



**MILLIONS**

**MANAGEMENT SOLUTIONS**

# MANAJEMEN PEMASARAN

MID-TERM EXAM

2013/2014

## Soal 1 (15%)

Dewasa ini Indonesia tengah dilanda *over demand* dalam banyak kategori sehingga konsumsi tumbuh berkali lipat. Akibatnya kuantitas sumber daya yang tersedia semakin menipis, dan kualitasnya juga kian menurun seiring dengan tingginya eksploitasi. Penduduk semakin padat, daya beli meningkat, barang impor membanjiri pasar, dan kota-kota besar bermunculan menjadi sentra ekonomi yang melahirkan kelas menengah baru Indonesia.

Asia Development Bank (2010) mendefinisikan kelas menengah dengan rentang pengeluaran perkapita perhari sebesar US\$2-20. Rentang inilah yang kini banyak dipakai untuk mengukur jumlah kelas menengah di Indonesia. Rentang pengeluaran perkapita tersebut dibagi lagi ke dalam tiga kelompok yaitu masyarakat kelas menengah bawah (*lower middle class*) dengan pengeluaran per kapita per hari sebesar US\$2-4; kelas menengah tengah (*middlemiddle class*) sebesar US\$4-10; dan kelas menengah atas (*upper-middle class*) US\$10-20 (Purchasing Power Parity tahun 2005). Dengan rentang pengeluaran US\$2-20 maka didapatkan jumlah kelas menengah Indonesia sebanyak 134 juta (2010) atau sekitar 56% dari seluruh penduduk.

Dalam surveinya, *McKinsey Global Institute* menyebut kelas menengah dengan istilah "*consuming class*". Definisinya adalah individu yang memiliki pendapatan sebesar US\$ 3600 (PPP, 2005) ke atas. Dengan definisi ini, maka jumlah kelas menengah kita mencapai 45 juta pada tahun 2010 dan akan meroket menjadi 134 juta pada tahun 2030. Kelas menengah sesungguhnya tidak melulu ditentukan secara kuantitatif dengan indikator pendapatan dan pengeluaran semata. Berbagai indikator kualitatif lain bisa digunakan seperti tingkat pendidikan, akses pada layanan kesehatan, pekerjaan, bahkan indicator psikografis seperti tingkat melek investasi, wawasan pengetahuan, atau kesadaran partisipasi politik.

### Pertanyaan:

- Berikanlah analisis saudara terhadap *consumer needs & consumer wants* yang berpotensi muncul dengan fenomena di Indonesia seperti di atas.
- Jika Anda memiliki modal untuk mengembangkan sebuah produk, produk apakah yang ingin Anda buat? Jelaskan pula strategi pemasaran yang relevan untuk memasarkan produk tersebut.

## Soal 2

- a) Sebutkan dan jelaskan dengan singkat 5 langkah dalam melakukan perencanaan strategis (*Strategic Planning*), kemudian jelaskan dengan lengkap mengenai Product-Market Growth Matrix yang dapat digunakan perusahaan dalam langkah terakhir dari proses perencanaan strategis tersebut.
- b) Perusahaan perlu melakukan analisis lingkungan eksternal agar siap menghadapi segala tantangan dan peluang yang ditawarkan lingkungan eksternal tersebut. Jelaskan dengan lengkap faktor-faktor apa saja yang harus dipertimbangkan perusahaan dalam menganalisis lingkungan eksternalnya.

## Soal 3 (20%)

Metallica adalah sebuah band Amerika Serikat beranggotakan empat orang yang beraliran *heavy metal*. Band ini pertama kali didirikan di Los Angeles pada tahun 1981. Anggotanya sekarang adalah James Hetfield, Lars Ulrich, Kirk Hammett dan Robert Trujillo. Band ini mencapai puncak popularitasnya di awal tahun 1990-an dengan album Metallica (*The Black Album*) yang mencapai penjualan quadruple platinum (empat juta keping) dan menjadi album nomor satu di delapan negara Amerika dan Eropa. Bacalah kasus di bawah ini terkait konser Metallica di Jakarta dan jawablah pertanyaan-pertanyaannya!

**Dewi Safitri**

Produser BBC Indonesia

26 Agustus 2013 - 12:22 WIB



GBK yang berkapasitas 80 ribu terisi sebagian besarnya pada Minggu malam.

