

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

BAB V

RENCANA DAN STRATEGI PEMASARAN

A. STP (Segmentation, Targeting, Positioning)

Proses STP dilakukan oleh perusahaan untuk menentukan pasar yang dituju, sehingga dapat menentukan strategi yang sesuai dengan informasi dari STP. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2013:214) adalah:

1. *Segmentation* membagi sebuah pasar menjadi segmen yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakteristik, dan perilaku yang berbeda-beda, yang mungkin membutuhkan strategi atau bauran pemasaran yang berbeda juga. Jenis-jenis segmentasi antara lain:
 - a. Geografis, yaitu membagi pasar ke dalam unit geografis yang berbeda-beda seperti negara, daerah, kota, bahkan perumahan.
 - b. Demografis yaitu membagi pasar ke dalam segmen berdasarkan variabel seperti umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, dan kewarganegaraan. Segmentasi demografis adalah cara yang paling populer karena kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bervariasi sesuai dengan demografi yang sangat bervariasi juga.
 - c. Psikografis, membagi konsumen ke dalam segmen yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik personal.
 - d. Perilaku, membagi konsumen ke dalam segmen berdasarkan pengetahuan, perilaku, kebutuhan, atau respon atas produk. Banyak pemasar percaya bahwa segmentasi ini adalah awal yang terbaik untuk membangun segmentasi pasar

2. *Targeting* adalah proses mengevaluasi keatraktifan sebuah segmen dan memilih satu segmen atau lebih untuk dimasuki. *Market Targeting* dapat dilakukan dalam tingkat yang berbeda-beda dari lebar sampai yang sempit yaitu *Undifferentiated Marketing*, *Differentiated Marketing*, *Concentrated Marketing*, dan *Micromarketing*.
3. *Positioning* adalah menempati pikiran konsumen dengan sesuatu yang jelas, berbeda, dan menimbulkan keinginan jika dibandingkan dengan pesaing

Dengan teori di atas, STP dari *Fruit Storage* adalah sebagai berikut:

1. *Segmentation*

Segmen konsumen *Fruit Storage* adalah orang-orang yang berada di Jakarta Utara, terutama di Kelapa Gading dalam segala usia, jenis kelamin dan pekerjaan, yang menyadari pentingnya memiliki gaya hidup yang sehat. Tetapi masih tidak tertutup untuk orang yang berada di luar fokus ini menjadi konsumen dari *Fruit Storage*.

2. *Targeting*

Fruit Storage menggunakan strategi *Undifferentiated Marketing* dimana *Fruit Storage* menghasilkan produk yang bisa diterima oleh segala usia, jenis kelamin dan juga pekerjaan karena buah-buahan merupakan bahan makanan yang dibutuhkan oleh semua orang, terutama yang sudah sadar pentingnya hidup sehat.

3. *Positioning*

Fruit Storage ingin menyampaikan nilainya dalam benak konsumen sebagai toko buah-buahan yang selain menyediakan buah-buahan segar,

juga menyediakan berbagai olahan buah-buahan itu sendiri yang dibuat langsung oleh *Fruit Storage* yang tentunya tetap sehat.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

B. Produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

Produk utama dari *Fruit Storage* adalah buah-buahan segar yang langsung dijual tanpa diolah lagi ke konsumen yang berasal dari banyak negara, seperti Amerika Serikat, China, Korea, Thailand, Vietnam dan juga buah-buahan lokal dari Indonesia sendiri.

Buah-Buahan merupakan *perishable goods* sehingga tidak bisa disimpan dalam jangka waktu yang terlalu panjang, sehingga buah-buahan yang belum terjual dapat rusak dan menjadi kerugian. Maka *Fruit Storage* memiliki cara untuk mengolah buah-buahan tersebut menjadi *Cold-Pressed Juice*, *Salad* buah dan Buah Potongan, hal ini juga menjadi penambahan variasi produk yang dijual oleh *Fruit Storage*

C. Penetapan Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang dapat diperoleh dari suatu produk atau jasa. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012: 395), terdapat 6 metode untuk menetapkan harga yaitu:

1. *Markup Pricing*

Menambahkan *mark up* terhadap total biaya untuk mendapat *profit*

2. *Target Return Pricing*

Menyesuaikan harga untuk mencapai target *return on investment* (ROI), biasanya digunakan untuk utilitas publik.

3. *Perceived Value Pricing*

Perceived value pricing terdiri dari banyak input, seperti persepsi konsumen akan performa produk, kualitas garansi, pelayanan konsumen, dan atribut lain seperti tingkatan reputasi, kepercayaan dan kehormatan.

4. *Value Pricing*

Dengan menetapkan harga yang cukup rendah untuk kualitas yang tinggi. Fokusnya bukan hanya menetapkan harga yang lebih rendah, tetapi merancang operasi perusahaan untuk menjadi produsen dengan biaya yang rendah tanpa mengorbankan kualitas untuk menarik konsumen yang sadar terhadap *Value*.

