

LAMPIRAN

Data Penjualan Tahun 2014

Jenis Pintu	Penjualan Tahun 2014												Total
	Jan	Feb	Mar	Aprl	Mei	Juni	Juli	Agust	Sep	Oct	Nov	Des	
FNL+A3:A19 Open Back/ Stable	30		20		10	290	20	10	271	20	10	90	771
FNL Z Brace/ Stable	110	10	120	30	50	100	90	5	285	200	5	5	1010
FNL Plyback/ Stable	20	10		255	205	50	195	60		10	350	210	1365
FNL Open Back/ Stable (Solid Eng)	5		5	80		10	10	100	5	5	70	110	400
FNL Z Brace/ Stable (Solid Eng)	10	10		50	35			10	40	100	10	10	275
FNL Plyback/ Stable (Solid Eng)	10	40	10	10	10	100	150	70	50	300	10	20	780
2 PANEL Equal/ Unequal	50	55	100	155	43	140		200	125	201	55	20	1144
4 PANEL Equal/ Unequal		55	100	105	205	100	195	40	50	50	100		1000
6 PANEL Equal/ Unequal	25	560	35	60	15	20		5	200	25	79	5	1029
8 PANEL Equal/ Unequal	125	55	75	100	135	100	590		55	25	15	15	1290
10 PANEL Equal/ Unequal	10	40	10	10	10	670	150	70	50	20	10	20	1070
AC 3	50	55	100	155		140	630	200	125	310	55	20	1840
AC 4	50	55	100	100	55	120		50	100	90	55	25	800
AC 6	50	60	10	30	30	100	150	70	50	20	10	20	600
ELYSEE Panel	105	55	200	255	205	50	195	240	175	50	155	20	1705
ELYSEE Open Glass	50	60	10	30	30	100	150	70	50	20	10	20	600
CONFEX	50	55	100	100	55	120		50	100	90	55	25	800
NAPOLEON 1	10	40	10	10	10	100	150	70	50	20	10	20	500
NAPOLEON 2	50	55	100	100	55	120		50	100	90	55	25	800
NAPOLEON 3	105	55	200	255	205	240	195	240	175	50	155	20	1895
MONIKA/ HORIZONTAL SLATTED	100	500	200	600	887		211	510	609	201	271	1078	5167
CAROLINA	50	55	100	100	55	120		50	100	90	55	25	800
KENTUCKY	10		25	25	145	210	10	190	10		45	10	680
D - 01	300	110	400	600	201	112	1181	110	606	430	755	621	5426
D - 02	150	900	110	310	301	900	213	245	70	289	133	350	3971
D - 03	394	337	500	589	887	589	781	723	609	822	891	878	8000
D - 04	50	60	10	30	30	100	150	70	50	20	10	20	600
D - 05	150	208	1250	661	600	140	213	245	70	289	163	350	4339
Total	2119	3495	3900	4805	4469	4841	5629	3753	4180	3837	3597	4032	48657

Data Penjualan Tahun 2015

Jenis Pintu	Penjualan Tahun 2015												Total
	Jan	Feb	Mar	Aprl	Mei	Juni	Juli	Agust	Sep	Oct	Nov	Des	
FNL+A3:A19 Open Back/ Stable	250	55	100	105	255	100	195	40	50	50	100	250	1550
FNL Z Brace/ Stable	255	155	285	255	295	240	195	240	175	50	155	570	2870
FNL Plyback/ Stable	150	155	100	105	205	100	195	40	50	50	100	250	1500
FNL Open Back/ Stable (Solid Eng)	10	40	10	10	10	55	85	50	50	20	30	30	400
FNL Z Brace/ Stable (Solid Eng)	23	40	200	10	10	55	85	50	50	20	30	30	603
FNL Plyback/ Stable (Solid Eng)	10	40	10	410	10	100	150	70	50	20	230	20	1120
2 PANEL Equal/ Unequal	50	55	100	155		140		200	125		55	29	909
4 PANEL Equal/ Unequal		55	100	105	205	100	195	40	50	50	100	100	1100
6 PANEL Equal/ Unequal	104	155	109	105	205	100	145	140	50	50	100	150	1413
8 PANEL Equal/ Unequal	50	60	10	30	30	100	150	70	50	20	67	70	707
10 PANEL Equal/ Unequal	10	40	10	10	10	100	150	70	50	20	10	25	505
AC 3	50	55	100	155		140		200	125		55	29	909
AC 4	50	60	10	30	30	100	150	70	50	20	82	95	747
AC 6		5	159		5	391			5	110		20	695
ELYSEE Panel	105	55	200	255	205	240	195	240	175	64	155	20	1909
ELYSEE Open Glass	150	900	610	480	566	200	213	245	70	289	133	350	4206
CONFEX	402	337	209	182	201	589	471	723	90	822	891	331	5248
NAPOLEON 1	150	200	750	566	366	672	213	245	70	289	133	350	4004
NAPOLEON 2	50	55	100	135		108		151	125		55	29	808
NAPOLEON 3	394	537	560	589	220	589	781	97	609	120	610	490	5596
MONIKA/ HORIZONTAL SLATTED		55	100	105	205	100	105	40	50	50	100	100	1010
CAROLINA	50	55	100	135		108		151	125		55	29	808
KENTUCKY		55	100	105	196	100	105	40	50	50	100	100	1001
D - 01	23	40	10	10	10	55	85			20	30	30	313
D - 02	55	100	105	205	100	100	40	50	50	100	100	195	1100
D - 03	5		20		38			5				20	88
D - 04	23	40	10	10	10	55	85	50	42	20	30	30	405
D - 05	150	900	1250	1000	566	900	213	245	70	289	133	350	6066
Total	2569	4299	5427	5262	3953	5537	4201	3562	2456	2593	3639	4092	47590

Data Penjualan Tahun 2016

Jenis Pintu	Penjualan Tahun 2016												Total
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agust	Sep	Oct	Nov	Des	
FNL+A3:A19 Open Back/ Stable	250	55	100	105	255	100	195	40	50	50	100	250	1550
FNL Z Brace/ Stable	255	155	285	255	111	240	195	240	175	50	155	192	2308
FNL Plyback/ Stable	150	155	100	105	205	100	195	40	50	50	100	250	1500
FNL Open Back/ Stable (Solid Eng)	10	40	10	10	10	55	85	50	50	20	30	30	400
FNL Z Brace/ Stable (Solid Eng)	23	40	10	10	20	190	85	50	50	20	30	30	558
FNL Plyback/ Stable (Solid Eng)	10	40	10	10	10	100	150	70	50	20	10	20	500
2 PANEL Equal/ Unequal	50	55	100	155		140		200	125		55	29	909
4 PANEL Equal/ Unequal		55	100	105	205		195	40	50	50	100	100	1000
6 PANEL Equal/ Unequal	104	155	148	105	205		145	140	50	50	100	150	1352
8 PANEL Equal/ Unequal	50	60	10	30	30		150	70	50	20	67	70	607
10 PANEL Equal/ Unequal	10	40	10	10	10		150	70	50	20	10	25	405
AC 3	50	55	100	155				200	125		55	29	769
AC 4	50	60	10	30	30	100	150	70	50	20	82	95	747
AC 6		5	10		102	90			5	80		20	312
ELYSEE Panel	105	55	200	255	205	240	195	240	175	64	155	20	1909
ELYSEE Open Glass	150	300	250	508	566	420	213	245	70	289	133	350	3494
CONFEX	402	337	500	211	887	111	781	218	609	822	170	878	5926
NAPOLEON 1	150	200	211	312	366	162	213	245	70	289	133	350	2701
NAPOLEON 2	50	55	100	135		108		151	125		55	29	808
NAPOLEON 3	394	537	90	589	887	589	781	421	201	822	391	190	5892
MONIKA/ HORIZONTAL SLATTED		55	100	105	205	100	105	40	50	50	100	100	1010
CAROLINA	50	55	75	135		108		151	125		55	29	783
KENTUCKY		55	100	105	196	100	105	40	50	50	100	100	1001
D - 01	23	40	10	10	10	55	85			20	30	30	313
D - 02	55	100	105	205	100	40	40	50	50	100	100	195	1100
D - 03	5		20		38			5				20	88
D - 04	23	40	10	10	10	55	85	50	42	20	30	30	405
D - 05	150	900	250	345	566	900	213	245	70	289	133	350	4411
Total	2569	3699	3024	4010	5229	3973	4601	3381	2567	3265	2479	3961	42758

