

BAB 6

PEMASARAN PRODUK

<https://bit.ly/ebookRC14>



STANDARD PEMBELAJARAN

- Menerangkan **objektif penentuan harga** produk.
- Menentukan **kos pengeluaran** bagi sesuatu produk.
- Menentukan **harga jualan** produk berdasarkan:
 - ❖ Peratus margin keuntungan
 - ❖ Harga jualan lebih tinggi daripada kos pembinaan (*mark-up price*).
- Menilai faktor **pemilihan tempat** pemasaran.
- Menerangkan **tujuan** membuat **promosi**.
- Menerangkan **kaedah-kaedah promosi**
- Menghasilkan brosur secara grafik berdasarkan ciri-ciri brosur yang baik
- Menghasilkan manual pengguna berdasarkan produk yang dihasilkan

PEMASARAN PRODUK

Pemasaran merupakan suatu proses untuk merancang dan melaksanakan **konsep**, meletakkan **harga**, **mempromosi** dan **mengedarkan** produk, idea dan perkhidmatan untuk aktiviti pertukaran bagi **memenuhi objektif** individu atau syarikat. Pemasaran memainkan peranan yang penting untuk mencapai matlamat dan objektif syarikat dalam bidang keusahawanan



THE MARKETING MIX



PENENTUAN HARGA PRODUK

Harga merupakan sejumlah wang (nilai) yang ditetapkan untuk sesuatu barangan atau perkhidmatan yang diberikan.

Individu atau syarikat perlu melaksanakan kajian yang terperinci dalam penentuan harga produk.

Keentingan dalam penentuan harga produk:

(a) Kemandirian untuk terus beroperasi

Syarikat sanggup meletakkan **harga yang lebih rendah** daripada pesaing supaya **dapat memberi kelebihan** dalam pemasaran produk seterusnya **menguasai pasaran**.

Hasilnya syarikat akan **dapat menampung kos** operasi dan **boleh beroperasi**.

(b) Memaksimumkan keuntungan

Harga yang diputuskan sewajarnya dapat **memaksimumkan keuntungan**. Biasanya diletakkan pada **harga yang tinggi** di mana **anggaran terhadap permintaan** telah diambil kira.

Keentingan dalam penentuan harga produk:

(c) Menguasai syer pasaran

Jualan yang tinggi membolehkan syarikat **menguasai syer pasaran**. Strategi ini digunakan oleh individu atau syarikat dengan meletakkan **harga yang rendah** untuk mendapatkan syer pasaran yang tinggi.

(e) Pulangan pelaburan

Syarikat perlu meletakkan harga dengan **mengambil kira usaha untuk mendapatkan keuntungan dan pulangan** pelaburan yang diharapkan.

(d) Kualiti produk

Kualiti produk yang dihasilkan juga memainkan peranan dalam penentuan harga. Kualiti produk yang **berkualiti tinggi memerlukan syarikat mengeluarkan kos yang tinggi** bagi memenuhi kos bahan atau kajian. Oleh itu, syarikat perlu menetapkan **harga yang tinggi**.

Rujukan video tambahan (youtube)

<https://youtu.be/BusWeNL3GTk>

https://youtu.be/c_yOcEXqnZs

Penentuan Kos Pengeluaran bagi Sesuatu Produk

Dalam menentukan harga, kuantiti pengeluaran sama ada dalam kuantiti yang kecil (runcit) atau kuantiti yang banyak (pukal/borong) perlu dipertimbangkan.

Penentuan harga dibuat selepas mengetahui **kos pengeluaran**.

