

## KUESIONER PENELITIAN

Kepada Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir di Jurusan Teknik Industri Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya tentang **“Penentuan Differensiasi Produk Guna Menentukan Strategi Pemasaran Produk Teh Botol “Freshtea”,** saya mengharapkan kesediaan anda yang pernah mengkonsumsi produk teh botol untuk dapat mengisi kuesioner ini.

Informasi yang Anda berikan merupakan hal yang sangat berharga, oleh karena itu saya sangat berharap kepada Anda dalam menjawab kuesioner dilakukan dengan sebenar-benarnya. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Penulis

Berikut ini adalah kuesioner untuk menentukan Differensiasi produk teh botol. Berilah tanda X untuk mengisi jawaban yang Anda anggap sesuai dengan keadaan sebenarnya

Keterangan:

Untuk differensiasi produk

1 = Sangat Berbeda

2 = Berbeda

3 = Netral

4 = Sama

5 = Sangat sama

| No. | Pertanyaan         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|--------------------|---|---|---|---|---|
| 1   | Freshtea vs Sosro  |   |   |   |   |   |
| 2   | Freshtea vs Tekita |   |   |   |   |   |
| 3   | Tekita vs Sosro    |   |   |   |   |   |
| 4   | Freshtea vs S-tea  |   |   |   |   |   |
| 5   | S-tea vs Sosro     |   |   |   |   |   |
| 6   | Tekita vs S-tea    |   |   |   |   |   |

## KUESIONER PENELITIAN

Kepada Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir di Jurusan Teknik Industri Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya tentang **“Penentuan Differensiasi Produk Guna Menentukan Strategi Pemasaran Produk Teh Botol “Freshtea”**”, saya mengharapkan kesediaan anda untuk dapat mengisi kuesioner ini.

Informasi yang Anda berikan merupakan hal yang sangat berharga, oleh karena itu saya sangat berharap kepada Anda dalam menjawab kuesioner dilakukan dengan sebenar-benarnya. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Penulis

Untuk pengisian pernyataan pilih salah satu teh botol dibawah ini (coret yang Anda pilih):

1. Frestea
2. Sosro
3. Tekita
4. S-tea

### 1. Produk ( Product )

1. Bagaimanakah kualitas teh botol yang ditawarkan?
  - a. kurang baik
  - b. biasa saja
  - c. baik
2. Apakah volume/isi botol sesuai dengan keinginan?
  - a. tidak sesuai
  - b. biasa saja
  - c. sesuai

### 2. Harga (Price)

1. Dibandingkan pesaing, bagaimanakah harga the botol yang ditawarkan ?
  - a. lebih rendah
  - b. relatif sama
  - c. lebih tinggi
2. Apakah harga the botol sesuai dengan kualitas produknya?
  - a. sesuai
  - b. biasa saja
  - c. tidak sesuai

### 3. Saluran Distribusi

1. Apakah penyalur hanya menyalurkan produk perusahaan?
  - a. tidak
  - b. ya, sebagian besar

## Lampiran 1 (Lanjutan)

c. ya, seluruhnya

2. Apakah insentif atau bonus sering diberikan kepada penyalur untuk memotivasinya?
  - a. tidak
  - b. kadang-kadang
  - c. ya

### 4. Promosi ( Promotion )

1. Apakah perusahaan sering melakukan promosi penjualan?
  - a. tidak
  - b. kadang-kadang
  - c. ya
2. Apakah promosi yang dilakukan perusahaan sudah sesuai seperti yang diharapkan?
  - a. tidak sama sekali
  - b. kurang sesuai
  - c. sesuai

### 5. Posisi

1. Apakah perusahaan telah berhasil mencapai posisi pasar dengan menguasai suatu pasar tertentu yang berbeda dengan pesaing?
  - a. belum
  - b. sudah, pada produk tertentu
  - c. sudah, pada seluruh produk
2. Apakah perusahaan berhasil menetapkan suatu citra di benak konsumen tentang produk andalannya?
  - a. tidak berhasil
  - b. belum sepenuhnya berhasil
  - c. ya, berhasil

## Hasil Pengisian Kuesioner dengan MDS (Bagian II)

|    |          | Freshtea | Tekita | S-tea | Sosro |
|----|----------|----------|--------|-------|-------|
| 1  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 2  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 3  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 1        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 4  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 3      | 3     | 0     |
| 5  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 6  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 3      | 3     | 0     |
| 7  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 4     | 0     |
| 8  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 9  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 1      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 10 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 3      | 3     | 0     |
| 11 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 2      | 4     | 0     |
| 12 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 1      | 4     | 0     |
| 13 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 2      | 3     | 0     |
| 14 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 2      | 3     | 0     |
| 15 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 3      | 4     | 0     |
| 16 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 1        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 2     | 0     |
| 17 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 3      | 4     | 0     |
| 18 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 2      | 3     | 0     |
| 19 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 4     | 0     |
| 20 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |

## Hasil Pengisian Kuesioner dengan MDS (Bagian II)

|    |          | Freshtea | Tekita | S-tea | Sosro |
|----|----------|----------|--------|-------|-------|
| 21 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 3      | 4     | 0     |
| 22 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 23 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 1      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 3     | 0     |
| 24 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 2      | 4     | 0     |
| 25 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 4     | 0     |
| 26 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 2      | 3     | 0     |
| 27 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 3      | 2     | 0     |
| 28 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 29 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 2      | 3     | 0     |
| 30 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 3      | 4     | 0     |
| 31 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 3     | 0     |
| 32 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 33 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 3      | 5     | 0     |
| 34 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 1      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 35 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 3      | 4     | 0     |
| 36 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 37 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 1        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 3     | 0     |
| 38 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 2      | 5     | 0     |
| 39 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 3      | 4     | 0     |
| 40 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 3     | 0     |

## Hasil Pengisian Kuesioner dengan MDS (Bagian II)

|    |          | Freshtea | Tekita | S-tea | Sosro |
|----|----------|----------|--------|-------|-------|
| 41 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 2      | 3     | 0     |
| 42 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 4     | 0     |
| 43 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 44 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 4     | 0     |
| 45 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 2      | 4     | 0     |
| 46 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 4     | 0     |
| 47 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 1        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 48 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 3      | 4     | 0     |
| 49 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 50 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 1      | 4     | 0     |
| 51 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 2      | 3     | 0     |
| 52 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 4     | 0     |
| 53 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 1        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 4      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 54 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 3      | 3     | 0     |
| 55 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 56 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 57 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 3      | 4     | 0     |
| 58 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 2      | 3     | 0     |
| 59 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 4      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 60 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 3      | 3     | 0     |

## Hasil Pengisian Kuesioner dengan MDS (Bagian II)

|    |          | Freshtea | Tekita | S-tea | Sosro |
|----|----------|----------|--------|-------|-------|
| 61 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 2      | 4     | 0     |
| 62 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 63 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 3     | 0     |
| 64 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 2      | 3     | 0     |
| 65 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 3      | 4     | 0     |
| 66 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 1        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 4      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 2     | 0     |
| 67 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 68 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 2      | 3     | 0     |
| 69 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 4     | 0     |
| 70 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 71 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 2      | 3     | 0     |
| 72 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 73 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 4      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 3      | 3     | 0     |
| 74 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 2      | 4     | 0     |
| 75 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 4      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 76 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 1        | 2      | 3     | 0     |
| 77 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 3      | 2     | 0     |
| 78 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 79 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 2        | 4      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 2      | 3     | 0     |
| 80 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|    | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|    | S-tea    | 1        | 3      | 0     |       |
|    | Sosro    | 3        | 2      | 4     | 0     |

## Hasil Pengisian Kuesioner dengan MDS (Bagian II)

|     |          | Freshtea | Tekita | S-tea | Sosro |
|-----|----------|----------|--------|-------|-------|
| 81  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 1        | 2      | 0     |       |
|     | Sosro    | 2        | 3      | 3     | 0     |
| 82  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|     | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 83  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|     | Sosro    | 3        | 2      | 5     | 0     |
| 84  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 4      | 0     |       |
|     | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 85  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 1        | 3      | 0     |       |
|     | Sosro    | 1        | 3      | 4     | 0     |
| 86  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 3        | 3      | 0     |       |
|     | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 87  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 1        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|     | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 88  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 1        | 3      | 0     |       |
|     | Sosro    | 3        | 2      | 4     | 0     |
| 89  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|     | Sosro    | 3        | 3      | 3     | 0     |
| 90  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|     | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 91  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|     | Sosro    | 3        | 2      | 3     | 0     |
| 92  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 1        | 2      | 0     |       |
|     | Sosro    | 2        | 3      | 2     | 0     |
| 93  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|     | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 94  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 3        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|     | Sosro    | 2        | 2      | 4     | 0     |
| 95  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 2      | 0     |       |
|     | Sosro    | 3        | 2      | 3     | 0     |
| 96  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|     | Sosro    | 2        | 3      | 4     | 0     |
| 97  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 1        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 1        | 2      | 0     |       |
|     | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |
| 98  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|     | Sosro    | 3        | 2      | 4     | 0     |
| 99  | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 3        | 4      | 0     |       |
|     | Sosro    | 3        | 3      | 3     | 0     |
| 100 | Freshtea | 0        |        |       |       |
|     | Tekita   | 2        | 0      |       |       |
|     | S-tea    | 2        | 3      | 0     |       |
|     | Sosro    | 2        | 2      | 3     | 0     |

## Alsca1

Iteration history for the 2 dimensional solution (in squared distances)

Young's S-stress formula 1 is used.

| Iteration | S-stress | Improvement |
|-----------|----------|-------------|
| 0         | .10972   |             |
| 1         | .10599   |             |
| 2         | .10096   | .00503      |
| 3         | .09819   | .00277      |
| 4         | .09647   | .00172      |
| 5         | .09534   | .00113      |
| 6         | .09455   | .00079      |

Iterations stopped because  
S-stress improvement is less than .001000

Stress and squared correlation (RSQ) in distances

RSQ values are the proportion of variance of the scaled data  
(disparities)

in the partition (row, matrix, or entire data) which  
is accounted for by their corresponding distances.  
Stress values are Kruskal's stress formula 1.

| Matrix | Stress | RSQ   | Matrix | Stress | RSQ   |
|--------|--------|-------|--------|--------|-------|
| 1      | .000   | 1.000 | 2      | .000   | 1.000 |
| 3      | .049   | .958  | 4      | .081   | .868  |
| 5      | .028   | .987  | 6      | .000   | 1.000 |
| 7      | .008   | .999  | 8      | .000   | 1.000 |
| 9      | .065   | .918  | 10     | .000   | 1.000 |
| 11     | .030   | .985  | 12     | .000   | 1.000 |
| 13     | .000   | 1.000 | 14     | .000   | 1.000 |
| 15     | .000   | 1.000 | 16     | .198   | .499  |
| 17     | .000   | 1.000 | 18     | .062   | .921  |
| 19     | .043   | .964  | 20     | .061   | .924  |
| 21     | .000   | 1.000 | 22     | .000   | 1.000 |
| 23     | .014   | .998  | 24     | .012   | .998  |
| 25     | .038   | .981  | 26     | .033   | .981  |
| 27     | .234   | .242  | 28     | .028   | .987  |
| 29     | .094   | .822  | 30     | .000   | 1.000 |
| 31     | .033   | .996  | 32     | .000   | 1.000 |
| 33     | .042   | .964  | 34     | .049   | .963  |
| 35     | .000   | 1.000 | 36     | .028   | .987  |
| 37     | .086   | .853  | 38     | .000   | 1.000 |
| 39     | .000   | 1.000 | 40     | .000   | 1.000 |
| 41     | .033   | .981  | 42     | .000   | 1.000 |
| 43     | .021   | .991  | 44     | .000   | 1.000 |
| 45     | .000   | 1.000 | 46     | .000   | 1.000 |
| 47     | .029   | .987  | 48     | .029   | .987  |
| 49     | .062   | .921  | 50     | .010   | .999  |
| 51     | .085   | .874  | 52     | .000   | 1.000 |

Lampiran 3 (Lanjutan)

|    |      |       |     |      |       |
|----|------|-------|-----|------|-------|
| 53 | .168 | .853  | 54  | .081 | .868  |
| 55 | .000 | 1.000 | 56  | .000 | 1.000 |
| 57 | .000 | 1.000 | 58  | .000 | 1.000 |
| 59 | .000 | 1.000 | 60  | .029 | .987  |
| 61 | .030 | .985  | 62  | .000 | 1.000 |
| 63 | .000 | 1.000 | 64  | .000 | 1.000 |
| 65 | .000 | 1.000 | 66  | .153 | .864  |
| 67 | .000 | 1.000 | 68  | .094 | .822  |
| 69 | .000 | 1.000 | 70  | .000 | 1.000 |
| 71 | .080 | .873  | 72  | .000 | 1.000 |
| 73 | .113 | .867  | 74  | .000 | 1.000 |
| 75 | .122 | .921  | 76  | .000 | 1.000 |
| 77 | .234 | .242  | 78  | .051 | .962  |
| 79 | .024 | .999  | 80  | .005 | 1.000 |
| 81 | .025 | .987  | 82  | .000 | 1.000 |
| 83 | .005 | 1.000 | 84  | .030 | .998  |
| 85 | .000 | 1.000 | 86  | .051 | .962  |
| 87 | .049 | .959  | 88  | .005 | 1.000 |
| 89 | .029 | .987  | 90  | .000 | 1.000 |
| 91 | .000 | 1.000 | 92  | .145 | .764  |
| 93 | .000 | 1.000 | 94  | .000 | 1.000 |
| 95 | .085 | .874  | 96  | .000 | 1.000 |
| 97 | .029 | .987  | 98  | .000 | 1.000 |
| 99 | .168 | .853  | 100 | .000 | 1.000 |

Averaged (rms) over matrices  
Stress = .06198      RSQ = .95147

Configuration derived in 2 dimensions  
Stimulus Coordinates  
Dimension

| Stimulus<br>Number | Stimulus<br>Name | 1       | 2       |
|--------------------|------------------|---------|---------|
| 1                  | FRESHTEA         | -.4785  | .7281   |
| 2                  | TEKITA           | .7960   | -1.0765 |
| 3                  | S_TEA            | -1.4011 | -.8865  |
| 4                  | SOSRO            | 1.0837  | 1.2350  |

Subject weights measure the importance of each dimension to each subject.  
Squared weights sum to RSQ.

A subject with weights proportional to the average weights has a weirdness of zero, the minimum value.  
A subject with one large weight and many low weights has a weirdness near one.  
A subject with exactly one positive weight has a weirdness of one, the maximum value for nonnegative weights.

# Lampiran 3 (Lanjutan)

| Subject Weights   |                |           |       |
|-------------------|----------------|-----------|-------|
| Subject<br>Number | Weird-<br>ness | Dimension |       |
|                   |                | 1         | 2     |
| 1                 | .0857          | .7983     | .6023 |
| 2                 | .0614          | .8581     | .5135 |
| 3                 | .1321          | .8632     | .4617 |
| 4                 | .2235          | .6775     | .6392 |
| 5                 | .2054          | .8977     | .4261 |
| 6                 | .6696          | .3736     | .9276 |
| 7                 | .0909          | .7954     | .6051 |
| 8                 | .0614          | .8581     | .5135 |
| 9                 | .4278          | .5659     | .7734 |
| 10                | .0380          | .8495     | .5276 |
| 11                | .1459          | .8792     | .4600 |
| 12                | .4893          | .9631     | .2692 |
| 13                | .2075          | .7364     | .6765 |
| 14                | .9660          | .9998     | .0176 |
| 15                | .0857          | .7983     | .6023 |
| 16                | .6893          | .2496     | .6609 |
| 17                | .3034          | .6787     | .7344 |
| 18                | .2648          | .6747     | .6826 |
| 19                | .3554          | .6319     | .7513 |
| 20                | .2296          | .6957     | .6631 |
| 21                | .6119          | .4308     | .9025 |
| 22                | .2204          | .9075     | .4202 |
| 23                | .8728          | .1502     | .9879 |
| 24                | .3656          | .9404     | .3372 |
| 25                | .7104          | .3282     | .9347 |
| 26                | .1027          | .8638     | .4842 |
| 27                | .6385          | .1992     | .4501 |
| 28                | .1940          | .8944     | .4326 |
| 29                | .1280          | .7055     | .5694 |
| 30                | .2007          | .7402     | .6724 |
| 31                | 1.0120         | -.0143    | .9981 |
| 32                | .0614          | .8581     | .5135 |
| 33                | .3721          | .6205     | .7611 |
| 34                | .6145          | .4203     | .8870 |
| 35                | .2356          | .7204     | .6936 |
| 36                | .1940          | .8944     | .4326 |
| 37                | .3438          | .6020     | .7005 |
| 38                | .0113          | .8304     | .5572 |
| 39                | .0074          | .8378     | .5459 |
| 40                | .7095          | .3322     | .9432 |
| 41                | .1027          | .8638     | .4842 |
| 42                | .4221          | .5949     | .8038 |
| 43                | .1744          | .7510     | .6533 |
| 44                | .3385          | .6554     | .7553 |
| 45                | .2564          | .7080     | .7062 |
| 46                | .2075          | .7364     | .6765 |
| 47                | .2246          | .9025     | .4149 |
| 48                | .2246          | .9025     | .4149 |
| 49                | .2274          | .6960     | .6609 |
| 50                | .3819          | .9438     | .3282 |

### Lampiran 3 (Lanjutan)

|                       |        |       |        |
|-----------------------|--------|-------|--------|
| 51                    | .1293  | .8234 | .4424  |
| 52                    | .1441  | .7701 | .6379  |
| 53                    | .9706  | .9232 | .0141  |
| 54                    | .2235  | .6775 | .6392  |
| 55                    | .0614  | .8581 | .5135  |
| 56                    | .0857  | .7983 | .6023  |
| 57                    | .0284  | .8459 | .5333  |
| 58                    | .9660  | .9998 | .0176  |
| 59                    | .5326  | .9693 | .2457  |
| 60                    | .2252  | .9027 | .4146  |
| 61                    | .1459  | .8792 | .4600  |
| 62                    | .2204  | .9075 | .4202  |
| 63                    | .7095  | .3322 | .9432  |
| 64                    | .9660  | .9998 | .0176  |
| 65                    | .0857  | .7983 | .6023  |
| 66                    | .9363  | .9293 | .0307  |
| 67                    | .1559  | .8891 | .4577  |
| 68                    | .1280  | .7055 | .5694  |
| 69                    | .1441  | .7701 | .6379  |
| 70                    | .0857  | .7983 | .6023  |
| 71                    | .0998  | .7397 | .5708  |
| 72                    | .2204  | .9075 | .4202  |
| 73                    | .6023  | .9109 | .1939  |
| 74                    | .3706  | .9423 | .3348  |
| 75                    | .9712  | .9597 | .0143  |
| 76                    | .0229  | .8256 | .5642  |
| 77                    | .6385  | .1992 | .4501  |
| 78                    | .3216  | .9140 | .3553  |
| 79                    | 1.3189 | .9855 | -.1662 |
| 80                    | .5301  | .9689 | .2470  |
| 81                    | .2392  | .7137 | .6914  |
| 82                    | .0614  | .8581 | .5135  |
| 83                    | .4407  | .9550 | .2958  |
| 84                    | 1.2584 | .9899 | -.1343 |
| 85                    | .2356  | .7204 | .6936  |
| 86                    | .3216  | .9140 | .3553  |
| 87                    | .1487  | .8686 | .4523  |
| 88                    | .5301  | .9689 | .2470  |
| 89                    | .2252  | .9027 | .4146  |
| 90                    | .0857  | .7983 | .6023  |
| 91                    | .6871  | .9866 | .1631  |
|                       |        |       |        |
| 92                    | .7578  | .2451 | .8392  |
| 93                    | .0857  | .7983 | .6023  |
| 94                    | .0614  | .8581 | .5135  |
| 95                    | .1293  | .8234 | .4424  |
| 96                    | .1441  | .7701 | .6379  |
| 97                    | .2246  | .9025 | .4149  |
| 98                    | .6780  | .9858 | .1679  |
| 99                    | .9697  | .9234 | .0145  |
| 100                   | .5326  | .9693 | .2457  |
| Overall importance of |        |       |        |
| each dimension:       |        |       |        |
|                       |        | .6347 | .3167  |

### Lampiran 3 (Lanjutan)

#### Flattened Subject Weights

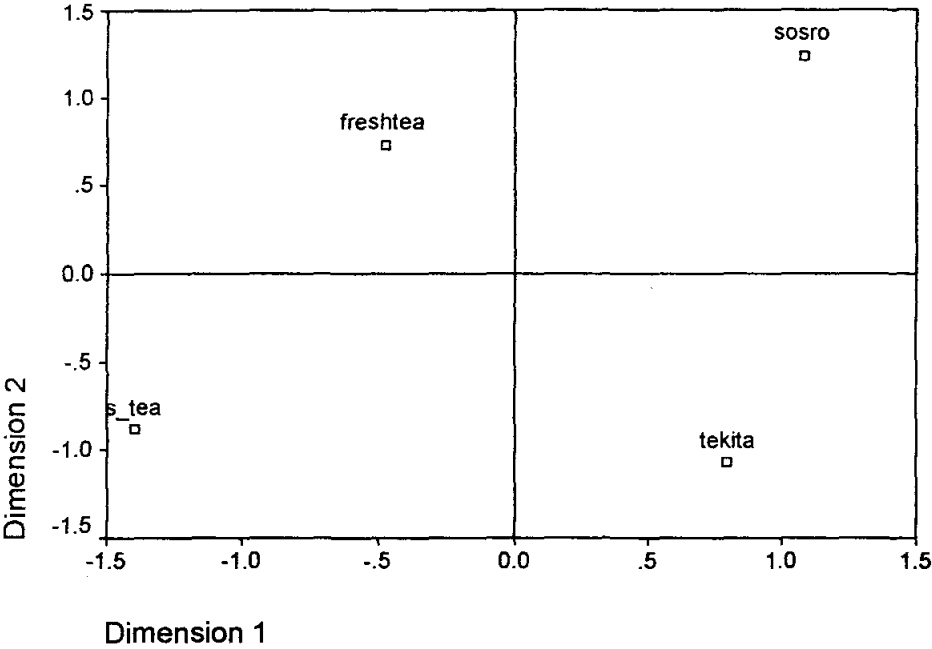
| Subject<br>Number | Plot<br>Symbol | Variable |
|-------------------|----------------|----------|
|                   |                | 1        |
| 1                 | 1              | -.1945   |
| 2                 | 2              | .0783    |
| 3                 | 3              | .2054    |
| 4                 | 4              | -.4660   |
| 5                 | 5              | .3359    |
| 6                 | 6              | -1.5812  |
| 7                 | 7              | -.2043   |
| 8                 | 8              | .0783    |
| 9                 | 9              | -.9173   |
| 10                | A              | .0357    |
| 11                | B              | .2300    |
| 12                | C              | .8429    |
| 13                | D              | -.4335   |
| 14                | E              | 1.8293   |
| 15                | F              | -.1945   |
| 16                | G              | -1.6450  |
| 17                | H              | -.6341   |
| 18                | I              | -.5518   |
| 19                | J              | -.7491   |
| 20                | K              | -.4786   |
| 21                | L              | -1.4049  |
| 22                | M              | .3624    |
| 23                | N              | -2.3420  |
| 24                | O              | .6199    |
| 25                | P              | -1.7147  |
| 26                | Q              | .1529    |
| 27                | R              | -1.4845  |
| 28                | S              | .3157    |
| 29                | T              | -.2758   |
| 30                | U              | -.4197   |
| 31                | V              | -3.0603  |
| 32                | W              | .0783    |
| 33                | X              | -.7870   |
| 34                | Y              | -1.4125  |
| 35                | Z              | -.4910   |
| 36                | 1              | .3157    |
| 37                | 2              | -.7229   |
| 38                | 3              | -.0548   |
| 39                | 4              | -.0203   |
| 40                | 5              | -1.7120  |
| 41                | 6              | .1529    |
| 42                | 7              | -.9037   |
| 43                | 8              | -.3670   |
| 44                | 9              | -.7112   |
| 45                | A              | -.5343   |
| 46                | B              | -.4335   |
| 47                | C              | .3699    |
| 48                | D              | .3699    |
| 49                | E              | -.4740   |
| 50                | F              | .6490    |
| 51                | G              | .2004    |

### Lampiran 3 (Lanjutan)

|     |   |         |
|-----|---|---------|
| 52  | H | -.3072  |
| 53  | I | 1.8406  |
| 54  | J | -.4660  |
| 55  | K | .0783   |
| 56  | L | -.1945  |
| 57  | M | .0182   |
| 58  | N | 1.8293  |
| 59  | O | .9226   |
| 60  | P | .3710   |
| 61  | Q | .2300   |
| 62  | R | .3624   |
| 63  | S | -1.7120 |
| 64  | T | 1.8293  |
| 65  | U | -.1945  |
| 66  | V | 1.7574  |
| 67  | W | .2479   |
| 68  | X | -.2758  |
| 69  | Y | -.3072  |
| 70  | Z | -.1945  |
| 71  | 1 | -.2214  |
| 72  | 2 | .3624   |
| 73  | 3 | 1.0536  |
| 74  | 4 | .6287   |
| 75  | 5 | 1.8422  |
| 76  | 6 | -.0763  |
| 77  | 7 | -1.4845 |
| 78  | 8 | .5416   |
| 79  | 9 | 2.9086  |
| 80  | A | .9181   |
| 81  | B | -.4985  |
| 82  | C | .0783   |
| 83  | D | .7546   |
| 84  | E | 2.6837  |
| 85  | F | -.4910  |
| 86  | G | .5416   |
| 87  | H | .2351   |
| 88  | I | .9181   |
| 89  | J | .3710   |
| 90  | K | -.1945  |
| 91  | L | 1.2185  |
| 92  | M | -1.8805 |
| 93  | N | -.1945  |
| 94  | O | .0783   |
| 95  | P | .2004   |
| 96  | Q | -.3072  |
| 97  | R | .3699   |
| 98  | S | 1.2005  |
| 99  | T | 1.8385  |
| 100 | U | .9226   |

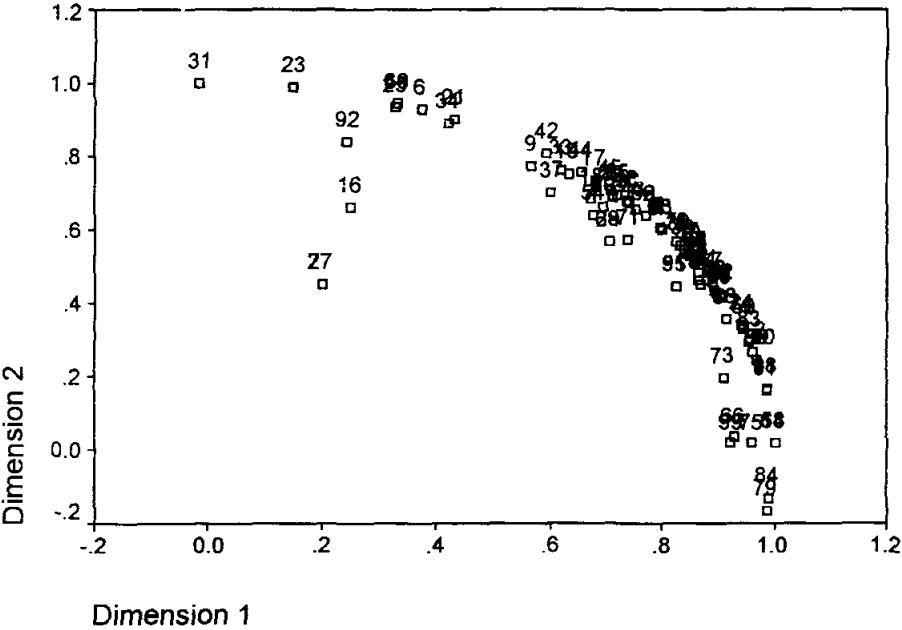
Derived Stimulus Configuration

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



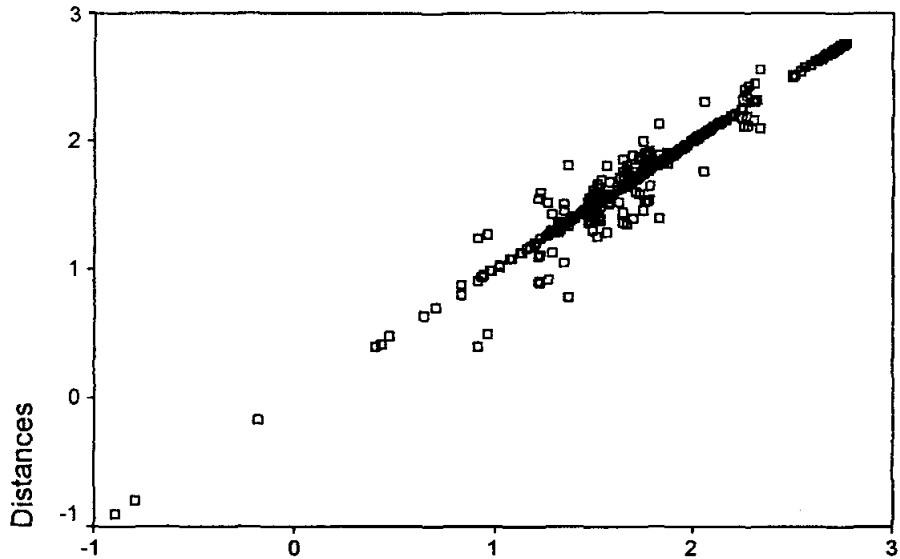
Derived Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