**Konser grup music cadas asal California, AS, Metallica mendapat banyak pujian dan**

**berlangsung aman saat dipentaskan Minggu (25/08) malam di lapangan sepak bola Gedung Olah Raga Bung Karno, Jakarta.**

Panggung musik hingar-bingar ini berlangsung dua jam tanpa jeda, menampilkan nomor-nomor terbaik Metallica dalam sedikitnya 18 lagu. Puluhan ribu penonton yang sangat menikmati pertunjukan ini nampaknya sangat mengesankan empat pemain yang jejingkrakan di panggung. Kuartet musik keras yang sudah sembilan kali dianjar penghargaan Grammy di AS ini sudah pernah manggung di Jakarta 20 tahun lalu. Saat itu dua hari konser di Stadion Lebak Bulus ditutup dengan rusuh massa yang ditandai dengan pembakaran dan perusakan ratusan bangunan dan kendaraan.

Jejak kerusuhan tahun 1993 itu sama sekali tak nampak dalam konser yang terutama dipadati kelompok fans usia di atas 30 tahun, mereka yang sejak bocah menggemari jenis musik riuh ini. Selain Hetfield dan Hammet, Metallica juga diawaki Lars Ulrich (drum) dan Robert Trujillo (bass). Gubernur Jokowi yang dikenal sangat menggemari music keras, semalam juga tampil berkaos hitam menonton konser dengan takzim berdiri di tengah barisan penonton kelas festival. Dengan sangat simpatik, berkali-kali Hetfield melontarkan kalimat sapaan dan candaan yang disambut tepuk sorak barisan penonton fanatiknya.



Hatfield tak nampak beranjak tua, atau kelelahan, meski menyanyi non-stop.

Dari belasan repertoar yang dimainkan, hampir seluruhnya dimainkan dengan musik dan vocal yang sangat bertenaga, termasuk saat Master of Puppets, Creeping Death, Seek and Destroy dilantunkan dan disambut penonton dengan *headbanging* dan acungan jari yang membentuk tanduk ke udara. Tercatat hanya Nothing Else Matters nomor relatif lembut yang dibawakan oleh Metallica. Dengan usia awak band rata-rata mendekati setengah abad, termasuk Hetfield yang genap 50 tahun, penampilan penuh tenaga ini dipuji fans.

Pujian juga datang dari sekelompok anak belasan tahun yang mengaku datang karena "penasaran pada cerita para senior" di sekolah. Mario Pratama, 17, bersama empat kawan dari Ciputat nonton untuk menuntaskan rasa ingin tahu pada Metallica. "Ternyata memang bagus sekali, sekali dalam 20 tahun *man*," pujiannya sambil mengacungkan tiga jari salam metal.

## Matang

Meski Jakarta sudah menjadi sarang konser musisi ternama dunia dalam beberapa tahun terakhir, konser Metallica kelihatan dianggap istimewa di mata penggemar. Sepanjang akhir pekan media nasional menyiarkan berbagai sisi tentang penyelenggaraan pentas musik ini, termasuk bagaimana calon penonton rela datang dari berbagai daerah dan menginap di tenda seadanya agar bisa mengirit uang untuk menonton Metallica manggung.

Nicolaj Andersen datang dari Bali juga khusus untuk menonton setelah terakhir menonton penampilan grup keras ini di Kopenhagen, 20 tahun lalu saat baru berusia 14 tahun." Ini konser yang cukup emosional buat saya, karena mereka adalah idola masa kecil saya posternya ada di dinding kamar," kata warga Denmark ini. Yang menarik perhatiannya, menurut Andersen selain fisik yang tampak sangat prima adalah perubahan grup yang dinilainya merupakan buah 'kematangan' usia para awak, terutama sang motor band, James Hetfield.

## Pertanyaan:

a) Berdasarkan kasus tersebut di atas, jelaskan faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang dapat mempengaruhi para fans Metallica dalam membeli tiket dan menonton konser Metallica?

b) Menurut Anda, variabel segmentasi apa saja yang dapat digunakan oleh promotor konser Metallica? Jelaskan! Segmen manakah yang kira-kira menjadi target utama dari konser ini?

**Soal 4 (15%)**

Apa sajakah perbedaan antara pelanggan *business-to-business* (B2B) dan *business-to-consumer* (B2C)? Bagaimana perbedaan-perbedaan tersebut dapat mempengaruhi strategi pemasaran? Jelaskan tipe-tipe pembelian dalam pasar B2B dan jelaskan perbedaan strategi pemasaran untuk tiap tipe pembelian tersebut!

**Soal 5 (30%)**

- a) Jelaskan mengenai klasifikasi produk konsumen dan produk bisnis. Berikan contoh masing-masing.
- b) Jelaskan konsep *Product Life Cycle* (PLC), gambarkan kurvanya dan jelaskan strategi pemasaran yang relevan untuk tiap tahapan dalam PLC.
- c) Jelaskan pengertian jasa, dan jelaskan karakteristik jasa beserta contohnya, serta jelaskan apa saja implikasi strategi pemasaran untuk masing-masing karakteristik jasa tersebut.