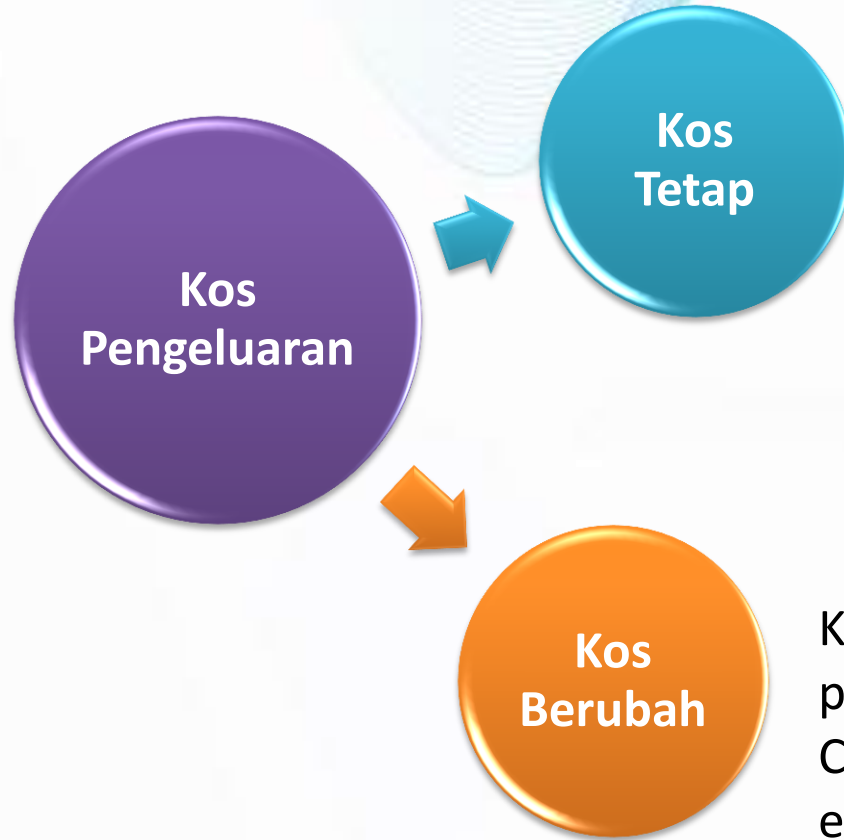


Kos pengeluaran ialah **semua perbelanjaan** yang digunakan dalam menghasilkan produk berkenaan.

Kos pengeluaran terdiri daripada dua jenis iaitu kos tetap dan kos berubah.



JENIS-JENIS KOS PENGELUARAN



Kos yang **tidak berubah** (dalam satu tempoh tertentu) walaupun **bilangan penghasilan produk berubah**.

Contoh:

mesin, sewa bangunan, tanah

Kos yang **berubah mengikut kuantiti** penghasilan produk.

Contoh:

elektrik, air, upah, bahan mentah

Kos Pengeluaran = Kos Tetap + Kos Berubah

Kos purata = $\frac{\text{Jumlah Kos Pengeluaran dalam Kuantiti Tertentu}}{\text{Kuantiti Produk}}$

FAKTOR-FAKTOR DALAM MENENTUKAN HARGA JUALAN

Dalam menentukan harga jualan, beberapa faktor perlu diambil kira.

Pertimbangan ini perlu dilakukan agar harga yang paling bersempatan dapat dikenakan pada sesuatu produk.

Golongan pengguna

Kos

Dasar kerajaan

Saluran agihan

Persaingan

Objektif syarikat

Ciri-ciri produk

Permintaan dan penawaran

FAKTOR-FAKTOR DALAM MENENTUKAN HARGA JUALAN

01 Golongan pengguna

Pengeluar perlu menyesuaikan harga berdasarkan kepada tiga golongan pengguna iaitu golongan atasan, pertengahan dan bawahan.