Scatterplot of Linear Fit

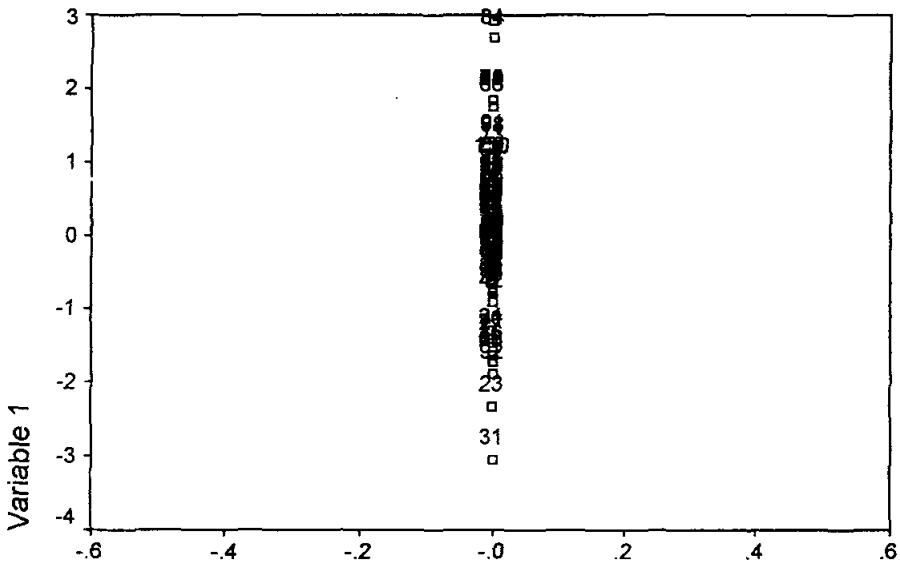
Individual differences (weighted) Euclidean distance model



Disparities

Flattened Subject Weights

Individual differences (weighted) Euclidean distance model



One Dimensional Plot

Tabel Penamaan Dimensi Pada Peta Spasial MDS

| No | Freshtea vs Tekita             | Tekita vs Freshtea     | S-tea&Tekita vs Freshtea | Freshtea vs S-tea&Tekita     |
|----|--------------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------------|
| 1  | beraroma melati                | isinya lebih banyak    | isinya lebih banyak      | beraroma melati              |
| 2  | bentuk botol menarik           | botolnya lebih besar   | botol lebih besar        | bentuk botol menarik         |
| 3  | rasanya lebih enak             | volumenya lebih banyak | volume lebih besar       | rasa lebih enak              |
| 4  | iklan Tv, aroma melati         | isinya lebih banyak    | isinya banyak            | distribusi lebih banyak      |
| 5  | lebih banyak terdapat diwarung | botol lebih tinggi     | lebih rasa the           | rasa melati                  |
| 6  | iklan Tv                       | rasa teh lebih kental  | isinya lebih banyak      | iklan Tv                     |
| 7  | rasa melati                    | -                      | -                        | rasa lebih manis/melati      |
| 8  | rasa lebih manis               | -                      | -                        | aroma teh terasa             |
| 9  | iklan Tv menarik               | lebih banyak isinya    | botol lebih besar        | banyak tersedia di toko      |
| 10 | botolnya bagus                 | botol lebih besar      | volume lebih banyak      | iklan Tv lebih gencar        |
| 11 | menyebar di toko-toko          | -                      | -                        | botolnya unik                |
| 12 | promosi gencar                 | botol lebih besar      | isinya lebih banyak      | iklan di Tv, billboard       |
| 13 | lebih rasa melati              | -                      | -                        | aroma melati                 |
| 14 | bentuk botol lebih mnearik     | isinya lebih banyak    | -                        | bentuk botol bagus           |
| 15 | iklan tv                       | -                      | botolnya lebih tinggi    | aroma teh khas               |
| 16 | banyak tersedia                | lebih dulu ada         | -                        | distribusinya lebih tersebar |
| 17 | -                              | -                      | -                        | rasa teh lebih enak          |
| 18 | beraroma melati                | -                      | volumenya lebih banyak   | iklan di billboard           |
| 19 | iklan gencar                   | isinya lebih banyak    | -                        | botolnya lebih menarik       |
| 20 | rasa harum                     | -                      | -                        | beraroma melati              |

Lampiran 4 (Lanjutan)

Tabel Penamaan Dimensi Pada Peta Spasial MDS

| S-tea&Tekita vs Sosro  | Sosro vs S-tea&Tekita  | S-tea vs Sosro      | Sosro vs S-tea           |
|------------------------|------------------------|---------------------|--------------------------|
| isinya lebih banyak    | aroma teh lebih terasa | isi lebih banyak    | aroma teh lebih terasa   |
| botol lebih besar      | lebih terkenal         | volume lebih banyak | iklan Tv                 |
| volumenya lebih banyak | iklan lebih gencar     | botol lebih besar   | undian berhadiah         |
| -                      | undian berhadiah       | -                   | kupon berhadiah          |
| -                      | tehnya lebih enak      | -                   | lebih terkenal           |
| botol lebih besar      | lebih enak rasanya     | botol lebih tinggi  | rasa lebih enak          |
| harga lebih murah      | iklan di Tv            | harga lebih murah   | promosi gencar           |
| -                      | rasa teh terasa        | -                   | ada undian               |
| isi banyak             | iklan di billboard,Tv  | isi banyak          | lebih terkenal           |
| -                      | ada undian berhadiah   | -                   | iklan Tv gencar          |
| -                      | rasa teh lebih enak    | -                   | lebih kental             |
| volumenya banyak       | rasa teh lebih terasa  | isi lebih banyak    | teh lebih terasa         |
| -                      | iklan lebih gencar     | harga lebih murah   | undian berhadiah         |
| -                      | aroma teh terasa       | -                   | lebih beraroma the       |
| harga lebih murah      | teh lebih enak         | volume banyak       | iklan Tv gencar          |
| botolnya lebih tinggi  | undian berhadiah       | lebih banyak isi    | aroma teh lebih terasa   |
| -                      | lebih terkenal         | isinya banyak       | bentuk botol lebih bagus |
| -                      | rasanya lebih enak     | volume lebih banyak | rasa teh terasa          |
| isinya lebih banyak    | iklan di Tv            | -                   | menyebar di toko-toko    |
| volume teh banyak      | rasa teh terasa        | isi lebih banyak    | rasa lebih enak          |

Tabel Penamaan Dimensi Pada Peta Spasial MDS

| Freshtea&Sosro vs Tekita        | Tekita vs Freshtea&Sosro | Freshtea&Sosro vs S-tea        |
|---------------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| iklan Tv gencar                 | isi lebih banyak         | iklan Tv gencar                |
| iklan Tv, iklan billboard       | botol lebih besar        | lebih mempunyai nama           |
| lebih banyak terdapat di warung | isi lebih banyak         | rasa teh lebih harum           |
| rasa lebih enak                 | -                        | promosi gencar                 |
| botol lebih menarik             | -                        | banyak tersedia di toko        |
| promosi gencar                  | -                        | bentuk botol lebih menarik     |
| undian berhadiah                | volumenya lebih banyak   | lebih terkenal                 |
| adanya kupon berhadiah          | -                        | iklan Tv, billboard            |
| rasa lebih enak                 | -                        | -                              |
| menyebar di toko-toko           | botolnya lebih tinggi    | banyak tersedia di rumah makan |
| rasa teh lebih terasa           | -                        | -                              |
| lebih beraroma the              | isi lebih banyak         | -                              |
| iklan Tv                        | -                        | lebih terkenal                 |
| aroma teh terasa                | -                        | iklan Tv                       |
| lebih enak/manis                | -                        | -                              |
| bentuk botol menarik            | isi lebih banyak         | promosi Tv, billboard          |
| tersebar di warung              | -                        | -                              |
| rasa lebih enak                 | -                        | lebih terkenal                 |
| iklan Tv gencar                 | botolnya lebih besar     | iklan Tv                       |
| adanya undian                   | -                        | promosi gencar                 |

Lampiran 4 (Lanjutan)

Tabel Penamaan Dimensi Pada Peta Spasial MDS

| S-tea vs Freshtea&Sosro    | Frestea vs Sosro   | Sosro vs Frestea               | S-tee vs Tekita       | Tekita vs S-tee  |
|----------------------------|--------------------|--------------------------------|-----------------------|------------------|
| isi lebih banyak           | bentuk botol unik  | rasa teh alami                 | -                     | -                |
| volume lebih banyak        | beraroma melati    | promosi undian                 | -                     | -                |
| -                          | rasanya lebih enak | lebih terkenal                 | -                     | -                |
| -                          | botolnya bagus     | banyak terdapat diwarung       | -                     | -                |
| -                          | rasa teh melati    | -                              | rasanya lebih enak    | lebih duluan ada |
| isi lebih banyak           | botolnya unik      | terdapat di supermarket        | -                     | -                |
| -                          | -                  | rasa tehnya terasa             | -                     | -                |
| botolnya lebih tinggi      | beraroma melati    | tehnya lebih kental            | isinya lebih banyak   | -                |
| -                          | lebih enak rasanya | undian berhadiah               | -                     | -                |
| -                          | -                  | terdapat dimana-mana           | -                     | -                |
| volume tehnya lebih banyak | -                  | iklannya ada dimana-mana       | -                     | -                |
| isi lebih banyak           | rasa melati        | banyak terdapat di rumah makan | botolnya lebih besar  | -                |
| -                          | -                  | promosi lebih gencar           | -                     | -                |
| isi lebih banyak           | rasanya lebih enak | rasa teh alami                 | -                     | -                |
| -                          | bentuk botol bagus | distribusinya menyebar         | rasanya lebih enak    | -                |
| -                          | -                  | rasa teh lebih terasa          | botolnya lebih lebar  | -                |
| volume lebih banyak        | -                  | undian berhadiah               | -                     | -                |
| botolnya lebih tinggi      | botolnya unik      | tehnya lebih terasa            | rasanya lebih enak    | -                |
| -                          | beraroma melati    | tehnya lebih alami             | -                     | -                |
| -                          | rasanya lebih enak | promosi undian berhadiah       | bentuk botolnya lebar | -                |

