

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Sri Wahyudi. *Manajemen Strategik : Pengantar Proses Berfikir Strategik*. Binarupa Aksara, Jakarta. 1996.
- Basu Swastha DH dan T.H Handoko. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Liberty, Yogyakarta. 1990.
- Basu Swastha DH dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Liberty, Yogyakarta. 1980
- Freddy Rangkuti. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Edisi Kedua. Gramedia, Jakarta. 1997.
- Gleuck, FW dan Lawrence R Jauch. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Kedua. Erlangga, Jakarta. 1997.
- Michael Porter. *Strategi Bersaing : Teknik Menganalisa Industri dan Pesaing*. Erlangga, Jakarta. 1993.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid I. Edisi Ketujuh. Salemba Empat, Jakarta. 1999.
- Stanton J William. *Fundamental of Marketing*. (Terjemahan) Mc Graw-Hill, Kogahusa Ltd, Tokyo. 1978.
- Suwarsono. *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus*. Cetakan Pertama. Edisi Revisi. UPP AMP YKPN. Yogyakarta. 1996.

LAMPIRAN



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
JOGJAKARTA**

Kata Pengantar

Dengan ini saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I, sekiranya bersedia mengisi pernyataan kuisisioner yang saya susun guna memenuhi tugas dan kewajiban dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh derajat kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Adapun judul skripsi yang saya buat adalah **“Strategi Bersaing PT Batik Ghofar Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Pangsa Pasar”**.

Hasil dari pengisian kuisisioner ini hanya semata-mata bertujuan untuk keilmuan saja dan tidak dipublikasikan kepada pihak luar.

Peran serta kejujuran dan objektivitas bapak/ibu/saudara/I dalam pengisian kuisisioner ini akan sangat berguna bagi hasil penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan.

Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih

Hormat Kami,

Sigit Purnomo

DAFTAR PERTANYAAN

Berikan pendapat anda mengenai pertanyaan tersebut dibawah ini dengan memberikan angka (1-5) pada kolom yang tersedia sesuai kondisi yang sebenarnya.

A. Untuk mengidentifikasi nilai indicator variabel

Variabel eksternal (Peluang dan ancaman)

No	Faktor Eksternal	Tingkat kemampuan perusahaan	
		Asumsi penulis	Penilaian manajemen
1.	Daya beli konsumen		
2.	Pertumbuhan pasar		
3.	Ukuran pasar		
4.	Perkembangan teknologi		
5.	Persaingan harga dan promosi		
6.	Pesaing baru		
7.	Perubahan selera konsumen		
8.	Fluktuasi nilai tukar rupiah		

Keterangan .

1: Sangat Tidak Bagus

2: Tidak Bagus

Variabel internal (Kekuatan dan kelemahan)

No	Faktor Internal	Tingkat kemampuan perusahaan	
		Asumsi penulis	Penilaian manajemen
1.	Pangsa pasar		
2.	Kebijakan harga		
3.	Kualitas produk		
4.	Efektivitas promosi		
5.	Pelayanan terhadap konsumen		
6.	Kualitas karyawan (SDM)		
7.	Kapasitas produksi		
8.	Lokasi perusahaan dan saluran distribusi		

Keterangan :

1: Sangat Tidak Bagus

2: Tidak Bagus

3: Netral

4: Bagus

5: Sangat Bagus

B. Untuk mengidentifikasi bobot indikator variabel

Variabel eksternal

Untuk Mengetahui Tingkat Peranannya Dalam Perusahaan

No	Faktor eksternal	Bobot	Tingkat kepentingan
1.	Daya beli konsumen		
2.	Pertumbuhan pasar		
3.	Ukuran pasar		
4.	Perkembangan teknologi		
5.	Persaingan harga dan promosi		
6.	Pesaing baru		
7.	Perubahan selera konsumen		
8.	Fluktuasi nilai tukar rupiah		
	TOTAL	1,00	

KETERANGAN :