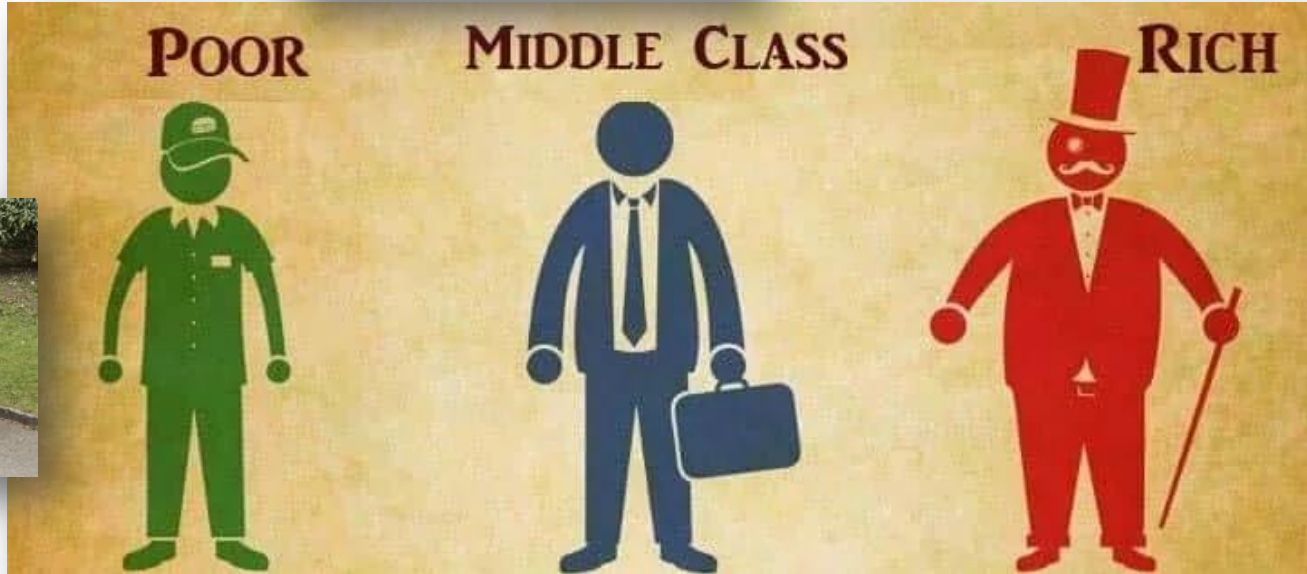
selesa



berprestij



murah



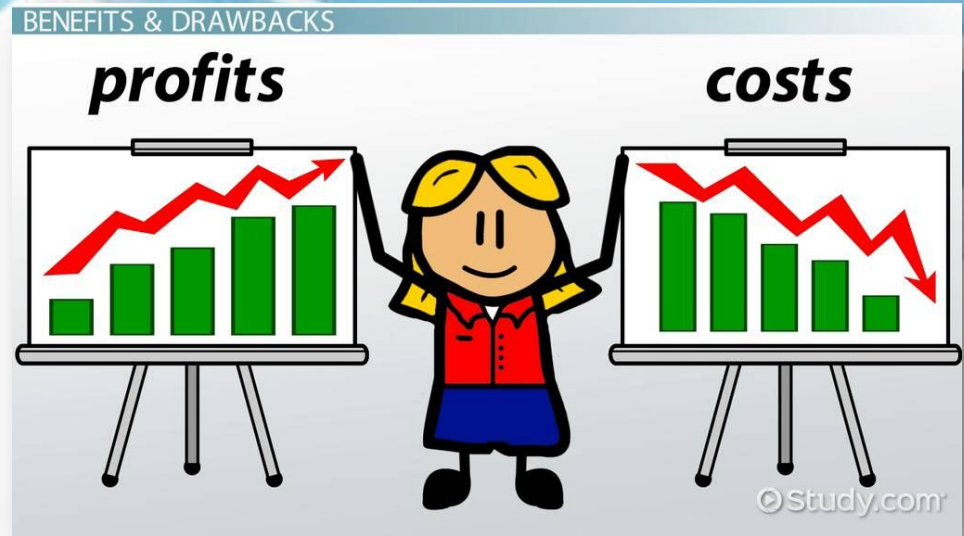
FAKTOR-FAKTOR DALAM MENENTUKAN HARGA JUALAN

02 Kos

Pengeluar perlu mendapatkan semula kosnya sebelum memikirkan tentang memperoleh keuntungan.