Hasil Pengisian Kuesioner Responden Bagian III

| No. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1   | c | c | b | b | c | b | a | c | a | c  |
| 2   | c | c | a | a | b | c | c | c | c | b  |
| 3   | b | b | b | b | c | b | c | b | a | b  |
| 4   | c | c | b | a | b | c | c | a | c | b  |
| 5   | c | c | b | b | c | b | b | c | c | c  |
| 6   | b | b | b | b | c | c | a | a | c | c  |
| 7   | c | b | a | b | b | b | c | c | c | b  |
| 8   | b | c | b | c | b | b | a | a | a | b  |
| 9   | c | b | c | b | c | b | b | c | b | b  |
| 10  | c | c | b | b | c | c | c | b | a | c  |
| 11  | b | c | b | b | c | b | c | b | c | c  |
| 12  | c | b | c | b | c | b | b | c | c | c  |
| 13  | c | c | b | b | c | c | a | a | c | b  |
| 14  | c | b | c | c | b | c | c | b | c | c  |
| 15  | b | b | c | b | c | b | b | a | c | b  |
| 16  | c | b | c | b | b | b | a | a | c | b  |
| 17  | c | c | c | c | b | b | b | b | b | c  |
| 18  | c | c | c | b | b | c | c | a | a | b  |
| 19  | c | b | b | b | b | a | c | b | b | b  |
| 20  | b | b | a | b | b | a | c | c | c | b  |
| 21  | b | b | a | b | c | b | a | c | a | b  |
| 22  | c | c | b | a | b | a | b | c | b | a  |
| 23  | c | c | c | b | c | b | b | c | c | b  |
| 24  | c | b | b | b | b | c | c | c | b | b  |
| 25  | c | b | b | a | c | b | c | b | a | b  |
| 26  | c | b | c | c | a | b | b | c | c | c  |
| 27  | c | c | b | c | c | c | c | b | b | b  |
| 28  | c | b | b | b | b | b | b | c | b | c  |
| 29  | c | b | b | b | b | c | c | c | c | b  |
| 30  | c | b | c | b | c | c | c | c | a | c  |
| 31  | c | c | c | c | c | b | c | b | c | b  |
| 32  | c | b | c | c | c | c | b | c | c | c  |
| 33  | c | b | a | b | c | c | c | c | a | c  |
| 34  | c | c | c | b | c | c | a | c | a | c  |
| 35  | b | c | b | c | c | b | c | b | c | c  |
| 36  | c | b | b | b | b | b | c | c | a | c  |
| 37  | c | c | c | c | c | c | c | b | c | c  |
| 38  | c | c | c | b | b | c | b | c | c | b  |
| 39  | c | c | b | b | b | c | a | b | c | b  |
| 40  | c | b | c | c | b | c | c | c | c | c  |
| 41  | c | c | c | c | c | a | b | c | c | c  |
| 42  | c | c | b | c | c | b | a | c | c | c  |
| 43  | c | b | b | c | b | c | b | c | b | c  |
| 44  | b | c | a | a | c | b | c | b | a | c  |
| 45  | b | c | b | b | c | b | c | c | b | b  |
| 46  | c | b | c | b | c | b | b | b | c | c  |
| 47  | c | c | c | b | b | c | a | c | c | c  |
| 48  | c | b | b | b | c | a | b | c | c | b  |
| 49  | c | c | b | c | c | b | c | b | b | c  |
| 50  | c | b | a | a | c | a | c | c | a | c  |

Hasil Pengisian Kuesioner Responden Bagian III

| No. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 51  | b | c | a | b | c | c | c | c | a | b  |
| 52  | c | c | b | a | b | c | b | b | b | a  |
| 53  | b | b | a | b | c | c | a | a | a | b  |
| 54  | b | c | b | c | b | c | b | b | b | c  |
| 55  | b | c | c | a | c | b | c | a | c | b  |
| 56  | c | b | a | b | c | b | a | c | a | b  |
| 57  | b | c | b | a | c | b | b | b | b | c  |
| 58  | b | b | c | a | a | a | b | b | c | b  |
| 59  | c | c | b | a | c | b | c | b | b | b  |
| 60  | b | c | a | c | c | c | c | c | a | c  |
| 61  | b | b | b | a | b | b | c | a | b | c  |
| 62  | b | c | c | b | c | b | b | b | c | c  |
| 63  | c | c | c | a | c | b | a | b | c | c  |
| 64  | b | c | c | b | b | c | b | b | c | b  |
| 65  | b | b | b | b | b | b | c | c | b | b  |
| 66  | c | c | a | a | c | b | c | b | a | c  |
| 67  | c | c | a | b | b | c | a | b | a | b  |
| 68  | b | b | c | b | a | a | b | b | c | b  |
| 69  | c | c | a | a | b | a | c | c | a | a  |
| 70  | b | b | c | a | c | b | c | b | c | b  |
| 71  | b | b | c | c | b | c | b | b | c | c  |
| 72  | c | b | c | a | c | c | a | a | c | b  |
| 73  | b | c | c | b | c | a | c | b | c | b  |
| 74  | c | c | a | a | b | a | a | c | a | b  |
| 75  | b | c | b | a | a | a | b | c | b | b  |
| 76  | b | c | a | a | c | b | b | a | b | a  |
| 77  | c | c | b | c | b | a | b | b | a | c  |
| 78  | b | c | a | a | c | b | b | a | a | a  |
| 79  | c | c | c | b | c | b | b | a | a | b  |
| 80  | b | c | c | a | c | b | b | b | a | a  |
| 81  | b | c | b | a | b | a | b | a | b | b  |
| 82  | b | b | b | a | b | a | b | c | a | a  |
| 83  | b | c | a | a | c | b | b | b | a | a  |
| 84  | b | c | b | a | b | a | b | a | a | a  |
| 85  | c | b | a | a | c | b | b | a | a | a  |
| 86  | b | c | c | b | a | b | a | c | b | b  |
| 87  | b | c | c | a | b | b | b | b | c | a  |
| 88  | b | c | b | b | b | a | b | c | b | b  |
| 89  | b | c | c | a | c | b | b | a | c | b  |
| 90  | b | b | c | a | c | b | c | b | a | a  |
| 91  | b | c | b | b | b | c | c | c | c | a  |
| 92  | c | c | b | b | c | a | b | b | c | b  |
| 93  | a | c | a | a | b | a | a | a | c | a  |
| 94  | b | b | b | a | c | b | b | a | b | a  |
| 95  | b | b | b | a | a | a | c | a | a | b  |
| 96  | b | c | a | a | c | b | a | a | a | a  |
| 97  | c | b | b | a | c | a | b | c | b | a  |
| 98  | c | c | c | b | c | c | a | a | c | b  |
| 99  | b | c | b | a | b | c | a | c | a | a  |
| 100 | b | c | a | a | c | b | c | b | b | a  |

Rekapitulasi Hasil Pengisian Formulir SWOT

| No. | Jenis Penilaian    |                         | Fretea  |       | Sosro   |       | Tekita  |       | S-Tea   |       |
|-----|--------------------|-------------------------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
|     |                    |                         | Pilihan | Total | Pilihan | Total | Pilihan | Total | Pilihan | Total |
| I   | Produksian         |                         |         |       |         |       |         |       |         |       |
|     | 1                  | Kualitas Produk         | 2.72    | 272   | 2.88    | 288   | 2.36    | 236   | 2.2     | 220   |
|     | 2                  | Volume/isi              | 2.48    | 248   | 2.52    | 252   | 2.64    | 264   | 2.76    | 276   |
|     | Total              |                         |         | 520   |         | 540   |         | 500   |         | 496   |
| II  | Harga              |                         |         |       |         |       |         |       |         |       |
|     | 3                  | Harga Produk Pesaing    | 2.16    | 216   | 2.32    | 232   | 2.08    | 208   | 2.00    | 200   |
|     | 4                  | Harga sesuai            | 1.96    | 196   | 2.36    | 236   | 1.6     | 160   | 1.32    | 132   |
|     | Total              |                         |         | 412   |         | 468   |         | 368   |         | 332   |
| III | Saluran distribusi |                         |         |       |         |       |         |       |         |       |
|     | 5                  | Kegiatan Penyalur       | 2.52    | 252   | 2.60    | 260   | 2.40    | 240   | 2.48    | 248   |
|     | 6                  | Insentif / pendorong    | 2.2     | 220   | 2.36    | 236   | 2.12    | 212   | 1.76    | 176   |
|     | Total              |                         |         | 472   |         | 496   |         | 452   |         | 424   |
| IV  | Promosi            |                         |         |       |         |       |         |       |         |       |
|     | 7                  | Kegiatan Promosi        | 2.24    | 224   | 2.36    | 236   | 2.16    | 216   | 1.96    | 196   |
|     | 8                  | Promosi Penjualan       | 2.16    | 216   | 2.68    | 268   | 2.12    | 212   | 1.76    | 176   |
|     | Total              |                         |         | 440   |         | 504   |         | 428   |         | 372   |
| V   | Posisi             |                         |         |       |         |       |         |       |         |       |
|     | 9                  | Penguasaan Posisi Pasar | 2.24    | 224   | 2.32    | 232   | 2.08    | 208   | 1.76    | 176   |
|     | 10                 | Citra Produksian        | 2.28    | 228   | 2.72    | 272   | 2.24    | 224   | 1.40    | 140   |
|     | Total              |                         |         | 452   |         | 504   |         | 432   |         | 316   |
|     | Jumlah Keseluruhan |                         |         | 2296  |         | 2512  |         | 2180  |         | 1940  |

**Distribusi Penyebaran Kuesioner**

| Nama wilayah                                                  | Nomor Kuesioner                |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Surabaya pusat :                                              |                                |
| a.Genteng                                                     |                                |
| 1.Warung makan sop sodara                                     | 11 12 13                       |
| 2.Warung-warung kecil&Toko-toko kecil(dekatnya pasar genteng) | 14 15 16 17 18 19 20           |
| Surabaya utara :                                              |                                |
| a.jln bunguran                                                |                                |
| 1.Pasar Atum                                                  | 6 7 8 9 10 56 57 58 59 60      |
| b.Kenjeran                                                    |                                |
| 1.Algojas(tempat makan jagung bakar)                          | 1 2 3                          |
| 2.Pujasera mutyosari                                          | 5                              |
| 3.Ken Park                                                    | 4 54 55                        |
| 4.Tempat makan jagung bakar(samping Hero)                     | 51 52 53                       |
| Surabaya timur :                                              |                                |
| a.Rungkut                                                     |                                |
| 1.Afa Supermarket                                             | 33 34 35 73 74                 |
| b.Nginden                                                     |                                |
| 1.Warung Hijau                                                | 31 32 71 72                    |
| c.Tenggilis                                                   |                                |
| 1.Warung makan dekat Ubaya                                    | 39 40 75 76 77 78              |
| 2.Indomaret                                                   | 36 37 38 79 80                 |
| Surabaya barat :                                              |                                |
| a.Lontar                                                      |                                |
| 1.Citraland                                                   | 21 22 23 24 25 96 97 98 99 100 |
| 2.PTC                                                         | 26 27 28 29 30 91 92 93 94 95  |
| Surabaya selatan :                                            |                                |
| a.Siwalan kerto                                               | 41 42 43 44 45 81 82 83 84 85  |
| b.Kantin U.K.Petra                                            | 46 47 48 49 50 86 87 88 89 90  |

