

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Pertama

Sidang 1993/94

Oktober - November 1993

AMP 401 - PENGURUSAN JUALAN

Masa: [3 jam]

**ARAHAN**

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **TIGA** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab **SEMBILAN** soalan. Soalan di Bahagian A adalah **WAJIB**. Pilih **TIGA** soalan dari Bahagian B dan **LIMA** soalan dari Bahagian C.

**Bahagian A - (WAJIB)**

1. **WANITA MAJU BHD**

Wanita Maju Bhd adalah sebuah gedung pencetakan utama yang mempunyai 3 majalah wanita yang utama di dalam pasaran. Pengurus jualan bercadang mengubah plan kawasan daripada kaedah potensi jualan kepada kaedah yang lebih realistik iaitu indeks kuasa beli yang diasaskan berdasarkan wajaran beberapa faktor.

Pengiraan ramalan jualan dan lain-lain komponen ingin dilakukan untuk tahun depan.

**Data Pasaran:**

Kawasan	Peratusan dari Jumlah Jualan Runcit	Peratusan dari Jumlah Isirumah	Peratusan Dari Jumlah Pendapatan Negara	Peratusan dari Jumlah Jualan Syarikat
Perlis	4	6	7	2
Kedah	6	8	9	6
Kelantan	5	9	7	3
Terengganu	4	5	5	3
Perak	5	6	7	4
Penang	12	8	19	21
Pahang	6	6	9	5
Selangor	15	9	22	25
N. Sembilan	3	3	5	3
Melaka	2	3	3	3
Johor	8	6	14	12
Sabah/ Sarawak	30	31	14	13

Wajaran yang dicadangkan bagi penggunaan data di atas adalah seperti berikutan:

Peratusan dari jumlah jualan runcit	2
Peratusan dari jumlah isirumah	4
Peratusan dari jumlah pendapatan negara	4

**Fakta Pasaran:**

- (i) Jumlah potensi pasaran bagi majalah wanita diberikan sebagai MR0.35 satu isirumah bagi satu bulan. Nilai ini bagaimanapun dikira untuk 3.7 juta keluarga di Malaysia.
- (ii) Wanita Maju mempunyai kuasa penembusan 38% dalam segmen majalah wanita.
- (iii) Syer pasaran Wanita Maju masa kini ada lah 50% daripada permintaan dan dijangka akan bertambah sebanyak 25% tahun depan.

Daripada semua maklumat ini, kira yang berikut:

- (a) Potensi pasaran untuk pasaran Majalah wanita.
- (b) Ramalan pasaran untuk segmen ini.
- (c) Ramalan jualan dan nisbah penembusan bagi setiap negeri di Malaysia.

[30 markah]

**Bahagian B**

- 2.(a) Bincangkan kepentingan Ramalan Jualan dalam pemasaran produk dan perkhidmatan.
- (b) Apakah kaedah ramalan berlainan yang boleh digunakan dan applikasi ramalan dalam pengurusan jualan.
- (c) Apakah perbezaan diantara Indeks Kuasa Beli dan Indeks Sentimen Pengguna?

[15 markah]

- 3.(a) Jualan profesyenal merupakan "a sequential step by step activity". Apakah langkah-langkah dalam proses jualan?
- (b) Bincangkan tiga pendekatan jualan kepada
  - (i) pengguna lampau,
  - (ii) bukan pembeli,
  - (iii) pembeli jenama pesaing.

[15 markah]

...3/-

- 4.(a) Bincangkan bagaimana ramalan jualan, plan kawasan, liputan kawasan, kuota dan belanjawan jualan diintegrasikan di dalam Model Campuran Pengurusan Jualan (Sales Management Mix Model).
- (b) Apakah kaedah berlainan yang boleh digunakan untuk membentuk belanjawan jualan? Bincangkan ciri-ciri dan kekurangan jika ada bagi setiap kaedah.
- [15 markah]
- 5.(a) Bincangkan faktor-faktor yang menentukan struktur sebuah organisasi jualan fungsian.
- (b) Apakah yang dimaksudkan dengan Penjual Semula Tambah Nilai (Value Added Reseller)? Bagaimanakah saluran jenis ini mengurangkan saiz sesuatu organisasi jualan?
- [15 markah]
- 6.(a) Apakah pertimbangan utama dalam menetapkan komponen tetap dan insentif dalam Plan Pampasan seseorang jurujual.
- (b) Apakah yang anda faham dengan istilah "reasonable man doctrine" dalam penilaian perbelanjaan seseorang jurujual?
- [15 markah]
- 7.(a) Bincangkan pelbagai kaedah penilaian prestasi sesuatu pasukan jualan.
- (b) Apakah yang dimaksudkan dengan istilah "iceberg principle" dan "concentration principle" dalam analisis prestasi jurujual?
- [15 markah]

Bahagian C

8. Tulis nota ringkas mengenai LIMA dari yang berikut:
- (i) "Prospecting."
  - (ii) Kitaran jualan dan kitaran perjalanan.
  - (iii) Pendekatan Bottom Up dan Top Down dalam perancangan.
  - (iv) Analisis portfolio dalam peruntukan kawasan.
  - (v) Kuota jualan.
  - (vi) Jualan berpasukan dan jualan sistem.
  - (vii) Temuduga "stress" dalam merekrut jurujual.
  - (viii) Jualan langsung dalam sistem pemasaran menegak.
  - (ix) "Curbstone Conference".
- [25 markah]

