

## 2. ANALISIS SITUASI

### 2.1. Gambaran Mengenai Keberadaan Perusahaan

Ye Ye *Popcorn* adalah sebuah perusahaan *manufacture* yang bergerak di bidang makanan ringan. Ye Ye *Popcorn* berdiri sejak tahun 1981, berlokasi di Surabaya, Jawa Timur. Ye Ye *Popcorn* merupakan pelopor pertama munculnya *popcorn* dengan bermacam-macam rasa dan menggunakan kemasan yang berbentuk kotak. Sebelumnya produk *popcorn* hanya sebatas rasa asin saja dan kemasannya berbentuk kantong persegi, lonjong.

Dalam pengoperasiannya, Ye Ye *Popcorn* terbagi dalam beberapa bagian yaitu:

- Produksi : 3 orang
- Pengemasan : 20 orang
- Sales : 3 orang
- Pengiriman : 2 orang

Dengan jam kerja dari pukul 07.00 – 16.00, hari senin hingga sabtu.

#### 2.1.1. Data perusahaan

- Nama Perusahaan: Ye Ye
- Nama Produk : Ye Ye Popcorn
- Pengelola : Sherly Herawati
- Lokasi : Dharmahusada Utara II/21, Surabaya 60285, Jawa timur
- Phone : (031) 5937666
- Fax : (031) 5939474

### 2.2. Informasi Tentang Produk

Menurut Mc. Carty<sup>1</sup>, produk adalah suatu tawaran dari sebuah perusahaan yang memuaskan atau memenuhi kebutuhan. Sedangkan menurut

---

<sup>1</sup> McCarty, Jerome and William Perreault, Jr. *Basic Marketing*. 8-th Edition. Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Illinois, USA. 1989.

Kotler<sup>2</sup>, produk sebagai suatu tawaran. Dikatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan ataupun dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau kemauan.

Ye Ye *Popcorn* yaitu sebuah produk makanan kecil (*snack*) dengan berbagai macam rasa yang dikemas dengan 2 macam ukuran kemasan yaitu kemasan besar (130 gr), kemasan sedang (90 gr) dan kemasan mini (40 gr). Bahan kemasan yang digunakan adalah plastik jenis *polypropylene* (PP). Pada kemasan besar, target pasar yang ingin diraih adalah golongan keluarga karena dari segi isi yang cukup banyak dan harga yang lebih tinggi dibanding kemasan ukuran lainnya. Sedangkan kemasan ukuran sedang, memiliki target pasar muda-mudi dan perseorangan (*individual*). Kemasan mini ditujukan ke pasaran anak-anak kecil, Sekolah Dasar (SD). Karena kemasan mini sesuai dengan porsi makan untuk anak-anak dengan harga yang sesuai. Ye Ye *Popcorn* menyediakan bermacam-macam rasa agar konsumen mempunyai banyak pilihan dan tidak merasa bosan. Berbagai macam rasa yang ada yaitu:

- Asin
- Pandan
- Strawberry
- Durian
- Pedas manis
- Coklat
- Orange
- Grape

Tabel 2.2.1. Macam-macam jenis kemasan Ye Ye *Popcorn*

Jenis kemasan	Berat isi	Harga
Kemasan Besar	130 gr	Rp.2.300 – Rp.2.650
Kemasan Sedang	90 gr	Rp.1.425 – Rp.1.650
Kemasan mini	40 gr	Rp.500 – Rp.600

---

<sup>2</sup> Kotler, Philip. *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 8-th Edition. Prentice Hall, Inc., New Jersey, USA. 1995.