Data Penjualan Tahun 2017

Jenis Pintu	Penjualan Tahun 2017												Total
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agust	Sep	Oct	Nov	Des	
FNL+A3:A19 Open Back/ Stable	150	55	100	105	255	100	145	40	50	50	100	250	1400
FNL Z Brace/ Stable	55		85		95		195		115		155		700
FNL Plyback/ Stable	200	105	100	105	255	100	145	40	50	50	100	250	1500
FNL Open Back/ Stable (Solid Eng)	10	40	10	10	10	55	85	50	50	20	30	30	400
FNL Z Brace/ Stable (Solid Eng)	55	100	105	205	100	105	40	50	50	100	60	30	1000
FNL Plyback/ Stable (Solid Eng)	10	40	10	10	10	100	150	70	50	20	10	20	500
2 PANEL Equal/ Unequal	350	345	100	155	309	216	1507	200	125	1238	1055	289	5889
4 PANEL Equal/ Unequal	100	500	200	400	887	909	501	1023	609	1022	720	109	6980
6 PANEL Equal/ Unequal	300	1500	400	600	301	441	374	134	280	762	891	287	6270
8 PANEL Equal/ Unequal	394	337	500	589	587	589	581	723	409	722	691	310	6432
10 PANEL Equal/ Unequal	1098	1040	1010	890	100	189	150	204	50	20	32	222	5005
AC 3	50	155	170	155	250	140		190	125		94	271	1600
AC 4	50	60	10	30	30	100	103	70	50	20	82	95	700
AC 6	10	40	10	10	10	100	150	70	50	26	60	70	606
ELYSEE Panel	105	209	200	246	205	240	195	240	175	164	155	220	2354
ELYSEE Open Glass	75	45	55	58	111	79	90		70		90	128	801
CONFEX	80	130	102	155		50	290	301	100	50	61	164	1483
NAPOLEON 1	10	40	10	10	10	55	85	50	50	20	30	34	404
NAPOLEON 2	301		80	155	320	50	71	130	100	50	221	164	1642
NAPOLEON 3	221	55		291		140	50	100	125	20	55	200	1257
MONIKA/ HORIZONTAL	10	40	56	10	10	100	150	70	50	20	10	20	546
CAROLINA	50	180	100	135	10	108	120	151	125	510	55	29	1573
KENTUCKY		20	100	205	196	100	105	40	50	50	100	100	1066
D - 01	150	271	100	175	255	100	145	49	50	50	100	250	1695
D - 02	55	100	105	205	100	100	40	50	50	100	100	195	1200
D - 03	50	134	100	210		108	75	151	125		55	29	1037
D - 04		24	10	120	10	100	150	70	50	210	60	70	874
D - 05		40	10	10	10	100	150	70	50	20	201	20	961
Total	4219	5605	3838	5249	4436	4574	5842	4336	3233	5314	5373	3856	55875

Data Penjualan Tahun 2018

Jenis Pintu	Penjualan Tahun 2018												TOTAL
	Jan	Feb	Mar	Aprl	Mei	Juni	Juli	Agust	Sep	Oct	Nov	Des	
FNL+A3:A19 Open Back/ Stable	150	55	100	105	255	100	145	40	50	50	100	250	1400
FNL Z Brace/ Stable	55	190	85	110	95	75	195	119	115		400	230	1669
FNL Plyback/ Stable	200	105	100	105	255	100	145	40	50	50	100	250	1500
FNL Open Back/ Stable (Solid Eng)	10	40	10	10	10	55	85	50	50	20	30	30	400
FNL Z Brace/ Stable (Solid Eng)	55	100	105	205	100	105	40	50	50	100	60	30	1000
FNL Plyback/ Stable (Solid Eng)	10	40	10	10	80	100	150	70	50	62	10	20	612
2 PANEL Equal/ Unequal	350	345	100	155	430	216	620	200	125	300	1055	400	4296
4 PANEL Equal/ Unequal	100	500	200	600	887	909	980	505	609	210	900	190	6590
6 PANEL Equal/ Unequal	300	1500	400	502	620	201	920	640	1000	622	700	872	8277
8 PANEL Equal/ Unequal	394	337	200	290	587	589	581	190	400	722	691	878	5859
10 PANEL Equal/ Unequal	1098	500	1010	320	100	189	150	204	50	20	32	222	3895
AC 3	50	155	170	155	250	140		190	125		94	271	1600
AC 4	50	200	10	30	30	100	103	70	50	20	82	95	840
AC 6	10	40	10	250	10	165	150	70	50	26	60	70	911
ELYSEE Panel	105	155	200	246	205	240	195	140	175	164	155	220	2200
ELYSEE Open Glass	75	45	55	58	210	79	120	110	70		90	128	1040
CONFEX	80	130		155	410	50	71		100	50		164	1210
NAPOLEON 1	10	40	10	10	10	55	85	50	50	20	30	34	404
NAPOLEON 2		210	80	155	330	50	71	130	100	50	89	164	1429
NAPOLEON 3		55	331	155	310	140	50	100	230	20	320	200	1911
MONIKA/ HORIZONTAL SLATTED	10	40	56	10	10	100	150	70	52	20	10	20	548
CAROLINA	50	55	100	135		108	120	151	125	890	55	29	1818
KENTUCKY		55	100	105	196	100	105	40	50	50	100	400	1301
D - 01	150	55	100	175	255	100	400	49	50	172	69	250	1825
D - 02	55	100	105	205	100	87	50	50	50	100	150	195	1247
D - 03	50	55	100	135		108	70	151	125		55	29	878
D - 04		24	10	105	70	100	200	180	50	26	300	50	1115
D - 05	15	40	10	200	90	90	150	70	50	20	145	20	900
TOTAL	3432	5166	3767	4696	5905	4451	6101	3729	4051	3784	5882	5711	56675