5. *Going Rate Pricing*

Menetapkan harga berdasarkan harga kompetitor, mengubah harga ketika pemimpin pasar melakukan perubahan harga.

6. *Auction Type Pricing*

Terdapat tiga jenis dari *auction type pricing*:

a. *English auctions (ascending bids)*

Terdapat 1 penjual dan banyak pembeli seperti eBay dan Amazon.com, calon pembeli menaikkan penawaran harga sampai harga tertinggi diraih

b. *Dutch auctions (descending bids)*

Terdapat 1 penjual dan banyak pembeli, atau satu pembeli dan banyak penjual. Yang melakukan lelang pertama-tama akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mengumumkan harga yang tinggi, dan sedikit demi sedikit menurunkan harga hingga penawar menerima

c. *Sealed-bid auctions*

Mempersilahkan calon pemasok untuk menerima hanya 1 penawaran dan mereka tidak boleh mengetahui penawaran yang diberikan pemasok lain, sehingga mereka tidak akan menetapkan harga yang terlalu tinggi karena takut kehilangan proyek, dan juga tidak menetapkan harga dibawah *cost*.

Fruit Storage akan menggunakan *mark up pricing*, *mark up* dihitung dari harga buah-buahan yang didapatkan pada setiap bulan, sehingga bisa tetap mendapatkan keuntungan untuk semua jenis buah-buahan. Hal ini dilakukan karena harga buah-buahan sangat tergantung pada musimnya, dan untuk buah impor selain musimnya juga tergantung pada jumlah yang diimpor. Tetapi *Fruit Storage* juga akan mengacu harga pada *going rate pricing* karena harus terus berada di bawah harga pesaing untuk mendapatkan keunggulan dari pesaingnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



©

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis Internasional Kekinian Global)

No	Nama Produk	Rata-Rata Harga Bahan Baku (Rupiah)				Harga Jual per periode (Rupiah)				%Markup
		April-Juni	Juli-September	Oktober-Desember	Januari-Maret	April-Juni	Juli-September	Oktober-Desember	Januari-Maret	
1.	Apel USA 125	26.000	27.500	21.500	28.000	46.800	49.500	38.700	50.400	80%
2.	Apel USA 175-198	24.750	26.000	20.000	26.000	44.550	46.800	36.000	46.800	80%
3.	Baby Jaffa Malang	14.722	12.778	12.778	12.000	23.556	20.444	20.444	19.200	60%
4.	Lengkeng Bangkok Gold	31.500	29.444	40.000	40.000	50.400	47.111	64.000	64.000	60%
5.	Apel Fuji RRC 17kg s88-72	17.500	19.118	17.941	18.824	29.750	32.500	30.500	32.000	70%
6.	Apel Royal Gala New Zealand	31.667	30.556	23.333	26.500	53.833	51.944	39.667	45.050	70%
7.	Dragon Fruit Putih Vietnam s-24	30.000	16.667	10.000	13.000	48.000	26.667	16.000	20.800	60%
8.	Pear Golden RRC	22.000	21.111	16.667	19.000	35.200	33.778	26.667	30.400	60%
9.	Pear Singo Korea	71.429	27.857	25.714	45.000	128.571	50.143	46.286	81.000	80%
10.	Pear Singo RRC	15.000	15.476	16.111	16.667	24.000	24.762	25.778	26.667	60%
11.	Pear Xiang Lie	28.500	31.071	20.714	27.143	48.450	52.821	35.214	46.143	70%
12.	Apel Fuji 9kg Blush	25.500	34.444	31.111	20.412	45.900	62.000	56.000	36.741	80%
13.	Delima Peru	125.000	43.750	35.000	100.000	237.500	83.125	66.500	190.000	90%
14.	Kiwi Green Zespri	36.000	33.889	40.556	39.000	64.800	61.000	73.000	70.200	80%



2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

b. Pengutipan hanya untuk kepentingan penelitian, pemikiran, penulisan karya ilmiah, menyebutkan sumber, penyusunan laporan