Produk *Ye Ye Popcorn* termasuk sebagai produk konsumen, yaitu produk-produk yang dibeli oleh konsumen akhir, baik berupa individu maupun rumah tangga, untuk memenuhi kebutuhan personal. Dan berdasarkan perilaku konsumen dalam membeli, produk *Ye Ye Popcorn* ini dapat digolongkan sebagai *convenience products*, yaitu produk-produk yang pembeliannya sering, harus ada segera, dan usaha konsumen membanding-bandingkan produk sebelum memperoleh produk yang sesuai rendah.<sup>3</sup>

Dari komposisi, *Ye Ye Popcorn* menggunakan bahan-bahan pilihan yang terbaik seperti biji jagung sebagai bahan utamanya yang merupakan biji jagung import sehingga kualitas dan mutu dari produk terjamin. Dan bahan-bahan pendukung lainnya seperti, gula pasir, mentega, minyak kelapa sawit. Jika dibandingkan makanan kecil lainnya, *popcorn* memiliki kadar karbohidrat yang tinggi dan rendah kalori sehingga dapat menghindari kegemukan. Karbohidrat berfungsi sebagai sumber energi. Karbohidrat dibagi menjadi 2 bagian yaitu karbohidrat kompleks dan zat tepung yang keduanya sebagai sumber energi dalam tubuh manusia. Selain memiliki kadar karbohidrat yang tinggi, *popcorn* juga berserat tinggi. Ini yang membuat orang yang mengkonsumsi *popcorn* merasa kenyang lebih lama. Berikut beberapa kandungan nutrisi dari *popcorn* per 100 gram porsi makanan:

Tabel 2.2.2. Kandungan nutrisi dari *Popcorn*

Air	2,8 g
Energi	5 kcal, 2092 kj
Protein	9 g
Total lemak	28,1 g
Karbohidrat	57,2 g
Serat	1 g
Ampas	2,9 g

---

<sup>3</sup> .Simamora, Bilson. *Memenangkan Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Anggota IKAPI, Jakarta, 2001.

<b>Mineral</b>	
Kalsium (Ca)	1 mg
Besi (Fe)	2,78 mg
Magnesium (Mg)	108 mg
Phospor (P)	25 mg
Potassium (K)	225 mg
Sodium (Na)	884 mg
Seng (Zn)	2,64 mg
Tembaga (Cu)	0,22 mg
Mangan (Mn)	0,87 mg
Selenium (Se)	7,3 mcg

<b>Vitamin</b>	
Vitamin C, asam ascorbic	0,3 mcg
Thiamin	0,134 mg
Riboflavin	0,136 mg
Niacin	1,55 mg
Asam Pantothenic	0,305 mg
Vitamin B-6	0,209 mg
Folate	17 mcg
Vitamin A, IU	154 IU
Vitamin A RE	15 mcg RE
Vitamin E	0,12 mg ATE

<b>Lemak</b>	
Asam lemak jenuh	
<i>Saturated</i> 4,89 g	
4:0	0 g
6:0	0 g
8:0	0 g

10:0	0 g
12:0	0 g
14:0	0,07 g
16:0	3,86 g
18:0	0,96 g
Asam lemak tak jenuh <i>monosaturated</i> 8,17 g	
16:1	0,05 g
18:1	8,12 g
20:1	0 g
22:1	0 g
Asam lemak tak jenuh <i>polyunsaturated</i> 13,42 g	
18:2	12,68 g
18:3	0,73 g
18:4	0 g
20:4	0 g
20:5	0 g
22:5	0 g
22:6	0 g
Kolesterol	0 mg

<b>Asam amino</b>	
Tryptophan	0,063 g
Threonine	0,33 g
Isoleucine	0,32 g
Leucine	1,103 g
Lysine	0,25 g
Methionine	0,189 g
Cystine	0,163 g
Phenylalanine	0,442 g

Tyrosine	0,36 g
Valine	0,455 g
Arginine	0,448 g
Histidine	0,27 g
Alanine	0,67 g
Asam Aspartic	0,626 g
Asam Glutamic	1,68 g
Glycine	0,369 g
Proline	0,78 g
Serine	0,42 g

Sumber : [www.asiamaya.com](http://www.asiamaya.com)

Bahan utama dari *Ye Ye popcorn* adalah biji jagung impor dengan merek “*Best Popcorn*” dari perusahaan *Acadiana Popcorn. Co. Kenner LA 70065, USA*. Seperti biji-bijian lainnya, didalam biji jagung terdapat embrio kecil. Embrio tersebut dikelilingi dengan suatu materi yang lembut dan mengandung tepung. Materi tersebut yang dapat memberikan energi pada embrio untuk dapat tumbuh menjadi sebuah tanaman. Dibagian luar, biji jagung sangat keras dan seperti kerang dengan permukaan yang halus mengkilap yang berfungsi melindungi bagian dalamnya.

