**Daftar Pustaka**

Cravens, W. D. (1996). *Pemasaran Strategis* (fourth ed.). Jakarta: Erlangga.

David, Fred. R. (2011). *Manajemen Strategis.* Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran JILID 2* (9th ed.). Jakarta: Indeks.

Lupiyoadi, Rambat (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat.

Kuncoro, Mudrajad (2011). *Strategi: Bagaimana Meraih keunggulan Kompetitif?*. Jakarta: Erlangga.

Myran, Nadera N (2012). *Analysis of The Relationship Between Strategic Planning and Competitive Advantages in Jordania Banks. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Bussiness,* 4(8), 220-238. Diakses dari: http://journal-archieves26.webs.com/220-238.pdf

Robustin, T. P. (2016). Kepuasan Member Dewa Ruci Gym Di Kabupaten Jember. *Prosiding Seminar Nasional*, 33–51. Diakses dari: <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/download/3640/2827/>

Rusniati (2014). Perencanaan Strategis Dalam Perspektif Organisasi. Jurnal INTEKNA, 14(2), 102-209. Diakses dari: <http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwjDtv3NzvLiAhVINI8KHWdECvAQFjABegQIAxAC&url=http%3A%2F%2Fejurnal.poliban.ac.id%2Findex.php%2Fintekna%2Farticle%2Fview%2F178%2F167&usg=AOvVaw2TSrxkmpzl_2t6fs6KUVCL>

Stevenson, William J. (2014). Manajemen Operasi Perspektif Asia. Jakarta: Salemba Empat.

Susanto, A., & Hanan, E. S. (2016). Fitness center business di kabupaten wonosobo tahun 2015. *E-Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, *5*(1), 14–17. diakses dari: https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/peshr/article/view/9316

**LAMPIRAN**

**Lampiran 1**

**Daftar Peralatan Fitness Oryza Gym Center**



Sumber: Inventaris Oryza Gym (2014)

**Lampiran 2**

Kuesioner pra survey

Mohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner berikut ini. TerimaKasih.

**Data Responden**

Umur : ………. Tahun

Jenis kelamin : Pria / Wanita \*

Pekerjaan\* :

* Pelajar
* Mahasiswa
* Umum

1. Apakah anda merupakan member aktif Oryza Gym Fitness Center?

* Ya
* Tidak

1. Berapa kali anda mengunjungi Oryza Gym Fitness Center dalam satu minggu?

* < 1 kali
* 2 – 4 kali
* 5 – 6 kali
* < 7 kali

1. Berapa lama andas udah menjadi anggota tetapO ryza Gym Fitness Center?

* < 1 bulan
* 1 – 6 bulan
* 6 – 12 bulan
* > 12 bulan

1. Apakah Oryza Gym Fitness Center memiliki peralatan fitness yang lengkap?

* Ya
* Tidak

1. Apakah peralatan yang disediakan Oryza Gym Fitness Center memiliki kondisi yang terjaga dengan baik?

* Ya
* Tidak

1. Apakah Oryza Gym Fitness Center memiliki kapasitas ruangan yang memadai?

* Ya
* Tidak

1. Apakah kebersihan ruangan fitness pada Oryza Gym Fitness Center terjaga dengan baik?
   * Ya
   * Tidak
2. Apakah tata letak peralatan fitness pada Oryza Gym Fitness Center tertata dengan baik?

* Ya
* Tidak

1. Apakah Oryza Gym Fitness Center memiliki kelas-kelas pendukung kebugaran tubuh yang lengkap?

* Ya
* Tidak

1. Apakah Oryza Gym Fitness Center memiliki instruktur yang dapat membantu andadalamberlatih?

* Ya
* Tidak

1. Apakah biaya yang ditawarkan oleh Oryza Gym Fitness Center sesuai dengan fasilitas dan layanan yang ada?

* Ya
* Tidak

1. Apakah Oryza Gym Fitness Center memilik letak lokasi yang mudah dijangkau dengan alat transportasi umum?

* Ya
* Tidak

1. Apakah Oryza Gym Fitness Center memiliki papan nama yang jelas dari posisi jalan utama?

* Ya
* Tidak

1. Dari manakah anda mengetahui Oryza Gym Fitness Center?

* Teman/Kerabat
* Brosur/Spanduk
* Sosial Media

**Lampiran 3**

**Pedoman Wawancara Penelitian Tesis**

Nama Subjek :

Jabatan :

Waktu Pelaksanaan :

Tempat :

Pertanyaan :

1. Apa saja jenis produk jasa yang tersedia di Oryza Gym?

Jawab:……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………...

