

SULIT



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI**

**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI**

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI II : 2024/2025

DPM30083 : PRICING

TARIKH : 21 MEI 2025

MASA : 8.30 PAGI - 10.30 PAGI (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **TUJUH (7)** halaman bercetak.

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SECTION A: 100 MARKS**BAHAGIAN A: 100 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of **FOUR (4)** structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

*Bahagian ini mengandungi **EMPAT (4)** soalan berstruktur. Jawab semua soalan.*

QUESTION 1**SOALAN 1**

- CLO1 (a) A company is reviewing its marketing strategy and wants to understand the role of pricing within the other 4Ps model (product, place, promotion).
Sebuah syarikat sedang menyemak strategi pemasaran mereka dan ingin memahami peranan harga dalam model 4P yang lain (produk, tempat, promosi).
- i) Define pricing. [1 mark]
Takrifkan harga. [1 markah]
- ii) State the role of pricing in the other marketing mix (product, place, promotion). [9 marks]
Nyatakan peranan harga dalam campuran pemasaran yang lain (produk, tempat, promosi). [9 markah]

- CLO1 (b) Your company is considering a price adjustment for one of its products. This decision could have various impacts on the stakeholders involved. Explain how the price of a product can affect the following parties:
- Syarikat anda sedang mempertimbangkan penyesuaian harga untuk salah satu produk. Keputusan ini mungkin memberi impak kepada pelbagai pihak yang terlibat. Terangkan bagaimana harga sesuatu produk boleh memberi kesan kepada pihak-pihak berikut:*
- i) Government [3 marks]
Kerajaan [3 markah]
 - ii) Marketing channel members [3 marks]
Ahli saluran pemasaran [3 markah]
 - iii) Customers [3 marks]
Pelanggan [3 markah]
 - iv) Competitors [3 marks]
Pesaing [3 markah]
 - v) Suppliers [3 marks]
Pembekal [3 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- CLO1 (a) Product mix pricing strategy involves setting prices for different products to boost profit, revenue, and meet business goals, considering product differences, customer demand, and competition.
- List **FIVE (5)** types of product mix pricing strategies.
- Strategi penetapan harga campuran produk melibatkan penetapan harga untuk produk yang berbeza bagi meningkatkan keuntungan, hasil, dan mencapai matlamat perniagaan, dengan mengambil kira perbezaan produk, permintaan pelanggan, dan persaingan.*
- Senaraikan **LIMA (5)** jenis strategi penetapan harga campuran produk.*
- [5 marks]
- [5 markah]
-
- CLO1 (b) Explain the following new product pricing strategy:
- Terangkan strategi penetapan harga bagi produk baru yang berikut:*
- i) Market-skimming pricing [4 marks]
Harga penarahan pasaran [4 markah]
 - ii) Market-penetration pricing [4 marks]
Harga penembusan pasaran [4 markah]

- CLO1 (c) Imagine you are a pricing analyst for Apple, preparing to launch a new line of high-end smartwatches. The market is highly competitive, with established brands offering a variety of smartwatches at different price points.

Construct a comprehensive pricing analysis framework for Apple by distinguishing and integrating the **FOUR (4)** key elements: competitors, cost, prices, and offers.

Bayangkan anda adalah seorang penganalisis harga untuk Apple, yang sedang bersiap untuk melancarkan satu siri jam tangan pintar berkualiti tinggi yang baru. Pasaran ini sangat kompetitif, dengan jenama-jenama yang sudah kukuh dan menawarkan pelbagai jam tangan pintar pada harga yang berbeza-beza.

*Bina satu rangka kerja analisis harga yang komprehensif untuk Apple dengan membeza dan mengintegrasikan **EMPAT (4)** elemen utama: pesaing, kos, harga, dan tawaran.*

[12 marks]

[12 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO1 (a) List **FIVE (5)** price discount and allowances in price adaptation strategy.
*Senaraikan **LIMA (5)** diskaun harga dan elaun dalam strategi penyesuaian harga.*
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1 (b) Promotional pricing is a strategy where prices are temporarily reduced to stimulate demand or attract customers. Explain **FOUR (4)** types of promotional pricing strategies.
*Harga promosi ialah strategi di mana harga dikurangkan sementara untuk merangsang permintaan atau menarik pelanggan. Terangkan **EMPAT (4)** jenis strategi harga promosi.*
- [8 marks]
[8 markah]
- CLO1 (c) McDonald's is a renowned multinational fast-food restaurant chain with numerous branches worldwide. Founded in 1955 by Ray Kroc, it has grown to become one of the world's largest and most recognizable fast-food brands, serving a wide range of food items.
 Write **FOUR (4)** types of price segment differences which can be used by McDonald's to differentiate with others retailer.
McDonald's adalah rangkaian restoran makanan segera multinasional yang terkenal dan mempunyai banyak cawangan di seluruh dunia. Ditubuhkan pada tahun 1955 oleh Ray Kroc, ia telah berkembang menjadi salah satu jenama makanan segera terbesar dan paling dikenali di dunia, menyajikan pelbagai jenis makanan.
*Tuliskan **EMPAT(4)** jenis perbezaan segmen harga yang boleh digunakan oleh McDonald untuk membezakan dengan peruncit lain.*
- [12 marks]
[12 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO1

- (a) An organization may initiate price changes to deal with a new force arising within the organization or the market. The price change can occur in both directions, increasing price or lowering prices. Identify:

Sebuah organisasi akan mula melakukan perubahan harga untuk menangani pesaing baru yang muncul di dalam organisasi atau pasaran. Perubahan harga mungkin berlaku pada dua arah, menaikkan harga atau menurunkan harga. Kenalpasti:

- i. **FIVE (5)** circumstances that lead a firm to cut its price.

LIMA (5) keadaan yang menyebabkan sesebuah firma mengurangkan harganya.

[5 marks]

[5 markah]

- ii. **FIVE (5)** circumstances that lead a firm to increase its price.

LIMA (5) keadaan yang menyebabkan sesebuah firma menaikkan harganya.

[5 marks]

[5 markah]

CLO1

- (b) Coca-Cola frequently faces aggressive price cuts from smaller beverage brands firms trying to build market share. Execute **FIVE (5)** actions that can be taken by Coca-Cola in order to response to a competitor's price change.

Coca-Cola sering menghadapi potongan harga agresif oleh syarikat jenama minuman yang lebih kecil yang cuba membina bahagian pasaran. Laksanakan LIMA (5) tindakan yang boleh diambil oleh Coca-Cola untuk menghadapi perubahan harga pesaing.

[15 marks]

[15 markah]

SOALAN TAMAT