk.... *
-
26. “Pengembangan produk merupakan kegiatan atau aktifitas yang di lakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk kea rah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna maupun daya pemuas yang lebih besar” merupakan definisi pengembangan produk menurut.... *
-
27. Proses awal dari perkembangan produk baru adalah pencetusan gagasan yaitu pencarian sistematis terhadap ide-ide produk baru, termasuk pengembangan produk pada tahap.... *
-
28. Ujian pasar menjajikan informasi yang memadai untuk memutuskan apakah jadi atau tidak meluncurkan produk baru termasuk pengembangan produk pada tahap.... *
-
29. Setelah melewati tiga tahap dalam proses pengembangan produk, maka langkah selanjutnya adalah... *
-

30. Pengujian untuk mengetahui apakah produk tersebut benar-benar berfungsi dengan baik dan aman baik dan aman bagi konsumen termasuk dalam pengujian *

31. Perubahan ini dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, tingkat perkembangan penduduk, tingkat pendidikan, serta kesetiaan konsumen terhadap produk yang bersangkutan. Termasuk faktor pendukung pengembangan dalam hal... *

32. Produk baru harus memenuhi beberapa kriteria seperti keamanan konsumen dan keseimbangan lingkungan. Termasuk penghambat pengembangan produk dalam hal.... *

Soal Uraian.

Jawablah Dengan Benar

33. 1. Uraikanlah Tujuan Pengembangan Produk? *

20 poin

34. 2. Apa yang dimaksud dengan Memperluas lini produk dan Menambah produk yang ada dalam strategi pengembangan produk dan berikan contohnya? * 20 poin

35. 3. Apa yang anda ketahui tentang Tahapan Proses Pengembangan Produk ? * 20 poin

36. 4. Analisislah Tujuan pengembangan strategi pemasaran? * 20 poin

37. 5. Buatlah contoh Pengembangan Produk ? * 20 poin

Studi Kasus

38. 1. Akhir –akhir ini banyak pemberitaan tentang penggunaan masker Scuba dan Buff misalnya pada pemberitaan pada, KOMPAS.com - Satuan Tugas (Satgas) Penanganan Covid-19 menegaskan masker scuba dan buff kurang efektif dalam menangkal virus corona. Dari kasus ini menurut anda apa yang harus dikembangkan dari produsen masker scuba dan buff agar tetap bisa bersaing dengan produsen masker yang lain uraikan penjelasan anda? *

39. 2. Kamis, 21 Mei 2020 03:08 WIB. Gegara Corona, Avanza Bukan Lagi Mobil Paling Laku di Indonesia Doni Wahyudi – detikOto. Banyak dampak yang terjadi akibat pandemi Covid-19 Salah satunya pada perusahaan otomotif khususnya merek avanza, jika anda sebagai manajer pemasaran, strategi pengembangan pasar apa yang akan anda lakukan untuk mengembalikan eksistensi merek mobil avanza? *

3. Amati gambar berikut!



2008-2010



2010-2012



2012-2014

GENERASI HONDA BEAT SEJAK 2008



2014-2016



2016-SEKARANG



40. dari gambar di atas analaislah pengembangan apa saja yang dilakuakn prosuden motor honda beat. perubahan apa saja yang namapak pada produk tersebut dan mengapa perubahan itu dilakuakn perusahaan? uraikan penjelasan mu?

20 poin

Amati dan cermati gambar berikut



41. Dari gambar di atas analisislah, tuangkan pengembangan produk apa yang dilakukan oleh perusahaan produk tersebut! Termasuk pengembangan dalam produk apa? *

20 poin

42. 5. Carilah contoh bentuk modifikasi produk, buatlah ide seperti contoh tersebut dengan melakukan ATM (Amati, Tiru, Modifikasi), tuangkan dalam bentuk desain pengembangan produk dalam bentuk laporan! *

20 poin

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir