

TUGAS KHUSUS



APPENDIX A

TUGAS KHUSUS

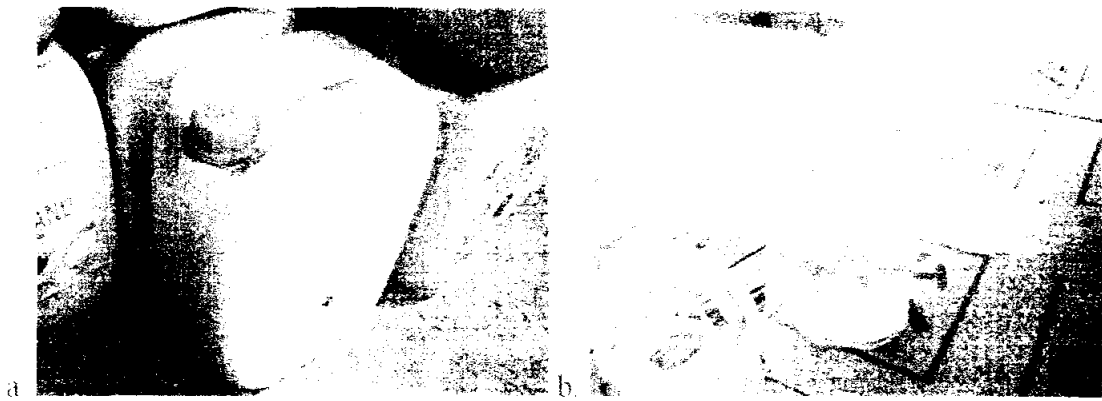
A.1 Latar Belakang

Dalam persaingan usaha, pemasaran produk memiliki peranan sangat penting dalam kemajuan usaha. Dalam hal ini diinginkan desain kemasan produk dan pemasaran produk minyak goreng yang lebih efektif ditinjau baik dari segi kualitas, praktis, dan ekonomisnya sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dan pandangan yang baik dari konsumen. Oleh karena itu berikut dirancang desain kemasan dan beberapa cara pemasaran yang dapat menyelesaikan masalah tersebut.

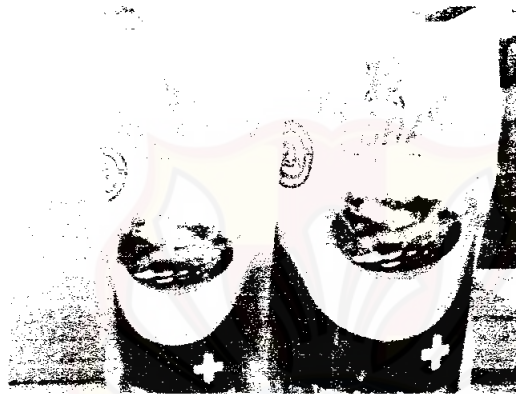
Desain kemasan yang dirancang hanya untuk kemasan 1 liter dan kemasan 2 liter. Hal ini dilakukan karena pada kemasan minyak goreng pada ukuran lainnya, yaitu 5 liter, 18 liter dan 20 liter menggunakan kemasan yang sudah ada sejak awal karena kemasan tersebut dinilai sudah optimal. Untuk kemasan 240 ml saat ini masih belum memerlukan desain baru karena produk 240 ml ini masih dalam proyek kerja sama dan memiliki reputasi penjualan yang cukup bagus. Sedangkan untuk kemasan *refill* baik 1 liter maupun 2 liter, tidak membutuhkan desain baru karena dinilai sudah optimal. Tutup atau *seal* yang digunakan pada rancangan desain kemasan baru tetap menggunakan *seal* pada kemasan lama karena *seal* ini dinilai cukup bagus dan cocok untuk kemasan botol 1 liter maupun 2 liter, selain itu *seal* ini juga telah dipercaya dapat menjaga kualitas minyak tetap baik.



Gambar A.1 Minyak Goreng Kemasan: a. 5 liter, b. 18 liter



Gambar A.2 Minyak Goreng Kemasan: a. 20 liter, b. 240 ml.