1: Sangat Tidak Penting

2: Tidak Penting

3: Netral

4: Penting

5: Sngat Penting

Variabel internal

Untuk mengetahui tingkat peranannya dalam perusahaan

No	Faktor internal	Bobot	Tingkat kepentingan
1	Pangsa pasar		
2	Kebijakan harga		
3	Kualitas produk		
4	Efektivitas promosi		
5	Pelayanan terhadap konsumen		
6	Kualitas karyawan (SDM)		
7	Kapasitas produksi		
8	Lokasi perusahaan dan saluran distribusi		
TOTAL		1,00	

KETERANGAN:

- 1: Sngat Tidak Penting
- 2: Tidak Penting
- 3: Netral
- 4: Penting
- 5: Sngat Penting

**Perhitungan Nilai Variabel Eksternal
PT. Batik Ghofar**

No	Indikator Variabel Internal	Tanggapan Responden					Jumlah	Mean
		1	2	3	4	5		
1.	Daya beli konsumen	5	5	5	4	4	23	4,6
2.	Pertumbuhan pasar	4	4	4	4	4	20	4
3.	Ukuran pasar	4	4	4	4	4	20	4
4.	Perkembangan teknologi	3	3	2	3	3	14	3,5
5.	Persaingan harga dan promosi	5	5	4	4	4	22	4,4
6.	Pesaing baru	3	2	2	3	2	12	2,4
7.	Perubahan selera konsumen	4	4	4	5	4	21	4,2
8.	Fluktuasi nilai tukar rupiah	5	5	5	5	4	24	4,8

Kriteria penilaian :

- 5 : Sangat Bagus
- 4 : Bagus
- 3 : Netral
- 2 : Tidak Bagus
- 1 : Sangat Tidak Bagus

**Perhitungan Nilai Indikator Variabel Internal
PT. Batik Ghofar**

Untuk Mengetahui Nilai suatu variable diambil dari rata- rata (mean) :

$$\text{Mean} = \frac{\text{jumlah rating var iabel tertentu}}{\text{jumlah responden}}$$

No	Indikator Variabel Internal	Tanggapan Responden					Jumlah	Mean
		1	2	3	4	5		
1.	Pangsa pasar	4	4	5	4	4	21	4,2
2.	Kebijakan harga	2	2	3	3	2	12	2,4
3.	Kualitas produk	4	5	5	4	4	22	4,4
4.	Efektifitas promosi	4	5	4	4	4	21	4,2
5.	Pelayanan terhadap konsumen	5	4	4	5	3	21	4,2
6.	Kualitas karyawan (SDM)	5	5	5	5	4	24	4,8
7.	Kapasitas produksi	5	5	4	4	4	22	4,4
8.	Lokasi perusahaan dan saluran distribusi	4	4	4	4	4	20	4,0

Kriteria penilaian :

5 : Sangat Bagus

4 : Bagus

3 : Netral

2 : Tidak Bagus

1 : Sangat Tidak Bagus

Perhitungan Bobot Indikator Variabel Internal

PT. Batik Ghofar

Penilaian yang digunakan adalah pembobotan, yaitu seluruh indikator memiliki bobot total sebanyak satu atau seratus persen pada masing-masing variabel.

Untuk mengetahui bobot suatu variabel digunakan rumus :

$$\text{Mean} = \frac{\text{jumlah bobot variabel tertentu}}{\text{jumlah responden}}$$

No	Indikator Variabel Internal	Tanggapan Responden					Jumlah	Mean
		1	2	3	4	5		
1.	Pangsa pasar	0.20	0.10	0.20	0.10	0.10	0,70	0.14
2.	Kebijakan harga	0.10	0.20	0.15	0.20	0.10	0,75	0.15
3.	Kualitas produk	0.10	0.20	0.10	0.10	0.10	0,60	0.12
4.	Efektifitas promosi	0.05	0.10	0.20	0.05	0.20	0,50	0.1
5.	Pelayanan terhadap konsumen	0.20	0.20	0.10	0.15	0.05	0,70	0.14
6.	Kualitas karyawan	0.20	0.10	0.05	0.10	0.05	0,50	0.1
7.	Kapasitas produksi	0.10	0.15	0.05	0.10	0.15	0,55	0.11
8.	Lokasi perusahaan dan saluran distribusi	0.10	0.20	0.10	0.10	0.20	0,70	0.14
	Total							1,00