15	Pear Hijau Afrika	20.000	23.750	25.833	22.000	34.000	40.375	43.917	37.400	70%
16	Pear Ya Lie	11.200	10.513	9.375	11.250	17.920	16.820	15.000	18.000	60%
17	Wortel RRC	8.600	10.278	7.250	7.850	13.760	16.444	11.600	12.560	60%
18	Anggur Hitam USA	56.500	63.333	55.556	55.555	101.700	114.000	100.000	99.999	80%
19	Anggur Red Globe Australia	45.556	50.760	50.000	54.444	82.000	91.368	90.000	98.000	80%
20	Anggur Red Globe USA	53.944	50.000	41.111	56.250	97.099	90.000	74.000	101.250	80%
21	Apel Fuji 14kg Rossy	31.500	31.071	32.767	35.000	53.550	52.821	55.703	59.500	70%
22	Apel Granny Smith NZ	27.776	27.778	25.000	25.778	52.774	52.778	47.500	48.977	90%
23	Apel Granny Smith USA	32.639	31.944	32.650	31.333	62.014	60.694	62.035	59.533	90%
24	Apel Pacific Rose NZ	24.800	27.778	25.500	23.000	47.120	52.778	48.450	43.700	90%
25	Dragon Fruit Putih Vietnam s-16	19.000	19.722	17.000	16.667	30.400	31.556	27.200	26.667	60%
26	Kelapa Kulit(pcs)	24.444	24.444	21.944	19.444	39.111	39.110	35.110	31.111	60%
27	Kiwi Gold Zespri	72.000	65.000	64.000	70.000	122.400	110.500	108.800	119.000	70%
28	Mandarin Murcot Australia	32.000	32.500	31.250	31.000	57.600	58.500	56.250	55.800	80%
29	Pear Sweet Pear	21.750	23.333	15.000	18.000	36.975	39.667	25.500	30.600	70%
30	Sunkist Navel Australia	26.000	28.125	26.471	26.000	46.800	50.625	47.647	46.800	80%
31	Anggur Hijau Calmeria Australia	45.556	48.000	44.500	44.000	82.000	86.400	80.100	79.200	80%
32	Durian Medan	52.000	52.889	52.389	50.000	93.600	95.200	94.300	90.000	80%
33	Apel Jumbo USA	33.056	37.000	42.500	52.000	59.500	66.600	76.500	93.600	80%
34	Apel Royal Gala USA	37.500	31.500	26.111	31.500	67.500	56.700	47.000	56.700	80%
35	Kurma Medjool Jericho Palestina	261.667	300.000	270.000	210.000	366.333	420.000	378.000	294.000	40%
36	Kurma Tunisia Sultan 250gr	19.250	17.000	16.000	17.000	34.650	30.600	28.800	30.600	80%
37	Lemon Afrika	32.000	33.036	31.000	31.000	57.600	59.464	55.800	55.800	80%



38	Lemon Australia	60.714	55.000	55.500	60.000	109.286	99.000	99.900	108.000	80%
39	Lemon RRC	26.000	28.000	30.071	23.214	44.200	47.600	51.121	39.464	70%
40	Mandarin Kino Pakistan	23.333	22.000	18.500	15.000	39.667	37.400	31.450	25.500	70%
41	Pear Hosui Australia	67.708	40.000	38.000	93.750	115.104	68.000	64.600	159.375	70%
42	Pear Packham Afrika	34.861	38.800	34.000	30.300	59.264	65.960	57.800	51.510	70%
43	Mangga Manalagi	14.000	14.000	17.000	15.000	29.400	29.400	35.700	31.500	110%
44	Mangga Harum Manis	12.000	12.000	15.000	13.000	25.200	25.200	31.500	27.300	110%
45	Semangka biji	6.500	6.000	5.500	6.000	11.700	10.800	9.900	10.800	80%
46	Melon	12.000	11.000	10.000	11.500	21.600	19.800	18.000	20.700	80%
47	Pisang Kepok	7.000	7.500	7.000	7.000	12.600	13.500	12.600	12.600	80%
48	Pisang Raja	8.000	8.500	8.000	8.000	14.400	15.300	14.400	14.400	80%
49	Pepaya California	7.000	7.250	6.000	6.500	12.600	13.050	10.800	11.700	80%
50	Cold Pressed Juice			8.000			25.000			313%
51	Salad Buah			10.000			30.000			300%
52	Buah Potongan			8.000			25.000			313%

Sumber: Data yang diolah
Elang

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan perdidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

D. Distribusi

(C) Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2013:365), saluran distribusi adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung satu sama lain yang membantu sebuah produk atau jasa tersedia untuk dapat dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Terdapat 2 jenis saluran distribusi menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2013:367), yaitu *direct marketing channel* dan *indirect marketing channel*. *Direct marketing channel* tidak memiliki perantara dan menjual produknya langsung ke konsumen. *Indirect Marketing Channel* memiliki satu atau lebih perantara.

Saluran Distribusi dari *Fruit Storage* adalah *direct marketing channel* dengan menggunakan toko sebagai tempat mengantarkan produk langsung dari *Fruit Storage* ke konsumen dan juga bisa diantar untuk jumlah produk yang banyak, yang juga menggunakan layanan pengantaran produk langsung dari produsen ke konsumen dengan menggunakan motor atau mobil box dari *Fruit Storage* yang melayani konsumen di Jakarta Utara.