Data Penjualan Tahun 2019

Jenis Pintu	Penjualan Tahun 2019												Total
	Jan	Feb	Mar	Aprl	Mei	Juni	Juli	Agust	Sep	Oct	Nov	Des	
FNL+A3:A19 Open Back/ Stable	150	55	100	105	255	100	145	40	50	50	100	250	1400
FNL Z Brace/ Stable	55		200		210		195	180	115	310	155	10	1430
FNL Plyback/ Stable	200	105	100	105	255	100	145	40	50	50	100	250	1500
FNL Open Back/ Stable (Solid Eng)	10	40	10	10	10	55	85	50	50	20	30	95	465
FNL Z Brace/ Stable (Solid Eng)	55	100	105	205	100	105	40	50	50	100	60	208	1178
FNL Plyback/ Stable (Solid Eng)	10	40	10	10	10	100	150	410	677	20	10	20	1467
2 PANEL Equal/ Unequal	350	345	100	157	210	730	70	200	125	810	505	140	3742
4 PANEL Equal/ Unequal	100	291		65	125	470	145	91	522	890	90		2789
6 PANEL Equal/ Unequal	300	210	100	250	400	901	478	178	780	600	892	310	5399
8 PANEL Equal/ Unequal	394	337	97	145	221	88	241	430	90	164	691	200	3098
10 PANEL Equal/ Unequal	90	401	672	81	100	289	150	219	50	20	32	222	2326
AC 3	50	398	501	155	250	140		190	125	491	94	271	2665
AC 4	50	60	10	30	30	100	103	70	50	20	82	95	700
AC 6	10	40	10	10	10	600	150	70	50	26	60	70	1106
ELYSEE Panel	105	155	200	246	205	240	195	240	155	164	155	220	2280
ELYSEE Open Glass	75	45	55	100	310	79		120	70	290	90	128	1362
CONFEX	80	130	450	155	310	50	72	340	100	810	210	164	2871
NAPOLEON 1	10	100	10	10	200	55	85	50	50	310	30	34	944
NAPOLEON 2	200		80	155		50	80	130	100	209		164	1168
NAPOLEON 3		55	201	155	260	140	50	100	125	20	55	200	1361
MONIKA/ HORIZONTAL	10	40	56	10	10	100	490	70	50	20	10	20	886
CAROLINA	50	55	100	135	420	108	120	151	370	620	55	210	2394
KENTUCKY	210	200	100	60	196	100	105	40	50	50	100	100	1311
D - 01	150	55	170	175	255	428	145	49	50	50	100	250	1877
D - 02	55	100	105	102	100	122	40	50	50	100	100	651	1575
D - 03	50	55	100	135	100	105	75	151	125		55	29	880
D - 04		240	10	10	100	310	150	200	50	26	60	70	1226
D - 05	394	337	200	589	221	88	581	723	90	164	691	200	4278
Total	3213	3989	3852	3365	4773	5753	4285	4632	4219	6404	4612	4581	53678

Panduan Wawancara Untuk Analisis SWOT

Adapun panduan pertanyaan yang akan ditanyakan sebagai berikut :

1. Produk apa sajakah yang dijual di PT. Pratama Sakti Mandala? (*lingkungan internal pemasaran: produk*).
2. Siapakah pesaing utama dari PT. Pratama Sakti Mandala? (*lingkungan eksternal mikro: pesaing*)
3. Apa yang membedakan produk PT. Pratama Sakti Mandala dengan pesaingnya? (*lingkungan internal pemasaran: produk*).
4. Bagaimanakah harga yang ditawarkan oleh PT. Pratama Sakti Mandala dibandingkan dengan pesaingnya? (*lingkungan internal pemasaran: harga*)
5. Menurut anda, apa kekuatan yang dimiliki PT. Pratama Sakti Mandala? Mengapa demikian?
Pertanyaan lebih lanjut tentang *strength* (kekuatan):
 - a. Apa alasan pelanggan membeli produk kita? (*lingkungan internal pemasaran: produk*)
 - b. Sebutkan 3 fakta mengapa produk kita disukai pelanggan (*lingkungan internal pemasaran: produk*)
 - c. Apa yang menyebabkan SDM kita lebih baik dibandingkan pesaing? (*lingkungan internal non pemasaran: SDM*)
 - d. Sebutkan kelebihan produk kita dibandingkan pesaing (*lingkungan internal pemasaran: produk*)
 - e. Menurut pelanggan, apa kelebihan/keunikan produk kita yang menarik mereka? (*lingkungan internal pemasaran: produk*)

6. Menurut anda, apa kekurangan yang dimiliki PT. Pratama Sakti Mandala?
Mengapa demikian?

Pertanyaan lebih lanjut tentang kelemahan (*weaknesses*) :

- a. Masalah apa yang sering dikeluhkan pelanggan? (*lingkungan eksternal mikro: perusahaan*)
- b. Seandainya kita kehilangan pelanggan potensial, sebutkan penyebabnya (*lingkungan eksternal mikro: pelanggan*)
- c. Kelemahan apa yang belum kita perbaiki? (*lingkungan eksternal mikro: perusahaan*)

7. Pertanyaan mengenai peluang (*opportunity*) perusahaan :

- a. Apa yang paling diinginkan pelanggan? (*lingkungan eksternal mikro: pelanggan*)
- b. Hal apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan? (*lingkungan eksternal mikro: perusahaan*)
- c. Apa yang membuat PT. Pratama Sakti Mandala berada dikondisi yang baik hingga saat ini dan memiliki prospek dimasa mendatang? (*lingkungan eksternal mikro: perusahaan*)
- d. Adakah kebijakan pemerintah yang mendukung perusahaan? (*lingkungan eksternal makro: politik*)

8. Pertanyaan ancaman (*threat*) perusahaan :


- a. Hal apa yang mengancam bisnis kita? (*lingkungan eksternal mikro: perusahaan*)
- b. Apa alasan terbesar sehingga kita kalah dari pesaing? (*lingkungan eksternal mikro: pesaing*)

- c. Masalah apa yang terjadi berulang kali? (*lingkungan eksternal mikro: perusahaan*).



Wawancara PT. Pratama Sakti Mandala

Dilakukan wawancara pada tanggal 08 September 2020 dengan *General Manager* Bapak Benjamin Hinay di PT. Pratama Sakti Mandala. Wawancara dilakukan dengan 3 orang yaitu, *general manager*, supplier dan agen yang mengetahui segalanya tentang perusahaan. Berikut hasil wawancara pada PT. Pratama Sakti Mandala.

 <p>Kekuatan <i>(Strength)</i></p>	<p>1. Produk apa sajakah yang dijual di PT. Pratama Sakti Mandala? (<i>lingkungan internal pemasaran: produk</i>).</p> <p>Jawab : Pintu, Meja, dan Kursi</p> <p>2. Siapakah pesaing utama dari PT. Pratama Sakti Mandala? (<i>lingkungan eksternal mikro: pesaing</i>)</p> <p>Jawab : Produsen mebel Luar Negeri dan Indonesia terutama Medan.</p> <p>3. Apa yang membedakan produk PT. Pratama Sakti Mandala dengan pesaingnya? (<i>lingkungan internal pemasaran: produk</i>).</p> <p>Jawab : Kita selalu menjaga kualitas produk, desain menarik, dan kayu kita kuat.</p> <p>4. Bagaimanakah harga yang ditawarkan oleh PT. Pratama Sakti Mandala dibandingkan dengan pesaingnya? (<i>lingkungan internal pemasaran: harga</i>)</p> <p>Jawab : Harga sama saja dengan yang lainnya, hanya kalau ada custom harga lebih mahal tergantung desain dan tingkat kesulitannya.</p>
---	---

	<p>5. Menurut anda, apa kekuatan yang dimiliki PT. Pratama Sakti Mandala? Mengapa demikian?</p> <p>Jawab : Produk kita sudah ekspor di berbagai negara, menggunakan bahan yang berkualitas, banyak desain dan juga bisa <i>custom</i> jadi <i>client</i> bisa <i>request</i> sesuai dengan apa yang mereka mau. Kalau sudah sering pesan, kita kasih harga diskon.</p> <p>Pertanyaan lebih lanjut tentang <i>strength</i> (kekuatan):</p> <p>a. Apa alasan pelanggan membeli produk kita? (<i>lingkungan internal pemasaran: produk</i>)</p> <p>Jawab : Kualitas produk, bisa custom, dan sudah loyal</p> <p>b. Sebutkan 3 fakta mengapa produk kita disukai pelanggan (<i>lingkungan internal pemasaran: produk</i>)</p> <p>Jawab : Desain, Kuat, Bisa Custom</p> <p>c. Apa yang menyebabkan SDM kita lebih baik dibandingkan pesaing? (<i>lingkungan internal non pemasaran: SDM</i>)</p> <p>Jawab : Kerjasama tim kita kuat sudah seperti keluarga dan keahliannya terbaik</p> <p>d. Sebutkan kelebihan produk kita dibandingkan pesaing (<i>lingkungan internal pemasaran: produk</i>)</p> <p>Jawab : Banyak desain</p> <p>e. Menurut pelanggan, apa kelebihan/keunikan produk kita yang menarik mereka? (<i>lingkungan internal pemasaran:</i></p>
--	---

