

SOAL EVALUASI

Poin total 100/400 

Soal Evaluasi Materi Marketing Kompetensi Dasar 3.8 Menerapkan Pemasaran Barang dan Jasa

0 dari 0 poin

NAMA LENGKAP

.....

NOMOR ABSEN

.....

SOAL EVALUASI MARKETING

100 dari 100 poin

Soal Pilihan Ganda
Pilihlah jawaban yang paling benar



Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Adalah definisi produk menurut...

5/5

- Kotler & Keller
- Buchari Alma
- Fandy Tjiptono
- William J. Stanton
- Abraham Maslow

Tanggapan

Menurut Kotler & Keller (2009:4), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide



Produk ialah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, 5/5 termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya. Adalah definisi produk menurut...

- Abraham Maslow
- Buchari Alma
- William J. Stanton
- Fandy Tjiptono
- Kotler & Keller

Tanggapan

Menurut Buchari Alma (2007: 139) yaitu "Produk ialah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya."



Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar yang bersangkutan. Adalah definisi produk menurut... 5/5

- Buchari Alma
- Kotler & Keller
- William J. Stanton
- Fandy Tjiptono
- Abraham Maslow

Tanggapan

Menurut Fandy Tjiptono (2008 : 88), "Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar yang bersangkutan"



Dalam merencanakan penawaran suatu produk, pemasar perlu memahami 5 5/5 tingkatan produk yang terdiri core benefit, Produk generic, expected product, equipped product, dan Produk potensial. Adakah tingkatan produk menurut...

- Kotler & Keller
- Buchari Alma
- William J. Stanton
- Fandy Tjiptono
- Abraham Maslow

Tanggapan

Dalam merencanakan penawaran suatu produk, pemasar perlu memahami 5 tingkatan produk, (Fandy Tjiptono, 1999: 96-97): core benefit, Produk generic, expected product, equipped product, dan Produk potensial



Analisislah kalimat di bawah, manakah yang merupakan definisi dari produk generic... 5/5

- Segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk sesuatu produk di masa mendatang
- Produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi)
- Produk yang mempunyai manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan atau konsumen dari setiap produk
- Produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli
- Produk yang mempunyai berbagai atribut yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dengan produk pesaing

Tanggapan

Produk generik ialah produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi). Misalnya usaha salon, selain menyediakan jasa potong rambut, salon juga menyediakan jasa lainnya seperti rias, perawatan wajah, dan lain sebagainya



Analisislah kalimat di bawah, manakah yang merupakan definisi dari equippeded product ...

5/5

- Produk yang mempunyai berbagai atribut yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dngan produk pesaing
- Produk yang mempunyai manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan atau konsumen dari setiap produk
- Produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli
- Produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi
- Segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk sesuatu produk di masa mendatang

Tanggapan

Produk pelengkap yaitu produk yang mempunyai berbagai atribut yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dngan produk pesaing. Misalnya pada produk smartphone, para pengguna smartphone dapat mengubah tampilan, warna, aplikasi, serta casingnya agar berbeda dengan smartphone pengguna lain walaupun mempunyai merek yang sama



Menurut Kotler (2000: 451), produk dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa 5/5 kelompok sebagai berikut.....

- Wujud dan ketahanannya
- Barang dan jasa
- Convenience goods dan shopping goods
- Konsumen dan industri
- Matrial and part

Tanggapan

Menurut Kotler (2000: 451), produk dapat diklasifikasikan berdasarkan wujudnya dan ketahanannya...

Barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen (perorangan atau rumah tangga), dan bukan untuk keperluan bisnis, adalah definisi dari..... 5/5

- Barang konsumen
- Barang spesial
- Barang tahan lama
- Barang belanjaan
- Barang industri

Tanggapan

Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen (perorangan atau rumah tangga), dan bukan untuk keperluan bisnis



Barang yang tidak dikenal oleh konsumen atau bahkan jika mereka diketahui oleh konsumen, konsumen belum tentu tertarik untuk membelinya, adalah definisi dari klasifikasi barang... 5/5

- Industrial goods
- Convenience goods
- Unsought goods
- Speciality goods
- shopping goods

Tanggapan

Unsought goods adalah barang yang tidak dikenal oleh konsumen atau bahkan jika mereka diketahui oleh konsumen, konsumen belum tentu tertarik untuk membelinya. Contoh: batu nisan, ensiklopedi, dan tanah pemakaman



Barang yang memiliki karakteristik atau identifikasi merek yang unik di mana sekelompok konsumen bersedia melakukan upaya khusus untuk membelinya, adalah definisi barang... 5/5

- Belanjaan
- Industri
- Convenience
- Konsumen
- Spesial

Tanggapan

Speciality goods adalah barang yang memiliki karakteristik atau identifikasi merek yang unik di mana sekelompok konsumen bersedia melakukan upaya khusus untuk membelinya. Umumnya jenis barang ini terdiri dari barang mewah, dengan merek dan model tertentu, seperti mobil jaguar yang terkenal dan desain pakaian



Analisislah kalimat di bawah, pilihlah definisi strategi menurut Stanton...

5/5

- Strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix; produk, distribusi, promosi, dan harga.
- Strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.
- Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.
- Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut
- Strategi pemasaran adalah sesuatu yang melingkupi semua sistem yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga hingga mempromosikan dan menyalurkan produk (barang atau jasa) yang dapat memuaskan konsumen.

Tanggapan

Menurut Stanton, pengertian strategi pemasaran adalah sesuatu yang melingkupi semua sistem yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga hingga mempromosikan dan menyalurkan produk (barang atau jasa) yang dapat memuaskan konsumen.



Strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix; produk, distribusi, promosi, dan harga. Adalah definisi strategi pemasaran menurut...

5/5

- Philip Kotler
- Tjiptono
- Stanton
- Kurtz (2008)
- Kotler dan Armstrong (2008)

Tanggapan

Menurut Kurtz (2008), pengertian strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix; produk, distribusi, promosi, dan harga.



Suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki 5/5
adalah bagian dari strategi pemasaran yang dinamakan melakukan...

- Segmenting
- Potitioning
- Targeting
- Differensiasi
- diversifikasi

Tanggapan

Targeting adalah suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki

Kegiatan strategi pemasaran untuk menganalisis dan menentukan Produk, 5/5
harga, promosi dan distribusi disebut..

- Analsis Segmenting
- Analisis Potitioning
- Analsis Bauran Pemasaran
- Analisis SWOT
- Analisis Targeting

Tanggapan

Bauran Pemasaran adalah kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan mengenai penentuan produk, harga, promosi dan tempat



Kompetensi menonjol dan unik yang dimiliki perusahaan, dan dapat dimanfaatkan untuk memenangkan persaingan dalam memuaskan pelanggan merupakan strategi....

5/5

- Differensiasi
- Diversifikasi
- Joint Venture
- Distinctive competencies
- Merger

Tanggapan

Distinctive competencies adalah kompetensi menonjol dan unik yang dimiliki perusahaan, dan dapat dimanfaatkan untuk memenangkan persaingan dalam memuaskan pelanggan.

Jelaskan strategi korporasi jenis stabilitas (Stability Strategy)....

5/5

- Strategi untuk membuat produk baru dengan spesifikasi yang unik
- Sebuah strategi dengan berdasarkan terhadap tahap pertumbuhan yang sedang dilewati perusahaan
- Salah satu strategi yang diterapkan untuk memperkecil atau juga mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan
- Strategi di dalam menghadapi kemerosotan penghasilan yang sedang dihadapi oleh suatu perusahaan
- Salah satu strategi untuk memfokuskan hasil produksi

Tanggapan

Strategi stabilitas (Stability Strategy) ini merupakan suatu strategi di dalam menghadapi kemerosotan penghasilan yang sedang dihadapi oleh suatu perusahaan



Bagaimanah urutan yang benar proses perencanaan strategis...1. Penentuan Visi dan tujuan 2. Penilaian Diri sendiri3. Analisis lingkungan 4. Pengambilan keputusan strategis 5. Implementasi dan Pengendalian Strategi 5/5

