

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua  
Sidang Akademik 2004/2005

Mac 2005

**JTW 241 – PRINSIP PEMASARAN**

Masa : 3 jam

---

Sila pastikan kertas peperiksaan ini mengandungi ENAM muka surat bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab SOALAN NO.1 yang diwajibkan dan TIGA soalan lain.

Sila pastikan bahawa anda telah menulis angka giliran dengan betul. Tuliskan angka giliran di setiap kertas jawapan anda.

Setiap soalan diperuntukkan 25 markah.

Baca arahan dengan teliti sebelum anda menjawab soalan.

**SOALAN WAJIB****SOALAN 1 (25 markah)**

Baca Keratan akhbar di dalam **Lampiran A** dan jawab soalan berikut:

- (a) Pengerusi Eksekutif Kumpulan Bonia, Chiang Sang Sem yakin Logo baru syarikatnya akan dapat meningkatkan perolehan, pengembangan operasi luar negara dan pertambahan keyakinan pelanggan terhadap syarikat. Sila bincang strategi-strategi syarikat ini dan beri cadangan kamu yang dapat meningkatkan perolehan dan pengembangan syarikat. Kenalpasti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman syarikat.
- (20 markah)
- (b) Mengapa Logo, seperti juga Jenama, penting kepada produk selain dari kualiti yang baik?
- (5 markah)

**Jawab TIGA (3) soalan.**

**SOALAN 2 (25 markah)**

Perbadanan Nasional Sdn. Bhd. (PNS) baru-baru ini telah menggariskan 5 strategi bagi melahirkan sekurang-kurangnya 50 francaisor dan 1000 francais baru di negara ini. Antara strateginya ialah membangunkan produk francais sama ada yang bersifat tempatan ataupun luar negara. Menurut Pengurus Besar PNS, mereka akan cuba mengembangkan atau mengenalpasti produk tempatan yang boleh diketengahkan menerusi perniagaan francais.

- (a) Berikan contoh syarikat yang menjalankan usaha francais di Malaysia (tempatan atau luar negara) dan apakah kebaikan dan keburukan format perniagaan francais?
- (10 markah)
- (b) Sekiranya kamu dilantik sebagai pakar perunding, apakah cadangan/nasihat yang dapat kamu berikan kepada PNS dalam merealisasikan harapannya melahirkan 50 francaisor dan 1000 francais?
- (15 markah)

**SOALAN 3 (25 Markah)**

Baca Keratan akhbar di dalam **Lampiran B** dan jawab soalan berikut:

- (a) Menurut Pengarah Urusan senQ, strategi potongan harga syarikat berkenaan telah menyebabkan orang ramai menyerbu masuk di premis senQ sebaik sahaja majlis perasmianya. Pada pendapat kamu adakah sambutan yang diberi ini bersifat sementara dan selepas strategi potongan harga berakhir orang ramai tidak lagi menyerbu ke kedai berkenaan? Bincangkan dengan memberi alasan yang munasabah.

(10 markah)

- (b) SenHeng dikatakan telah melabur sebanyak RM25 juta untuk membuka 10 cawangan di seluruh Malaysia. Dengan mengambilkira strategi-strategi pemasaran yang disebut di dalam keratan akhbar ini adakah kamu yakin syarikat ini dapat terus mengaut keuntungan? Bincangkan.

(15 markah)

**SOALAN 4 (25 markah)**

Bincangkan dan beri contoh yang bersesuaian.

- (a) Situasi Keluaran yang berada di peringkat pengenalan dan kemerosotan.
- (b) Situasi Matriks Portfolio Keluaran yang dikenali sebagai bintang dan keluaran lemah (anjing).
- (c) Bagaimana faktor-faktor teknologi dan demografi (persekitaran makro) mempengaruhi kejayaan syarikat?

(8 markah)

(8 markah)

(9 markah)

**SOALAN 5 (25 markah)**

- (a) Lakarkan rangkaian saluran pengedaran dan beri penerangan setiap saluran.
- (b) Berikan 2 dari 3 jenis Intensiti Aktiviti Pengedaran yang kamu faham.
- (c) Terangkan 3 fungsi yang dimainkan oleh orang tengah dan bincangkan fungsi-fungsi berkenaan.

(5 markah)

(8 markah)

(12 markah)

...4/-

**SOALAN 6 (25 markah)**

- (a) Apakah yang dimaksudkan dengan Campuran Promosi? Huraikan setiap satu dengan contoh yang jelas.  
(12 markah)
- (b) Terdapat LIMA (5) langkah-langkah di dalam membentuk komunikasi yang baik. Senaraikan setiap satu dan bincangkan dengan jelas.  
(13 markah)

**SOALAN 7 (25 markah)**

- (a) Kitaran hayat sesuatu keluaran menjadi semakin pendek. Mengapa fenomena ini berlaku?  
(8 markah)
- (b) Mengapa pemetaan amat perlu kepada pemasar dan pemetaan demografi lebih banyak digunakan oleh pihak pengeluar? Bincangkan.  
(17 markah)

LAMPIRAN A**Perolehan Bonia Diunjur Naik 15 Peratus Tahun Depan**

KUALA LUMPUR 22 Dis. – Bonia Corporation Bhd. (Bonia), pengeluar pakaian lelaki, kasut, barangan kulit dan aksesori mengunjurkan peningkatan perolehan antara 10 hingga 15 peratus dalam tahun kewangan 2005.