E. Promosi

Promosi adalah upaya untuk menawarkan produk atau jasa ke konsumen dengan tujuan untuk konsumen membeli dan mengonsumsi produk tersebut. Dengan adanya promosi produsen dapat meningkatkan jumlah penjualan, dan bagi konsumen promosi dapat menjadi sarana untuk mendapatkan informasi tentang produk dan jasanya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Promosi yang dilakukan *Fruit Storage* adalah:

1. Internet

Fruit Storage memasarkan produk melalui Website dan Sosial

Media Facebook dan *Instant Messaging*. Promosi melalui Internet dapat menjangkau banyak konsumen tanpa mengeluarkan biaya yang banyak. Sosial media, twitter dan *Instant Messaging* akan menjadi saluran untuk menawarkan produk-produk terbaru dan juga sebagai media komunikasi konsumen.

Selain *website*, promosi juga akan dilakukan melalui Social Media dan *Instant Messaging* yang membutuhkan suatu *tagline* khusus untuk dapat menarik konsumen, *tagline* yang digunakan adalah ‘Hidup Sehat Tidak Harus Mahal’ untuk dapat menarik konsumen-konsumen yang baru mulai menjalani gaya hidup ini. Selain *Tagline*, promosi yang akan dilakukan akan terus melampirkan manfaat dari buah-buahan bagi kesehatan agar mudah dipahami oleh konsumen.

Berikut ini adalah gambar *Website* yang dapat dilihat di Gambar 5.1 dan gambar halaman utama *Facebook Fruit Storage* di Gambar 5.2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

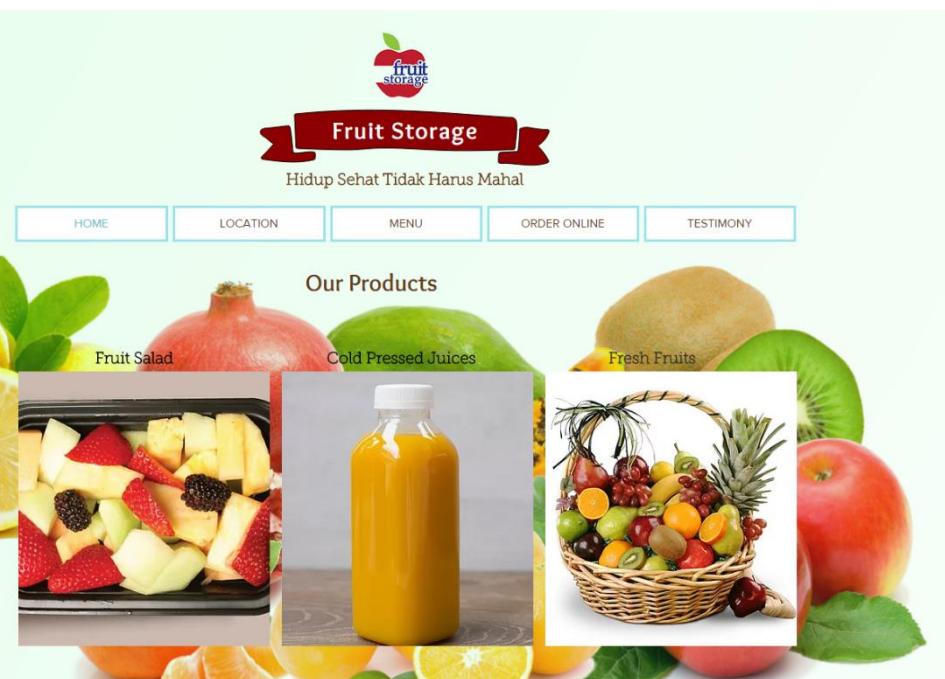
(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

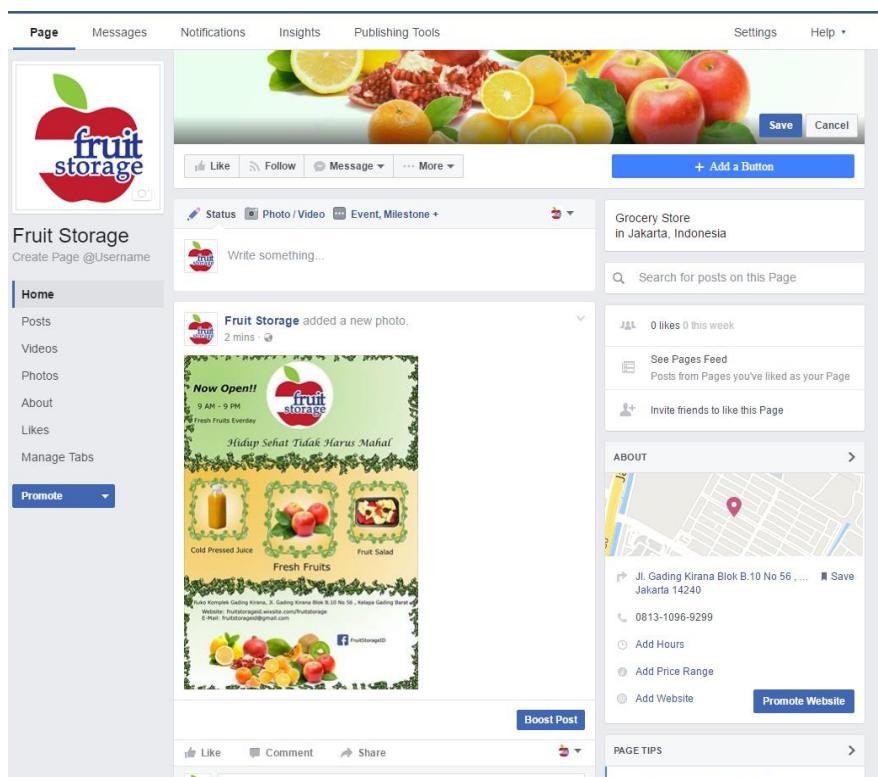
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Gambar 5.1
Website Fruit Storage**



