

LAMPIRAN

**KUESIONER PENELITIAN PENENTUAN BOBOT DAN RATING FAKTOR
STRATEGI INTERNAL DAN EKSTERNAL PERUSAHAAN
PERBAIKAN STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI OPAK DI
KABUPATEN SRAGEN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT DAN
MARKETING MIX**



Diharapkan Bapak/Ibu dapat mengisi kuesioner ini secara lengkap, objektif, dan benar adanya karena kuesioner ini adalah penelitian skripsi dengan tujuan ilmiah sehingga diperlukan data yang valid dan akurat.

Oleh

Icha Gundhi Destalia

15150106E

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS SETIA BUDI SURAKARTA

2021

Data Responden :

NAMA :	
Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none">▪ Perempuan▪ Laki – laki
Umur	Tahun
Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none">▪ Pelajar / Mahasiswa▪ PNS▪ Pegawai Swasta▪ Wirausaha▪ Pedagang▪ Ibu rumah tangga
Penghasilan / bulan	

PENENTUAN BOBOT

Petunjuk Pengisian :

1. Alternatif pemberian bobot terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang tersedia untuk kuesioner ini adalah :

5= sangat penting

4= penting

3= biasa saja

2= kurang penting

1= tidak penting

Pemberian bobot masing-masing faktor dilakukan dengan memberikan tanda (√) pada tingkat kepentingan (1-5) yang paling sesuai untuk responden.

2. Penentuan bobot merupakan pendapat masing-masing responden terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang telah ditinjau dari segi pemasaran.

Aspek Yang Dianalisis		Bobot Penelitian				
		1	2	3	4	5
Faktor Internal	Strengths (kekuatan)					
	1	Modal berasal dari milik pribadi				
	2	Pemilihan bahan baku yang selektif				
	3	Tingkat harga yang bervariasi				
	4	Memiliki SDM yang terampil dan berpengalaman				
	5	Proses produksi dilakukan secara tradisional				
	Weaknesses (Kelemahan)					
	1	Tenaga kerja berasal dari daerah yang sama				
	2	Tidak memiliki distributor yang membantu proses pendistribusian barang				
	3	Promosi yang belum optimal				
4	Tidak ada struktur organisasi					
Opportunities (Peluang)						
Faktor Eksternal	1	Opak memiliki pasar produk yang luas				
	2	Meningkatnya pertumbuhan ekonomi nasional				
	3	Daya beli konsumen				
	4	Inovasi dan kreasi produk				
	Treaths (Ancaman)					
	1	Selera konsumen yang sulit untuk di prediksi				
	2	Melemahnya pasokan bahan baku				
3	Kenaikan harga bahan baku					

**PENENTUAN RATING
PADA FAKTOR INTERNAL**

Petunjuk Pengisian :

1. Pemberian rating masing-masing faktor strategi internal dilakukan dengan memberikan tanda (√) pada tingkat kepentingan (1-4) yang paling sesuai menurut responden terhadap faktor-faktor internal dari segi pemasaran.
2. Alternatif pemberian rating terhadap kekuatan yang tersedia untuk kuesioner ini adalah:

1 = kurang kuat

2 = cukup kuat

3 = kuat

4 = sangat kuat

ASPEK YANG DI ANALISIS Strengths (Kekuatan)		RANTING PENELITIAN			
		1	2	3	4
1	Modal berasal dari milik pribadi				
2	Pemilihan bahan baku yang selektif				
3	Tingkat harga yang bervariasi				
4	Memiliki SDM yang terampil dan berpengalaman				
5	Proses produksi dilakukan secara tradisional				

3. Alternatif pemberian rating terhadap Kelemahan yang tersedia untuk kuesioner ini adalah:

1 = kurang lemah

2 = cukup lemah

3 = lemah

4 = sangat lemah

ASPEK YANG DI ANALISIS Weaknesses (kelemahan)		RANTING PENENLITIAN			
		1	2	3	4
1	Tenaga kerja berasal dari daerah yang sama				
2	Tidak memiliki distributor yang membantu proses pendistribusian barang				
3	Promosi yang belum optimal				
4	Tidak ada struktur organisasi				

PENENTUAN RATING
PADA FAKTOR EKSTERNAL

Petunjuk Pengisian:

1. Pemberian rating masing-masing faktor strategi eksternal dilakukan dengan memberikan tanda (v) pada tingkat kepentingan (1-4) yang paling sesuai menurut responden terhadap faktor-faktor eksternal dari segi pemasaran.
2. Alternatif pemberian rating terhadap peluang yang tersedia untuk kuesioner ini adalah:

1 = Kurang besar

2 = Cukup besar

3 = Besar

4 = Sangat besar

ASPEK YANG DI ANALISIS Opportunities (Peluang)		RANTING PENENLITIAN			
		1	2	3	4
1	Opak memiliki pasar produk yang sangat luas				
2	Meningkatnya pertumbuhan ekonomi nasional				
3	Daya beli konsumen				
4	Inovasi dan kreasi produk				

3. Alternatif pemberian rating terhadap ancaman yang tersedia untuk kuesioner ini adalah:

1 = kurang besar

2 = cukup besar

3 = besar

4 = sangat besar

ASPEK YANG DI ANALISIS Treaths (ancaman)		RANTING PENENLITIAN			
		1	2	3	4
1	Selera konsumen yang sulit untuk di prediksi				
2	Melemahnya pasokan bahan baku				
3	Kenaikan harga bahan baku				

KUESIONER *MARKETING MIX* PERUSAHAAN

**PERBAIKAN STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI OPAK DI
KABUPATEN SRAGEN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT DAN
MARKETING MIX**



Diharapkan Bapak/Ibu dapat mengisi kuesioner ini secara lengkap, objektif, dan benar adanya karena kuesioner ini adalah penelitian skripsi dengan tujuan ilmiah sehingga diperlukan data yang valid dan akurat.

Oleh

Icha Gundhi Destalia

15150106E

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS SETIA BUDI SURAKARTA

2021

Data Responden

NAMA :	
Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perempuan ▪ Laki – laki
Umur	Tahun
Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pelajar / Mahasiswa ▪ PNS ▪ Pegawai Swasta ▪ Wirausaha ▪ Pedagang ▪ Ibu rumah tangga
Penghasilan / bulan	

Jawablah pertanyaan dibawah ini yang menyangkut pengalaman anda setelah mengenal dan mengkonsumsi produk “ Opak Paktik Krenyes” dengan memberikan tanda *check* (✓) di kolom yang telah disediakan.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju (4)

S : Setuju (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

No	Atribut	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
PRODUK					
1	Citra rasa produk sesuai				
2	Produk renyah dan gurih				
3	Variasi rasa sudah banyak				
4	Kemasan produk sudah sesuai				

No	Atribut	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
PRICE					
1	Harga sesuai dengan produk				
2	Harga terjangkau				

No	Atribut	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
PLACE					
1	Lokasi mudah ditemukan				
2	Lokasi mudah dijangkau				

No	Atribut	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
PROMOTION					
1	Promosi sudah meluas				

Gambar Produk Opak Paktik Krenyes