Kos pengeluaran seperti bahan mentah, buruh, sewa dan lain-lain akan menentukan harga sesuatu produk.

Kebanyakan syarikat akan berusaha untuk meminimumkan kos agar harga jualan pada tahap mampu milik.



FAKTOR-FAKTOR DALAM MENENTUKAN HARGA JUALAN

03 Dasar kerajaan

Kerajaan boleh membuat penetapan harga melalui dasar, akta dan peraturan tertentu dalam negara. Harga barangan kawalan seperti petrol, gula, beras, simen dan lain-lain ditentukan oleh kerajaan.

Minyak Masak		Tepung Gandum
Botol (1ltr)	Paket (1kg)	
RM 2.95	RM 2.50	RM 1.35/kg

Gula Putih Bertapis		Gas Petroleum Cair
Kasar	Halus	
RM 2.95	RM 3.05	RM 1.90/kg

dasar harga minimum
awaran melebihi permintaan
ngatasi masalah lebihan p

2 Dasar Kawalan Harga

1 (a) Dasar Harga Maksimum
harga maksimum ialah



FAKTOR-FAKTOR DALAM MENENTUKAN HARGA JUALAN

04 Saluran agihan

Orang tengah yang terlibat dalam pemasaran barangan adalah seperti agen, pemborong dan peruncit. Jenis barangan boleh mempengaruhi saluran agihan yang dipilih dan pada masa yang sama boleh mempengaruhi harga barangan tersebut.



Laporan Kajian Pasaran Sektor Makanan MyCC

Pemborong kaut 75 peratus untung

Punca harga ikan dijual mahal kepada pengguna

Analisis harga dan margin keuntungan (ikan kembung)



FAKTOR-FAKTOR DALAM MENENTUKAN HARGA JUALAN

05 Persaingan

Keputusan penentuan harga juga bergantung kepada harga yang ditawarkan pesaing serta kemungkinan tindak balas pesaing terhadap penentuan harga yang dilakukan oleh syarikat.

Produk syarikat yang mempunyai kualiti yang sama dengan produk pesaing, mestilah mempunyai harga yang lebih kurang sama.

Jika produk syarikat mempunyai kualiti yang lebih baik, syarikat mempunyai kelebihan untuk meletakkan harga yang tinggi setanding dengan kualitinya.



FAKTOR-FAKTOR DALAM MENENTUKAN HARGA JUALAN

06 Objektif syarikat

Sesebuah syarikat mempunyai objektif perniagaan yang tertentu.

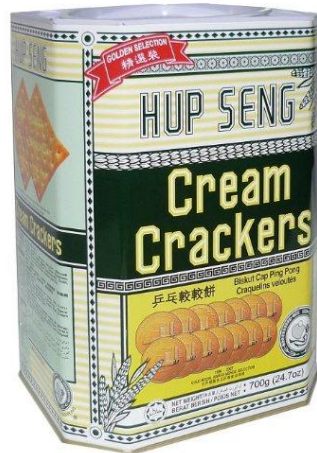
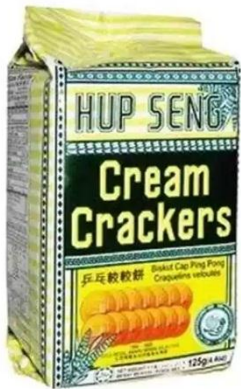
Jika syarikat ingin menghasilkan keluaran berkualiti di pasaran, maka harga yang tinggi diletakkan untuk menampung kos penyelidikan dan pembangunan. Akan tetapi jika objektif syarikat untuk meneruskan operasi, peletakan harga rendah akan dibuat untuk meningkatkan permintaan.



FAKTOR-FAKTOR DALAM MENENTUKAN HARGA JUALAN

07 Ciri-ciri produk

Merujuk kepada produk mudah beli, beli-belah atau istimewa. Produk mudah beli biasanya harga yang rendah. Produk istimewa, harga yang lebih tinggi. Selain itu, ciri-ciri pada produk seperti kualiti, ketahanan, pembungkusan, kitaran hayat produk dan lain-lain.