Pada bagian dalam biji jagung yang lunak mengandung sejumlah air. Ketika biji tersebut dipanaskan dengan suhu yang tinggi (400 derajat F), kandungan air akan mendidih. Tekanan yang ada didalam mengakibatkan biji jagung meletus. Zat tepung yang lunak tersebut akan mengembang hingga 40 kali lebih besar dari ukuran aslinya. Ini yang membuat terciptanya bagian putih yang empuk dari biji jagung tersebut. Biji jagung harus memiliki sekitar 14 persen kelembaban. Jika tidak, biji tersebut tidak dapat meletus menjadi popcorn. Maka dari itu biji jagung harus disimpan di sebuah wadah yang tertutup rapat agar tidak hilang kelembabannya.

Dalam hal pengemasan untuk distribusi didalam kota, produk *Ye Ye Popcorn* ini dikemas dengan sebuah kemasan sekunder berupa kantong plastik ukuran besar. Dalam 1 kemasan sekunder, bisa menampung beberapa bungkus

produk, yaitu 32 bungkus untuk Ye Ye *Popcorn* ukuran besar (130 gr), 40 bungkus untuk Ye Ye *Popcorn* ukuran sedang (90gr) dan 124 bungkus untuk kemasan mini (40gr) Kemasan sekunder digunakan untuk mempermudah pendistribusian produk dalam jumlah yang cukup besar. Dibawah ini terdapat tabel keterangan klasifikasi tanaman jagung, yaitu :

Tabel 2.2.3. Klasifikasi Tanaman Jagung

<b>Klasifikasi Tanaman Jagung</b>		
Kingdom	Plantae	Tumbuh-tumbuhan
Phylum	Anthophyta	Menghasilkan bunga
Class	Monocotyledonae	Setiap biji menghasilkan sehelai daun
Order	Commelinales	Memiliki jenis daun yang berserat/berserabut
Family	Poaceae	Memiliki bentuk daun yang memanjang seperti rumput
Genus	Zea	Menghasilkan buah yang berwarna dan bibit buah
Species	Mays	Biji jagung , “corn”

Sumber : [www.asiamaya.com](http://www.asiamaya.com)

### 2.2.1. Potensi produk

- a. Dari komposisi, Ye Ye *Popcorn* menggunakan bahan-bahan pilihan yang terbaik seperti biji jagung sebagai bahan utamanya yang merupakan biji jagung impor sehingga kualitas dan mutu dari produk terjamin. Dan bahan-bahan pendukung lainnya seperti, gula pasir, mentega, minyak kelapa sawit.
- b. *Popcorn* merupakan makanan kecil yang mengandung karbohidrat, yang tinggi, rendah kalori dan berserat tinggi jika dibandingkan dengan makanan kecil lainnya.
- c. Jalur distribusi tersebar luas di pulau Jawa (Jawa Timur, Jawa Tengah, dan D.I. Yogyakarta) , pulau Kalimantan, Bali dan Sulawesi.
- d. Jawa Timur meliputi Surabaya, Malang, Mojokerto, Gresik, Sidoarjo dan sebagainya. Jawa Tengah meliputi Semarang, Kudus, Pati, Madiun dan sebagainya.

- e. Dalam pemasarannya, distribusi Ye Ye *Popcorn* meliputi lebih dari 500 supermarket-supermarket, pusat grosir, minimarket, dan toko-toko di berbagai kota di Jawa Timur seperti Ramayana supermarket, Tops, Superindo, Indomaret, Bonnet, Makro dan lain sebagainya.

