



# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Standar dan premium merupakan sebuah istilah yang dapat digunakan untuk menilai suatu produk. Kata standar dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI) 2008 merupakan ukuran tertentu yang dipakai sebagai patokan. Istilah standar dapat menjadi patokan pada penilaian produk di pasaran. Selain istilah standar, istilah premium menjadi patokan untuk penilaian yang lebih bagus. Menurut Bona (2014), premium itu sendiri hanya istilah subjektif sebagai kualitas sekunder, sebenarnya istilah itu relatif dan beda-beda setiap orang.

Penilaian produk dengan istilah standar dan premium sering dikaitkan dengan tingkatan brand produk dalam pemasaran. Tingkatan brand dengan istilah standar dan premium didasarkan pada penilaian-penilaian tertentu oleh konsumen. Penilaian tersebut biasanya dilihat dari segi kualitas, tampilan, harga, dan segmen pasar.

Istilah standar biasanya julukan untuk produk dengan kualitas rendah dan harga murah (Bona 2014). Kualitas rendah dan harga murah tersebut dapat menjadi salah satu patokan untuk istilah atau sebutan standar bagi suatu produk. Patokan lain yang dapat digunakan untuk istilah standar dapat dilihat dari segmen pasar. Segmen pasar yang dituju untuk produk standar adalah segmen pasar yang memiliki target yaitu konsumen kalangan menengah bawah. Sedangkan, produk dengan istilah premium memiliki target pasar yaitu konsumen kalangan atas. Hal itu dapat dilihat dari pernyataan Bona (2014) yang menyebutkan bahwa ketika seorang pengunjung menggunakan sebuah *brand* seperti Apple orang lain yang melihat akan menilai bahwa orang tersebut dari kalangan atas. *Brand* premium adalah sebuah *brand* yang sudah memiliki *consumer insight*. Sehingga, patokan untuk sebuah produk disebut premium dapat dilihat dari target pasar yang dituju, kualitas produk, tampilan, dan harga yang ditawarkan kepada konsumen.

Istilah standar dan premium selain digunakan untuk produk, istilah tersebut dapat digunakan untuk membedakan antara bentuk *outlet*. *Outlet* merupakan sebuah tempat untuk memasarkan suatu produk hasil dari kegiatan produksi. Patokan untuk istilah standar dan premium dapat dilihat dari bentuk tampilan, kualitas, harga yang ditawarkan, dan target konsumen yang dituju.

*Outlet* standar adalah berupa kios dengan tampilan biasa pada umumnya. Selain itu, kualitas produk yang dijual di *outlet* belum memiliki standar baku, harga yang ditawarkan murah dan target konsumen yang dituju adalah kalangan bawah. Contoh *outlet* yang disebut standar yaitu *outlet* yang berada di ruko-ruko.

*Outlet* premium berupa kios mewah disertai peralatan dan perlengkapan yang lebih modern. Kualitas yang diberikan dari *outlet* premium adalah kualitas yang sudah memiliki ketetapan baku, harga yang ditawarkan relatif mahal dikarenakan produk memiliki *brand*, dan target konsumen yang dituju adalah kalangan atas. Contoh *outlet* premium adalah *outlet* yang berada di pusat-pusat perbelanjaan dan gedung-gedung perkantoran.

AgriSocio merupakan sebuah perusahaan pertanian yang bergerak dibidang pangan dan jasa. AgriSocio memiliki sebuah *outlet* dengan merek AgriFresh. *Outlet* berupa kios dengan tampilan berupa meja dan etalase buah. *Outlet* tersebut



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies



melakukan aktivitas penjualan jus dengan harga murah. Hal itu dikarenakan konsumen yang dituju adalah mahasiswa. Berdasarkan tampilan, harga dan konsumen yang dituju *outlet* disebut sebagai *outlet* AgriFresh standar. *Outlet* AgriFresh standar memiliki kinerja keuangan yang belum maksimal. Sedangkan, AgriSocio ingin mengembangkan *outlet* AgriFresh untuk meningkatkan sumber daya keuangan perusahaan.

Salah satu ide yang dapat membantu meningkatkan sumber daya keuangan AgriSocio yaitu dengan menambah *outlet* AgriFresh. Penambahan *outlet* AgriFresh dapat berupa *outlet* premium dengan acuan-acuan premium yang biasa disukai oleh konsumen terhadap *brand* premium. *Outlet* AgriFresh premium dapat berupa *booth* mewah disertai peralatan dan perlengkapan yang lebih modern seperti *outlet-outlet* minuman yang berada di pusat perbelanjaan. *Outlet* AgriFresh premium dapat dibuat dengan meningkatkan kualitas dari *outlet* AgriFresh standar. Selain itu, konsumen yang dituju untuk *outlet* AgriFresh premium adalah kalangan atas. Hal tersebut dapat membantu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dikarenakan perusahaan dapat menjual produk dengan harga yang lebih mahal dari *outlet* AgriFresh standar.

AgriSocio dapat mendirikan *outlet* AgriFresh premium di pusat-pusat perbelanjaan dan gedung-gedung perkantoran. Salah satu gedung perkantoran yang dapat dituju oleh AgriSocio adalah gedung DBS Indonesia. DBS Indonesia dapat dipilih karena AgriSocio telah mengajukan penawaran. Bentuk penawaran yang diajukan AgriSocio yaitu pengajuan program paket *fruit day* untuk ibu karyawan. Pihak DBS meminta program *fruit day* tidak dilaksanakan setiap satu bulan sekali dan mengizinkan untuk mendirikan *outlet* AgriFresh premium untuk mendukung program *healthy life*. Permintaan buah dari DBS untuk program *fruit day* sebanyak 1 500 pcs buah segar setiap bulan untuk dibagikan kepada para karyawan DBS secara gratis.

Permintaan pihak DBS tersebut dapat menjadi peluang untuk AgriSocio mengembangkan *outlet* AgriFresh. Hal tersebut dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas sumber daya perusahaan baik dari segi sumber daya keuangan maupun sumber daya manusia. Selain itu, pendirian *outlet* AgriFresh premium dapat meningkatkan penerimaan perusahaan.

## 1.2 Tujuan

Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis studi laporan tugas akhir sebagai berikut :

- Merumuskan ide pengembangan bisnis *outlet* AgriFresh standar menjadi premium pada unit bisnis AgriOutlet di AgriSocio.
- Menyusun dan mengkaji rencana pengembangan bisnis berdasarkan aspek non finansial dan finansial.