

## DAFTAR PUSTAKA

- Alex Nitisemita. Drs, "*Marketing*", Ghalia Indonesia, Jakarta Timur
- Basu Swasta DH dan Irawan, "*Manajemen Pemasaran Modern*", Liberty, Yogyakarta, 1990
- Boyd, Walker, Larrenche, "*Manajemen Pemasaran*", Pendekatan Strategis dengan orientasi Global, Edisi kedua, jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Cravens, "*Strategi Pemasaran*", Edisi kelima, Erlangga, Jakarta, 1996
- Freddy Rangkuti, "*Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*", Cetakan ketiga, 1998.
- Husein Umar, "*Riset Strategi Perusahaan*", Cetakan pertama, 1999.
- Murti Sumarni, "*Marketing Perbankan*", Edisi kedua, Liberty, Yogyakarta, 1993
- Philip Kotler, "*Dasar-dasar Manajemen*", Edisi ketiga, Jakarta, Intermedia, 1987
- Staton William J, "*Fundamental of Marketing*", Fifth Edition, Tokyo, MC-Grow Hill Book Company ", 1978
- Yasid, "*Pemasaran Jasa*", BPFE UII, 1999

# *LAMPIRAN*



# Griya Kriyasta Nugraha

ART ANTIQUE, MEUBEL & HANDY CRAFT

Ready for Export

Jl. Nyi Retnodumilah 34 Pilahan, Yogyakarta, Telp. (0274) 385479, 380737, Fax (0274) 385478  
email : ambarjih@idola.net.id

## SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 001 / SKP / GKN / II / 2003

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : BIBI FATMAWATI  
Jabatan : Personalia


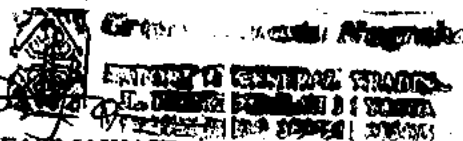
Menerangkan bahwa mahasiswa Sarjana Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang tersebut di bawah ini ;

Nama : MHD. AGUS SALAM SURYA  
No Mahasiswa : 99 311 177  
Program Studi : Manajemen

Benar-benar telah melakukan penelitian di perusahaan Griya Kriyasta Nugraha Yogyakarta selama 5 ( lima ) bulan yaitu mulai tanggal 19 September 2002 sampai dengan tanggal 08 Februari 2003, dalam rangka mengadakan penelitian dengan judul "ANALISA POSITIONING PERUSAHAAN ART ANTIQUE FURNITURE DAN HANDYCRAFT CV. GRIYA KRIYASTA NUGRAHA DIANTARA PESAINGNYA YOGYAKARTA " Dan yang bersangkutan sudah mendapatkan data-data yang berkaitan dengan bidang yang diambilnya.

Demikian surat keterangan penelitian ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 08 Februari 2003

  
  
**BIBI FATMAWATI**  
Personalia

## **KUISIONER**

Sehubungan dengan penelitian penulis mengenai analisa positioning perusahaan Art, Antique, Furniture dan Handycraft CV. GRIYA KRIYASTA NUGRAHA diantara pesaingnya, maka mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menulis yaitu dengan memberikan jawaban dari kuisisioner ini dengan keterangan yang diberikan.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan dalam membuka peluang-peluang untuk mendominasi pasar, meminimalisasi segala kelemahan dan ancaman agar survavilitasnya tetap terjamin, dalam strategi bersaing itu sendiri. Berdasarkan hal tersebut angket ini diharapkan posisi bisnis perusahaan dapat ditentukan melalui analisa SWOT yang bertolak ukur pada bobot dan nilai semua indikator variabel eksternal dan internal perusahaan.

Akhir kata atas segala bantuan, kerjasama dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara penulis mengucapkan terima kasih.

Nama : \_\_\_\_\_

Jabatan : \_\_\_\_\_

Petunjuk pengisian : Berilah tanda ceklis ( ✓ ) untuk *kolom nilai* sesuai dengan sumbangan yang di berikan terhadap perusahaan . Dan untuk *kolom bobot* atas pengaruhnya terhadap perusahaan dalam bentuk angka seperti ketentuan bobot dibawah.