### 2.2.2. Posisi produk

*Product positioning* adalah tempat produk yang berbeda, jelas dan memiliki nilai lebih secara relatif dibanding produk pesaing di dalam benak konsumen. Dapat juga dikatakan bahwa bagaimana cara konsumen mendefinisikan produk melalui atribut-atribut yang penting jika dibandingkan secara relatif dengan produk pesaing. *Product positioning* diperlukan untuk memperkuat penerimaan produk pada segmen yang dipilihnya.<sup>6</sup>

USP Ye Ye *Popcorn* adalah *popcorn* dengan mutu dan kualitas terbaik dengan banyak pilihan rasa, non kolesterol serta harga yang terjangkau. *Positioning* Ye Ye *Popcorn* adalah *popcorn* kualitas terbaik yang gurih,renyah dan non kolesterol

### 2.3. Informasi Tentang Wilayah Pemasaran

Untuk mempermudah penyaluran produk ke konsumen secara luas, maka dibutuhkan suatu pendistribusian. Pendistribusian suatu produk dapat menggunakan berbagai jenis perantara. Banyak jenis perantara tersebut dapat dikelompokkan menjadi pengecer atau *retailer* (asongan, warung rokok, warung biasa, supermarket,toko), grosir atau *wholesaler*, distributor fisik atau *physical distributor*, dan agen.

Umumnya para produsen menggunakan perantara dalam mendistribusikan produknya. Ada beberapa faktor yang mendorong produsen menggunakan perantara yaitu pertama, produsen tidak memiliki sumber daya (dana, orang ataupun peralatan) untuk menyalurkan sendiri produknya. Kedua, terjadinya diskrepansi keragaman pilihan, yang berarti konsumen menginginkan dapat membeli berbagai produk sekali belanja. Konsumen lebih suka mendatangi

---

<sup>6</sup> Simamora, Bilson. Op. cit. hal 137.

tempat yang serba lengkap. Sementara jenis produk yang dihasilkan produsen terbatas. Inilah diskrepansi tersebut. Ketiga, terdapat diskrepansi kuantitas antara produsen dan konsumen. Misalnya, jika seseorang pergi ke sebuah pabrik rokok, dapatkah ia memesan sebungkus rokok ke pabrik tersebut? Jelas ia tidak akan dilayani. Karena perusahaan tersebut hanya melayani pesanan dalam jumlah besar. Keempat, pendistribusian melalui perantara sering kali lebih efisien. Sebab, para perantara memiliki keahlian, pengalaman, skala operasi yang lebih ekonomis, karena memang mereka mengkhususkan diri pada bidang tersebut.<sup>7</sup>

Saluran distribusi *Ye Ye Popcorn* melibatkan 2 perantara ya itu grosir dan pengecer. *Ye Ye Popcorn* bertindak sebagai produsen sekaligus distributor untuk wilayah Jawa Timur. Karena wilayah yang masih terjangkau armadanya (mobil boks), maka para pengecer bisa dilayani sendiri oleh perusahaan. Sedangkan untuk wilayah Jawa Tengah, Yogyakarta, Bali, Kalimantan dan Sulawesi, *Ye Ye Popcorn* bertindak sebagai produsen dan menyerahkan saluran distribusi selanjutnya ke tiap-tiap distributor. Distributor-distributor di masing-masing tempat bertanggung jawab terhadap transportasi, pergudangan, promosi dan penjualan.

**Saluran tingkat 2, menggunakan dua perantara**



Gambar 2.1. Saluran Distribusi untuk Pasar *Ye Ye Popcorn*

Jalur distribusi *Ye Ye Popcorn* tersebar luas di pulau Jawa (Jawa Timur, Jawa Tengah, dan D.I. Yogyakarta) , pulau Kalimantan, Bali dan Sulawesi. Jawa Timur meliputi Surabaya, Malang, Mojokerto, Gresik, Sidoarjo dan sebagainya. Jawa Tengah meliputi Semarang, Kudus, Pati, Madiun dan sebagainya.

Dalam pemasarannya, distribusi *Ye Ye Popcorn* meliputi lebih dari 500 supermarket-supermarket, pusat grosir, minimarket, dan toko-toko di berbagai

---

<sup>7</sup> Simamora, Bilson. Op. cit. hal. 242.

kota di Jawa Timur seperti Ramayana supermarket, Tops, Superindo, Indomaret, Bonnet, Makro dan lain sebagainya.

