Nugraha Adhitama Haryono

XII MIPA 1

Tugas PKWU Promosi

A. Identifikasi jenis periklanan yang ada di sekitar tempat tinggal

No.	Produk	Bahan baku		Jenis promosi		
	modifikasi	Nabati	Hewani	Promosi	Penjualan	Promosi
	pengolahan			periklanan	tatap	publisity
	makanan				muka	
1.	Otak-otak asam		V		V	
	manis					

B. Latihan Soal

- 1. Perhatikan pernyataan di bawah ini!
 - 1) Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.
 - 2) Memberikan informasi
 - 3) Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan.
 - 4) Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan.

Yang termasuk tujuan promosi adalah...

- a. 1 dan 2
- b. 1 dan 3
- c. 1 dan 4
- d. 2 dan 3
- e. 2 dan 4
- 2. Pernyataan di bawah ini yang termasuk kelebihan dari promosi periklanan adalah...
 - a. Cakupan yang melihat iklan tersebut banyak, karena dapat disiarkan melalui media cetak dan siar.
 - b. Pencitraan produk akan lebih baik dengan *sales representative* yang handal.
 - c. Menghindari gangguan dan hambatan jadi calon konsumen bisa focus pada penjelasan sales representative.
 - d. Adanya atensi yang besar dari calon konsumen.
 - e. Karena diadakan di tempat keamaian, seperti pusat perbelanjaan dengan mengadakan *big sale* membuat banyaknya pengunjung dan konsumen meningkat dengan drastis.
- 3. Perhatikan pernyataan di bawah ini!
 - 1) Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.
 - 2) Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba.
 - 3) Menciptakan kesan (image).

- 4) Promosi merupakakn suatu alat mencapai tujuan Yang termasuk fungsi promosi adalah...
 - a. 1 dan 2
 - b. 1 dan 3
 - c. 2 dan 3
 - d. 2 dan 4
 - e. 3 dan 4
- 4. Jenis promosi non personal mengenai pelayanan usaha tertentu dengan cara membahas informasi dan berita tentang produk yang dijual. Jenis promosi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara yang begitu popular di media, hal tersebut merupakan...
 - a. Publicity
 - b. Tatap muka
 - c. Periklanan
 - d. Publicity dan priklanan
 - e. Pubilicty dan tatap muka
- 5. Promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen actual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau di masa yang akan datang, merupakan pendapat dari...
 - a. Sistaningrum
 - b. Gitosudarmo
 - c. Kotler
 - d. Sistaningrum dan Gitosudarmo
 - e. Sistaningrum dan Kotler