Website: <http://Fruitstorageid.wixsite.com/Fruitstorage>

**Gambar 5.2
Facebook Fruit Storage**



Facebook: <https://www.facebook.com/Fruit-Storage-1799442103662779>



(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Banner

Banner dipasang di depan toko *Fruit Storage*, agar konsumen bisa melihat *Fruit Storage* dari jalan utama di sekitar lokasi.
3. Pemberian *Juice* Gratis

Juice diberikan kepada konsumen untuk setiap pembelian dengan nilai minimal 100 ribu rupiah sebagai salah satu bentuk promosi yang bisa memberikan *value* kepada konsumen.
4. Pemberian Tester

Tester akan disediakan dengan cup *pudding* untuk membuat konsumen agar lebih tertarik untuk membeli produk buah-buahan yang ditawarkan.
5. *Free Parking*

Menanggung biaya parkir konsumen jika pembelian di atas 150 ribu, sehingga akan menjadi salah satu promosi yang diberikan ke konsumen.
6. Brosur

Brosur akan digunakan untuk mempromosikan buah-buahan kepada pengunjung dengan cara meletakkannya di belanjaan konsumen. Contoh brosur dapat dilihat di gambar berikut ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 5.3
Brosur Fruit Storage



Sumber: Data yang diolah



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

7. *Grand Opening*

Grand Opening Fruit Storage dilakukan dengan diskon pada buah durian secara besar-besaran, sehingga konsumen dapat membeli durian dengan harga 20.000 rupiah untuk setiap kilogram. Diskon ini akan dibatasi sampai durian terjual sebanyak 2000 kilogram.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 5.2
Kebutuhan Promosi *Fruit Storage* 1 tahun

Jenis promosi	Kebutuhan	Harga(Rp)	Total Harga(Rp)
<i>Free Juice</i>	5652 Unit	8.000	45.216.000
<i>Free Tester</i> (berupa potongan buah)	1200 Unit	8.000	9.600.000
Brosur	2000 Lembar A4	380	760.000
Banner	85x200cm Albatros+ Laminating	370.000	370.000
<i>Free Parking</i>	5.000	5.000	25.000.000
<i>Grand Opening</i>	2000Kg	20.000	40.000.000
Total			120.946.000

Sumber: *Fruit Storage*, <http://percetakanjavaprint.com/#/item/brosur-a4-21x29-brochure-a4-001.html> , <http://www.praktisprint.com/>

F. Rencana dan Ramalan Penjualan

Penjualan *Fruit Storage* pada tiap tahunnya akan mengalami peningkatan di bulan-bulan tertentu pada hari raya Imlek, Hari Sembahyang Leluhur di April, Lebaran dan Natal.

Untuk buah-buahan jenis jeruk, akan mengalami puncak penjualan pada bulan April dan Februari karena ada hari sembahyang leluhur dan juga Imlek. Buah Kurma akan mengalami puncak penjualan di sekitar bulan Juni yaitu saat ada hari raya Lebaran.

Jumlah produk yang dijual diperkirakan akan rusak sekitar 5% dari seluruhnya, dan dari produk yang rusak diperkirakan setengahnya atau 2,5% dapat diolah kembali menjadi produk lain, dan diperkirakan 5% pelanggan akan meminta olahan buah-buahan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Tabel 5.3
Ramalan Penjualan *Fruit Storage* per bulan(dalam kg) 2017-2018