1. Apa saja layanan yang ditawarkan oleh Oryza Gym?

Jawab:………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

1. Bagaimana harga yang ditawarkan oleh Oryza Gym?

Jawab:………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

1. Apa saja fasilitas yang ditawarkan Oryza Gym?

Jawab:……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

1. Apakah letak lokasi Oryza Gym strategis untuk menjalankan bisnis?

Jawab:……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………...

1. Apa saja masalah yang sering dihadapi pihak manajemen Oryza Gym?

Jawab:………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

1. Bagaimana manajemen menyelesaikan salah yang dihadapi Oryza Gym?

Jawab:………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

1. Berapa jumlah sumber daya manusia yang dimiliki oleh Oryza Gym?

Jawab:………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

1. Strategi pemasaran seperti apa yang digunakan Oryza Gym untuk meningkatkan penjualan?

Jawab:………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….

**Lampiran 4**

**Pedoman Pelaksanaan *Focus Group Discussion***

Nama Peserta FGD : 1.

2.

Waktu Pelaksanaan :

Tempat :

Pertanyaan :

1. Apa Saja kekuatan yang dimiliki oleh Oryza Gym?

Jawab:

1. ………………………………………………………………………....
2. …………………………………………………………………………
3. …………………………………………………………………………..
4. Apa saja kelemahan yang dimiliki oleh Oryza Gym?

Jawab:

1. …………………………………………………………………………..
2. …………………………………………………………………………
3. …………………………………………………………………………
4. Apa saja peluang yang dimiliki oleh Oryza Gym dalam menjalankan bisnis?

Jawab:

1. …………………………………………………………………………..
2. …………………………………………………………………………
3. …………………………………………………………………………..
4. Apa saja ancaman yang dihadapi oleh Oryza Gym dalam menjalankan bisnis?

Jawab:

1. …………………………………………………………………………..
2. …………………………………………………………………………
3. …………………………………………………………………………

(Pertanyaan dapat berkembang sesuai dengan kondisi lapangan)

**Lampiran 5**

**Interview Guide kepada Direktur Oryza Gym Fitness Center**

1. Apa yang menjadi latar belakang dalam mendirikan Oryza Gym Fitness Center?
2. Apa visi, misi dan tujuan yang ingin dicapai Oryza Gym Fitness Center?
3. Kapan Oryza Gym mulai beroperasi?
4. Siapa segmen pasar yang ingin dituju Oryza Gym Fitness Center?
5. Apa saja masalah yang dihadapi Oryza Gym Fitness Center?
6. Apa saja kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Oryza Gym Fitness Center?
7. Apa saja peluang dan ancaman yang dihadapi Oryza Gym Fitness Center?
8. Apa saja keluhan yang diberikan pelanggan kepada Oryza Gym Ftness Center?
9. Apa saja saran yang diberikan pelanggan kepada Oryza Gym Ftness Center?

