



MILLIONS

MANAGEMENT SOLUTIONS

MANAJEMEN PEMASARAN

EXERCISE

FINAL EXAM

2013/2014

Soal 1

Strategi "iPhone Murah" yang Tidak Murah

Penulis: Oik Yusuf | Rabu, 11 September 2013 | 20.46 WIB



KOMPAS.com - Sebelum kemunculannya, iPhone 5C ramai diberitakan sebagai iPhone versi "murah" yang menasar segmen menengah. Harganya diperkirakan berada pada kisaran 400 hingga 500 dollar AS.

Namun, seperti dikutip dari *The Verge*, kenyataan yang terjadi sedikit berbeda dari ekspektasi karena iPhone 5C masih termasuk relatif "mahal" dengan kisaran harga mencapai 549 dollar AS atau Rp 6,2 juta untuk versi 16GB tanpa kontrak.

iPhone 5C merupakan jawaban Apple atas ancaman smartphone [Android](#) di segmen menengah. Spesifikasi teknis yang mencakup prosesor A6, layar 4 inci, kamera depan, baterai yang relatif besar, dan *casing* plastik menegaskan hal tersebut.

Posisi harga iPhone 5C terjepit iPhone 5S di segmen atas dan iPhone 4S 8GB di segmen bawah. Pada dasarnya, perangkat ini merupakan iPhone 5 yang terbungkus balutan cangkang plastik warna-warni untuk menarik konsumen dengan desain baru.

Tingkatkan margin

Lalu, untuk apa Apple merilis produk ini? iPhone 5C sekaligus menggantikan iPhone 5 yang produksinya dihentikan, mungkin agar keduanya tak bersaing langsung. Ketimbang menurunkan harga model terdahulu, Apple memperkenalkan model baru yang dihargai lebih murah.

Langkah tersebut agaknya dilakukan untuk menawarkan produk yang sesuai di tengahnya menurunkan harga jual rata-rata iPhone (ASP) di pasar-pasar yang sensitif harga seperti China. Pada 2009 lalu, ASP iPhone berada di kisaran 613 dollar AS. Tapi pada kuartal kedua tahun ini angka tersebut turun menjadi 581 dollar AS.

Apple masih menawarkan iPhone 4S di lini bawah dengan kapasitas *storage* yang dipangkas menjadi 8GB. Akan tetapi, jika Apple berhasil menarik konsumen untuk membeli iPhone 5C ketimbang iPhone 4S, margin yang diambil oleh perusahaan itu mungkin bias dipertahankan atau malah ditingkatkan.

Dibanding model lama yang sudah mulai terasa kuno, iPhone berwarna-warni yang berisi hardware iPhone generasi terdahulu boleh jadi akan terlihat lebih menarik di mata konsumen. Lagi pula, selama ini Apple memang terkenal bisa mendorong konsumen agar membelanjakan lebih banyak uang untuk perangkat yang sedikit lebih bagus.

Sumber

<http://tekno.kompas.com/read/2013/09/11/2046245/strategi.iphone.murah.yang.tidak.murah>

Pertanyaan :

- Jelaskan strategi harga apa yang dilakukan oleh iPhone 5c?
- Menurut Anda, mengapa Apple melakukan strategi harga tersebut? Apa kelebihan dan kekurangan bagi Apple dengan menerapkan strategi harga tersebut?
- Menurut Anda, apakah strategi ini merusak *positioning* Apple ?

Soal 2

- Bandungkan model *traditional one-to-many marketing communication* dengan model *many-to-many communication* yang terbaru! Apa yang membuat terjadinya pergeseran model komunikasi ini? Sebutkan kelebihan dan kekurangan model komunikasi baru tersebut bagi para *marketer*!
- Jelaskan pengertian dari *Public Relations* (PR) dan *publicity*. Berikan juga 3 PR *tactics* beserta penjelasannya.

Soal 3

Anda saat ini menjabat sebagai seorang manajer sebuah merek mobil ternama yang saat ini sedang mengalami penurunan penjualan karena seringnya merek mobil yang Anda jual tersebut mengalami kecelakaan di jalanan,

Sebutkan 5 bentuk kunci promosi *direct marketing (key forms of direct marketing)* menurut Solomon. Aplikasikan 5 bentuk promosi tersebut untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi perusahaan Anda sehingga dapat meningkatkan penjualan mobil tersebut.

Soal 4

- a. Adakah keterkaitan antara *Supply-Chain Management* dengan saluran distribusi (*Distribution Channel*)? Jelaskanlah!
- b. Sebutkan dan jelaskanlah fungsi dari saluran distribusi!

Soal 5

Jelaskan apa yang dimaksud dengan "*store image*" dan jelaskan elemen-elemen *store image*. Berikan contoh deskripsi *store image* dari toko ritel yang Anda kunjungi untuk tugas kelompok Anda.

Soal 6

Dalam McCarthy dkk, salah satu kritik untuk pemasaran adalah bahwa pemasaran cenderung membuat konsumen materialistik (*marketing makes people materialistic*). Jelaskan argument yang pro dan kontra terhadap pernyataan ini. Bagaimana sikap Anda?