Nama :

No. Absen :

Soal Pilihan Ganda!

1.Di bawah ini adalah pernyataan-pernyataan yang tepat tentang bisnis, kecuali….

A. kegiatan bisnis dilakukan oleh individu dan sekelompok orang

B. kegiatan bisnis dilakukan untuk menciptakan nilai

C. hasil kegiatan bisnis berupa barang dan jasa

D. kegiatan bisnis dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat

E. kegiatan bisnis semata-mata hanya untuk memperoleh keuntungan melalui transaksi

2. Kegiatan pemasaran tidak dapat dilepaskan dari kegiatan bisnis, karena pemasaran bersifat menyeluruh, terpadu, terencana dalam yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu….

A. bersaing dengan barang atau jasa yang sejenis

B. mengakomodir permintaan pasar

C. mewujudkan visi misi perusahaan

D. memproduksi barang atau jasa sesuai target yang ditetapkan

E. memperoleh kepuasaan pelanggan

3. Suatu iklan produk baru varian mie instan memiliki slot iklan yang banyak dalam waktu tertentu. Hal ini merupakan langkah perusahaan dalam….

A. mengenalkan produk baru

B. promosi produk baru

C. meningkatkan target penjualan

D. mengetahui kepuasan konsumen

E. mengetahui keinginan pasar

4. Target penjualan produk atau layanan jasa akan dapat tercapai apabila strategi dilakukan dengan efektif. Berikut langkah-langkah yang ditempuh oleh divisi pemasaran agar produk atau layanan jasa dapat terpenuhi dan mencapai target penjualan, kecuali….

A. komunikasi yang baik

B. display yang menarik

LIVEWORKSHEETS

C. strategi penawaran harga yang baik

D. pemberian bonus

E. meningkatkan produksi produk

5. Konsumen dapat mengetahui dan membeli suatu produk yang dipasarkan oleh produsen dengan uang ataupun barang lain yang senilai melalui pemasaran. Dalam hal ini, pemasaran dalam bisnis sudah mencakup fungsi….

A. pertukaran

B. penyimpanan

C. pendistribusian

D. perantara

E. pendistribusian dan penyimpanan

6. Fungsi penjualan merupakan salah satu fungsi yang mendukung fungsi pertukaran. Pada fungsi penjualan….

A. detail produk dan layanan jassa diperhatikan agar sesuai dengan kriteria yang diinginkan konsumen

B. penjual dan pembeli dipertemukan langsung maupun tidak langsung melalui perantara seperti agen, sales

C. pembeli atau konsumen mendapatkan produk atau layanan jasa yang disediakan

D. pembeli memiliki kebebasan memilih produk atau layanan jasa yang diinginkan

E. baik penjual maupun pembeli tidak saling bertemu sementara penjualan dialihkan melalui pasar online

7. Perusahaan mengusahakan produk dan layanan jasa baik kualitas maupun kuantitas yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan konsumen. Dalam hal ini fungsi yang mendukung fungsi pertukaran adalah….

A. fungsi penjualan

B. fungsi pembelian

C. fungsi distribusi

D. fungsi penyimpanan

E. fungsi perantara

8. Di bawah ini hal-hal yang termasuk dalam fungsi penyimpanan dan pendistribusian adalah….

A. pemprosesan

B. penyimpanan atau penggudagan

C. pemprosesan dan penyimpanan atau penngudangan

LIVEWORKSHEETS

D. pemprosesan dan pengangkutan

E. pemprosesan, penyimpanan dan pengangkutan

9. Suatu produk mengalami pengolahan dan pengemasan untuk siap dijual kepada konsumen. Maka dalam hal ini, produk sudah melalui tahapan….

