****

**UJIAN AKHIR SEMESTER 1**

**TAHUN PELAJARAN 2020/2021**

**Mata Pelajaran : Produk Kreatif dan Kewirausahaan**

**Kelas/Kompt. Keahlian : XII/ semua kompt keahlian**

**Hari /Tanggal : ......... Desember 2020**

**Waktu : 75 Menit**

**PETUNJUK UMUM :**

1. Tulislah terlebih dahulu nomor peserta dan nama Anda pada Lembar Jawaban Komputer (LJK) yang telah disediakan.
2. Periksa dan bacalah soal-soal lebih dahulu sebelum Anda menjawabnya.
3. Laporkan kepada Pengawas Ujian kalau terdapat tulisan yang kurang jelas, rusak atau jumlah soal kurang.
4. Jawablah Soal dengan cara mengarsir pada huruf jawaban a,b.c,d dan e yang benar di lembar jawaban yang telah disediakan
5. Periksalah pekerjaan Anda sebelum diserahkan kepada Pengawas Ujian.

SOAL

1. Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran agar bersedia mnerima, membeli dan loyal pada produk yang diawarkan perusahaan, ini adalah pendaat dari ……
   1. Faisal Afif
   2. DW Foster
   3. Basu Swasta
   4. Philip Khotler
   5. Fandy Ciptono
2. Secara garis besar, tujuan promosi dikelompokkan menjadi 3 yaitu, informing, persuasing, reminding. Berikut ini yang termasuk katagori persuasing adalah …….
   1. Menjelaskan cara kerja produk
   2. Membentuk pilihan merek
   3. Mengurangi rasa kekhawatiran konsumen
   4. Menyampaikan perubahan harga terhadap pasar
   5. Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk kita
3. Promosi adalah sebuah bentuk komunikasi. Namun, tentu tidak semua komunikasi merupakan promosi. Komunikasi dikatakan sebagai promosi apabila:
   1. Apabila komunikasi tersebut dibuat dalam format iklan yang menunjukkan adanya produk serta alasan-alasan membeli produk (appeals) dan nilai yang akan diperoleh konsumen (customer value).
   2. Apabila komunikasi digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), dan mengingatkan (to remind) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga.
   3. Apabila komunikasi tersebut diarahkan untuk menjaga relationship antara perusahaan dengan para konsumennya, sehingga kedua pihak sama-sama memperoleh keuntungan.
   4. Apabila komunikasi terjadi satu arah dari produsen ke konsumen untuk maksud menjual produk
   5. Apabila komunikasi tersebut mengandung upaya menggiring konsumen untuk membeli produk.
4. Berikut ini adalah tujuan promosi dalam konteks mengingatkan, kecuali …….
   1. Mengingatkan para konsumen bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan oleh mereka dalam waktu dekat
   2. Mendorong para konsumen untuk belanja pada saat itu juga
   3. Mengingatkan para konsumen akan tempat tempat yang menjual produk perusahaan
   4. Membuat para konsumen tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan
   5. Menjaga agar ingatan pertama konsumen pada poduk perusahaan
5. Iklan baris, iklan kolom, iklan display dan iklan advertorial adalah bentuk bentuk dari …..
   1. Iklan cetak
   2. Iklan elektronik
   3. Iklan visual
   4. Personal selling
   5. publicity
6. Promosi dalam bentuk lisan atau penglihatan produk tertentu kepada konsumen dengan tujuan mendorong mereka untuk melakukan pembelian adalah …..
   1. Iklan cetak
   2. Iklan elektronik
   3. Periklanan/advertising
   4. Personal selling
   5. publicity
7. Untuk mendesain komunikasi pemasaran yang efektif, di antara langkah-langkah merancang komunikasi yang efektif, langkah berikut perlu dilakukan:
   1. Menetapkan respon yang diinginkan
   2. Membuat rancangan iklan yang menarik.
   3. Membuat rancangan iklan yang mahal
   4. Melibatkan tokoh-tokoh masyarakat untuk mengangkat citra produk.
   5. Menggunakan artis terkenal sebagai duta merek.
8. Melalui Direct marketing konsumen dapat memperoleh manfaat berupa ….
   1. Penghematan uang dalam berbelanja
   2. Penghematan tenaga dalam berbelanja
   3. Penghematan waktu dalam berbelanja
   4. Memperluas jaringan kerja
   5. Peningkatan kredibilitas
9. Jenis media lini bawah adalah seperti di bawah ini kecuali……
   1. Pameran
   2. Direct marketing
   3. Point of purchase
   4. Merchandising schemes
   5. Kalender
10. Promosi penjualan dapat merangsang pembelian segera. Karena itu, promosi penjualan paling tepat digunakan dalam situasi:
    1. Konsumen masih ragu-ragu untuk membeli produk karena belum yakin akan kualitas produk.
    2. Konsumen merupakan kelompok yang memiliki potensi pembelian yang kuat terhadap produk kita
    3. Konsumen sudah siap membeli. Produk kita merupakan salah satu merek yang dipertimbangkan. Namun, konsumen belum mengambil keputusan dan masih ada dalam tahap mengevaluasi merek mana yang akan dibeli.
    4. Kualitas produk rendah, sehingga konsumen tidak berniat membelinya. Niat membeli baru dapat dirangsang dengan menawarkan hadiah atau insentif.
    5. Konsumen kecewa dengan produk, sehingga untuk mengimbanginya, diberikanlah hadiah atau insentif untuk mengurangi kekecewaan itu
11. Pemilihan metoda promosi tergantung pada berbagai factor sebagai berikut, kecuali…..
    1. Tipe pasar. Untuk pasar konsumen utamakan iklan, diikuti promosi penjualan, perjualan personal, Public Relation dan pemasaran langsung. Untuk pasar bisnis utamakan penjualan personal, diikuti oleh promosi penjualan, pemasaran langsung, iklan, dan Public Relation.
    2. Kredibilitas sumber pesan. Apabila tinggi, perusahaan dapat menggunakan iklan. Apabila rendah, lebih baik perusahaan menggunakan promosi penjualan, sebab yang terutama dalam metoda ini adalah daya tarik insentif, bukan sumber pesan.
    3. Usia audiens. Untuk kalangan muda gunakanlah iklan sebab metoda promosi dapat menciptakan gaya hidup. Untuk kalangan lebih tua gunakanlah personal selling sebab kalangan ini menyukai hubungan personal.
    4. Kekuatan permodalan, harapan konsumen terhadap produk kita dan harapan kita terhadap masa depan usaha
    5. Musim. Pada masa-masa puncak (peak seasons), misalnya lebaran, natal, akhir tahun, utamakanlah promosi penjualan. Sedangkan pada masa-masa sepi (low seasons), gunakanlah hubungan personal .
12. Terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit disebut