Wawancara dilakukan pada Kamis, 3 Mei 2018 pukul 11.00

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Pertanyaan | Jawaban |
| 1 | Apa yang menjadi latar belakang dalam mendirikan Oryza Gym Fitness Center? | Dari muda saya sudah suka olahraga, sebenarnya ya tidak muda juga, waktu itu anak saya paling besar saya sudah kelas 1 SMP. Waktu itu saya masih di Papua, setelah itu saya pindah ke Semarang. Saat di Semarang, saya lihat tempat fitness masih sedikit dan teman main di tempat fitness itu laki-laki berotot semua, saya jadi takut. Jadi dari situ saya ingin membuka fitness center yang nyaman khususnya untuk anak muda yang baru mau mencoba fitness dan wanita. Jadi ya biar mereka gak takut untuk olahraga fitness. |
| 2 | Apa visi, misi dan tujuan yang ingin dicapai Oryza Gym Fitness Center? | Tujuannya ya agar masyarakat mau berolahraga. Karena olahraga itu kan baik, ya buat kebutuhan diri sendiri. Tapi ya itu lo, kasian mahasiswa-mahasiswa pasti terkendala masalah kantong. Jadi ya pasti kita kasih keringanan biaya nantinya.  Visi kami adalah menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin sehat. Orientasi kita untuk memenuhi kebutuhan olahraga pelanggan.  Misi kami adalah membuat fitness center ini menjadi rumah kedua bagi pelanggan. Logikanya ya kalau rumah kedua pasti nyaman, jadi pelanggan gak erasa bahwa olahraga itu beban. Sama kaya moto kami *“Keep healthy, Keep Fyn with Oryza Gym”* |
| 3 | Kapan Oryza Gym mulai beroperasi? | Pertama kali kita *opening* dan beroperasi penuh itu 25 Juli 2009. |
| 4 | Siapa segmen pasar yang ingin dituju Oryza Gym Fitness Center? | Fokus kita ke semua kalangan menengah baik pria maupun wanita dan ke mahasiswa karena lokasi kita dekat sekali dengan kampus. Maka dari itu kita kasih biaya yang bersaing juga, untuk pelajar dan mahasiswa jelas kita kasih harga khusus juga, jadi tidak terbebani masalah keuangan kalau mau sehat. |
| 5 | Apa saja masalah yang dihadapi Oryza Gym Fitness Center? | Masalah yang kita hadapi saat ini ya sebenarnya masalah promosi, namanya ya orang tua mana ngerti masalah gitu. Ya kita main aman aja kaya cuma biarin anggota ngajak teman atau keluarganya untuk ikut *join*. |
| 6 | Apa saja kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Oryza Gym Fitness Center? | Kekuatan kami ada diletak usaha kami yang sangat strategis yaitu terletak di pinggir jalan utama dan dekat dengan kampus. Kami memiliki tempat parkir yang memadai dan kami tidak memberikan tarif parkir bagi pelanggan. Harga yang kami tawarkan juga cukup bersaing dengan alat fitness yang terbilang lengkap. Kami juga menjual produk-produk suplemen yang lengkap dengan sistem *indent* maksimal 3 hari kerja. Kami selalu berusaha untuk dekat dengan pelanggan sehingga tidak ada batas antara pelanggan, karyawan bahkan dengan saya sebagai pemilik usaha. Disini kita bangun hubungan kekeluargaan yang baik sehingga pelanggan merasa nyaman.  Kelemahan kami terletak di kurangnya promosi yang dilakukan sehingga belum banyak orang yang mengetahui keberadaan kami. Kemudian variasi kelas yang kita tawarkan masih kurang, saat ini hanya ada kelas Yogaswing saja. Kami memang berniat menambah kelas tapi kami masih takut berspekulasi dengan jumlah member dan biaya instruktur. Kembali lagi ke masalah pemasaran, mungkin kami akan berani menambah kelas jika sudah ada promosi keluar. |
| 7 | Apa saja peluang dan ancaman yang dihadapi Oryza Gym Fitness Center? | Tentu saja saya melihat peluang yang besar dalam bisnis ini. Saat itu penyedia tempat fitness di Semarang belum banyak, dan masih kecil-kecil semua. Saat ini pun sudah banyak tempat fitness, tapi tidak banyak yang bertahan juga. Saya optimis sekali Oryza Gym bisa bertahan karena walaupun tempat kami terhitung besar, tetapi harga kami juga tidak kalah bersaing dengan yang kecil-kecil. Juga kelas Yogaswing yang kami tawarkan itu olahraga mewah lo, di Semarang tempat Yogaswing kami adalah yang paling murah karena disini kita tidak perlu memilikirkan biaya tambahan untuk instrukturnya. Saya yang *handle* sendiri.  Ancaman bagi bisnis ini ya tentu saja dari pesaing. Di daerah atas sendiri mulai banyak fitness-fitness baru. |
| 8 | Apa saja keluhan yang diberikan pelanggan kepada Oryza Gym Ftness Center? | Keluhan yang sering diberikan pelanggan ya alat-alat kami mulai perlu perawatan lebih. Kerena sudah banyak jok-jok alat fitness kami yang mulai rusak. Juga kurang sekali variasi kelas-kelas, bisalah ditambah kelas Zumba atau Aerobik gitu, karena didaerah sini kan juga banyak ibu-ibu, mereka sih ingin disini ada minimal aerobic lah karena kalau yogaswing susah juga untuk ibu-ibu yang sudah berumur. Ya olahraga yang ringan-ringan gitu. Banyak juga yang mengeluh kurangnya *sign system* menuju ke Oryza Gym. Kalau mereka pas lagi gak ke BCA ya mereka gak bakalan tau ada gym disebelahnya. |
| 9 | Apa saja saran yang diberikan pelanggan kepada Oryza Gym Ftness Center? | Saran yang sering diberikan pelanggan adalah kurangnya promo yang dilakukan Oryza. Mereka mungkin merasa jenuh ya, apa lagi mahasiswa gitu mungkin mengharapkan adanya diskon-diskon diwaktu tertentu. Tapi ya kita belum bias kasih diskon yak arena masih pikir-pikir masuk ga nanti sama pendapatan kita. Ya harapannya kalau memang nanti rencana strategi ini jadi ya bisa bantu kita buat masalah yang kita hadapi dan bisa bantu kita untuk mikirin promo-promo yang baik buat Oryza Gym. |