### 2.3.1. Potensi pasar

Kebutuhan manusia kian bertambah seiring perkembangan jaman. Berbagai macam produk diciptakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan orang. *Popcorn* yang merupakan makanan kecil (*snack*) telah ada di Indonesia sejak lama. Pada waktu itu, *popcorn* diproduksi hanya sebatas satu rasa saja yaitu rasa asin. *Popcorn* diidentikan dengan camilan ketika orang menikmati film di bioskop atau nonton TV di rumah. Sekarang ini *popcorn* mulai dikonsumsi di berbagai suasana, misalnya saat berpergian, tamasya, santai bersama keluarga, dsb. Oleh sebab itu, banyak perusahaan mulai memproduksi *popcorn* dengan berbagai pilihan rasa yang variatif sesuai dengan selera konsumen, yaitu rasa asin, pandan, *strawberry*, pedas manis, coklat dan sebagainya. *Ye Ye Popcorn* telah memasuki pasar *popcorn* untuk pertama kalinya yang kemudian diikuti kompetitor lainnya yaitu KDS dan *Vita Popcorn*. *Ye Ye Popcorn* menyediakan 3 macam kemasan yaitu kemasan besar, sedang dan mini dengan harga yang terjangkau. Dengan menciptakan sebuah desain kemasan yang baru yang eksklusif dan menarik, *Ye Ye Popcorn* ingin memperluas pasar ke kelas menengah atas dengan harga yang sesuai dan terjangkau untuk status ekonomi tersebut. Dengan adanya kemasan yang baru tersebut akan memberikan keleluasaan konsumen dalam menentukan pilihan pembelian produk *popcorn*. Kejenuhan konsumen akan teratasi dengan adanya tampilan kemasan baru, karena selama ini belum ada sebuah terobosan inovasi baru dalam kemasan untuk produk *popcorn* ini.

## 2.4. Karakteristik Konsumen

Berbagai macam karakteristik dan perilaku konsumen yang mempengaruhi suatu proses pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong,<sup>7</sup> perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal.

---

<sup>7</sup> Kotler dan Gary, loc. cit.

Ada 5 tahap yang dilalui konsumen dalam proses pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pembelian. Pada proses pembelian untuk produk Ye Ye *Popcorn* ini, ada beberapa tahap yang terlewati. Karena biasanya produk dengan harga murah dan tersedia luas memiliki konsumen yang jarang membandingkan produk sebelum membeli. Dengan perbedaan merek yang relatif sedikit dan keterlibatan rendah dalam arti konsumen tidak mencari informasi tentang produk secara detil dan mengevaluasi kembali. Karena hal tersebut, dalam proses pengambilan keputusannya ada yang terlewatkan, maka tipe perilaku konsumen Ye Ye *Popcorn* adalah *Variety Seeking buying behaviour*. Konsumen memiliki keterlibatan yang rendah, namun masih terdapat perbedaan merek yang jelas. Konsumen bertujuan mencari suatu keragaman dan bukan kepuasan. Produsen harus selalu menjaga agar tidak kehabisan stok. Karena, sekali kehabisan stok maka konsumen akan beralih ke merek lain.<sup>9</sup>

#### 2.4.1. *Target Audience*

##### 2.4.1.1. Primer

###### a. Geografi

Secara geografi, wilayah yang dituju sebagai sasaran pasar Ye Ye *Popcorn* meliputi pulau Jawa dan Bali. Pulau Jawa memiliki jumlah penduduk terpadat dan menjadi pusat perekonomian di Indonesia. Sedangkan pulau Bali merupakan pulau wisata yang banyak dikunjungi wisatawan domestik maupun luar negeri.

- Wilayah : Jawa Timur, Jawa Tengah, Yogyakarta dan Bali.
- Ukuran Kota : Ibukota, kota propinsi.
- Iklim : Kering, basah.
- Pemukiman : Perkotaan.

###### b. Demografi

Kelompok (keluarga) atau individual ( laki-laki dan perempuan) yang memiliki status sosial yang cukup dan mapan, memiliki karir yang yang bagus,

---

<sup>9</sup> Simamora, Bilson. Loc. cit. hlm. 101.

berpenghasilan menengah keatas dan memiliki sifat selektif dalam pembelian sebuah produk. Karena umumnya mereka terpelajar dengan pendidikan tinggi, mereka cenderung memperhatikan kualitas dan mutu sebuah produk.