a. Pamphlet

b. Katalog

c. Flyer

d. Poster

e. Brosur

1. Pesan mengenai produk yang disampaikan melalui media televisi akan diwujudkan dalam bentuk…

a. Audio

b. Audio dan Visual

c. Visual

d. Gambar bergerak

e. video

1. Promosi produk yang menggunakan website disebut…

a. Media elektronik

b. Media cetak

c. media internasional

d. Media internet

e. Media produk

1. Media promosi sebagai plakat yang dicetak pada kertas yang biasanya berukuran besar, berisi pengumuman atau iklan dalam bentuk gambar ataupun tulisan dan ditempelkan di dinding maupun tembok yang berada di tempat-tempat umum adalah…

a. Pamphlet

b. Brosur

c. Flyer

d. Benner

e. Poster

1. Pernyataan di bawah ini yang merupakan pertimbangan pemilihan media promosi cetak diantaranya…

a. Khalayak sasaran yang ingin dituju

b. Nama produk

c. Kemampuan produksi

d. Pendapatan perusahaan

e. Permodalan

1. Berikut ini yang merupakan harga pokok produksi adalah …..
   1. Biaya yang dikeluarkan perusahaan meskipun perusahaan tidak melakukan proses produksi
   2. Segala unsur biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu barang
   3. Biaya yang dikeluarkan untuk bisa memproduksi suatu barang atau jasa
   4. Biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan mesin produksi
   5. Kegiatan perusahaan dari mulai produksi hingga penjualan
2. Biaya yang besarnya menyesuaikan dengan volume aktivitas usaha adalah….
   1. Biaya tetap
   2. Biaya tenaga kerja
   3. Biaya variabel
   4. Biaya transport
   5. Biaya pajak
3. Biaya yang harus ikeluarkan oleh perusahaan meskipun perusahaan tidak melakukan proses produksi, adalah …..
   1. Biaya tetap
   2. Biaya tenaga kerja
   3. Biaya variable
   4. Biaya transport
   5. Biaya pajak
4. Salah satu elemen untuk menghitung titik impas adalah …..
   1. Harga jual barang
   2. Harga pokok produksi
   3. Biaya modal
   4. Biaya variable
   5. Margin kontribusi
5. Manfaat dari analisis pulang pokok atau balik modal adalah …..
   1. Untuk mengetahui tingkat kemananan perusahaan
   2. Untuk mengetahui kapan usaha akan bisa menutupi biaya modal
   3. Agar bisa segera mengembalikan biaya produksi
   4. Untuk menutup hutang perusahaan
   5. Untuk mencari investor
6. Perundingan antara dua pihak dimana di dalamnya terdapat proses memberi, menerima dan tawar menawar adalah …..
   1. Negosiasi
   2. Komunikasi
   3. Marketing
   4. Promosi
   5. Selling
7. Win-win strategy, win lose strategy, lose-lose strategy adalah macam strategi yang dapat dipilih dalam melakukan…..
   1. Negosiasi
   2. Komunikasi
   3. Marketing
   4. Promosi
   5. Selling
8. Berikut adalah taktik negoiasi dalam bisnis, kecuali ……
   1. Meminta lebih dari yang diharapkan
   2. Di awal tidak boleh berkata -YA-
   3. Melakukan penolakan terhadap tawaran calon pelanggan
   4. Bersikap seolah tidak membutuhkan
   5. Kata-kata penawara yang bijaksana
9. Salah satu tujuan distribusi hasil produksi adalah …..
   1. Mengurangi pekerjaan dan tugas produsen
   2. Mendapatkan penghasilan lebih
   3. Mendekatkan produk kelokasi konsumen
   4. Menghidupkan fungsi transportasi
   5. Melancarkan siklus gudang
10. Berikut adalah perantara khusus dalam penyaluran produk, kecuali…..
    1. Agen
    2. Broker
    3. Komisioner
    4. Distributor
    5. Eskportir importir
11. Produk yang telah diproduksi selanjutnya akan ditawarkan dan dijual kepada konsumen. Akan tetapi sebelum menjual produk atau jasa yang telah diproduksi, terdapat hal-hal yang terlebih dahulu harud diperhatikan. Berikut ini beberapa hal yang harus diperhatikan sebelum melangkah pada menjual produk, kecuali …..