FAKTOR-FAKTOR DALAM MENENTUKAN HARGA JUALAN

08 Permintaan dan penawaran

Peletakan harga bergantung kepada jenis pasaran. Dalam persaingan sempurna, harga ditentukan oleh pasaran manakala bagi pasaran monopoli penjual menentukan harga.



DUA KAEDAH PENENTUAN HARGA

(i) Peratus margin keuntungan

Harga sesuatu produk ditentukan dengan menambah margin keuntungan yang dikehendaki ke atas kos pengeluaran produk tersebut.

Contoh

Tetapkan margin keuntungan 30%
Dapatkan margin keuntungan dengan mengira 30% daripada kos.

Harga Jualan = Kos Pengeluaran + Margin Keuntungan

$$\begin{aligned} &= \text{RM}100 + \left[\frac{30}{100} \times \text{RM}100 \right] \\ &= \text{RM}100 + \text{RM}30 \\ &= \text{RM}130 \end{aligned}$$

DUA KAEDAH PENENTUAN HARGA

(ii) Harga jualan lebih tinggi daripada kos pengeluaran (*mark-up price*)

Menetapkan harga jualan melebihi kos pengeluaran seunit.

Contoh

Syarikat pengeluar menetapkan keuntungan sebanyak RM25

Harga Jualan = Kos Pengeluaran Seunit + Keuntungan Seunit

$$= \text{RM}100 + \text{RM}25$$

$$= \text{RM}125$$

Penilaian Faktor Pemilihan Tempat Pemasaran

Dalam strategi pemasaran, pemilihan tempat pemasaran yang strategik menjadi salah satu faktor yang menyumbang kepada kejayaan sesuatu perniagaan.

Semakin strategik lokasi yang dipilih, semakin tinggi penjualan dan pengaruh kepada keberkesanan usaha yang dilaksanakan.

Begitu juga sebaliknya, jika pemilihan tempat pemasaran yang tidak strategik maka penjualan produk juga tidak baik

Faktor pemilihan tempat pemasaran

1. Jenis perniagaan
2. Golongan pengguna
3. Modal
4. Infrastruktur
5. Pesaing
6. Potensi untuk berkembang
7. Undang-undang yang melindungi perniagaan

Penilaian Faktor Pemilihan Tempat Pemasaran

Undang-undang yang melindungi perniagaan

Bagi memastikan keselamatan daripada jenayah seperti kecurian dan rompakan, peniaga perlu memastikan terdapat undang-undang yang melindungi perniagaan mereka di tempat mereka ingin membuat pemasaran.

Potensi untuk berkembang

Tempat pemasaran yang dipilih mestilah berpotensi untuk peniaga mengembangkan lagi perniagaan yang dijalankan.

Pesaing

Peniaga perlu mengenal pasti pesaing yang terdapat di lokasi pemasaran yang dipilih. Mereka juga harus memastikan perniagaan mereka boleh berkembang walaupun terdapat persaingan.

Jenis perniagaan

Tempat perniagaan yang dipilih mestilah sesuai dengan jenis perniagaan yang dijalankan.

Penilaian Faktor Pemilihan Tempat Pemasaran

Golongan pengguna

Pemasaran yang hendak dilaksanakan mestilah mengambil kira golongan pengguna yang berkeperluan paling tinggi terhadap jenis perniagaan yang dijalankan.

Modal

Modal yang ada pada peniaga juga menentukan pemilihan tempat pemasaran. Semakin banyak modal yang ada, semakin banyak tempat pemasaran yang boleh dipilih oleh peniaga.

Infrastruktur

Kemudahan sedia ada pada lokasi yang dipilih mestilah memberi kelebihan kepada jenis perniagaan yang ingin dilaksanakan.

