

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

Daftar pertanyaan untuk CV. Vanessa Indonesia yang berkaitan dengan penelitian berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Berdasarkan Siklus Hidup Produk Cokelat Vanssa di CV. Vanessa Indonesia”.

Berkaitan dengan Perusahaan:

1. Apakah visi dan misi CV. Vanessa Indonesia?
2. Struktur organisasi di CV. Vanessa Indonesia?
3. Sejarah perusahaan dari awal dimulainya usaha membuat cokelat?
4. Berapa jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) di CV. Vanessa Indonesia?
5. Apakah pendidikan terakhir SDM yang bekerja di CV. Vanessa Indonesia?

Berkaitan dengan produk Cokelat Vanssa:

1. Jenis produk yang dimiliki CV. Vanessa Indonesia?
2. Menggunakan bahan baku kualitas dan jenis apa?
3. Sejak kapan cokelat Vanssa diluncurkan di pasaran?
4. Apa yang melatarbelakangi pembuatan cokelat Vanssa?
5. Apa kelebihan produk cokelat Vanssa dibandingkan dengan produk lain?
6. Bagaimana potensi perkembangan pangsa pasar (market share) produk cokelat Vanssa?
7. Bagaimana pasar sasaran (target market) produk cokelat Vanssa?
8. Siapakah pesaing terbesar dengan produk sejenis?
9. Apa yang menjadi penghambat utama penjualan produk/pengembangan produk cokelat Vanssa?
10. Strategi apa yang dilakukan perusahaan dalam memasarkan produk tersebut?
11. Apakah strategi produk sudah sesuai dengan posisi pasar?
12. Apakah produk cokelat Vanssa sudah memenuhi kebutuhan konsumen?

Berkaitan dengan pemasaran pada CV. Vanessa Indonesia:

1. Bagaimana cara pemasaran produk cokelat Vanssa?
2. Apakah strategi yang dijalankan oleh CV. Vanessa di masa sekarang ini?

3. Bagaimana penentuan harga coklat Vanssa?
4. Dimana saja coklat Vanssa didistribusikan?
5. Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan CV. Vanesaa Indonesia?
6. Produsen coklat mana saja yang menjadi pesaing terdekat?
7. Apakah strategi yang dilaksanakan CV. Vanessa Indonesia cukup efektif untuk memenangkan persaingan?

Lampiran 2. Data Penjualan Cokelat Vanssa Lokal Tahun 2005-2014

No	Bulan	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Januari	11.000.000	11.000.000	13.500.000	21.200.000	23.000.000	15.300.000
2	Februari	20.000.000	15.000.000	27.000.000	29.350.000	30.000.000	25.000.000
3	Maret	13.500.000	22.300.000	13.000.000	19.000.000	16.500.000	25.500.000
4	April	11.000.000	14.000.000	13.000.000	17.000.000	15.500.000	26.000.000
5	Mei	13.000.000	15.000.000	11.500.000	10.700.000	11.000.000	18.000.000
6	Juni	12.500.000	19.000.000	13.000.000	21.000.000	22.500.000	29.000.000
7	Juli	18.000.000	20.000.000	17.500.000	19.500.000	20.500.000	30.000.000
8	Agustus	17.400.000	10.700.000	14.000.000	15.000.000	18.000.000	29.000.000
9	September	24.200.000	17.000.000	18.000.000	16.000.000	17.000.000	16.700.000
10	Oktober	14.000.000	19.000.000	25.500.000	22.300.000	26.400.000	26.000.000
11	November	15.000.000	20.000.000	26.400.000	25.000.000	25.200.000	26.000.000
12	Desember	25.000.000	21.000.000	15.000.000	19.700.000	17.000.000	17.500.000
Total		194.600.000	204.000.000	207.400.000	227.750.000	240.600.000	284.000.000

Lampiran 2. (lanjutan)

No	Bulan	2011	2012	2013	2014
1	Januari	13.500.000	23.000.000	34.000.000	30.700.000
2	Februari	25.000.000	35.000.000	45.300.000	43.000.000
3	Maret	33.500.000	23.700.000	27.000.000	40.000.000
4	April	23.000.000	31.000.000	30.300.000	37.700.000
5	Mei	20.700.000	30.300.000	32.500.000	35.000.000
6	Juni	20.000.000	30.000.000	39.000.000	40.500.000
7	Juli	27.000.000	37.000.000	29.500.000	32.000.000
8	Agustus	31.600.000	31.200.000	40.000.000	35.800.000
9	September	22.000.000	22.000.000	29.700.000	37.100.000
10	Oktober	23.000.000	33.400.000	35.000.000	40.200.000
11	November	29.900.000	29.700.000	41.000.000	39.200.000
12	Desember	18.000.000	28.000.000	20.000.000	30.000.000
Total		287.200.000	354.300.000	403.300.000	441.200.000