Bagi tahun kewangan berakhir pada 30 Jun 2004, Bonia mencatatkan perolehan berjumlah RM150 juta, kata Pengarah Urusan Kumpulannya, Albert Chiang pada majlis pelancaran logo baru syarikat itu di sini hari ini.

Logo baru itu dilancarkan oleh Pengerusi Eksekutif Kumpulan Bonia, Chiang Sang Sem.

Chiang menambah, peningkatan perolehan itu bakal dijana oleh pengembangan operasi luar negara selain pertambahan dan keyakinan pelanggan berikutan pelancaran logo baru syarikat itu.

Katanya, pelancaran logo terbaru itu juga mencerminkan kesungguhan syarikat untuk bersaing dan mengukuhkan kedudukan di peringkat global.

“Dengan logo baru ini juga kami berharap dapat bekerja ke arah membentuk sebuah syarikat yang lebih utuh dan mencatatkan lebih banyak keuntungan dan kejayaan,” katanya lagi.

Ditanya mengenai peluasan operasinya di Asia Barat, Chiang berkata, Bonia dijangka membuka butik pertamanya di Jeddah, pada bulan Februari ini.

Beliau berkata, pembukaan itu dibuat berdasarkan kajian yang menunjukkan penduduk di Asia Barat, menghargai barangan Bonia berdasarkan aspek kualiti, reka bentuk dan jenamanya.

“Pembukaan butik Bonia di Jeddah ini tidak membabitkan sebarang pelaburan memandangkan mereka (rakan niaga) akan bertindak sebagai pengedar sah produk jenama Bonia di Jeddah,” kata beliau sambil menambah rakan niaga Bonia di Jeddah akan menghantar pengurus butiknya ke Malaysia pada awal bulan hadapan untuk mendapat latihan pengurusan.

Mengenai cadangan pembabitannya dalam sektor hartanah, Chiang menjelaskan, ia bukan merupakan perniagaan teras syarikat tetapi sebaliknya hanya perniagaan sampingan yang dilaksanakan secara usaha sama dengan pihak ketiga.

Katanya melalui usaha sama itu, syarikat itu telah bersetuju untuk memajukan 1.84 hektar tanah di Taman Connaught dengan 100 buah pangsapuri yang dijangka siap dua tahun lagi.

**LAMPIRAN B****senQ yakin raih jualan RM2 juta melalui cawangan terbaru**

KUALA LUMPUR 16 Dis. – Pengendalian rangkaian kedai barangan elektrik Senheng Electric (KL) Sdn. Bhd. yakin mampu meraih pulangan sebanyak RM2 juta dalam tempoh empat hari hasil jualan pelbagai produk elektrik dan elektronik sempena pembukaan cawangan kelapannya, senQ Digital Station di Plaza Low Yat hari ini.

Pengarah Urusan, Lim Kim Heng berkata, keyakinan itu berdasarkan tawaran beliau pelbagai barangan terpilih sehingga 50 peratus.

Malah, potongan harga itu menyebabkan orang ramai menyerbu masuk di premis senQ sebaik sahaja majlis perasmianya.

“Potongan harga ini adalah untuk para pelanggan yang sentiasa memberi sokongan kepada kami, bukan itu sahaja malah mereka yang berminat untuk membeli barangan elektrik, pelbagai insentif turut disediakan,” katanya kepada Utusan Malaysia ketika ditemui selepas pelancaran senQ Digital Station di sini.

Bercakap kepada pemberita, Kim Heng berkata, beliau yakin komputer riba dan digital komputer menjadi produk paling laris sepanjang tempoh empat hari itu.

Selain dua barangan itu, produk-produk elektrik dan elektronik yang turut ditawarkan potongan harga ialah telefon bimbit, television, komputer, hampagas dan mesin faksimile.

Premis senQ terbaru itu teletak di tingkat empat dan mempunyai keluasan 18,000 kaki persegi, 10 kali lebih besar daripada premis Senheng yang sedia ada.

Menurut beliau, syarikat berkenaan membelanjakan sebanyak RM2 juta untuk kerja-kerja pembinaan cawangan baru tersebut.

Senheng mengenengahkan konsep itu untuk memastikan susun atur produk elektrik lebih kemas dan paling utama memudahkan pembeli mendapatkan produk pilihan mereka di bawah satu bumbung.

Dalam pada itu, Kim Heng memberitahu, kedai senQ Digital Station seterusnya akan dibuka di Sri Hartamas pada tahun depan.

Di Lembah Kelang, senQ Digital Station telah beroperasi di Sunway Pyramid Shopping Mall, South City Plaza, IOI Mall, Puchong, The Mall, Gurney Plaza dan Prangin Mall di Pulau Pinang dan Pletong Giant, Johor Bahru.

“Senheng melabur sebanyak RM25 juta untuk membuka 10 cawangan di seluruh Malaysia dalam tempoh tiga tahun,” ujarnya.