Tujuan Membuat Promosi

Promosi merupakan kaedah pemasaran yang digunakan untuk penjualan produk.

Promosi yang baik akan memastikan produk yang dijual sentiasa mendapat sambutan dalam pasaran.

Tujuan Promosi

- Memberi maklumat yang tepat dan terperinci tentang produk
- Memastikan produk sentiasa mendapat sambutan dalam pasaran
- Meningkatkan jualan produk
- Menarik perhatian pengguna mencuba atau membeli produk
- Mengekalkan minat pengguna

KAEDAH PROMOSI

Pengiklanan

Dilakukan dengan menggunakan pelbagai media seperti surat khabar, majalah, radio, televisyen, papan tanda elektrik, papan iklan (*billboard*), Internet dan lain-lain lagi.

Promosi Jualan

Dijalankan secara langsung kepada pengguna untuk meningkatkan jualan dalam masa yang pendek melalui kaedah pameran, demonstrasi, kupon, hadiah, sampel dan banyak lagi.

KAEDAH PROMOSI

Jualan Langsung

Menggunakan khidmat jurujual yang terus kepada pengguna seperti kaedah penjualan dari pintu ke pintu.

Publisiti

Aktiviti pengeluar untuk menarik perhatian pengguna dengan menaja sesuatu majlis, acara atau kejohanan

Menghasilkan Brosur Secara Grafik

Brosur merupakan lipatan kertas yang membentuk sejumlah panel serta memuatkan maklumat atau penerangan tentang suatu produk, perkhidmatan, syarikat, sekolah, kemudahan umum, atau dimaksudkan sebagai kemudahan pengiklanan.

Maklumat ditulis dalam bahasa yang ringkas dan mudah difahami maksudnya dalam waktu yang singkat.

Brosur direka agar menarik perhatian dan dicetak dengan menggunakan kertas yang baik dalam usaha memberikan kesan yang baik terhadap produk tersebut.



Kandungan:

- (a) Nama produk
- (b) Gambar produk
- (c) Harga
- (d) Logo dan slogan
- (e) Maklumat pengeluar
- (f) Spesifikasi produk
- (g) Penerangan produk

Manual Pengguna

Manual pengguna dokumen komunikasi teknikal yang membantu dalam penggunaan sesuatu produk atau sistem.

Ia biasa dikeluarkan bersama-sama produk yang dihasilkan agar dapat memberi penerangan secara grafik kepada pengguna bagaimana operasi produk dapat dilaksanakan.

Bahasa dan grafik yang digunakan disesuaikan dengan golongan sasaran dan jelas menerangkan produk.

Kandungan:


- Arahan pemasangan
- Cara penggunaan
- Penyelenggaraan produk
- Tip keselamatan




My Transit Manager is a smartphone app that enables paratransit users to monitor the status of their trips in real time. My Transit Manager also provides the ability to see where the user's bus is on a map, automatically receive notifications, email, text, and/or voice alerts when their bus is about to arrive, if it is running late, and even if it's waiting outside their door. My Transit Manager can also be configured to inform family members or caretakers of the same trip status and monitor the trip from pickup to destination.

Download the App

Search for:

 **Apple:** My Transit Manager from Transdev Services, Inc.

 **Android:** My Transit Manager from Transdev North America, Inc.

Register Yourself

- When you start the app for the first time, tap on **Create an account**. If you have not used the service before or if you've used the service before, tap **I already have an account** and go to step #5.
- Tap your city/region of service. (One or more can be selected in the example, County Connections is selected). Tap **Next**.
- The registration screen appears.
 - Input an email address, then confirm it.
 - Input your first and last names. Make sure the spelling of first and last names match exactly to what you gave originally when you applied for transportation.
 - Input your Paratransit (Transdev) Client # if exactly as it was given to you.
 - Tap **Register**.
- After registering, you will be logged in. It may ask to create a trip notification. If you are ready, tap **YES** and go to step #7!



 **transdev**
the mobility company

 **County Connection Link**

terima kasih