- 1,2,3,4,5
- 1,3,2,4,5
- 1,4,2,3,5
- 1,2,4,3,5
- 1,2,5,4,3

Tanggapan

Proses perencanaan strategis: Penentuan Visi dan tujuan, Analisis lingkungan, Penilaian Diri sendiri, Pengambilan keputusan strategis dan Implementasi dan Pengendalian Strategi

Strategi yang dirumuskan secara spesifik pada area fungsional tertentu untuk mendukung strategi unit bisnis adalah strategi.... 5/5

- Differensiasi
- Fungsional
- Bisnis
- Korporasi
- Distinctive competencies

Tanggapan

Strategi di Tingkat Fungsional adalah strategi yang dirumuskan secara spesifik pada area fungsional tertentu untuk mendukung strategi unit bisnis



Salah satu strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan, itu dengan 5/5 tujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan dengan secara keseluruhan serta manajemen segala macam bisnis lini produk, adalah...

- Strategi di Tingkat Unit Bisnis
- Strategi Bisnis
- Strategi pemasaran
- Strategi Fungsional
- Strategi korporasi

Tanggapan

Strategi korporasi ini adalah salah satu strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan, itu dengan tujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan dengan secara keseluruhan serta manajemen segala macam bisnis lini produk.



Menciptakan keunggulan kompetitif dengan produk yang unik dan sesuai selera pelanggan merupakan penerapan strategi... 5/5

- Distinctive competencies
- Strategi Diferensiasi
- Strategi Cost-Leadership
- Strategi keunggulan biaya
- Strategi Fokus

Tanggapan

Strategi Diferensiasi merupakan strategi menciptakan keunggulan kompetitif dengan produk yang unik dan sesuai selera pelanggan. Keunikan dapat diciptakan melalui: mutu, inovasi, dan respon pelanggan. Diferensiasi umumnya dilakukan sesuai segmentasi pasar, yaitu membuat produk yang unik di setiap segmen.

Soal Isian Singkat

0 dari 100 poin

Lengkapi pernyataan di bawah ini dengan jawaban yang tepat dan benar



Menurut Fandy Tjiptono (2008 : 88), Produk merupakan segala sesuatu yang .../10 dapat ditawarkan produsen untuk,,,,, digunakan atau dikonsumsi pasar yang bersangkutan

Jawaban yang benar

diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan

Tanggapan

Menurut Fandy Tjiptono (2008 : 88), Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar yang bersangkutan

Dalam merencanakan penawaran suatu produk, pemasar perlu memahami 5 .../10 tingkatan produk, (Fandy Tjiptono, 1999: 96-97): Produk utama atau inti (core benefit), Produk generic, Produk harapan (expected product), Produk pelengkap (equipped product), dan

Jawaban yang benar

Produk potensial

Tanggapan

Dalam merencanakan penawaran suatu produk, pemasar perlu memahami 5 tingkatan produk, (Fandy Tjiptono, 1999: 96-97): Produk utama atau inti (core benefit), Produk generic, Produk harapan (expected product), Produk pelengkap (equipped product), dan Produk potensial



Produk potensial adalah semua jenis dan perubahan yang mungkin.../10
dikembangkan untuk suatu produk di masa depan

.....
Jawaban yang benar

penambahan

Tanggapan

*Produk potensial adalah semua jenis penambahan dan perubahan yang mungkin
dikembangkan untuk suatu produk di masa depan*

Produk berdasarkan bentuknya dapat diklasifikasikan ke dalam dua/10
kelompok utama, yaitu:..... dan jasa

.....
Jawaban yang benar

barang

Tanggapan

*Produk berdasarkan bentuknya dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama,
yaitu:barang dan jasa*



Produk berdasarkan aspek daya tahan dapat dikelompokkan menjadi dua, .../10
yaitu dan Barang tahan lama

.....
Jawaban yang benar

Barang tidak tahan lama

Tanggapan

Produk berdasarkan aspek daya tahan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu Barang tidak tahan lama dan Barang tahan lama

Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan .../10
....., dan bukan untuk keperluan bisnis

