LAMPIRAN

LAMPIRAN I : STRUKTUR ORGANISASI PT. SEMARANG MAKMUR

LAMPIRAN II : PANDUAN WAWANCARA PT.SEMARANG MAKMUR

LAMPIRAN III : HASIL WAWANCARA PT. SEMARANG MAKMUR

LAMPIRAN IV : KUESIONER RESPONDEN TIM MANAJEMEN PT.

SEMARANG MAKMUR

LAMPIRAN V : REKAPITULASI BOBOT DAN RATING PT. SEMARANG

MAKMUR

LAMPIRAN VI : HASIL KUESIONER KONSUMEN PT. SEMARANG

MAKMUR

LAMPIRAN VII : DATA KONSUMEN PT. SEMARANG MAKMUR DI

SEMARANG

LAMPIRAN VIII : DATA VARIAN BARANG PT. SEMARANG MAKMUR

LAMPIRAN IX : KETENTUAN SNI LEMBAR BAJA LAPIS SENG

(SNI-07-2053-2006) DAN SERTIFIKAT SNI BAHAN BAKU

BAJA DAN ZAT ZN

LAMPIRAN X : SURAT KETERANGAN RISET PERUSAHAAN PT.

SEMARANG MAKMUR

LAMPIRAN I STRUKTUR ORGANISASI PT. SEMARANG MAKMUR

LAMPIRAN II



LAMPIRAN II

PANDUAN WAWANCARA PT.SEMARANG MAKMUR

Berikut adalah pertanyaan wawancara yang akan dilakukan dari pihak penulis kepada tim manajemen PT. Semarang Makmur

- 1. PT Semarang Makmur berdiri sejak kapan?
- 2. Mungkin bisa dijelaskan struktur organisasi yang ada di PT. Semarang Makmur?
- 3. Produk yang dihasilkan apa saja?
- 4. Untuk bahan baku, apakah PT Semarang Makmur mengambil dari supplier bahan baku atau memiliki anak pabrik sendiri?
 - Bahan baku yang dipakai apakah memiliki standart khusus?
- 5. Jika pengambilan dari supplier, pernahkah terjadi kelangkaan bahan baku dari pihak supplier?
- 6. Apakah PT. Se<mark>marang Makmur memiliki relasi kerja den</mark>gan perusahaan lain?
- 7. Untuk penjualan sendiri, biasa bagaimana sistemnya pak? Melalui distributor atau langsung dari pabrik ke toko-toko? Atau seperti pabrik lain yang memesan seng sebagai bahan baku pabrik mereka?
- 8. Dari informasi yang saya dapat, produk-produk baja lembaran seng yang beredar sekarang beberapa menggunakan standard SNI yang ada. Apakah hal tersebut juga diberlakukan di PT Semarang Makmur?
- 9. Lalu mengenai sistem produksi yang ada. Apakah produksi dilakukan ketika ada order, atau dalam sehari ada minimal produksinya? Jadi seperti mempunyai stok? Kalau ada stok, berapa standart jumlah yang diterapkan dalam sehari produksi?
- 10. Untuk pengecekan standard kualitas hasil pabrik / quality control bagaimana caranya?

- 11. Mengenai lokasi dari PT Semarang Makmur apakah strategis pak jika dilihat untuk pengambilan bahan baku dan pendistribusian? Jika langsung, lalu bagaimanakah system pembayaran yang ada (credit/cash)?
 Apakah distributor/ retail/ pihak toko yang mengambil mendapat kemudahan dalam
- 12. Siapakah pesaing terdekat dari PT Semarang Makmur?

pembayaran?

- 13. Lalu apakah lokasi PT. Semarang Makmur sendiri memiliki keuntungan terkait dengan sedikitnya pesaing yang berlokasi di Semarang?
- 14. Harga yang ditetapkan PT Semarang Makmur apakah cukup bersaing pak?
- 15. Menurut bapak, keunggulan apa yang dimiliki PT Semarang Makmur yang tidak dimiliki pesaing lain?
- 16. Selain keunggulan-keunggulan tersebut, apakah PT. Semarang Makmur memiliki kelemahan-kelemahan dibandingkan dengan pesaing?
- 17. Menurut bapak, ancaman apa yang ada yang mempengaruhi dari PT Semarang Makmur?
- 18. Peluang –peluang seperti apa yang ada untuk PT Semarang Makmur?
- 19. Pameran industri yang dilakukan walaupun jarang sekali diadakan. Apakah PT. Semarang Makmur pernah mengikuti pameran tersebut?
- 20. Apakah PT Semarang Makmur memiliki loyal customer?maksudnya seperti pelanggan tetap yang selalu pesan ke Semarang Makmur? Adakah penawaran khusus untuk loyal customer?
- 21. Dilihat dari perkembangan yang ada, apakah kebutuhan seng ini semakin meningkat atau menurun dari tahun ke tahun?
- 22. Apakah ada tindakan promosi dari pihak PT. Semarang Makmur, seperti penggunaan web mungkin?