## Bisnis Teh dalam Botol Dua Produsen Bersaing Ketat Merebut Pasar



SH/Edy Wahyudi  
Minuman teh dalam botol dari berbagai produk

JAKARTA – Masyarakat Indonesia sangat doyan minuman teh. Hasil survei oleh berbagai lembaga riset antara lain AC Nielsen, MARS dan SWA, sejak tahun 1999 hingga kini menunjukkan, tingkat penetrasi pasar untuk teh mencapai lebih dari 95 persen. Itu artinya, minuman teh nyaris telah atau pernah dikonsumsi oleh setiap anggota masyarakat. Bahkan riset dari MARS di lima kota besar di Indonesia yakni Jakarta, Medan, Surabaya, Bandung, dan Semarang, menunjukkan penetrasi pasar oleh minuman teh lebih tinggi dari minuman kopi yang hanya dikonsumsi oleh 79 persen penduduk Indonesia khususnya di perkotaan. Meski belum ada data atau statistik yang pasti, namun persentase terbesar dari penjualan teh masih dipegang oleh teh bubuk, lalu disusul oien teh dalam kemasan botol dan selanjutnya teh dalam kemasan lain seperti teh celup, teh instan, dan lain-lain. Membicarakan produk teh dalam kemasan botol, selama hampir satu dekade hanya ada satu nama yang melekat, yaitu Sosro. Boleh percaya, boleh tidak, jika untuk produsen teh seperti PT Duta Serpack Inti (DSI) kontribusi terbesar bagi pemasukan perusahaan berasal dari produk teh bubuk dan sebagian kecil dari teh celup. Namun pada Sosro justru kontribusi terbesar datang dari penjualan teh botol. Sulit mendapatkan statistik yang pasti, namun dengan fakta di lapangan di mana hampir setiap toko, kantin, warung pinggir jalan, semuanya menjual produk teh botol, diperkirakan lebih dari 80 persen pemasukan Sosro adalah dari teh botol. Distribusi Sosro mencakup hampir seluruh wilayah nasional mulai dari Batam, Jabotabek, Jabar, Jatim, hingga Kalimantan dan Sulawesi. Bahkan teh dalam kemasan botol Sosro diekspor ke Australia, Vietnam, Brunei Darussalam dan Amerika Serikat. Diblik dari siklus hidupnya, produk teh botol Sosro telah berada pada fase mature. Menyadari ini, Sosro pun mengantisipasi dengan meluncurkan Fruit Tea, minuman teh dalam kemasan botol dengan campuran rasa dan aroma nonjasmine. Sejak diluncurkan 2-3 tahun silam, tampaknya respons masyarakat terhadap produk Fruit Tea, semakin baik. Pengamatan SH selama ini, jika dulunya belum banyak warung yang menjual produk Fruit

Tea, namun kini di mana ada teh botol Sosro, di situ pula dijual Fruit Tea.

#### Freshtea

Belakangan, dalam kurun waktu satu setengah tahun terakhir, dominasi Sosro mulai "digoyang" oleh masuknya pemain baru di bisnis minuman teh dengan nama besar bahkan mendunia.

PT Coca Cola Amatil Indonesia meluncurkan produk teh dalam kemasan botol dengan nama Freshtea. Belakangan, untuk menjangkau segmen konsumen yang lebih besar lagi, di akhir tahun 2002 Coca-Cola menyediakan Freshtea dalam kemasan kotak yang diistilahkan sebagai kemasan santai.

Mengutip ucapan dari Sanjay Guha, Managing Director PT Coca-Cola Indonesia, pasar minuman siap saji khususnya teh di Indonesia belum berkembang. Pihaknya melihat ini merupakan potensi besar yang dapat dikembangkan. "Teh adalah minuman yang sangat populer dan sudah menjadi tradisi bagi bangsa Indonesia. Kami memiliki komitmen untuk mempersembahkan kepada konsumen minuman teh siap saji yang berkualitas dengan cita rasa terbaik," katanya. Apalagi sebutnya, konsumsi produk Coca-Cola di Indonesia baru mencapai jumlah 19 porsi saji per kapita per tahun dan termasuk yang paling rendah di Asia.

Dia berharap, kehadiran Freshtea dapat meningkatkan konsumsi tersebut dan pada gilirannya meningkatkan revenue perusahaan. Di tempat terpisah, Bambang Chriswanto, National Corporate Affairs Manager PT Coca-Cola Amatil Indonesia mengatakan, tujuan pihaknya menyediakan Freshtea dalam kemasan santai tak lain ingin memberikan alternatif pilihan bagi konsumen terutama konsumen yang memiliki karakteristik aktif dan kerap melakukan perjalanan. "Awalnya kita memang hanya menyediakan Freshtea dalam kemasan isi ulang atau botol. Namun seiring dinamika kebutuhan konsumen yang memiliki karakteristik seperti disebutkan di atas, kami melihat bahwa konsumen perlu diberi alternatif," katanya. Ditambahkan, gaya hidup konsumen dalam menikmati teh ternyata telah berubah. Di sela-sela kegiatan aktifnya seperti berwisata konsumen masih ingin menikmati teh. Oleh karena itu Freshtea melihat ini sebagai peluang yang tidak cocok dimasuki Freshtea kemasan isi ulang yang relatif ada kekurangannya dari segi kepraktisan. Dari 10 pabrik yang memproduksi Freshtea, baru pabrik di Cibitung, Bekasi, yang menghasilkan kemasan santai dengan kapasitas produksi 1000 kemasan per menit. Bambang mengatakan, respon konsumen terhadap Freshtea dalam kemasan santai cukup baik, yang terefleksi pada pertumbuhan penjualan yang cukup tinggi kendati belum bisa menyamai penjualan Freshtea dalam kemasan isi ulang. Namun ini katanya semata-mata hanya masalah timing. "Soalnya, kemasan isi ulang lebih dulu hadir ketimbang kemasan santai. Ke depan, bukan tidak mungkin keduanya akan sama besarnya," kata Bambang. Boleh dikata, kini Coca Cola bersaing head to head dengan Sosro yang mengusung teh botol dan Fruit Tea. Distribusi atau ketersediaan (availability) menjadi kunci sukses pemasaran. Sosro dikenal memiliki jaringan distribusi yang sangat mengakur. Survei AC Nielsen beberapa waktu lalu menemukan availability Sosro mencapai 100 persen. Namun Coca-Cola juga tidak kalah kuat dalam saluran distribusi. Database Coca-Cola diketahui memiliki ratusan ribu warung pinggir jalan yang siap menjajakan produk Coca-Cola termasuk Freshtea. Maka menarik melihat persaingan di antara kedua pemain besar ini. Tinggal siapa yang menang dan siapa yang terjungkal. (SH/rudy victor sinaga/danang joko murdono)

**Sejarah**

**Frestea** - produk inovatif minuman siap saji (RTD) yang secara khusus dirancang untuk memuaskan seluruh panca indera konsumen Indonesia. Merek ini dikembangkan secara lokal dan merupakan bagian dari Beverage Partners Worldwide (BWP), yaitu perusahaan patungan hasil kemitraan yang sukses antara The Coca-Cola Company dan Nestle, SA.

Proporsi **Frestea** dikembangkan untuk menangkap pengalaman dalam menikmati teh tubruk, dengan rasa, aroma, dan warna menjadi faktor terpenting dimana konsumen bisa membedakan kualitas sebuah produk. Cita rasa tehnya yang sangat khas dan inovatif tercipta melalui sajian aroma melati yang menyenangkan dan rasa teh yang unggul. Botolnya yang unik menonjolkan kualitas rasa teh asli, dengan tekstur emboss dua elemen daun yang saling bersilang.

**Frestea** diproduksi dengan menggunakan standar kualitas tinggi The Coca-Cola Company, menggunakan teknologi tinggi dan didukung oleh proses produksi higienis, demi memastikan bahwa setiap botol **Frestea** memiliki kualitas yang sama. Untuk tahap awal, peluncuran produk ini difokuskan di Jakarta dan Jawa Barat yang merupakan pasar mayoritas dari konsumsi produk teh siap minum.

**Kemasan****Returnable Glass Bottle**

220 ml

**TWA**

200 ml

**Kandungan Nutrisi**

Takaran Saji : 220 ml  
Jumlah Saji per kemasan : 1 Botol

|                        |   |                 |
|------------------------|---|-----------------|
| <u>Jumlah per Saji</u> | : |                 |
| Energi                 | : | 120 kkal        |
| Lemak Total            | : | 0 g (0% AKG*)   |
| Karbohidrat Total      | : | 31 g (10% AKG*) |
| Gula                   | : | 30 g            |
| Protein                | : | 0 g (0% AKG*)   |
| Natrium                | : | 7 mg (0% AKG*)  |

\*% AKG = persen Angka Kecukupan Gizi berdasarkan pada diet 200 kalori

## **Trik Teh Botol Merakit *Market Share***

Penjualan lewat pedagang kaki lima masih menjadi unggulan dalam merebut pasar. Menyebut teh botol yang terbayang pertama adalah Teh Botol Sosro. Setelah itu diikuti oleh merek-merek lainnya. Seperti Frestea, Tekita, Lipton Ice, Hi-C. Yang tampak menonjol berkampanye iklan adalah Sosro dan Frestea. "Apapun makanannya, minumannya teh botol Sosro." Iklan itu yang berulang kali muncul di layar televisi dan media cetak. Bahkan, belakangan saat kampanye presiden, iklan itu diplesetkan oleh salah satu calon. Frestea beriklan dengan cara testimoni.