**Lampiran 6**

NOTULENSI

*FOCUS GROUP DISCUSSSION*

*INTERNAL FACTOR MATRIX (IFE)* dan *EXTERNAL FACTOR MATRIX (EFE)*

Tanggal : Kamis, 3 Mei 2018

Pukul : 11.00

Tempat : Oryza Gym Fitness Center

1. Peserta:
2. Maria Christiana Manggaria Ekomangestuiti (Pemilik)
3. Vincentius Angga Oryza (Manajer)
4. Pokok Paparan:
5. Faktor-faktor internal yang dijadikan kekuatan dan kelemahan bagi perusahaan.
6. Faktor-faktor eksternal yang dijadikan peluang dan ancaman bagi perusahaan.
7. Penilaian pembobotan dan peringkat pada IFE.
8. Penilaian pembobotan dan peringkat pada EFE.
9. Pertanyaan
10. Apa saja faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan pada Oryza Gym?
11. Berapa bobot yang akan diberikan pada masing-masing kekuatan dan kelemahan perusahaan dari skala 1-4?
12. Berapa peringkat yang akan diberikan pada masing-masing kekuatan dan kelemahan perusahaan dari skala 1-4?
13. Apa saja faktor eksternal berupa peluang dan ancaman pada Oryza Gym?
14. Berapa bobot yang akan diberikan pada masing-masing peluang dan ancaman perusahaan dari skala 1-4?
15. Berapa peringkat yang akan diberikan pada masing-masing peluang dan ancaman perusahaan dari skala 1-4?
16. Jawaban:
17. Pemilik
18. Apa saja faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan pada Oryza Gym?

Jawab: ya kalo menurut saya sih kekuatan Oryza Gym ada di lokasinya, strategis banget soalnya pinggir jalan utama dan dekat dengan kampus. Tempat parkirnya memadai, karena setiap bulan kita bayar iuran parkiir jadi anggota kita bebaskan biaya parker. Karyawan kami tuntuk untuk memberikan pelayanan maksimal, ya pokoknya harus bias bikin mereka kerasan. Harga kami jelas hitungannya murah untuk kantong mahasiswakarena memang target utama kita sebenarnya mahasiswa UNDIP. Kita juga menjual suplemen yang bervariasi terus peralatan kita cukup lengkap dan jelas berkualitas karena besi kita 100% besi bukan yang luarnya besi dalemnya ampas kayu.