LAMPIRAN III

HASIL WAWANCARA PT. SEMARANG MAKMUR

Berikut adalah hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis terhadap pihak manajemen PT. Semarang Makmur.

- 1. PT Semarang Makmur berdiri sejak kapan?
 - -1971 dengan nama PT. SEMARANG
 - -1973 berubah menjadi PT. SEMARANG DJAJA SAKTI
 - -1975 sampai sekarang PT. SEMARANG MAKMUR
 - -ijin usaha diperoleh pada tanggal 6 Oktober 1976
- 2. Mungkin bisa dijelas<mark>kan struktur organisasi yang</mark> ada di PT. Semarang Makmur?

3. Produk yang dihasilkan apa saja?

-terlampir

- -BJLS berupa lembaran, gelombang, maupun gulungan. Untuk penggunaan atap bangunan,talang,lipslang. Yang gelombang jug aada pilihan varian bentuk gelombangnya tidak cuma satu gelombang saja.
- 4. Untuk bahan baku, apakah PT Semarang Makmur mengambil dari supplier bahan baku atau memiliki anak pabrik sendiri?
 - Bahan baku pembuatan BJLS ada 2 yaitu baja dan zat pelapis yaitu Zn.
 - Baja mengambil dari Krakatau Steel. Karena Krakatau Steel sudah benar-benar punya nama karena kualitas yang baik sesuai dengan SNI. Sedangkan untuk zat Zn impor dari Singapore melalui Jakarta. Untuk sekarang ini ada penawaran kualitas yang baik dari India. Jadi untuk sekarang Zn kita mengambil dari India. Untuk Zn ini kita harus

jauh hari pesan karena itu impor jadi sekitar 2 minggu baru bisa sampai. Tapi kalau yang pesan ke Singapore paling cuma 3 hari sudah bisa sampai di kita.

Bahan baku yang dipakai apakah memiliki standart khusus?

- Ya. Untuk baja sesuai dengan standart SNI dan pihak yang terpercaya untuk bahan baku baja ini adalah Krakatau Steel. Untuk zat Zn sebagai pelapis itu ada komposisi tertentunya. Ada kandungan berapa persen zat untuk campuran Zn tersebut. Dan itu juga ada standart khususnya.(terlampir)
- 5. Jika pengambilan dari *supplier*, pernahkah terjadi kelangkaan bahan baku dari pihak *supplier*?
 - Pernah. Dalam satu tahun minimal sekali tidak pasti pernah sampai lima kali dan itu menghambat karena kalau tidak ada bahan baku kita tidak bisa kerja.
- 6. Apakah PT. Semarang Makmur memiliki relasi kerja dengan perusahaan lain?
 - Ya. Jadi kita punya kerjasama dengan perusahaan seng lain. Hal ini berguna untuk mempermudah perolehan bahan baku juga ada pembagian wilayah penjualan yang jelas. Jadi istilahnya tidak saling merebut pasar. Perusahaan yang bekerjasama dengan kita adalah PT. Kerismas Witiko ini wilayah Jakarta dan manado dan PT. Kalimantan Steel Co. ini wilayah Pontianak dan Surabaya.
- 7. Untuk penjualan sendiri, biasa bagaimana sistemnya pak? Melalui distributor atau langsung dari pabrik ke toko-toko? Atau seperti pabrik lain yang memesan seng sebagai bahan baku pabrik mereka?
 - Biasa langsung ke toko besar dan pemakai langsung. Tapi kalau yang pemakai langsung itu hanya untuk produk cacat saja misal berlubang, lapisan mengelupas. Toko besar kebanyakan Semarang dan Surabaya. Untuk luar pulau pernah tapi jarang karena susah tranportasinya.

