



MILLIONS

MANAGEMENT SOLUTIONS

**MANAJEMEN PRODUK
DAN HARGA
EXERCISE
MID TERM EXAM
ODD SEMESTER
2015/2016**



UJIAN TENGAH SEMESTER

SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2015/2016

Mata Kuliah	: Manajemen Produk dan Harga
Pengajar	: Tim Dosen/Tim Asisten Dosen
Hari, Tanggal	: Jumat, 23 Oktober 2015
Waktu	: 08.30 – 11.00 (2,5 jam)
Sifat Ujian	: Open Book and Hardcopy Notes

Petunjuk Pengerjaan:

- Kerjakan **semua** soal di bawah ini menggunakan **pulpen**.
- Tidak boleh menggunakan kalkulator.
- Pengerjaan soal boleh tidak berurutan, tetapi dalam satu soal yang sama, subsoal harus dikerjakan secara berurutan.

Soal 1 (Bobot 15%)

- a. Jelaskan secara komprehensif ide produk baru yang dikerjakan kelompok Anda. Penjelasan Anda harus mencakup *core benefit*, *formal product*, dan *augmentation*. (10%)
- b. Crawford dan DiBenedetto menjelaskan beberapa jenis kategori produk baru. Termasuk ke dalam kategori produk baru macam apakah produk Anda? Jelaskan jawaban Anda. (5%)

Soal 2 (Bobot 20%)

Buatlah sebuah *Product Innovation Charter* (PIC) untuk produk atau jasa yang sedang kalian kembangkan (Dalam membuat jawaban silahkan mengacu ke bagian "*How to Prepare a Product Innovation Charter*" pada Bab 3 buku Crawford dan DiBenedetto).

Soal 3 (Bobot 20%)

Jelaskan konsep A-T-A-R, kaitkan dengan teori *diffusion of innovation* dan jelaskan manfaatnya bagi manajer. Kemudian, buatlah A-T-A-R Model untuk produk atau jasa Anda.

Soal 4 (Bobot 20%)

- a. Jelaskan alasan pentingnya melakukan *product use testing* dengan menguraikan keuntungan dan kerugian yang mungkin muncul dari keputusan seorang manajer untuk melakukan atau tidak melakukan *product use testing* (Anda boleh menjelaskan dengan gambar). (15%)
- b. Sebutkan dan jelaskan pengetahuan apa saja yang bisa diperoleh seorang manajer dengan melakukan *product use testing*. (5%)

Soal 5 (Bobot 25%)

- a. Jelaskan secara komprehensif segmentasi dan target pasar dari produk atau jasa Anda, kemudian buatlah *product positioning statement*-nya. (10%)
- b. Jelaskan *strategic platform decisions* untuk *launching* produk baru Anda (yaitu mencakup *permanence*, *aggressiveness*, *competitive advantage*, *competitive relationship* dan *scope of market entry*). Sertakan alasan dari masing-masing keputusan yang Anda buat. (15%)

-Semoga sukses-