A. pemprosesan

B. penyimpanan atau penggudangan

C. pemprosesan dan penyimpanan atau penngudangan

D. pemprosesan dan pengangkutan

E. pemprosesan, penyimpanan dan pengangkutan

10. Produk yang sudah jadi sampai pada saat siap untuk disalurkan kepada konsumen. Tahapan ini disebut….\

A. pemprosesan

B. penyimpanan atau penggudangan

C. pemprosesan dan penyimpanan atau penngudangan

D. pemprosesan dan pengangkutan

E. pemprosesan, penyimpanan dan pengangkutan

11. Pemindahan produk dari produsen kepada agen-agen atau langsung ke konsumen akhir merupakan tahapan….

A. pemprosesan

B. penyimpanan atau penggudangan

C. pemprosesan dan penyimpanan atau penngudangan

D. pemprosesan dan pengangkutan

E. pemprosesan, penyimpanan dan pengangkutan

12. Perantara dalam sebuah marketing memiliki beberapa fungsi sebagai berikut, kecuali….

A. pembiayaan

B. pencarian informasi

C. membuat keputusan seputar manajemen

D. pengelompokan produk

E. penyampai produk ke konsumen

LIVEWORKSHEETS

13. Marketing selain berperan sebagai sales dan promosi juga harus dapat berperan dalam hal riset dan pengembangan produk. Hal ini dilakukan dengan….

A. berkoordinasi dengan pihak produksi perihal produk dan layanan jasa yang akan dibuat

B. memastikan bahwa produk yang dijual dapat memenuhi kebutuhan pasar yang berubah-ubah dan up to date

C. memberikan angket kepada calon pembeli

D. memberikan survey kepuasaan pelanggan

E. melaporkan tentang apa yang terjadi di lapangan kepada atasan

14. Riset dan pengembangan produk atau layanan jasa oleh marketing bertujuan….

A. meningkatkan minat pembeli

B. memperoleh pelanggan baru

C. meningkatkan penjualan dan laba perusahaan

D. membuat produk baru

E. memberikan kesempatan pelanggan untuk memilih produk yang diinginkan

15. Konsep marketing communication sangat diperlukan sebagai komunikasi marketing dalam tugasnya….

A. menjalin hubungan antar karyawan

B. menyampaikan pesan dari perusahaan kepada konsumen

C. memberikan ulasan lengkap kelemahan dan kelebihan tentang produk kepada konsumen

D. melaporkan kepada atasan tentang situasi pasar yang terjadi

E. menjalankan ketentuan-ketentuan perusahaan dalam bidangnya

16. Jenis pemasaran dimana permintaan dan penawaran bertemu melalui media online untuk selanjutnya melakukan transaksi adalah….

A. public relation marketing

B. relationship marketing

C. digital cloud marketing

D. word of mouth marketing

E. call to action

17. Jenis pemasaran yang lebih dominan untuk bekerja sama dengan sebuah media informasi publik yang besar untuk bersama-sama mengenalkan dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya penggunaan produk yang dihasilkan oleh mereka merupakan ciri dari jenis pemasaran….

A. public relation marketing

LIVEWORKSHEETS

B. relationship marketing

C. digital cloud marketing

D. word of mouth marketing

E. call to action

18. Strategi khusus yang dilakukan agar supaya konsumen bersedia mengajak konsumen lain untuk menggunakan produk merupakan karakteristik….

A. public relation marketing

B. relationship marketing

C. digital cloud marketing

D. word of mouth marketing

E. call to action

19. Sebuah restoran baru membuat strategi marketing melalui media sosial instagram dengan menggadakan kontes foto berhadiah untuk pengunjung saat menikmati menu makanan yang kemudian harus dibagikan ke media sosial tersebut dengan menandai minimal tigas orang temannya. Pengunjung yang beruntung akan mendapatkan hadiah uang dan voucher makan di restoran tersebut. Strategi yang dipakai dalam pemasaran tersebut….

A. public relation marketing

B. relationship marketing

C. digital cloud marketing

D. word of mouth marketing

E. call to action

20. Seorang pemilik toko pakaian membuat website penjualan yang menyediakan berbagai informasi produk yang dijual. Pemilik juga menyewa jasa SEO untuk memperoleh penayangan dan peringkat website yang bagus dimesin pencarian. Hal tersebut dilakukan agar meningkatkan trafik pengunjung dan kemudian tercipta transaksi melalui website tersebut. Dalam hal ini pemilik toko tersebut melakukan teknik pemasaran….

A. public relation marketing

B. relationship marketing

C. digital cloud marketing

D. word of mouth marketing

E. call to action

LIVEWORKSHEETS