    1. Mengenalkan produk atau jasa yang di tawarkan
    2. Mengetahui perkembangan permintaan
    3. Mengetahui perkembangan penawaran
    4. Menyediakan persediaan barang dagangan untuk disimpan di dalam gudang
    5. Membuat program pemasaran
12. Dalam menetapkan harga jual wirausahawan harus hati-hati dan mempertimbangkan beberapa factor agar dapat menentukan harga jual produk yang tepat. Salah satu factor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan harga, kecuali….
    1. Harga pasar
    2. Jenis barang yang di tawarkan
    3. Modal usaha
    4. Harga beli
    5. Biaya bahan baku
13. Kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan dimana kenginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Kepuasan pelanggan mempunyai dampak yang sangat penting bagi perusahaan. Berikut yang bukan merupakan pentingnya menciptakan pelanggan yaitu …..
    1. Mempertahankan pelanggan
    2. Menekan biaya promosi produk
    3. Mencegah pelanggan beralih ke pesaing
    4. Mencegah penilaian negative
    5. Menarik pelanggan baru
14. Berikut yang bukan merupakan manfaat dari ilmu menjual adalah …..
    1. Memperlancar penjual dalam berdagang
    2. Meningkatkan omset penjualan
    3. Mengatasi kekurangan modal untuk berdagang
    4. Mengatasi segala macam hambatan dalam penjualan
    5. Mengatasi persaingan
15. Wirausahawan harus memahami dan mampu melaksanakan teknik menjual yang dikenal dengan Konsep AIDAS. Berikut yang bukan termasuk konsep AIDAS adalah…..
    1. Attention
    2. Interest
    3. Desire
    4. Anticipation
    5. Satisfaction
16. Pada tahap perhatian (attention) dalam teknik menjual, yang harus dilakukan oleh wirausahawan adalah ……
    1. Meningkatkan perhatian calon konsumen menjadi minat
    2. Meyakinkan konsumen
    3. Mewujudkan kebutuhan dan harapan konsumen
    4. Memastikan kualitas produk
    5. Berusaha agar konsumen memperhatikan penawarannya
17. Metode penetapan harga jual produk baru dengan menetapkan harga rendah dengan harapan akan dapat memperoleh volume penjualan yang besar dalam waktu yang singkat adalah ……
    1. Skimming pricing
    2. Prestige pricing
    3. Bundle pricing
    4. Price lining
    5. Penetration pricing
18. Berikut adalah factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, kecuali …..
    1. Kuantitas produk
    2. Kualitas produk
    3. Kualitas pelayanan
    4. Harga
    5. Kemudahan
19. Berikut ini yang tidak termasuk cara mengukur kepuasan konsumen adalah …..
    1. Formulir isian
    2. Menyampaikan lewat media massa
    3. Kuesener
    4. Tanya jawab langsung dengan pelanggan
    5. Melalui email
20. Peternak telur menjual langsung kepada konsumen akhir merupakan contoh dari…..
    1. System distribusi cepat
    2. System distribusi lambat
    3. System distribusi langsung
    4. System distribusi semi langsung
    5. System distribusi tidak langsung
21. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut, kecuali …..
    1. Kualitas produk
    2. Kualitas pelayanan
    3. Rasional
    4. Harga
    5. Kemudahan
22. Metode pengukuran kepuasa pelanggan diantaranya adalah sebagai berkut,kecuali…..
    1. Sistem keluhan dan saran
    2. Survey kepuasan planggan
    3. Ghost shipper
    4. First custommer
    5. Last customer analisis
23. Laporan keuangan adalah …..