Melalui selebritis tenar teh botol yang diproduksi oleh perusahaan Coca Cola bekerja sama dengan Nestle ini menampilkan kesaksian konsumen yang merasakan teh dalam botol yang ditutup kemasan botolnya. Kembali ke iklan Sosro. Iklan tersebut seakan menegaskan bahwa minuman teh sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan setiap kali seseorang makan, terutama di luar rumah. Bila sebelumnya hanya bisa dinikmati di rumah-rumah makan, atau warung, tanpa disadari sejak 30 tahun lalu teh itu dapat dijumpai di jalan raya dalam kemasan botol.

Bahkan teh tidak hanya sebagai penawar dahaga, di berbagai acara resmi teh menjadi minuman alternatif selain air mineral. Bertambahnya penduduk juga membuat pangsa pasar bisnis minuman teh ini melar. Teh botol Sosro, yang menjadi pionir bisnis teh dalam botol, menguasai sebagian besar pasar yang ada. Munculnya Lipton Ice Tea, Hi-C, hingga Frestea belum mampu menggoyahkan posisi Sosro. "Persaingan yang paling menarik di Indonesia adalah teh," komentar Taufik, staf peneliti MarkPlus&Co. Menurutnya, persaingan pertama adalah bisnis air mineral, diikuti teh, dan *soft drink* berkarbonasi di posisi ketiga.

Memasuki pasar teh botol yang sudah dikuasai oleh pemain lama seperti Sosro tentu tidak mudah bagi pemain lain. Coca Cola masuk melalui jenis minuman lain yang tidak berkarbonasi sejak 1990-an. Sebut merek Ades, yang dibeli Coca Cola pada 2000. Lalu Frestea diluncurkan pada 2002. Menurut Media Relations Manager PT Coca Cola Indonesia, Arif Mujahidin, hingga kini Frestea mengalami pertumbuhan cukup baik. Ini terbukti dari 18 pabrik Coca Cola yang ada, 10 diantaranya memproduksi Frestea.

Ini menjadi keuntungan tersendiri bagi Frestea untuk bersaing dengan Sosro. Menurut MarkPlus&Co, saat ini target Frestea sebesar 20 persen dalam tiga tahun. Sebagai merek, nama Frestea cukup menarik karena menimbulkan kesan kesegaran. Target konsumennya adalah mereka yang berusia muda antara 20 hingga 29 tahun. Jaringan distribusinya pun melalui pedagang kaki lima. Mengutip data dari [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com), menurut MarkPlus&Co, sejak 1998 bisnis penjualan minuman ritel terus meningkat dan sebagian besar dilakukan melalui penjualan PKL. Apabila pada 1998 penjualan minuman oleh PKL hanya 2.000 botol dan pasar swalayan (*on trade*) kurang dari 1.000 botol per tahun, maka pada 2003 PKL berhasil menjual 7.000 botol lebih, dan pasar swalayan atau sejenisnya kurang dari 2.000 botol per tahun.

# MENEMBUS PASAR

Mayannya memang sulit dijangkau, tapi Coca-Cola nekat menerapkan cara baru model distribusi tak langsung. Bagaimana caranya?

OVI WULANDARI

NURUR R. BINTARI

ISTIMEWA



...kan Coca-Cola namanya, kalau tak nekat dalam distribusi. Guna meraih konsumsinya di pelosok-pelosok kota tersentuh, kini ia menerapkan Area Marketing Contractor (AMC), model distribusi tak langsung yang melibatkan masyarakat setempat. Menurut Bambang Kriswanto, National Corporate Affairs Manager PT Coca-Cola Bottling Indonesia, program AMC dilakukan karena menyadari keterbatasan SDM dalam mengembangkan wilayah-wilayah tertentu.

Di samping itu, karena Coca-Cola juga mencoba melakukan aktivitas sosial dalam bentuk pejuang menciptakan lapangan kerja di sektor informal. Dengan dua obyektif itu, akhirnya kami akan membuka peluang distribusi kami yakni distribusi tak langsung dengan menggandeng para pengusaha mikro dan UKM (usaha kecil dan menengah), kata Bambang.

Tugas UKM melayani area-area yang sulit terjangkau oleh SDM Coca-Cola (distribusi langsung) dengan menggunakan truk besar Coca-Cola. Untuk itu, para UKM yang bekerja di area ini akan disebut sebagai AMC yang tersebar di wilayah-wilayah pedesaan atau di luar perkotaan, yang bentuknya kios-kios atau warung kecil.

Distribusi tak langsung ini dibagi menjadi dua. Pertama, AMC tadi. Kedua, *street vending* (SV), yakni bentuk kerja sama distribusi yang dirancang untuk melayani area yang memiliki tingkat lalu lintas konsumen

yang sangat tinggi, misalnya menggunakan media operasional berkemampuan mobilitas yang tinggi seperti *kos berjalannya* (*push cart*) kereta dorong (*push cart*), *ronbong*, dan lain-lainnya.

Sudah lebih dari tiga tahun, Coca-Cola menerapkan program ini. Bahkan, belakangan mengalami peningkatan di lapangan. Ini dilakukan karena AMC ini mencapai obyek yang akan meningkatkan perusahaan menjadi *part 1* Coca-Cola. Pada 1999 jumlah AMC adalah 140 AMC. Tahun 2000, jumlahnya meningkat menjadi 200 AMC. Tahun 2001, jumlahnya naik lagi menjadi 350 AMC. Pada tahun 2002, jumlah AMC ini mencapai 800 AMC. Berarti ada 2.400 orang yang AMC ini bekerja. Untuk itu, Coca-Cola Indonesia akan meningkatkan jumlah AMC ini dengan cara membuka peluang bagi para AMC yang akan membuka gerai-gerainya di area-area yang sulit terjangkau oleh SDM Coca-Cola. Untuk itu, Coca-Cola akan memberikan pelatihan kepada para AMC yang akan membuka gerai-gerainya di area-area yang sulit terjangkau oleh SDM Coca-Cola. Untuk itu, Coca-Cola akan memberikan pelatihan kepada para AMC yang akan membuka gerai-gerainya di area-area yang sulit terjangkau oleh SDM Coca-Cola.

Sebagai AMC, minimal terdiri dari beberapa orang. Untuk itu, para AMC yang akan membuka gerai-gerainya di area-area yang sulit terjangkau oleh SDM Coca-Cola akan diberikan pelatihan oleh Coca-Cola. Untuk itu, Coca-Cola akan memberikan pelatihan kepada para AMC yang akan membuka gerai-gerainya di area-area yang sulit terjangkau oleh SDM Coca-Cola.

di seluruh Indonesia termasuk wilayah timur Indonesia, seperti Papua, Sulawesi, dll.

Dalam hal ini, Coca-Cola juga menerapkan *trade Incentif*, yang sifatnya sangat beragam tergantung pada kinerja dan komitmen para AMC. Namun, jika kinerja AMC dianggap tidak begitu memuaskan, maka akan duduk bersama untuk mencari jalan keluarnya bersama. Kami memberikan pilihan dan waktu untuk memperbaiki setiap kekurangan, kata Bambang yang berusaha selalu transparan.

Menurutnya, kendala di lapangan biasanya amat erat dengan seberapa jauh komitmen kerja sama antara masing-masing pihak. Sepanjang keduanya Coca-Cola dan para AMC ini pun sangat kemitraan dan saling mendukung di antara keduanya. Bambang yakin, kendala ini tidak akan ditemui di lapangan.

Kami terus berupaya membangun kepercayaan para AMC terhadap produk-produk Coca-Cola termasuk juga meningkatkan kualitas para AMC ini kepada end user, kata Bambang. Untuk itu, kami mengajak para AMC untuk bisa memahami plus minusnya jika bisnis Coca-Cola. Kami berharap para AMC juga terus mencari terobosan baru guna memperbesar pasar Coca-Cola, katanya yang kini tingkat konsumsi minuman karbonasi di Indonesia, 12,13 per kapita per tahun.

Yadi Budisetyawan, pengamat distribusi menalar upaya yang dilakukan Coca-Cola

# TAK BERTUAN

merangkul para UKM ini sesungguhnya lebih tepat kalau digunakan untuk distribusi Fres tea. Pasalnya, daerah-daerah seperti itu berada di daerah pinggiran, yang didominasi segmen menengah ke bawah yang nota bene bukan konsumen minuman berkarbonasi.

Namun demikian Yadi bisa memahami dengan apa yang dilakukan Coca-Cola sekarang ini. Menurutnya, mungkin ini cara lain dari Coca-Cola untuk mengembangkan jalan samping, untuk melawan Sosro yang sudah beraksi dulu menyerang di daerah perkotaan. "Jadi, saya tidak heran kalau nantinya perbandingan antara Frestea: minuman berkarbonasi (Coca-Cola, Sprite, Fanta) mencapai 20:80," ujarnya yang saat ini pangsa pasar Frestea baru sekitar 6-7%. Dari sisi logistik, sekarang Coca-Cola memakai truk berkapasitas rata-rata 2,8-3,5 ton yang setara dengan 140-200 krat. "Saya kira kalau mereka memperbanyak armada tersebut akan

sulit," lanjutnya lagi.

Yadi menduga, pola yang digunakan ini mirip dengan yang digunakan Unilever yang mendekatkan diri ke toko. Cuma, masalahnya, mereka tidak bisa meminta distributor untuk membangun gudang, apalagi untuk daerah-daerah padat. Satu-satunya jalan adalah *meng-create stop point-stop point*, baru kemudian ke jaringan pengusaha-pengusaha kecil.

Menurut Yadi, manfaat *meng-create stop point* ini, pertama, bisa menghemat 2-3% dari total pemasukan. Kalau dilihat dari persentasenya memang kecil, tapi kalau dirupiahkan tetap saja besar. Kedua, penghematan itu bisa diberikan kepada para UKM dalam bentuk *fee* yang lebih besar. "Jadi, anggap saja mereka memperkerjakan supervisor. Dengan membuat kantong pasar seperti itu biaya akan lebih efisien dan efektif karena dikendalikan dari satu *stop point*," lanjutnya menutup wawancara.



