

1. Upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi disebut... .
 - a. Strategi bisnis
 - b. Strategi pemasaran
 - c. Strategi produk
 - d. Strategi promosi
 - e. Strategi diskon
2. Yang bukan termasuk fungsi dari strategi pemasaran adalah... .
 - a. Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan
 - b. Koordinasi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran
 - c. Merumuskan tujuan perusahaan jangka pendek maupun jangka panjang
 - d. Pengawasan kegiatan pemasaran lebih mudah dipantau
 - e. Meningkatkan fluktuasi modal perusahaan
3. Kepuasan pelanggan adalah kunci utama dari konsep pemasaran dan *strategi pemasaran*. Setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam melakukan proses marketing, sesuai karakteristik dan kesanggupan masing-masing. Berikut ini yang bukan dari konsep strategi pemasaran adalah ...
 - a. Segmentasi pasar
 - b. Market positioning
 - c. Marketing mix strategy
 - d. Timing strategy
 - e. Diskon khusus
4. Yang dimaksud dengan "Marketing mix" adalah...
 - a. Strategi promosi dalam menjaring konsumen dengan metode mencampur semua komponen keuangan perusahaan
 - b. Strategi pemasaran yang memiliki beberapa variable di dalamnya dan dapat kita jalankan untuk bisnis kita dengan menjalankannya secara bersamaan atau gabungan
 - c. Strategi pembuatan produk yang inovatif dan kreatif yang diperlukan konsumen
 - d. Strategi pemasaran terpisah-pisah antara produk dan jasa yang ditawarkan
 - e. Strategi menjaring minat konsumen melalui promosi online
5. Di bawah ini yang bukan termasuk 4 konsep / unsur utama dalam "Marketing mix" adalah... .
 - a. Product (produk)
 - b. Price (harga)

- c. Place (tempat)
 - d. Proposal (pengajuan)
 - e. Promotion (promosi)
6. Bentuk perencanaan yang berkaitan dengan perusahaan tersebut yang dilakukan dengan pemasaran untuk menentukan bagaimana perusahaan bisa menempatkan strategi marketing dengan real dalam praktik di pasar, merupakan pengertian dari... .
- a. Marketing strategy
 - b. Marketing plan
 - c. Market place
 - d. Market produk
 - e. Market promotion
7. Yang bukan termasuk tujuan dibuatnya "marketing plan" adalah... .
- a. Sebagai bentuk penyesuaian bisnis
 - b. Menciptakan relasi dan jaringan kerja lebih luas dengan organisasi lain
 - c. Membuat produk-produk inovasi yang diperlukan konsumen saat ini
 - d. Meningkatkan keuntungan dengan usaha yang efisien dan efektif
 - e. Mengetahui & memperbanyak informasi perubahan pada pasar dan competitor
8. Agar lokasi usaha kita dapat dicari dengan mudah oleh konsumen dan ekspedisi, maka kita bisa memanfaatkan fasilitas online gratis yaitu... .
- a. Google hangout
 - b. Google maps
 - c. Google adsense
 - d. Search engginer
 - e. Peta minda
9. Salah satu komponen pertama dalam memulai penyusunan marketing plan adalah... .
- a. Melakukan analisis situasi dengan analisis SWOT
 - b. Menetapkan sasaran atau target pemasaran
 - c. Menyusun strategi dan program jangka pendek / panjang
 - d. Menentukan strategi pemasaran
 - e. Melakukan evaluasi pemasaran
10. Google membuat bisnis Anda mudah ditemukan oleh siapa saja, dimana saja, dan kapan saja. Namun untuk mengelola informasi, akun google bisnis harus diverifikasi terlebih dahulu dengan cara memasukan kode PIN yang dikirim google ke alamat pemohon. Berapa jumlah digit PIN yang diberikan oleh google... .
- a. 4 digit

- b. 5 digit
- c. 6 digit
- d. 8 digit
- e. 10 digit

SOAL ESSAY

1. Dalam menghadapi pesaing, sebuah perusahaan harus benar-benar tahu strategi yang baik yang akan diterapkan pada perusahaan tersebut agar mampu bersaing dengan para pesaingnya. Selain itu, perusahaan juga harus bisa menganalisis para pesaingnya. Dari pernyataan diatas.
 - a. MENURUT PENDAPAT ANDA, strategi yang bagaimana yang harus diterapkan agar sebuah perusahaan agar sebuah perusahaan bisa memenangkan persaingan dari para pesaingnya ? jelaskan dan berikan contoh untuk memperkuat jawaban anda!
 - b. MENURUT PENDAPAT ANDA, bagaimanakah langkah-langkah dalam menganalisis pesaing tersebut? Jelaskan dan berikan contoh!
2. Bagi sebuah perusahaan barang maupun perusahaan jasa, perusahaan merupakan hal yang sangat vital. Untuk itu pilihlah paling sedikit tiga (3) faktor yang disebutkan dibawah, kemudian jelaskan bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi keberhasilan pemasaran sebuah perusahaan.
Harga produk Merek
Kualitas pesaing
Tempat
Konsumen
Promosi
Pangsa pasar
3. Bagaimana pendapat anda tentang tren pemasaran saat ini? jelaskan!!
4. Menurut pendapat anda bagaimana perkembangan teknologi khususnya di bidang internet berpengaruh terhadap pemasaran? Jelaskan dan berikan contoh!
5. Perusahaan meyakini bahwa pelanggan adalah pusat laba (profit center), oleh karena itu perusahaan sebisa mungkin berusaha untuk melayani dan memuaskan pelanggan. Pelanggan akan memilih produk yang dari perusahaan yang mereka anggap memberikan nilai/value (ingat nilai tidak sama dengan harga) paling besar. Maka dalam soal ini anda diminta untuk menjelaskan bagaimana kaitan dan pengaruh antara upaya menciptakan nilai, kepuasan, dan loyalitas pelanggan dengan keempat unsur dalam marketing mix 4P (product, price, place, promotion). Jabarkan jawaban anda!