    1. Struktur yang menyajikan porsi keuangan dalam sebuah organisasi
    2. Struktur yang menyajikan posisi keuangan dan kinerja keuangan dalam sebuah organisasi
    3. Struktur yang menyajikan perputaran keuangan dalam sebuah organisasi
    4. Laporan yang menunjukkan data keuntungan dan kerugian perusahaan
    5. Laporan yang menunjukkan data mengenai strategi keuangan perusahaan
24. Manfaat laporan rugi laba adalah …..
    1. Untuk menilai resiko arus kas di masa yang akan datang
    2. Untuk mengetahui tingkat keamanan perusahaan
    3. Untuk mengetahui perolehan laba perusahaan beberapa periode
    4. Untuk encari investor
    5. Untuk menutup hutang perusahaan
25. Bagian dari laporan rugi laba adalah sebagai berikut, kecuali…..
    1. Hasil penjualan uaha pokok
    2. Hasil penjualan periode sebelumnya
    3. Beban operasional perusahaan
    4. Pendapatan dan beban di luar usaha
    5. Menunjukkan perolehan laba/rugi yang di alami perusahaan
26. Seluruh barang yang terjual dari usaha pokok perusahaan masuk dalam perhitungan laba rugi pada komponen….
    1. Total penjualan
    2. Retur penjualan
    3. Pendapatan di luar usaha
    4. Biaya iklan
    5. Biaya administrasi dan umum
27. Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mempromosikan dan memasarkan produk masuk dalam perhitungan laba rugi pada komponen…
    1. Total penjualan
    2. Retur penjualan
    3. Pendapatan di luar usaha
    4. Biaya iklan
    5. Biaya administrasi dan umum
28. Salah satu tujuan penyusunan laporan keuangan adalah…..
    1. Sebagai bahan evaluasi dan perbandingan
    2. Sebagai dasar untuk mengembangkan usaha
    3. Sebagai bahan untuk pengajuan kredit
    4. Sebagai kewajiban pertanggung jawaban bagian penjualan
    5. Sebagai pelengkap administrasi keuangan usaha
29. Karakteristik laporan keuangan menurut Ikatn Akuanta Indonesia adalah sebagai berikut, kecuali …….
    1. Dapat dipahami
    2. Dapat dihitung
    3. Relevan
    4. Keandalan
    5. Dapat dibandingkan
30. Ayu memiliki usaha asesories wanita. Ayu membeli bahan untuk membuat kalung sebagai berikut manik-manik Rp. 75.000; bebagai macam kain Rp. 100.000; kawat Rp. 20.000. sedangkan untuk membuat Bros, Ayu membutuhkan lem tembak Rp. 15.000; peniti Rp. 25.000, berbagai macam kain Rp. 100.000. dari bahan yang dibeli tersebut, Ayu dapat membuat 15 kalung dan 40 bros. Ayu mengambil untung 75% untuk kalung dan 100% untuk bros. Pada bulan ini Ayu mampu menjual 30 bros dan kalung. Ada satu orag teman Ayu yang mengembalikan 2 bros yang sudah dibeli karena cacat, namun Ayu sudah menggantinya dengan bros baru yang sama bagusnya.

Dari uraian di atas berapakah harga pokok kalung yang diproduksi Ayu?

* 1. Rp. 335.000
  2. Rp. 195.000
  3. Rp. 140.000
  4. Rp. 13.000
  5. Rp. 3.500

1. Dari soal nomor 46 tersebut, jumlah penjualan yang didapat Ayu dari penjualan Bros adalah ….
   1. Rp. 335.000
   2. Rp. 195.000
   3. Rp. 210.000
   4. Rp. 182.000
   5. Rp. 392.000
2. Dari soal nomor 46 tersebut, jumlah penjualan yang didapat Ayu dari penjualan Kalung adalah ….
   1. Rp. 335.000
   2. Rp. 195.000
   3. Rp. 210.000
   4. Rp. 182.000
   5. Rp. 392.000
3. Dari soal no 46 tersebut, hasil penjualan Ayu pada bulan ini adalah …..
   1. Rp. 335.000
   2. Rp. 195.000
   3. Rp. 210.000
   4. Rp. 182.000
   5. Rp. 392.000
4. Laba usaha yang didapatkan oleh ayu pada bulan ini adalah …..
   1. Rp. 392.000
   2. Rp. 210.000
   3. Rp. 182.000
   4. Rp. 209.000
   5. Rp. 195.000