- Usia : 17 – 40 tahun
- Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan.
- Penghasilan : Dari orang tua (pelajar, mahasiswa)  
: > Rp.1.000.000 (pegawai swasta, ibu rumah tangga)
- Pekerjaan : Pelajar SMU, mahasiswa, pegawai swasta, ibu rumah tangga.
- Status sosial : Menengah ke atas.
- Status pendidikan : Min. perguruan tinggi.

#### c. Psikografis

Kondisi perilaku konsumen saat pembelian biasa-biasa saja. Tidak ada hal-hal khusus yang berpengaruh pada kondisi emosi/psikografis konsumen, seperti timbul rasa percaya diri atau meningkatkan status sosial setelah mengkonsumsi produk tersebut.

#### d. Behavioral

Kebiasaan konsumen yang suka “ngemil” atau makan makanan kecil, dan mencoba sesuatu yang baru.

### 2.4.1.2. Sekunder

#### a. Geografi

Wilayah lain yang ingin dijangkau yaitu daerah lain diluar pulau Jawa dan Bali seperti Kalimantan, Sulawesi dan Lombok. Dengan sasaran di daerah perkotaan yang penduduknya lebih padat daripada pedesaan. Dan biasanya penduduk daerah perkotaan aktif dalam perdagangan dan bersifat konsumtif.

- Wilayah : Daerah diluar Jawa dan Bali seperti Kalimantan, Sulawesi, Lombok, dsb.
- Ukuran kota : Ibukota, kota kabupaten.
- Iklim : Kering, basah.
- Pemukiman : Perkotaan.

## b. Demografi

Anak-anak usia diatas 6 tahun, baik laki-laki maupun perempuan merupakan konsumen yang aktif (konsumtif), khususnya untuk makanan kecil (*snack*). Mereka biasanya ingin mencoba berbagai macam *snack* yang dijual di pasaran. Anak seusia mereka belum dapat bekerja dan masih memerlukan biaya dari orang tua. Biasanya mereka mendapatkan uang saku untuk membeli makanan dan minuman ketika mereka sedang sekolah atau berpergian. Diusia tersebut, biasanya mereka masih berstatus pelajar antara SD hingga SMPK.

- Usia : >6 tahun
- Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan.
- Penghasilan : Orang tua.
- Pekerjaan : pelajar.
- Status sosial : Menengah ke atas.
- Status pendidikan : Sekolah Dasar.

## c. Psikografis

Kondisi perilaku konsumen saat pembelian biasa-biasa saja.

## d. Behavioral

Anak-anak biasanya suka jajan makanan kecil, ceria, santai bersama teman ataupun keluarga.

## 2.5. Informasi Mengenai Pesaingnya

Beberapa pesaing untuk produk *popcorn* yang sejenis yaitu KDS *Popcorn* dan Vita *Popcorn*. Kedua pesaing ini muncul setelah Ye Ye *Popcorn* eksis. Dalam hal variasi rasa, KDS *Popcorn* memiliki 7 rasa yaitu asin, cherry, pandan, coklat, orange, durian dan pedas manis. Vita *Popcorn* memiliki 6 macam rasa yaitu asin, cherry, pandan, coklat, orange, dan durian .

Dalam ukuran kemasan, KDS *Popcorn* mempunyai 2 macam kemasan yaitu kemasan super dan medium dengan berat masing-masing 150 gram dan 130 gram. Harga jual KDS *popcorn* bervariasi menurut kebijaksanaan masing-masing toko atau supermarket. Harga untuk kemasan super antara Rp.2.650 hingga Rp. 3.100, sedangkan untuk kemasan medium antara Rp. 2.450 hingga Rp. 2.900.

Tabel 2.5.1. Macam-macam jenis kemasan KDS *Popcorn*

Jenis kemasan	Berat isi	Harga
Kemasan Super	150 g	Rp. 2.650-Rp. 3100
Kemasan Medium	130 g	Rp. 2.450-Rp. 2.900

Vita *Popcorn* juga memiliki 2 macam kemasan, yaitu kemasan besar dan kecil dengan berat masing-masing 130 gram dan 100 gram. Harga jualnya juga bervariasi antara tiap toko atau supermarket. Harga untuk kemasan besar antara Rp.2.400 hingga Rp.2.650, sedangkan harga kemasan kecil Rp.1.450 hingga Rp.1.650.