Kalo kelemahannya sih mungkin kita kurang promosi ya, karena ya jujur saya juga gak tau mau promosi model gimana, palingan hanya dari mulut ke mulut saja.

1. Berapa bobot yang akan diberikan pada masing-masing kekuatan dan kelemahan perusahaan dari skala 1-4?

Jawab: kalo mau dibobot mungkin lokasi strategisnya saya kasi bobot 4 karena penting banget sih. Terus tempat parkir gratis saya kasi bobot 4 juga sih. Kenyamanan ya mungkin 3 saja ya. Harga, jual suplemen dan peralatan lengkap saya kasi bobot 4. Kalo kelemahannya oryza saya kasi bobot 1 semua ya soalnya memang kurang banget sih.

1. Berapa peringkat yang akan diberikan pada masing-masing kekuatan dan kelemahan perusahaan dari skala 1-4?

Jawab: klo peringkat pentingnya sih kalau saya, letak strategis, harga terjangkau, jual suplemen sama alat yang lengkap jelas saya kasi peringkat 4 karena itu kuat banget sih dan kalo tempat parkir dan kenyamanan saya kasi peringkat 3 saja karena gak terlalu kuat-kuat banget.

1. Apa saja faktor eksternal berupa peluang dan ancaman pada Oryza Gym?

Jawab: Kalau peluangnya buka bisnis ini sih pola hidup sehat tu lagi ‘in’ banget dijaman now dan sepertinya promosi fitness’an lain juga gak gencar-gencar banget.

Kalo ancaman ya fitnessan lain harganya ada yang lebih murah. Murah itu kan relative ya. Sebenarnya harga mereka itu diatas Oryza Gym tapi mereka itu fasilitas dan jumlah kelasnya banya jadi ya sebenarnya kalau dihitung-hitung ya murah juga sih.

Kalau ancamannya ya sekarang banyak pesaing dan kadang ada beberapa orang yang fanatik banget sama fitnes’an kaya gengsi gitu lo.

1. Berapa bobot yang akan diberikan pada masing-masing peluang dan ancaman perusahaan dari skala 1-4?

Jawab: untuk peluangnya pola hidup sehat saya kasi bobot 3 dan promosi pesaing saya kasi skor 4. Terus kalau ancamannya semua saya kasi bobot 2 karena sebenarnya so.. so.. aja.

1. Berapa peringkat yang akan diberikan pada masing-masing peluang dan ancaman perusahaan dari skala 1-4?

Jawab: Untuk peluang nya pola hidup sehat saya kasi peringkat 4 dan promosi pesaing saya kasi peringkat 3 ya. Terus kalo ancamannya muncul pesaing baru saya kasi peringkat 2 dan pelanggan fanatik saya kasi peringkat 1.

1. Manajer
2. Apa saja faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan pada Oryza Gym?

Jawab: mungkin kurang lebih sama ya mbak kaya yang tadi disebutin ibu tapi mungkin saya mau menambahkan aja kelemahannya menurut saya dari Oryza ini brand imagenya kurang kuat, kadang-kadang kita survey kecil-kecilan ke anggota baru mereka bilang kalo gak ke BCA sebelah ya gak tau ada Gym ini. Terus promo-promo juga kurang sih kita ya gini-gini aja. Sama variasi kelasnya tuh lo kurang banget, kita gak update olahraga baru apa yang lagi in sama belum ada mesin EDC, ya sebenarnya gak terlalu penting sih karena sebelah BCA, tapi mgkin klo ada mesin EDC kita bias bikin promo tambahan.

1. Berapa peringkat yang akan diberikan pada masing-masing kekuatan dan kelemahan perusahaan dari skala 1-4?

Jawab: kalo kekuatan seperti yang disebutkan ibu tadi kaya letaknya yang strategis saya kasi bobot 4 juga. Kenyamanan bagi pelanggan, harga terjangkau, jual suplemen dan peralatan lengkap saya kasi bobot 4 juga terus kalo tempat parkir memadai saya kasi bobot 3 saja.