Gambar A.3 Kemasan *Refill* 1 liter dan 2 liter



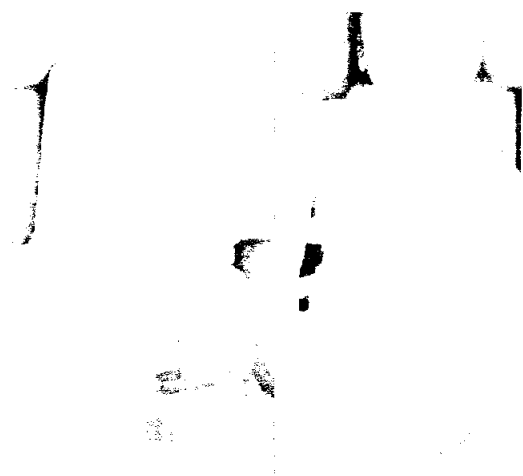
Gambar A.4 *Seal* Kemasan Botol 1 liter dan 2 liter

A.2 Desain Kemasan Botol

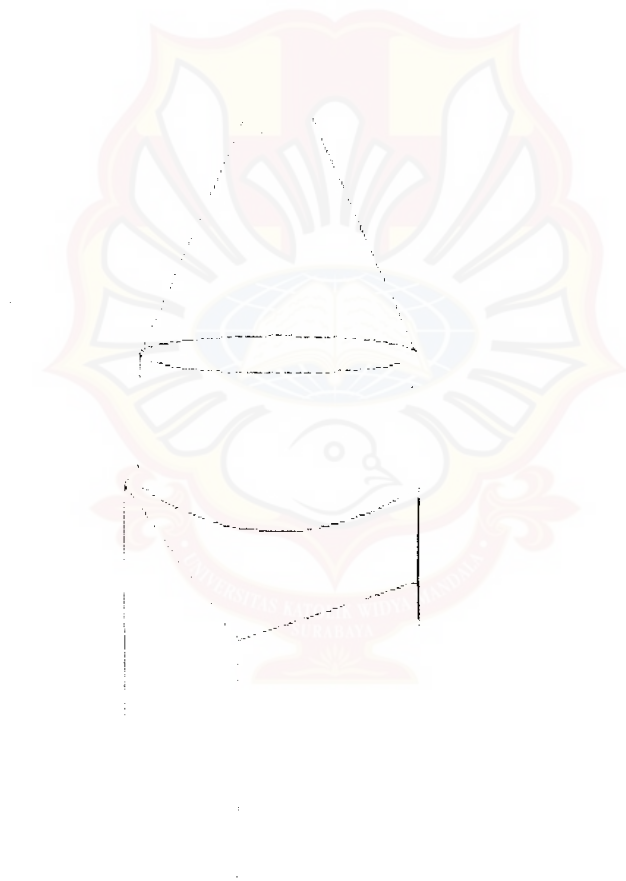
Bahan yang dipakai untuk botol kemasan adalah jenis PET (*polyethylene terephthalate*). pemilihan bahan ini adalah bahan ini merupakan jenis polimer yang sering dipakai untuk kemasan air minum, minyak goreng, dan bahan konsumsi berupa *liquida*. Dari segi harga jenis ini memiliki harga yang relatif lebih murah dibandingkan jenis bahan polimer lainnya seperti HDPE, PP, PS, dan lain-lain. Kelemahan dari bahan ini adalah tidak tahan panas yang tinggi, namun mengingat produk yang dikemas adalah minyak goreng yang disimpan dalam suhu lingkungan, maka *problem* ini bukanlah masalah. Dari segi kualitas, bahan ini menonjolkan warna bening dari minyak sehingga konsumen yang melihat akan tertarik dan beranggapan bahwa minyak yang bening adalah minyak yang berkualitas baik. Dari segi pengolahan limbah, bahan PET ini mulai banyak dilakukan daur ulang menjadi bentuk cacahan yang kemudian dilakukan proses pemeletan dan akhirnya diproses kembali sebagai kemasan



Gambar A.5 Botol Kemasan Minyak Goreng 1 liter



Gambar A.6 Botol Kemasan Minyak Goreng 2 liter



Gambar A.7 Desain Botol Kemasan Baru

Spesifikasi Alat:

Bahan = PET (*polyethylene terephthalate*)

Dimensi kemasan:

Botol 1 liter												
Variable	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
Dimensi (cm)	8	12	6	6,9	10,5	5,8	8,5	1,5	2	2	2	12
Botol 2 liter												
Variable	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
Dimensi (cm)	8	12	15	6,9	10,5	5,8	8,5	1,5	2	2	2	12

Perhitungan:

$$\begin{aligned}
 \text{Volume botol} &= \text{bagian bawah} + \text{bagian tengah} + \text{bagian atas} \\
 &= \text{prisma segi lima} + \text{silinder} + \text{kerucut} \\
 &= (5 \times 0,5 \times D \times F \times C) + (0,25 \times 3,14 \times (G-H)^2 \times B) + (1/3 \times 0,25 \times 3,14 \times G^2 \times L) + \\
 &\quad (1/3 \times 0,25 \times 3,14 \times (L-A-H))
 \end{aligned}$$