Tabel 2.5.2. Macam-macam jenis kemasan Vita *Popcorn*

Jenis kemasan	Berat isi	Harga
Kemasan Besar	130 g	Rp.2.400-Rp.2.650
Kemasan Kecil	100 g	Rp.1.450-Rp.1.650

Bahan kemasan yang digunakan KDS dan Vita *Popcorn* yaitu jenis plastik yang sama dengan jenis plastik yang digunakan Ye Ye *Popcorn*. Saat ini distribusi produk KDS meliputi pulau Jawa dan Kalimantan. Sedangkan Vita *Popcorn* memiliki jalur distribusi hanya di pulau Jawa. Saluran distribusi KDS dan Vita *Popcorn* melibatkan 2 perantara yaitu grosir dan pengecer.

## 2.6. Corporate Image dan Corporate Identity yang Ada

Saat ini *corporate image* yang ada yaitu logo yang berupa *logotype* bertuliskan nama merek “Ye Ye Popcorn” dan logogram yaitu *image* sepasang anak kecil yang mengenakan pakaian pantai. Logogram yang digunakan tidak konsisten dalam penggunaan *corporate identity*. Ini dapat dilihat pada perbedaan *image* yang digunakan pada desain kemasannya ukuran besar, sedang dan mini. Desain untuk *logotype* terkesan sangat sederhana karena jenis *font* yang digunakan tidak diolah lagi dan tidak dipertimbangkan dari segi desain grafis. Sedangkan *corporate identity* yang ada saat ini yaitu :

- Logo
- Kemasan ukuran besar, sedang dan mini

- Stempel
- Bon/nota

Pada stempel dan bon nota, tercantum *logotype* dan logogram Ye Ye *Popcorn* beserta identitas atau alamat, nomor telpon perusahaan. Desain kemasan Ye Ye *Popcorn* ada 3 macam yaitu kemasan besar, sedang dan mini. Desain layout untuk tiap kemasan berbeda. Untuk kemasan besar, menggunakan bulatan di atasnya muncul 3 buah bintang dan di tengah-tengah gambar tersebut ada sepasang anak kecil, laki-laki dan perempuan yang mengenakan pakaian pantai. Pada kemasan sedang, menggunakan elemen kotak dan persegi dan terdapat 5 bintang di atasnya. *Image* atau gambar yang digunakan yaitu sepasang anak kecil yang sedang duduk bersandar satu dengan yang lain. Pada *layout* desain kemasan ukuran sedang, logogram Ye Ye *Popcorn* yang seharusnya ikut ditampilkan di desain kemasan ternyata tidak ditampilkan seperti di *layout* kemasan ukuran besar (lihat gambar di lampiran). Pada kemasan mini, gambar yang digunakan sama dengan gambar pada kemasan sedang, yaitu sepasang anak kecil yang duduk bersandaran. Sedangkan *logotype* yang digunakan tidak sama dengan kemasan ukuran besar dan sedang. Ini yang menunjukkan bahwa logogram Ye Ye *Popcorn* tidak secara konsisten digunakan. Sedangkan untuk *logotype* yang digunakan sudah konsisten, hanya saja kurang diolah dari desain grafisnya.

Pada kemasan KDS ukuran besar, logo diletakkan secara vertikal sedangkan pada kemasan kecil, logo diletakkan secara horisontal (lihat gambar di lampiran). *Layout* desain kemasan Vita *Popcorn* untuk kemasan besar menggunakan gambar jagung dan bendera Amerika (lihat gambar di lampiran). Pada kemasan kecil Vita *Popcorn* menggunakan gambar jagung yang dibuat karikatur (contoh gambar di bagian lampiran). Disini Vita *Popcorn* ingin menunjukkan perbedaan *target market* antara kemasan besar dan kecil. Untuk kemasan besar memiliki *target market* anak-anak muda, dan orang dewasa. Sedangkan untuk kemasan kecil memiliki *target market* anak-anak kecil.