Produk	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
Apel USA 125	76	57	132	57	76	57	57	57	95	57	132	57
Apel USA 175-198	76	57	132	57	76	57	57	57	95	57	132	57
Baby Jaffa Malang	45	34	57	34	23	23	23	34	57	34	148	34
Lengkeng Bangkok Gold	76	57	132	57	76	57	57	57	95	57	132	57
Apel Fuji RRC 17kg s88-72	76	57	132	57	76	57	57	57	95	57	132	57
Apel Royal Gala New Zealand	76	57	132	57	76	57	57	57	95	57	132	57
Dragon Fruit Putih Vietnam s-24	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Pear Golden RRC	76	57	132	57	76	57	57	57	95	57	132	57
Pear Singo Korea	45	34	79	34	45	34	34	34	57	34	79	34
Pear Singo RRC	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Pear Xiang Lie	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Apel Fuji 9kg Blush	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Delima Peru	45	34	79	34	45	34	34	34	57	34	79	34
Kiwi Green Zespri	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Pear Hijau Afrika	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Pear Ya Lie	76	57	132	57	76	57	57	57	95	57	132	57
Wortel RRC	30	23	53	23	30	23	23	23	38	23	53	23
Anggur Hitam USA	76	57	132	57	76	57	57	57	95	57	132	57
Anggur Red Globe Australia	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Anggur Red Globe USA	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Apel Fuji 14kg Rossy	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Apel Granny Smith NZ	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Apel Granny Smith USA	76	57	132	57	76	57	57	57	95	57	132	57
Apel Pacific Rose NZ	45	34	79	34	45	34	34	34	57	34	79	34
Dragon Fruit Putih Vietnam s-16	76	57	132	57	76	57	57	57	95	57	132	57
Kelapa Kulit(pcs)	45	34	79	34	45	34	34	34	57	34	79	34
Kiwi Gold Zespri	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Mandarin Murcot Australia	61	45	76	45	30	30	30	45	76	45	197	45
Pear Sweet Pear	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Sunkist Navel Australia	76	57	95	57	38	38	38	57	95	57	246	57
Anggur Hijau Calmeria Australia	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Durian Medan	76	57	132	57	76	57	57	57	95	57	132	57
Apel Jumbo USA	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Apel Royal Gala USA	76	57	132	19	76	57	57	57	95	57	132	57
Kurma Medjool Jericho Palestina	36	33	48	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Kurma Tunisia Sultan 250gr	227	208	303	19	19	19	19	19	19	19	19	19

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mendapat izin dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Lemon Afrika	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Lemon Australia	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Lemon RRC	94	70	164	70	94	70	70	70	117	70	164	70
Mandarin Kino Pakistan	61	45	76	45	30	30	30	45	76	45	197	45
Pear Hosui Australia	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Pear Packham Afrika	61	45	106	45	61	45	45	45	76	45	106	45
Mangga Manalagi	91	68	159	68	91	68	68	68	114	68	159	68
Mangga Harum Manis	91	68	159	68	91	68	68	68	114	68	159	68
Semangka biji	30	23	53	23	30	23	23	23	38	23	53	23
Melon	30	23	53	23	30	23	23	23	38	23	53	23
Pisang Kepok	30	23	53	23	30	23	23	23	38	23	53	23
Pisang Raja	30	23	53	23	30	23	23	23	38	23	53	23
Pepaya California	30	23	53	23	30	23	23	23	38	23	53	23
Produk Olahan(unit)	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
Cold Pressed Juice	290	218	508	218	290	218	218	218	363	218	508	218
Fruit Salad	71	53	124	53	71	53	53	53	88	53	124	53
Buah Potongan	71	53	124	53	71	53	53	53	88	53	124	53

Sumber: Data yang diolah

Tabel 5.4
Ramalan Penjualan Fruit Storage per bulan(dalam rupiah) 2017-2018

Keterangan	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep
Penjualan	195.291.916	149.998.750	327.685.062	121.127.042	158.463.101	120.631.015
Keterangan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
Penjualan	113.907.660	116.369.163	192.822.254	128.889.364	312.789.564	128.889.364

Sumber: Data yang diolah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa merantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin IBIKKG.



©

Hak cipta milik IBIKKG

Institut Bisnis

Nama Buah

Tabel 5.5
Rencana Penjualan Fruit Storage selama 1 tahun

Hak Cipta Ditulis di Undang-Undang	Nama Buah	Quantity Penjualan(Kg) per bulan				Harga Penjualan(Rupiah)				Total Penjualan (Rupiah)
		Bulan				Bulan				
		4-6	7-9	10-12	1-3	4-6	7-9	10-12	1-3	1-12
1. Dilarang menggunakan sebagai hak cipta tulisan ini tanpa izin	Apel USA 125	280	200	220	260	46.800	49.500	38.700	50.400	44.566.745
a. Penggunaannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan	Apel USA 175-198	280	200	220	260	44.550	46.800	36.000	46.800	41.870.089
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.	Baby Jaffa Malang	144	84	120	228	23.556	20.444	20.444	19.200	11.925.481
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	Lengkeng Bangkok Gold	280	200	220	260	50.400	47.111	64.000	64.000	54.187.040
1. Dilarang menggunakan sebagai hak cipta tulisan ini tanpa izin	Apel Fuji RRC 17kg s88-72	280	200	220	260	29.750	32.500	30.500	32.000	29.823.025
a. Penggunaannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan	Apel Royal Gala New Zealand	280	200	220	260	53.833	51.944	39.667	45.050	45.845.049
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.	Dragon Fruit Putih Vietnam s-24	224	160	176	208	48.000	26.667	16.000	20.800	22.133.588
1. Dilarang menggunakan sebagai hak cipta tulisan ini tanpa izin	Pear Golden RRC	280	200	220	260	35.200	33.778	26.667	30.400	30.344.600
a. Penggunaannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan	Pear Singo Korea	168	120	132	156	128.571	50.143	46.286	81.000	46.305.447
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.	Pear Singo RRC	224	160	176	208	24.000	24.762	25.778	26.667	19.397.411
1. Dilarang menggunakan sebagai hak cipta tulisan ini tanpa izin	Pear Xiang Lie	224	160	176	208	48.450	52.821	35.214	46.143	35.056.194
a. Penggunaannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan	Apel Fuji 9kg Blush	224	160	176	208	45.900	62.000	56.000	36.741	37.653.082
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.	Delima Peru	168	120	132	156	237.500	83.125	66.500	190.000	88.183.668
1. Dilarang menggunakan sebagai hak cipta tulisan ini tanpa izin	Kiwi Green Zespri	224	160	176	208	64.800	61.000	73.000	70.200	51.660.750
a. Penggunaannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan	Pear Hijau Afrika	224	160	176	208	34.000	40.375	43.917	37.400	29.547.899



