

**LAMPIRAN**

Lampiran 1.

## DAFTAR KUESIONER PENELITIAN

ISI DAFTAR KUESIONER :

Isi daftar kuesioner ini, meliputi :

1. Kuesioner mengenai faktor-faktor internal PT UPA, meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.
2. Kuesioner mengenai faktor-faktor eksternal PT UPA, meliputi peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

METODE PENILAIAN:

1. Melakukan pembobotan terhadap faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan.
2. Setelah dilakukan pembobotan, dirating dengan memberi tanda silang pada salah satu dari skala yang ada, sesuai dengan kondisi yang ada/terjadi atau dihadapi oleh perusahaan (dari skala -2 sampai dengan +2).

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL PT UPA.

A. Faktor Kekuatan:

1. Akses bahan baku (Isomalt) yang mudah didapat:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	
2. Keragaman jenis produk:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	
3. Cakupan wilayah pemasaran dan distribusi:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	
4. Kelengkapan sarana produksi dan mesin:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	

5. Harga yang ditawarkan:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	
6. Positioning produk:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	
7. Respon inovatif terhadap kebutuhan konsumen:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	
8. Pengalaman mengelola industri makanan, khususnya permen:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	
9. Kualitas produk sesuai dengan standart international:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	
10. Jumlah pelanggan:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	

#### B. Faktor Kelemahan:

1. Promosi yang dilakukan:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	
2. Kemasan produk permen bebas gula (*sugar free candy*):
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	
3. Loyalitas konsumen:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	
4. Keluhan konsumen:
 

(-2) Sangat jelek.	(-1) Jelek.	(0) Sedang.
(+1) Baik.	(+2) Sangat baik.	
5. Fasilitas research and development:

- |   |                                  |                                  |             |
|---|----------------------------------|----------------------------------|-------------|
|   | (-2) Sangat jelek.<br>(+1) Baik. | (-1) Jelek.<br>(+2) Sangat baik. | (0) Sedang. |
| 6. Ketersediaan produk dipasaran:                     | (-2) Sangat jelek.<br>(+1) Baik. | (-1) Jelek.<br>(+2) Sangat baik. | (0) Sedang. |
| 7. SDM potensial dalam pemasaran:                     | (-2) Sangat jelek.<br>(+1) Baik. | (-1) Jelek.<br>(+2) Sangat baik. | (0) Sedang. |
| 8. Pola pelayanan dan produk yang berorientasi pasar: | (-2) Sangat jelek.<br>(+1) Baik. | (-1) Jelek.<br>(+2) Sangat baik. | (0) Sedang. |
| 9. Respon terhadap perkembangan teknologi:            | (-2) Sangat jelek.<br>(+1) Baik. | (-1) Jelek.<br>(+2) Sangat baik. | (0) Sedang. |
| 10. Mampu bertindak dan keputusan yang cepat:         | (-2) Sangat jelek.<br>(+1) Baik. | (-1) Jelek.<br>(+2) Sangat baik. | (0) Sedang. |

## FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL PT UPA.

### C. Faktor Peluang:

- |   |                                   |                                   |             |
|---|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------|
| 1. Pertumbuhan dan peluang pasar:                         | (-2) Sangat kecil.<br>(+1) Besar. | (-1) Kecil.<br>(+2) Sangat besar. | (0) Sedang. |
| 2. Kepedulian terhadap lingkungan:                        | (-2) Sangat kecil.<br>(+1) Besar. | (-1) Kecil.<br>(+2) Sangat besar. | (0) Sedang. |
| 3. Perubahan gaya hidup dan persepsi masyarakat:          | (-2) Sangat kecil.<br>(+1) Besar. | (-1) Kecil.<br>(+2) Sangat besar. | (0) Sedang. |
| 4. Kepercayaan konsumen terhadap produk-produk corporate: | (-2) Sangat kecil.<br>(+1) Besar. | (-1) Kecil.<br>(+2) Sangat besar. | (0) Sedang. |

5. Meningkatkan pangsa pasar:  
 (-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
 (+1) Besar.            (+2) Sangat besar.
6. Kebijakan pemerintah:  
 (-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
 (+1) Besar.            (+2) Sangat besar.
7. Kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi:  
 (-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
 (+1) Besar.            (+2) Sangat besar.
8. Penguasaan research and development:  
 (-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
 (+1) Besar.            (+2) Sangat besar.
9. Perubahan teknologi:  
 (-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
 (+1) Besar.            (+2) Sangat besar.
10. Eksport ke luar negeri:  
 (-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
 (+1) Besar.            (+2) Sangat besar.

#### D. Faktor Ancaman:

1. Datangnya era globalisasi:  
 (-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
 (+1) Besar.            (+2) Sangat besar.
2. Harga pesaing:  
 (-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
 (+1) Besar.            (+2) Sangat besar.
3. Promosi pesaing:  
 (-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
 (+1) Besar.            (+2) Sangat besar.
4. Kepercayaan masyarakat terhadap produk import:  
 (-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
 (+1) Besar.            (+2) Sangat besar.
5. Tuntutan konsumen yang semakin tinggi:  
 (-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.

(+1) Besar.            (+2) Sangat besar.

6. Keberadaan produk substitusi:

(-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
(+1) Besar.            (+2) Sangat besar.

7. Fluktuasi nilai tukar:

(-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
(+1) Besar.            (+2) Sangat besar.

8. Ketersediaan bahan baku dipasaran:

(-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
(+1) Besar.            (+2) Sangat besar.

9. Tuntutan terhadap kualitas produk:

(-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
(+1) Besar.            (+2) Sangat besar.

10. Perkembangan teknologi yang cepat:

(-2) Sangat kecil.            (-1) Kecil.            (0) Sedang.  
(+1) Besar.            (+2) Sangat besar.