Keterangan Bobot dan Nilai

a) pemberian bobot :	b) pemberian nilai :
< 0,01 (sangat kecil)	1 (sangat tidak penting)
0,01 – 0,05 (kecil)	2 (tidak penting)
0,06 – 0,10 (sedang)	3 (netral)
0,11 – 0,20 (besar)	4 (penting)
> 0,21 (sangat besar)	5 (sangat penting)
Total : 1,00	Total maksimum : 5

Keterangan :

STP : Sangat Tidak Penting

TP : Tidak Penting

N : Netral

P : Penting

SP : Sangat Penting

NB : Pada baris indikator yang kosong dapat diisi sesuai dengan kebutuhan menurut anda

### Faktor Strategi Internal (IFAS)

Indikator Internal	bobot	Nilai				
		STP	TP	N	P	SP
<b><u>KEKUATAN :</u></b>						
Memiliki variasi produk						
Gencar melakukan kegiatan promosi						
Harga produk yang kompetitif						
Lokasi perusahaan yang strategis						
Telah memiliki citra produk						
<b><u>KELEMAHAN :</u></b>						
Pangsa pasar relatif ekspor						
Saluran distribusi yang masih kurang						
Kualitas produk yang masih rendah						
Keahlian karyawan (SDM ) rendah						
	1,00					

### Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Indikator Eksternal	bobot	Nilai				
		STP	TP	N	P	SP
<b><u>PELUANG :</u></b>						
Perkembangan teknologi baru						
Adanya pertumbuhan pasar						
Meningkatnya daya beli konsumen						
<b><u>ANCAMAN:</u></b>						
Lingkungan persaingan pasar kompetitif						
Hambatan memasuki pasar						
Adanya regulasi pemerintah yang ketat						
Tingginya tingkat inflasi						
Adanya perubahan konsumen						
	1,00					

**MATRIK SPACE ANALISIS**

POSISI FAKTOR	RATING	POSISI FAKTOR	RATING
<b>STRATEGI INTERNAL</b> <b>KEKUATAN KEUANGAN (KU)</b> Pertumbuhan penjualan : Pertumbuhan net income : Likuiditas baik Leverage ROI ROE	% % % % % %	<b>STRATEGI EKSTERNAL</b> <b>STABILITAS LINGKUNGAN BISNIS (SL)</b> Inflasi Sulitnya pemain baru Tingkat persaingan semakin tinggi Perubahan teknologi	
<b>KEUNTUNGAN KOMPETITIF (KK)</b> Harga mahal Mutu produk Product life cycle sangat matang Kesetiaan konsumen Kendali terhadap pemasok		<b>KEKUATAN INDUSTRI (KI)</b> Pangsa pasar Pertumbuhan pasar tinggi Prospek laba tinggi Kondisi keuangan baik Pemanfaatan potensi SDM Capital intensive	
KU : KK :		SL : KI :	

Keterangan :

Untuk KU dan KI :

- + 1 = Paling buruk
- + 2 = Buruk
- + 3 = Netral
- + 4 = Baik
- + 5 = Paling baik

Untuk KK dan SL :

- 1 = Paling baik
- 2 = Baik
- 3 = Netral
- 4 = Buruk
- 5 = Paling buruk



**PERHITUNGAN RATA-RATA INDUSTRI PERMEBELAN**

Indikator variabel <i>internal</i>	Rata-rata rating			
	GKN	WIJAYA	PRESTIGE	Total
Variasi produk	5	5	5	5
Efektivitas promosi	3	4	3	3
Penetapan harga	3	5	3	4
Lokasi perusahaan	4	4	3	4
Citra barang	4	5	5	5
Pangsa pasar relatif ekspor	4	1	4	3
Efektivitas saluran distribusi	3	2	3	3
Kualitas produk	3	2	3	3
Kualitas karyawan (SDM)	3	2	2	2
<b><i>Rata-rata industri</i></b>				<b>32 / 9 = 3,55</b>

Indikator variabel <i>eksternal</i>	Rata-rata rating			
	GKN	WIJAYA	PRESTIGE	Total
Perkembangan teknologi	5	5	5	5
Pertumbuhan pasar	4	5	5	5
Daya beli konsumen	4	4	3	4
Regulasi pemerintah	4	3	3	3
Inflasi	4	4	4	4
Perubahan selera konsumen	4	4	4	4
Lingkungan pesaing pasar kompetitif	3	4	4	4
Hambatan memasuki pasar	3	3	3	3
<b><i>Rata-rata industri</i></b>				<b>32 / 8 = 4</b>