Untuk botol 1 liter

$$\begin{aligned}
 V &= (5 \times 0,5 \times 6,9 \times 5,8 \times 5) + (0,25 \times 3,14 \times (8,5-2)^2 \times 12) + (1/3 \times 0,25 \times 3,14 \times 8,5^2 \times 12) + \\
 &\quad (1/3 \times 0,25 \times 3,14 \times (12-8-2)) \\
 &= 500,25 + 397,995 + 226,865 + 0,5233 \\
 &= 1124,5867 \text{ cm}^3 \\
 &= 1,12 \text{ Lt (harus berlebih untuk ruang kosong)}
 \end{aligned}$$

Untuk botol 2 liter

$$\begin{aligned}
 V &= (5 \times 0,5 \times 6,9 \times 5,8 \times 15) + (0,25 \times 3,14 \times (8,5-2)^2 \times 12) + (1/3 \times 0,25 \times 3,14 \times 8,5^2 \times 12) + \\
 &\quad (1/3 \times 0,25 \times 3,14 \times (12-8-2)) \\
 &= 1500,75 + 397,995 + 226,865 + 0,5233 \\
 &= 2125,0867 \text{ cm}^3 \\
 &= 2,13 \text{ Lt (harus berlebih untuk ruang kosong)}
 \end{aligned}$$

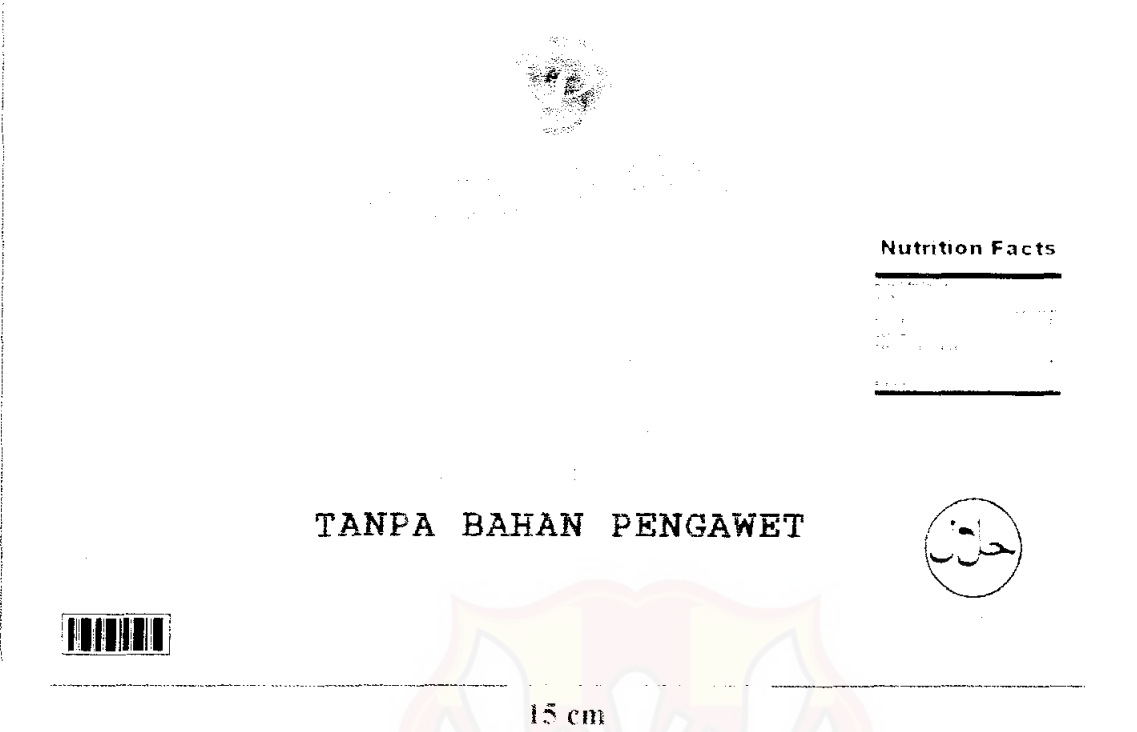
Keuntungan dari desain kemasan ini:

1. Fondasi dasar yang kokoh sehingga botol tidak mudah jatuh yang menyebabkan minyak tumpah atau bocor. Fondasi dasar merupakan segi 5 yang memiliki arti pemasaran hingga ke lima benua berpenduduk.
2. Bentuk yang praktis dan sederhana, namun membuat konsumen nyaman dalam membawa botol ini, dilengkapi dengan pegangan yang tidak mudah lepas.
3. *Seal* atau tutup yang mudah dibuka dan ditutup, sehingga memudahkan konsumen dalam menuang minyak goreng.
4. Mulut botol berbentuk konis sehingga minyak dapat dituang hingga tetes terakhir.
5. Kemasan ini mudah dibawa dan dapat diisi ulang.