1. Apa sajafaktor eksternal berupa peluang dan ancaman pada Oryza Gym?

Jawab: Menurut saya sih kurang lebih sama dengan yang baru saja ibu jelaskan. Sekarang itu anak-anak muda, ibu-ibu itu lagi kegunjringan hits di sosmed. Itu jadi peluang kita untuk ikut ambil bagian untuk mewujudkan kehits’annya mereka. Menurut saya itu salah satu peluang besar sih. Kalo untuk ancamannya ya semakin besar peluangnya ya ancaman lahan bisnis fitness center baru ya bakalan menjamur juga.

1. Berapa bobot yang akan diberikan pada masing-masing peluang dan ancaman perusahaan dari skala 1-4?

Jawab: kalo untuk peluang saya kasi skor 4 karena itu peluang yang besar sekali sih dan kalo untuk pesaing yang kurang memberika promosi juga saya kasi skor 4. Untuk ancamannya yang tentang pesaing baru saya kasi skor 2 karena sebenarnya kualitas kita masih yang terbaik sih dibandingkan yang lain apalagi yang baru-baru. Dan untuk pelanggan fanatic saya kasi skor 1 karena ya gak penting-penting banget sih.

1. Berapa peringkat yang akan diberikan pada masing-masing peluang dan ancaman perusahaan dari skala 1-4?

Jawab: peluang perusahaan tentang pola hidup sehat mungkin akan saya beri peringkat 4 karena saya rasa memang itu peluang yang sangat besar. Pesaing kurang promosi saya kasi peringkat 3 dan untuk ancamannya pesaing baru saya kasi peringkat 2. Kemudian untuk pelanggan fanatic saya kasih peringkat 1.

**Lampiran 7**

***Internal Factor Matrix***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| no | Faktor Internal Perusahaan | Penguji | | | Bobot | Peringkat | SB Total |
| 1 | 2 | rata-rata |  |
| Kekuatan | | | | | | | |
| 1 |  | 4 | 4 | 4 | 0.15 | 4 | 0.60 |
| 2 |  | 4 | 3 | 3.5 | 0.13 | 3 | 0.39 |
| 3 |  | 4 | 4 | 4 | 0.15 | 4 | 0.60 |
| 4 |  | 3 | 3 | 3 | 0.12 | 4 | 0.48 |
| 5 |  | 4 | 4 | 4 | 0.15 | 4 | 0.60 |
| Kelemahan | | | | | | | |
| 1 |  | 2 | 2 | 2 | 0.08 | 2 | 0.16 |
| 2 |  | 1 | 2 | 1.5 | 0.06 | 1 | 0.05 |
| 3 |  | 2 | 2 | 2 | 0.08 | 2 | 0.16 |
| 4 |  | 2 | 2 | 2 | 0.08 | 2 | 0.16 |
|  | Total |  |  | 26.00 | - | - | 3.20 |

Contoh perhitungan:

\*)

= 0.15 x 4 = 0.60

**Lampiran 8**

***External Factor Matrix***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| no | Faktor Eksternal Perusahaan | Penguji | | | Bobot | Peringkat | SB Total |
| 1 | 2 | rata-rata |
| Peluang | | | | | | | |
| 1 |  | 4 | 4 | 4 | 0,27 | 4 | 1,08 |
| 2 |  | 4 | 3 | 3,5 | 0,23 | 4 | 0,92 |
| 3 |  | 4 | 4 | 4 | 0,27 | 4 | 1,08 |
| Ancaman | | | | | | | |
| 1 |  | 2 | 2 | 2 | 0,13 | 2 | 0,26 |
| 2 |  | 1 | 2 | 1,5 | 0,10 | 1 | 0,10 |
|  | Total |  |  | 15,00 | - | - | 3,44 |

Contoh perhitungan:

\*)

= 0.27 x 4 = 1.08