	<p><i>produk</i>)</p> <p>Jawab : Desain dan kualitas mebel yang detail</p>
<p>Kelemahan <i>(Weakness)</i></p>	<p>1. Menurut anda, apa kekurangan yang dimiliki PT. Pratama Sakti Mandala? Mengapa demikian?</p> <p>Jawab : Produk sering terjadi pengamplasan ulang dan pengecatan ulang</p> <p>Pertanyaan lebih lanjut tentang kelemahan (<i>weaknesses</i>):</p> <p>a. Masalah apa yang sering dikeluhkan pelanggan? <i>(lingkungan eksternal mikro: perusahaan)</i></p> <p>Jawab : Jadwal produksi dan pengiriman produk yang tidak teratur</p> <p>b. Seandainya kita kehilangan pelanggan potensial, sebutkan penyebabnya <i>(lingkungan eksternal mikro: pelanggan)</i></p> <p>Jawab : Kurang memaksimalkan kegiatan pemasaran</p> <p>c. Kelemahan apa yang belum kita perbaiki? <i>(lingkungan eksternal mikro: perusahaan)</i></p> <p>Jawab : Keterlambatan dan kualitas bahan baku mebel kadang kurang bagus dan kita bergantung pada <i>supplier</i></p>
<p>Peluang <i>(Opportunity)</i></p>	<p>1. Pertanyaan mengenai peluang (<i>opportunity</i>) perusahaan :</p> <p>a. Apa yang paling diinginkan pelanggan? <i>(lingkungan eksternal mikro: pelanggan)</i></p> <p>Jawab : Kemajuan teknologi yang semakin canggih</p> <p>b. Hal apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan</p>

	<p>penjualan? (<i>lingkungan eksternal mikro: perusahaan</i>)</p> <p>Jawab : Kegiatan pameran di luar negeri lebih dimaksimalkan</p> <p>c. Apa yang membuat PT. Pratama Sakti Mandala berada dikondisi yang baik hingga saat ini dan memiliki prospek dimasa mendatang? (<i>lingkungan eksternal mikro: perusahaan</i>)</p> <p>Jawab : Memiliki konsumen atau pelanggan yang setia dan permintaan pasar luar negeri tinggi</p> <p>d. Adakah kebijakan pemerintah yang mendukung perusahaan? (<i>lingkungan eksternal makro: politik</i>)</p> <p>Jawab : Ada dan kepercayaan pasar global tinggi terhadap produk mebel Indonesia</p>
<p>Ancaman (Threat)</p>	<p>1. Pertanyaan ancaman (<i>threat</i>) perusahaan :</p> <p>a. Hal apa yang mengancam bisnis kita? (<i>lingkungan eksternal mikro: perusahaan</i>)</p> <p>Jawab : Kelangkaan bahan baku, pesaing dengan produk sejenis, produsen mebel lokal yang berada di negara tujuan ekspor dan kebijakan dan aturan yang ditetapkan pemerintah</p> <p>b. Apa alasan terbesar sehingga kita kalah dari pesaing? (<i>lingkungan eksternal mikro: pesaing</i>)</p> <p>Jawab : Kalah dalam memasarkan produk yang belum maksimal</p>

	<p>c. Masalah apa yang terjadi berulang kali? (<i>lingkungan eksternal mikro: perusahaan</i>).</p> <p>Jawab : Bahan baku yang telat dalam pengiriman</p>
--	--



Kuisisioner Riset SWOT

Nama Responden : Benjamin Hinay

Divisi : General Manager PT. Pratama Sakti Mandala

Email dan No.HP : 085371144511 / bfaelnar@gmail.com

Apakah anda bersedia dihubungi

(1) Ya (2) Tidak

Riset SWOT :

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

1. Kondisi internal perusahaan dengan tujuan mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan.
2. Kondisi eksternal perusahaan dengan tujuan mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan.