A.3 Desain Logo



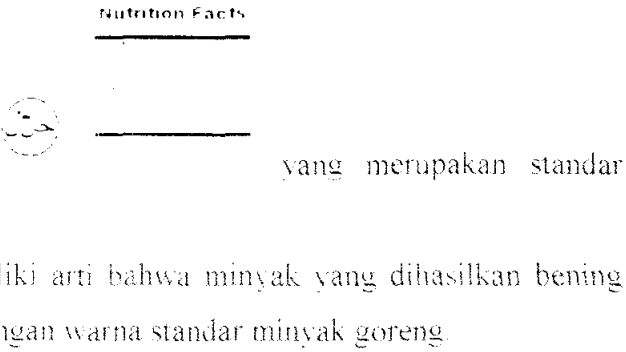
Gambar A.8 Logo Minyak Goreng “RoseBrand”

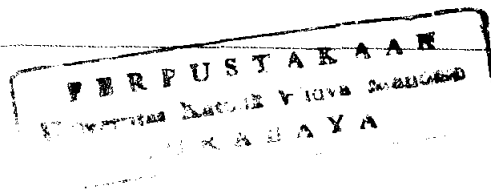


Gambar A.9 Desain Logo yang Diajukan

Desain logo ini dibuat dengan tujuan lebih menarik konsumen dalam proses pemasaran. Desain logo ini dibuat memiliki arti yang dijelaskan sebagai berikut :

- 1. Logo mawar dan tulisan *Rose Brand* yang melambangkan brand atau merk minyak goreng
- 2. Logo Tbl memiliki arti bahwa minyak goreng ini diproduksi oleh PT. Tunas Baru Lampung yang merupakan anak perusahaan sungai budi group.
- 3. Adanya indikasi kode produksi, nilai gizi, SNI, dan halal





5. 2x penyaringan memiliki arti bahwa minyak goreng ini telah dilakukan penvaringan dua kali sehingga produk yang dihasilkan benar-benar murni.
6. Indikasi omega 9, Vitamin, beta karoten, dan sebagainya merupakan nutrisi yang terkandung dalam minyak goreng yang terbuat dari kelapa sawit.
7. Gambar "Udang goreng *plus* kentang goreng dan saucenya" memiliki arti bahwa produk yang dilakukan penggorengan dengan minyak goreng ini akan menghasilkan cita rasa yang tinggi dan berkualitas.
8. Lengkungan putih kekuningan  memiliki arti bahwa minyak goreng ini murni olein yang telah dipisahkan dari stearin dan asam lemak bebasnya sehingga sehat untuk dikonsumsi.

A.4 Strategi Pemasaran

Dari segi pemasaran, banyak cara yang dapat dilakukan guna meningkatkan penjualan. Berikut adalah alternatif pemasaran untuk meningkatkan penjualan minyak goreng kemasan:

1. Penjualan minyak goreng kepada swalayan yang ada seperti Giant, Carefour, Alfamart, dan Indomaret. Hal ini mungkin telah dilakukan, mungkin untuk mengoptimalkan penjualan dilakukan sistem kontrak penjualan dengan cara setiap bulannya swalayan tersebut mengambil produk minyak goreng dengan order minimum tertentu secara rutin.
2. Bekerja sama dengan industri kecil menengah dalam pemakaian produk minyak goreng Rosebrand. Contohnya bekerja sama dengan industri *Holland bakery* sehingga penggorengan produk martabaknya menggunakan minyak goreng Rosebrand. Dalam hal ini cara yang sama dilakukan oleh bogasari dalam mendistribusikan produk tepungnya.
3. Penjualan minyak goreng murah setiap awal atau akhir bulan guna menarik dan mengikat konsumen dalam mengonsumsi minyak goreng Rosebrand. Dengan melakukan penjualan minyak goreng murah setiap bulannya, hal ini akan