2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan

16	Pear Ya Lie	280	200	220	260	17.920	16.820	15.000	18.000	16.341.340	
17	Wortel RRC	112	80	88	104	13.760	16.444	11.600	12.560	5.177.297	
18	Anggur Hitam USA	280	200	220	260	101.700	114.000	100.000	99.999	99.152.809	
19	Anggur Red Globe Australia	224	160	176	208	82.000	91.368	90.000	98.000	69.125.177	
20	Anggur Red Globe USA	224	160	176	208	97.099	90.000	74.000	101.250	70.147.251	
21	Apel Fuji 14kg Rossy	224	160	176	208	53.550	52.821	55.703	59.500	42.573.582	
22	Apel Granny Smith NZ	224	160	176	208	52.774	52.778	47.500	48.977	38.765.116	
23	Apel Granny Smith USA	280	200	220	260	62.014	60.694	62.035	59.533	58.556.545	
24	Apel Pacific Rose NZ	168	120	132	156	47.120	52.778	48.450	43.700	27.428.088	
25	Dragon Fruit Putih Vietnam s-	280	200	220	260	30.400	31.556	27.200	26.667	27.706.094	
26	Kelapa Kulit(pcs)	168	120	132	156	39.111	39.110	35.110	31.111	20.726.124	
27	Kiwi Gold Zespri	224	160	176	208	122.400	110.500	108.800	119.000	88.888.195	
28	Mandarin Murcot Australia	192	112	160	304	57.600	58.500	56.250	55.800	43.520.443	
29	Pear Sweet Pear	224	160	176	208	36.975	39.667	25.500	30.600	25.450.313	
30	Sunkist Navel Australia	240	140	200	380	46.800	50.625	47.647	46.800	45.576.405	
31	Anggur Hijau Calmeria Australia	224	160	176	208	82.000	86.400	80.100	79.200	62.685.482	
32	Durian Medan	280	200	220	260	93.600	95.200	94.300	90.000	89.283.305	
33	Apel Jumbo USA	224	160	176	208	59.500	66.600	76.500	93.600	56.846.321	
34	Apel Royal Gala USA	280	160	220	260	67.500	56.700	47.000	56.700	52.988.304	
35	Kurma Medjool Jericho Palestina	125	10	10	10	366.333	420.000	378.000	294.000	56.132.007	
36	Kurma Tunisia Sultan 250gr	779	60	60	60	34.650	30.600	28.800	30.600	32.386.846	
37	Lemon Afrika	224	160	176	208	57.600	59.464	55.800	55.800	43.789.595	

No	Nama Produk	4-6	7-9	10-12	1-3	4-6	7-9	10-12	1-3	1-12
38	Lemon Australia	224	160	176	208	109.286	99.000	99.900	108.000	80.266.884
39	Lemon RRC	347	248	272	322	44.200	47.600	51.121	39.464	53.753.607
40	Mandarin Kino Pakistan	192	112	160	304	39.667	37.400	31.450	25.500	24.558.352
41	Pear Hosui Australia	224	160	176	208	115.104	68.000	64.600	159.375	81.082.406
42	Pear Packham Afrika	224	160	176	208	59.264	65.960	57.800	51.510	44.660.221
43	Mangga Manalagi	336	240	264	312	29.400	29.400	35.700	31.500	36.142.390
44	Mangga Harum Manis	336	240	264	312	25.200	25.200	31.500	27.300	31.309.981
45	Semangka biji	112	80	88	104	11.700	10.800	9.900	10.800	4.163.638
46	Melon	112	80	88	104	21.600	19.800	18.000	20.700	7.730.416
47	Pisang Kepok	112	80	88	104	12.600	13.500	12.600	12.600	4.904.320
48	Pisang Raja	112	80	88	104	14.400	15.300	14.400	14.400	5.594.664
49	Pepaya California	112	80	88	104	12.600	13.050	10.800	11.700	4.616.676
Total(Kg)		11413,8kg	7436,4kg	8364,0kg	10331,2kg					
Total(Unit)		1511 Unit	1079 Unit	1187 Unit	1403 Unit					
Grand Total										