Cara Pengisian:

1. Indikator Penilaian ditentukan melalui wawancara dengan pihak PT. Pratama Sakti Mandala
2. Penilaian dilihat dari kondisi saat ini. Responden diminta untuk menilai kinerja perusahaan saat ini.
3. Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Pengisian kuisioner sebagai berikut :

Penilaian Kondisi saat ini :

Angka 1 = sangat kurang

Angka 2 = kurang

Angka 3 = baik

Angka 4 = sangat baik

Penilaian Urgensi penanganan:

Angka 1 = tidak urgen

Angka 2 = kurang urgen

Angka 3 = urgen

Angka 4 = sangat urgen

NO	Indikator Kekuatan	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mengekspor produk di berbagai negara	1	2	3	4	1	2	3	4
2	Kualitas bahan baku dan produk mebel yang high quality	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Memiliki komunikasi dan hubungan kerja yang baik dengan pekerja PT. Pratama Sakti Mandala	1	2	3	4	1	2	3	4
4	Desain produk mebel yang beraneka ragam dan dapat custom	1	2	3	4	1	2	3	4
5	Penyediaan mesin dan alat - alat yang memadai	1	2	3	4	1	2	3	4
6	Selalu menjaga hasil kerja dan kualitas produk	1	2	3	4	1	2	3	4
NO	Indikator Kelemahan	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
1	Jadwal produksi dan pengiriman produk yang tidak teratur	1	2	3	4	1	2	3	4
2	Keterlambatan dan kualitas bahan baku mebel yang bergantung pada supplier	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Kurang memaksimalkan kegiatan pemasaran	1	2	3	4	1	2	3	4

4	Pengampelasan ulang maupun pengecatan ulang	1	2	3	4	1	2	3	4
NO	Indikator Peluang	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
1	Memiliki konsumen atau pelanggan yang setia	1	2	3	4	1	2	3	4
2	Permintaan pasar luar negeri tinggi	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Kegiatan pameran di luar negeri	1	2	3	4	1	2	3	4
4	Kemajuan teknologi yang semakin canggih, ilmu pengetahuan dan informasi	1	2	3	4	1	2	3	4
5	Kepercayaan pasar global terhadap porenasi produk mebel Indonesia	1	2	3	4	1	2	3	4
NO	Indikator Ancaman	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
1	Kelangkaan bahan baku	1	2	3	4	1	2	3	4
2	Pesaing dengan produk sejenis	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Produsen mebel lokal yang berada di negara tujuan ekspor	1	2	3	4	1	2	3	4
4	Kebijakan dan aturan yang ditetapkan pemerintah	1	2	3	4	1	2	3	4

Kuisisioner Riset SWOT

Nama Responden : Rudi

Divisi : Supplier Bahan Baku PT. Pratama Sakti Mandala

Email dan No.HP : 085358884633

Apakah anda bersedia dihubungi

(1) Ya (2) Tidak

Riset SWOT :

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

1. Kondisi internal perusahaan dengan tujuan mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan.
2. Kondisi eksternal perusahaan dengan tujuan mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan.

Cara Pengisian:

1. Indikator Penilaian ditentukan melalui wawancara dengan pihak PT. Pratama Sakti Mandala
2. Penilaian dilihat dari kondisi saat ini. Responden diminta untuk menilai kinerja perusahaan saat ini.
3. Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Pengisian kuisioner sebagai berikut :

Penilaian Kondisi saat ini :

Angka 1 = sangat kurang

Angka 2 = kurang

Angka 3 = baik

Angka 4 = sangat baik

Penilaian Urgensi penanganan:

Angka 1 = tidak urgen

Angka 2 = kurang urgen

Angka 3 = urgen

Angka 4 = sangat urgen

NO	Indikator Kekuatan	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mengekspor produk di berbagai negara	1	2	3	4	1	2	3	4
2	Kualitas bahan baku dan produk mebel yang high quality	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Memiliki komunikasi dan hubungan kerja yang baik dengan pekerja PT. Pratama Sakti Mandala	1	2	3	4	1	2	3	4
4	Desain produk mebel yang beraneka ragam dan dapat custom	1	2	3	4	1	2	3	4
5	Penyediaan mesin dan alat - alat yang memadai	1	2	3	4	1	2	3	4
6	Selalu menjaga hasil kerja dan kualitas produk	1	2	3	4	1	2	3	4
NO	Indikator Kelemahan	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
1	Jadwal produksi dan pengiriman produk yang tidak teratur	1	2	3	4	1	2	3	4
2	Keterlambatan dan kualitas bahan baku mebel yang bergantung pada supplier	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Kurang memaksimalkan kegiatan pemasaran	1	2	3	4	1	2	3	4

4	Pengampelasan ulang maupun pengecatan ulang	1	2	3	4	1	2	3	4
NO	Indikator Peluang	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
1	Memiliki konsumen atau pelanggan yang setia	1	2	3	4	1	2	3	4
2	Permintaan pasar luar negeri tinggi	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Kegiatan pameran di luar negeri	1	2	3	4	1	2	3	4
4	Kemajuan teknologi yang semakin canggih, ilmu pengetahuan dan informasi	1	2	3	4	1	2	3	4
5	Kepercayaan pasar global terhadap potensi produk mebel Indonesia	1	2	3	4	1	2	3	4
NO	Indikator Ancaman	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
1	Kelangkaan bahan baku	1	2	3	4	1	2	3	4
2	Pesaing dengan produk sejenis	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Produsen mebel lokal yang berada di negara tujuan ekspor	1	2	3	4	1	2	3	4
4	Kebijakan dan aturan yang ditetapkan pemerintah	1	2	3	4	1	2	3	4