.....
Jawaban yang benar

konsumen

Tanggapan

Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen (perorangan atau rumah tangga), dan bukan untuk keperluan bisnis



Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar bersifat heterogen .../10
ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat

.....
Jawaban yang benar

homogen

Tanggapan

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar bersifat heterogen ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen

Setelah melakukan segmentasi pasar dan menentukan target pasar tahap .../10
selanjutnya adalah

.....
Jawaban yang benar

potitioning

Tanggapan

Setelah melakukan segmentasi pasar dan menentukan target pasar tahap selanjutnya adalah pititioning



Unsur-unsur strategi persaingan meliputi, Targeting dan potitioning .../10

Jawaban yang benar

segmenting

Tanggapan

Unsur-unsur strategi persaingan meliputi segmenting, targeting dan potitioning

Dalam tahapan proses perencanaan startegis meliputi penentuan misi dan .../10
tujuan,, penilaian diri sendiri, pengambilan keputusan
strategis, dan implementasi dan pengendalian strategi

Jawaban yang benar

analisis lingkungan

Tanggapan

Dalam tahapan proses perencanaan startegis meliputi penentuan misi dan tujuan, analisis lingkungan, penilaian diri sendiri, pengambilan keputusan strategis, dan implementasi dan pengendalian strategi

Soal Esai

0 dari 100 poin

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan singkat, jelas dan benar

Dengan membaca beberapa pengertian menurut para ahli, simpulkan .../20
pengertian produk sesuai pemahaman anda



Jelaskan klasifikasi produk berdasarkan wujudnya! Rincilah produk yang biasa anda konsumsi/ gunakan sebagai contoh dari klasifikasi produk berdasarkan wujudnya masing-masing lima .../20

.....

Jelaskan klasifikasi barang konsumen dan korelasikan dengan kehidupan anda untuk memberikan contoh masing-masing tiga .../20

.....

Dengan membaca beberapa pengertian menurut para ahli, simpulkan pengertian strategi pemasaran sesuai pemahaman anda .../20

.....

Rumuskanlah proses perencanaan strategis sesuai dengan materi yang anda pelajari .../20

.....

Mini Case

0 dari 100 poin

Perhatikan studi kasus berikut kemudian selesaikan dengan lengkap dan cermat



Perhatikan gambar di bawah. Analisislah karekternya kemudian tentukan .../10
dalam kategori klasifikasi produk apakah barang tersebut berdasarkan
wujudnya, jelaskan alasannya...(10)



Cermati gambar di bawah ini. Kategorikanlah sesuai teori menurut Fandy .../20
Tjiptono termasuk dalam klasifikasi barang apakah barang tersebut, berikut
berikan alasannya kenapa dalam klasifikasi barang tersebut.. (20)



Susunlah rencana strategi persaingan pemasaran (STP) untuk produk yang ada dibawah dengan karaketristik sebagai berikut (30) .../30



- Jenis usaha adalah usaha dagang
- System penjualan pre order/ dropship
- Produk dibeli dan di import dari cina

Marketing mix/ Bauran pemasaran merupakan salah satu analisis strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh seorang pebisnis supaya usaha yang dilakukan berjalan dengan lancar. Salah satu komponen dari marketing mix adalah strategi menentukan harga. Pak joko ingin membuat usaha kuliner yang selama ini belum ada dipasaran yaitu dengan membuat brownis blondo. Karena usaha pak joko ini usaha baru apakah strategi harga apakah yang tepat untuk digunakan dan berikan alasannya(20) .../20



Sebuah usaha untuk tetap eksis haruslah mampu memenangkan persaingan .../20
dibenak konsumen, berdasarkan teori siklus hidup produk apabila sebuah
usaha yang sudah dalam masa pendewasaan ditandai dengan kompotitor
yang semakin banyak untuk itu salah satu strateginya pengusaha apabila
sudah pada tahap ini mereka akan mengembangkan produk yang sifatnya
unik dan sulit ditiru dengan kompetitornya. Jelaskan strategi apa yang
sedang diterapkan oleh pengusaha sesuai diskripsi tersebut jelaskan...(20)

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