11  
Anniversary  
1993-2004

**DIREXION**  
Management Education Program

2004

Executive Workshops & Education  
Practical • Applicable • Knowledge

Jahja Soenarjo  
Fasilitator Utama

**Marketing Executive Program (MKEP'01)**  
for FRESH GRADUATE

Membina Jejaring Global dan Proses Belajar Berkelanjutan menjadi Model Kesiapan Menghadapi Perubahan di Era Pasar Bebas

Pertumbuhan pasar di Indonesia diakui sangat begitu dinamis, kondisi berada dalam perubahan yang terus menerus dan konstan, oleh karenanya dunia selalu ada selalu berubah. Karena itu pemasaran menjadi hal yang sangat vital bagi setiap organisasi. Tidak ada rencana pemasaran yang sama sekali benar dan tidak ada rumus yang ajaib yang dapat menjamin keberhasilan. Aktivitas pemasaran memerlukan perencanaan yang spesifik supaya perencanaan dan pengembangannya dapat berjalan efektif. Salah satu tujuan dan ambisi yang selalu ingin dicapai oleh para pemasar adalah bagaimana membuat produk dan merek mereka dan dapat diterima oleh pasar dan menguasai pangsa pasar yang signifikan. Setiap marketing dituntut harus lebih kreatif dan proaktif untuk selalu adaptif dengan perubahan-perubahan pasar. DIREXION Strategy Consulting menyelenggarakan program Edukasi pemasaran yang ditujukan bagi para mahasiswa siap lulus yang berminat memperdalam pengetahuan di bidang marketing melalui :

**MARKETING EXECUTIVE PROGRAM**

Mei - Juni 2004

Metode Pokok :  
• Marketing Framework  
• Selling, Retail & Distribution  
• Branding Management  
• Product Management

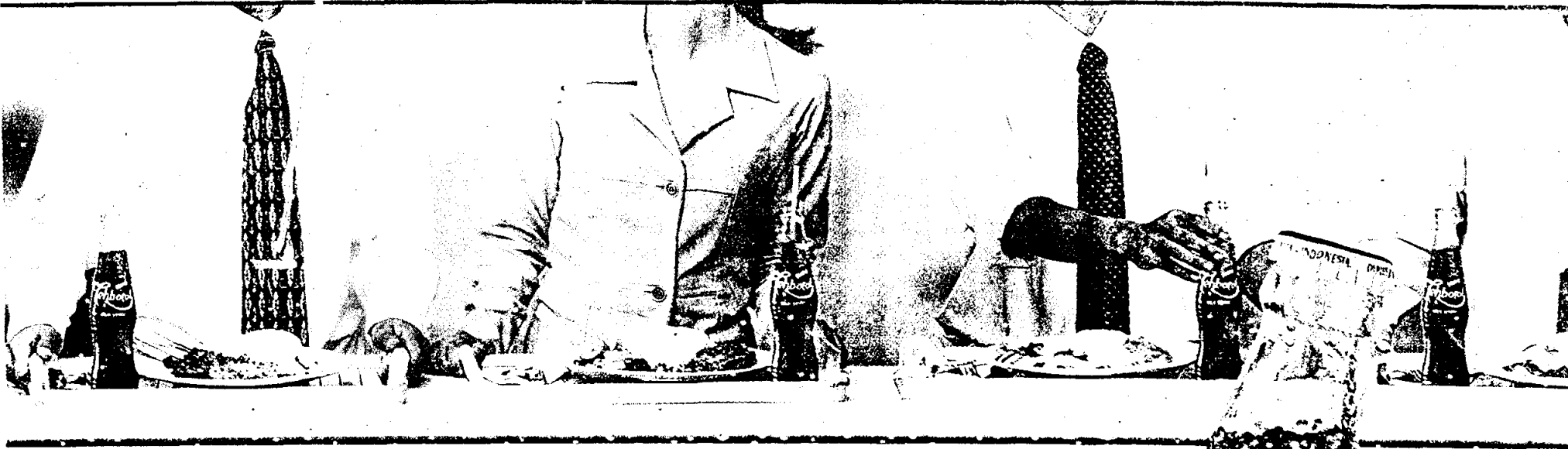
Kesimpulan Program :  
# Pendekatan Praktis Aplikasi  
# Fasilitator Berpengalaman  
# Program Orientasi kerja siap pakai  
# Informasi Bursa kerja dan "listing" dalam  
DIREXION Manpower Database  
# Program dimulai bulan Mei 2004

**INFORMASI DAN PENDAFTARAN :**

DIREXION Strategy Consulting  
Jl. Muara Batasi No. 7 Lingsar Selatan Bandung 40133  
Telp./Fax : 022-5211720  
Contact Person : Cusni Su Harwati No. 0812 2081 377  
e-mail: direxion@consulting.com  
http://www.direxionconsulting.com

Berkas 1 DIREXION Strategy Consulting - Marketing Framework

Apa per maknanya...



Kalau soal makanan, masing-masing punya pilihan yang berbeda. Tapi soal urusan temannya makan, semua pilih Teh Botol Sosro.

...minumnya

[www.sosro.com](http://www.sosro.com)



Selamanya Tak  
Terpisahkan

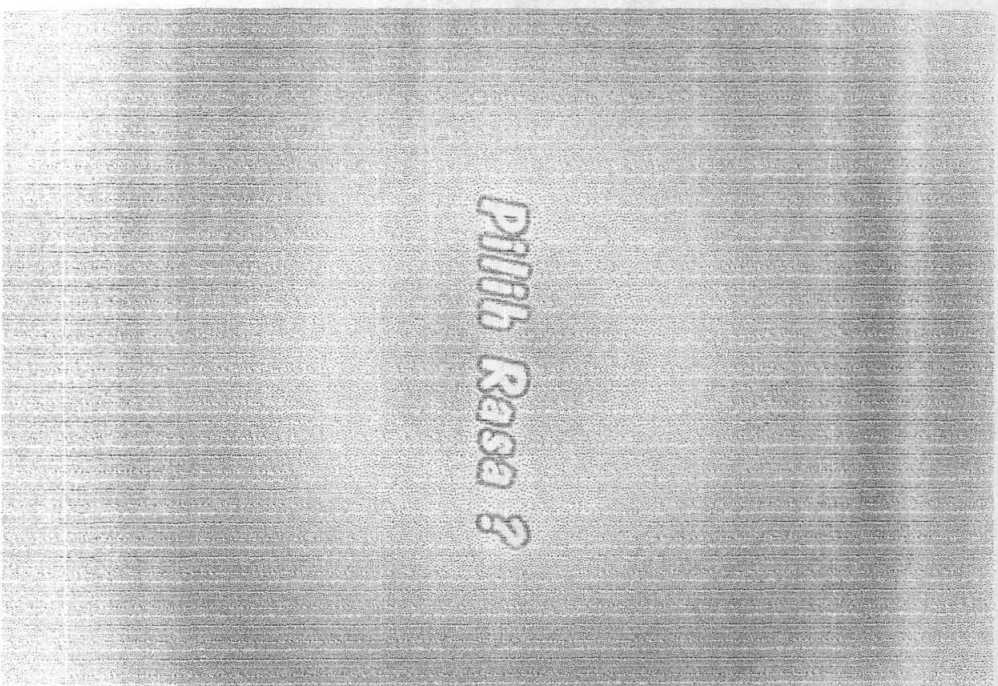
## Iklan Billboard Frestea



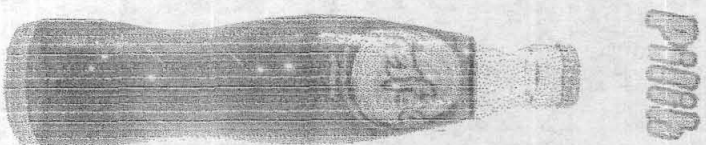
## Iklan Billboard Frestea (Lanjutan)



## Iklan Surat Kabar Frestea



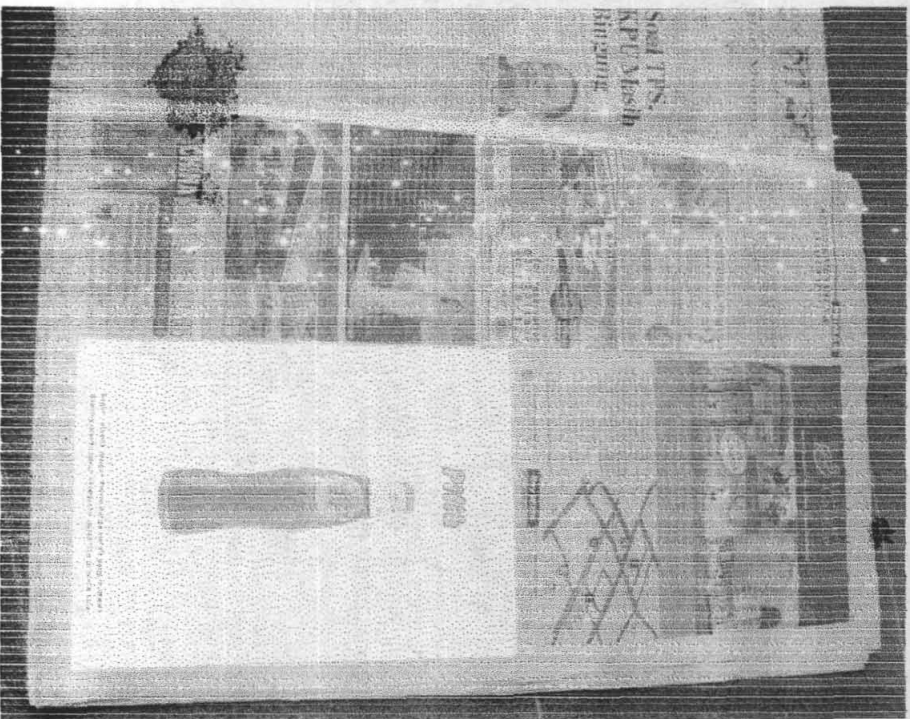
Pilih Rasa ?



Pilih

Segur , nikmat dengan aroma bunga melati yang istimewa  
Frestea menciptakan kesegaran kapian dari di mana saja

**Iklan Surat Kabar Freeste (Lanjutan)**



PERPUSTAKAAN  
Universitas Katolik Widya Mandala  
SURABAYA