

Pilihlah satu jawaban jawaban yang paling benar dengan cara memberi tanda silang (x) pada huruf a,b,c,d atau e.

1. Definisi Perencanaan pemasaran adalah ...
 - A. Pemanfaatan secara terencana sumber-sumber daya pemasaran untuk mencapai sasaran pemasaran
 - B. Proses pelaksanaan tahapan-tahapan aktivitas dalam pemasaran yang melibatkan keseluruhan aspek dalam organisasi
 - C. Proses manajemen untuk mengantisipasi kegiatan pemasaran yang akan dilaksanakan
 - D. Penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan
 - E. proses analisis untuk mencapai pasar.
2. Salah satu manfaat perencanaan pemasaran adalah “bertindak sebagai peta”. Maksud dari pernyataan tersebut adalah...
 - A. Dengan perencanaan pemasaran akan jelas terlihat perbedaan antara apa yang terjadi selama implementasi strategi dan apa yang anda antisipasi akan terjadi
 - B. Perencanaan pemasaran memegang peranan penting untuk membujuk siapa saja pemilik otoritas pengalokasian sumber daya, baik uang, manusia dan aset perusahaan lain
 - C. Perencanaan pemasaran menggambarkan situasi pasar dari berbagai sisi termasuk pesaing
 - D. Perencanaan pemasaran mengantisipasi perubahan lingkungan yang mungkin terjadi.
 - E. sebagai sarana mencapai keuntungan yang telah direncanakan dalam perusahaan
3. Ikhtisar dari seluruh rencana pemasaran yang dibuat beserta rekomendasinya, sehingga memberikan gambaran mengenai hal pokok isi rencana pemasaran disebut ...
 - A. action program
 - B. gambaran situasi saat ini
 - C. tujuan pemasaran
 - D. ringkasan eksekutif
 - E. anggaran
4. Sebuah daftar yang berisi paparan kegiatan pemasaran yang terperinci diantaranya berisi jenis kegiatan, waktu, penanggung jawab dan pelaksana disebut ...
 - A. action program
 - B. gambaran situasi saat ini
 - C. tujuan pemasaran
 - D. anggaran
 - E. ringkasan eksekutif

5. Inti dari rencana pemasaran adalah ...
 - A. tujuan pemasaran
 - B. manfaat pemasaran
 - C. program kegiatan
 - D. anggaran
 - E. strategi pemasaran
6. Sebuah daftar yang berisi paparan kegiatan pemasaran yang terperinci diantaranya berisi jenis kegiatan, waktu, penanggung jawab dan pelaksana disebut ...
 - A. action program
 - B. gambaran situasi saat ini
 - C. tujuan pemasaran
 - D. anggaran
 - E. ringkasan eksekutif
7. Perkiraan mengenai perincian biaya yang diperlukan untuk melaksanakan semua kegiatan pemasaran dimasukkan dalam
 - A. action program
 - B. gambaran situasi saat ini
 - C. tujuan pemasaran
 - D. anggaran
 - E. ringkasan eksekutif
8. Pernyataan Misi atau tujuan harus menyatakan kompetensi khusus, maksudnya...
 - A. Pernyataan harus menawarkan keuntungan bagi pelanggan
 - B. Dalam misi tersebut harus memuat keahlian atau kemampuan penting yang perlu dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing
 - C. Harus menggambarkan sejauh mana pernyataan tujuan berperan terhadap organisasi
 - D. Menggambarkan apa yang akan dikerjakan perusahaan
 - E. Sesuai harapan bersama yang dibentuk
9. Rencana pemasaran hendaknya dipahami oleh manajemen sebagai pedoman penerapan pembuatan keputusan pemasaran dan tidak hanya sebagai dokumen tak berarti saja. Untuk mengantarkan sebuah usaha mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan, di bawah ini yang bukan batasan rencana pemasaran adalah....
 - A. Kita telah berada di mana?
 - B. Dimana posisi perusahaan kita
 - C. Kemana kita akan menuju (dalam jangka pendek) ?
 - D. Bagaimana kita akan mencapai tujuan tersebut dari posisi yang sekarang ?
 - E. kapan perusahaan melakukan perencanaan usaha

10. Perhatikan gambar berikut ini.



Matryoshka doll atau boneka bersarang adalah set boneka yang berukuran semakin kecil dan diletakkan di dalam satu sama lain. Boneka matryoshka menawarkan keunggulan di bagian apa menurut kalian....

- A. Kualitas
- B. Kuantitas
- C. Keindahan
- D. Kerumitan
- E. Perencanaan