Sumber: Data yang diolah

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan penelitian, pemikiran, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan tanpa izin IBIKKG.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



Berikut ini adalah Ramalan Penjualan *Fruit Storage* selama 5 tahun, dengan asumsi peningkatan kuantitas penjualan sebesar 10% dan peningkatan harga sebesar 7% per tahun nya, dapat dilihat di Tabel 5.6 dibawah ini.

Tabel 5.6
Ramalan Penjualan *Fruit Storage* 5 tahun

Ramalan Penjualan 5 tahun				
April 2017-April 2018	April 2018-April 2019	April 2019-April 2020	April 2020-April 2021	April 2021-April 2022
2.174.260.582	2.559.104.705	3.012.066.238	3.545.201.962	4.172.702.709

Sumber: Data yang diolah

G. Pengendalian Pemasaran

Perlu dilakukan pengendalian pemasaran agar rencana pemasaran dapat berjalan sesuai dengan target yang ditentukan, dan dapat membuat penyesuaian terhadap kondisi yang ada agar pemasaran tidak keluar jalur. Berikut ini adalah

Pengendalian Pemasaran yang akan dilakukan oleh *Fruit Storage*:

1. Feedback

Mengumpulkan *Feedback* dari konsumen dengan menanyakan kepada konsumen melalui survei yang dilakukan dengan bertanya langsung kepada konsumen saat selesai berbelanja di *Fruit Storage* dan juga menanyakan kepada karyawan *Fruit Storage* tentang kesulitan-kesulitan yang dihadapi dalam pekerjaannya. Pengumpulan *Feedback* dilakukan oleh Kasir ataupun *Manager* saat setelah melakukan transaksi, dari pendapat internal dan external itu akan disimpulkan sebuah cara untuk memperbaiki kinerja *Fruit Storage*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

H. People

Dalam sebuah Bisnis terdapat orang-orang yang mengoperasikan bisnis tersebut. *Fruit Storage* sebagai toko buah-buahan memiliki staf yang terdiri dari Penjaga toko dan juga kasir. Penjaga toko dan kasir keduanya langsung berinteraksi dengan konsumen maka harus dilatih untuk dapat mencerminkan keramahan, dan tanggap terhadap permintaan konsumen.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Evaluasi berkala

a. Tingkat Penjualan.

Mengevaluasi tingkat penjualan setiap bulannya, apakah sudah memenuhi target yang ditentukan atau belum dan membuat penyesuaian jika belum.

b. Produktivitas

Menilai produktivitas karyawan *Fruit Storage* apakah sudah efisien atau belum dari segi waktu dan kualitasnya, seperti kerapuhan peletakan buah-buahan, *waste* yang dihasilkan, dan kecepatan pelayanan.

c. Program Pemasaran

Menilai jalanya program *Free Juice*, *Free Tester*, dan iklan di media sosial apakah sudah berjalan dengan baik sesuai dengan target yang direncanakan, dan juga pengaruh dari program pemasaran ini.

I. Process



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Proses adalah hal-hal yang dilakukan oleh sebuah bisnis dalam mengantarkan hasil jasanya ke konsumen. Proses yang cepat dan mudah akan menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen sehingga akan lebih senang untuk memilih bisnis yang memiliki proses yang mudah dan cepat.

Proses yang ada di *Fruit Storage* adalah proses pembuatan *Cold Pressed Juice*, *Salad* dan memotong buah-buahan yang dipesan oleh konsumen, dan melayani pembelian konsumen di kasir. Pemesanan juga dapat dilakukan oleh konsumen melalui *Instant Messaging* atau *Website* sehingga mereka tidak perlu menunggu lama.

J. Physical Evidence

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Physical Evidence adalah bukti karakteristik fisik perusahaan yang dapat dilihat oleh konsumen. *Physical Evidence* dalam toko buah-buahan adalah *Banner* nama, kantong plastik *Fruit Storage*, seragam *Fruit Storage*, dan juga Suasana toko.

Tampilan fisik harus dijaga dengan baik untuk menjadi daya tarik bagi konsumen, karena dengan kondisi fisik yang baik akan lebih atraktif dan menambah nilai jual *Fruit Storage*.

Contoh Seragam dan Label untuk botol *Juice* yang akan digunakan dapat dilihat di gambar berikut ini.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 5.3
Seragam Fruit Storage



Sumber: *Fruit Storage*, 2016

Gambar 5.4
Label Botol Cold Pressed Juice



Sumber: *Fruit Storage*, 2016