Lampiran 3. Analisis Metode *Polli and Cook*

Tahun	Volume Penjualan	$\Delta\% (X)$	$X - \mu$	$(X - \mu)^2$
2005	194.600.000	-	-	-
2006	204.000.000	4,83	-4,91	24,16
2007	207.400.000	1,67	-8,08	65,26
2008	227.750.000	9,81	0,07	0,00
2009	240.600.000	5,64	-4,10	16,84
2010	284.000.000	18,04	8,29	68,77
2011	287.200.000	1,13	-8,62	74,28
2012	354.300.000	23,36	13,62	185,46
2013	403.300.000	13,83	4,08	16,69
2014	441.200.000	9,40	-0,35	0,12
Jumlah		87,71	0,00	451,57

Rumus:

$$1. \quad \Delta\%x = \frac{\text{Penjualan tahun yang bersangkutan} - \text{Penjualan tahun lalu}}{\text{Penjualan tahun lalu}} \times 100\%$$

Dengan:

$\Delta\%x$ = rata-rata perubahan penjualan tahun yang bersangkutan dari tahun sebelumnya.

2. Apabila jumlah persentase perubahan penjualan dari tahun 2005-2014 sudah diketahui, maka selanjutnya pada tabel dilakukan perhitungan nilai miu (μ), yang didapatkan dari perhitungan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \mu &= \frac{\sum \Delta\%x}{n-1} \\ &= \frac{87,71}{10-1} \\ &= 9,75 \end{aligned}$$

Dengan:

μ = rata-rata persentase perubahan penjualan dari tahun 2005-2014

x = jumlah persentase penjualan dari tahun 2005-2014

n = jumlah sampel

3. Apabila rata-rata persentase perubahan penjualan dari tahun 2005-2014 sudah diketahui, maka selanjutnya menghitung nilai lamda (σ), yang didapat dari perhitungan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\sigma &= \sqrt{\sum (x - \mu)^2} \\ &= \sqrt{388,43} \\ &= 19,71\end{aligned}$$

Dengan:

σ = simpangan baku atau standar deviasi

x = jumlah persentase penjualan dari tahun 2005-2014

μ = rata-rata persentase perubahan penjualan dari tahun 2005-2014

4. Apabila standar deviasi (σ) sudah diketahui, maka selanjutnya Nilai Z dan X dalam kurva siklus hidup produk cokelat Vanssa dengan menggunakan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}Z &= \mu + 0.5\sigma \\ &= 9,75 + 0.5(19,71) \\ &= 9,75 + 9,855 \\ &= 19,605\end{aligned}$$

Dengan:

Z = batas pertumbuhan *product life cycle*

σ = simpangan baku atau standar deviasi

μ = rata-rata persentase perubahan penjualan dari tahun 2005-2014

$$\begin{aligned}
 X &= \mu - 0.5\sigma \\
 &= 9,75 - 0.5(19,71) \\
 &= 9,75 - 9,855 \\
 &= -0,105
 \end{aligned}$$

Dengan:

X = batas penurunan *product life cycle*

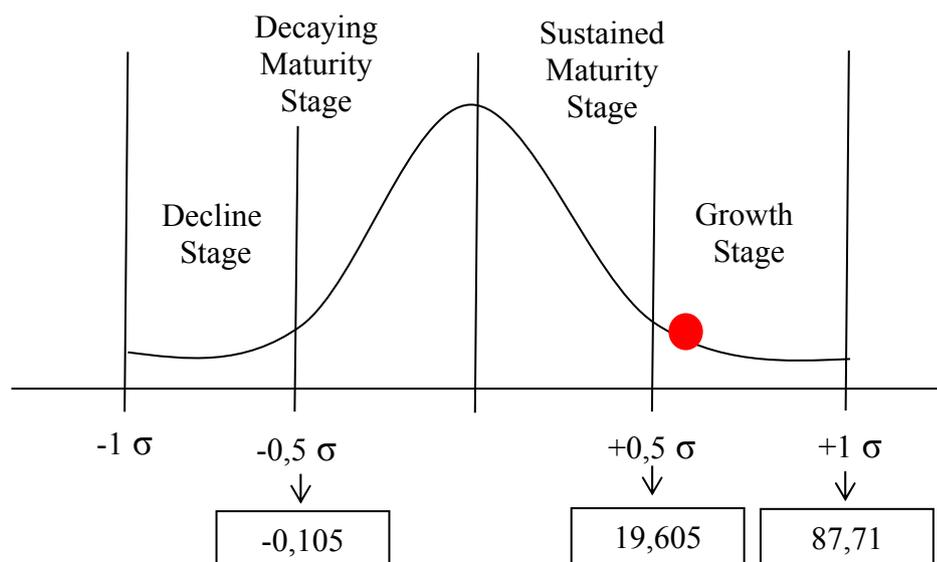
σ = simpangan baku atau standar deviasi

μ = rata-rata persentase perubahan penjualan dari tahun 2005-2014

Berdasarkan perhitungan dengan metode *Polli and Cook* bahwa jumlah nilai perubahan persentase penjualan adalah sebesar 87,71 ($x=87,71$). Dengan nilai batas pertumbuhan antara 19,605 dan nilai batas penurunan -0,105. Nilai yang diperoleh pada jumlah persentase penjualan lebih besar dari nilai batas kedewasaan, berdasarkan hal ini maka dapat disimpulkan bahwa produk berada dalam tahap pertumbuhan.

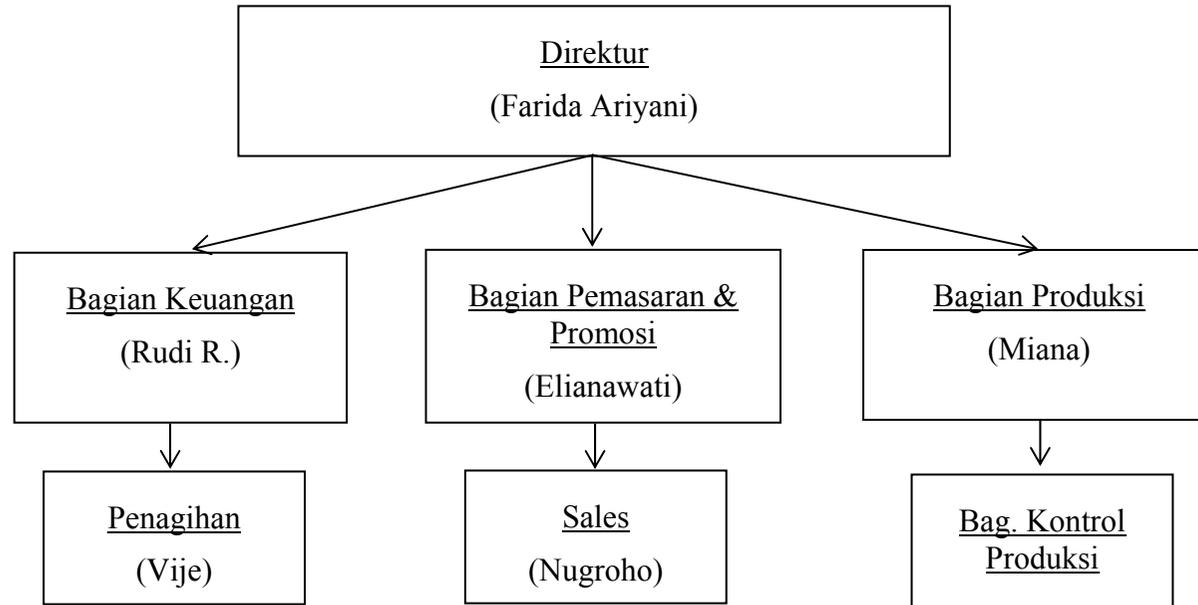
Tahap pertumbuhan (*Growth*) : $x > \mu + 0.5\sigma = 87,71 > 19,605$

Dengan kurva normal dapat digambarkan dengan posisi produk pada tahap pertumbuhan, sebagai berikut:



Gambar 19. Kurva Posisi Cokelat Vanssa pada Tahap Siklus Hidup Produk

Lampiran 4. Struktur Organisasi CV. Vanessa Indonesia



Skema 6. Struktur Organisasi CV. Vanessa Indonesia

Lampiran 5. Dokumentasi



Gambar 1. Logo Cokelat Vanssa



Gambar 2. Cokelat Vanssa



Gambar 3. Bersama Pemilik CV. Vanessa Indonesia