Kuisisioner Riset SWOT

Nama Responden : Aheng

Divisi : Agen PT. Pratama Sakti Mandala

Email dan No.HP : 08116127624

Apakah anda bersedia dihubungi

(1) Ya (2) Tidak

Riset SWOT :

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu :

1. Kondisi internal perusahaan dengan tujuan mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan.
2. Kondisi eksternal perusahaan dengan tujuan mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan.

Cara Pengisian:

1. Indikator Penilaian ditentukan melalui wawancara dengan pihak PT. Pratama Sakti Mandala
2. Penilaian dilihat dari kondisi saat ini. Responden diminta untuk menilai kinerja perusahaan saat ini.
3. Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Pengisian kuisioner sebagai berikut :

Penilaian Kondisi saat ini :

Angka 1 = sangat kurang

Angka 2 = kurang

Angka 3 = baik

Angka 4 = sangat baik

Penilaian Urgensi penanganan:

Angka 1 = tidak urgen

Angka 2 = kurang urgen

Angka 3 = urgen

Angka 4 = sangat urgen

NO	Indikator Kekuatan	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mengekspor produk di berbagai negara	1	2	3	4	1	2	3	4
2	Kualitas bahan baku dan produk mebel yang high quality	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Memiliki komunikasi dan hubungan kerja yang baik dengan pekerja PT. Pratama Sakti Mandala	1	2	3	4	1	2	3	4
4	Desain produk mebel yang beraneka ragam dan dapat custom	1	2	3	4	1	2	3	4
5	Penyediaan mesin dan alat - alat yang memadai	1	2	3	4	1	2	3	4
6	Selalu menjaga hasil kerja dan kualitas produk	1	2	3	4	1	2	3	4
NO	Indikator Kelemahan	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
1	Jadwal produksi dan pengiriman produk yang tidak teratur	1	2	3	4	1	2	3	4
2	Keterlambatan dan kualitas bahan baku mebel yang bergantung pada supplier	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Kurang memaksimalkan kegiatan pemasaran	1	2	3	4	1	2	3	4

4	Pengampelasan ulang maupun pengecatan ulang	1	2	3	4	1	2	3	4
NO	Indikator Peluang	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
1	Memiliki konsumen atau pelanggan yang setia	1	2	3	4	1	2	3	4
2	Permintaan pasar luar negeri tinggi	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Kegiatan pameran di luar negeri	1	2	3	4	1	2	3	4
4	Kemajuan teknologi yang semakin canggih, ilmu pengetahuan dan informasi	1	2	3	4	1	2	3	4
5	Kepercayaan pasar global terhadap porenasi produk mebel Indonesia	1	2	3	4	1	2	3	4
NO	Indikator Ancaman	Penilaian kondisi saat ini				Urgensi Penanganan			
1	Kelangkaan bahan baku	1	2	3	4	1	2	3	4
2	Pesaing dengan produk sejenis	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Produsen mebel lokal yang berada di negara tujuan ekspor	1	2	3	4	1	2	3	4
4	Kebijakan dan aturan yang ditetapkan pemerintah	1	2	3	4	1	2	3	4

LAMPIRAN

1. Tampak depan perusahaan PT. Pratama Sakti Mandala



2. Suasana Kantor PT. Pratama Sakti Mandala



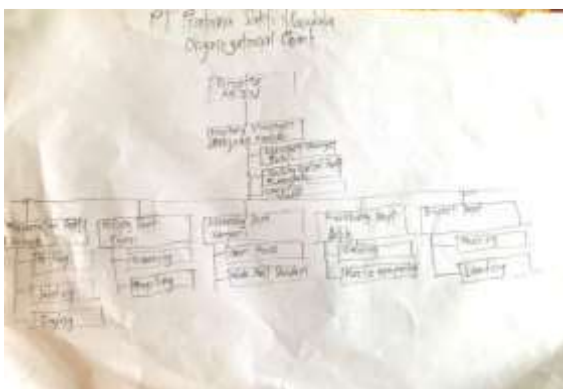
4. Produk PT. Pratama Sakti Mandala



3. Bersama Gernerl Manager PT. Pratama Sakti Mandala



6. Struktur organisasi PT. Pratama Sakti Mandala



5. Bersama karyawan PT. Pratama Sakti Mandala