- 8. Dari informasi yang saya dapat, produk-produk baja lembaran seng yang beredar sekarang beberapa menggunakan standard SNI yang ada. Apakah hal tersebut juga diberlakukan di PT Semarang Makmur?
 - Ya. Standart SNI kita pakai dan sesuai dengan ketentuan SNI 02-2053-2006. Setiap bahan baku baja yang datang diambil sampel untuk dicek sesuai SNI atau tidak walaupun Krakatau Steel sudah terkenal. Lalu bahan pelaspis ZN juga dicek laborat. Setelah barang jadi, dicek lagi sudah sesuai SNI atau belum.
- 9. Lalu mengenai sistem produksi yang ada. Apakah produksi dilakukan ketika ada order, atau dalam sehari ada minimal produksinya? Jadi seperti mempunyai stok? Kalau ada stok, berapa standart jumlah yang diterapkan dalam sehari produksi?
 - Setiap hari tetapi juga memperhatikan orderan. Tidak ada patokan sehari harus produksi berapa. Iya kita ada gudang untuk penyimpanan stok. Mesin kita ini jadi ada kelemahan. Kalau sudah nyala harus nyala terus. Karena sekali dimatikan butuh waktu 24 jam untuk memanasinya baru siap untuk dipakai. Sehingga beban biaya jadi besar.
- 10. Untuk pengecekan standard kuliatas hasil pabrik / quality control bagaimana caranya?
 - Terjawab pada nomor 6.
- 11. Mengenai lokasi dari PT Semarang Makmur apakah strategis pak jika dilihat untuk pengambilan bahan baku dan pendistribusian? Jika langsung, lalu bagaimanakah system pembayaran yang ada (credit/cash)?
 - Ya. Bahan baku dari cilegon itu relatif dekat. Lalu di Semarang mau ke pelabuhan juga dekat.
 - Untuk langganan bisa kredit satu bulan, boleh nego juga.

Apakah distributor/ retail/ pihak toko yang mengambil mendapat kemudahan dalam pembayaran?

- Yaa. Ada fasilitas kredit dan nego
- 12. Siapakah pesaing terdekat dari PT Semarang Makmur?
 - Kalau dulu Fumira. Cuma sekarang Fumira sudah mau tutup yang di Semarang jadi pesaingnya sekarang PT. Harapan Sukses Jaya.
- 13. Lalu apakah lokasi PT. Semarang Makmur sendiri memiliki keuntungan terkait dengan sedikitnya pesaing yang berlokasi di Semarang?
 - Iya. Soalnya lokasi di Semarang padahal konsumen di Semarang cukup banyak dan orang cenderung suka yang sama-sama Semarang karena lebih mudah perolehan barangnya, biaya transportasi juga lebih murah.
- 14. Harga yang ditetapkan PT Semarang Makmur apakah cukup bersaing pak?
 - Ya. PT. Semarang Makmur selalu berusaha mengimbangi harga yang ada.

 Dan harga kita termasuk menengah.
- 15. Menurut bapak, keunggulan apa yang dimiliki PT Semarang Makmur yang tidak dimiliki pesaing lain?
 - Bahan baku berstandar SNI, punya group jadi mempermudah pembelian bahan baku, harga tidak harus lebih murah tapikalau harga sama pasti pilih kita, variasi seng cukup banyak
- 16. Selain keunggulan-keunggulan tersebut, apakah PT. Semarang Makmur memiliki kelemahan-kelemahan dibandingkan dengan pesaing?
 - Untuk mesin kita penyalaan mesin ketika dari off untuk dapat berproduksi lagi butuh waktu sekitar 20 jam baru bisa untuk berproduksi karena mesin kita pakai bahan bakar. Sekarang ini ada yang menggunakan listrik dan tidak perlu

dipanasi sehingga bisa lebih efisien ketika mesin tidak sedang digunakan terutama untuk yang mesin seng gelombang.

- 17. Menurut bapak, ancaman apa yang ada yang mempengaruhi dari PT Semarang Makmur?
 - Pesaing suka melakukan banting harga. Kadang harga pasar lokal tidak seimbang dengan harga pasar dunia. Pesaing baru mulai muncul seperti harapan sukses jaya, PT. Essar, masih banyak lagi.kelangkaan bahan baku dari pihak supplier juga menghambat.
- 18. Peluang –peluang seperti apa yang ada untuk PT Semarang Makmur?
 - Jadi kita fokus sekali dengan Semarang dan sekitarnya meliputi Jawa sehingga untuk beberapa wilayah di luar Jawa kami belum sampai ke sana. Buat ke depannya bisa dikembangkan dengan memberikan perwakilan di daerah-daerah itu seperti Sumatera misalnya. Itu kan jauh sekali. Kalau kita bisa sampai ke sana lebih bagus.
- 19. Pameran industri yang dilakukan walaupun jarang sekali diadakan. Apakah PT. Semarang Makmur pernah mengikuti pameran tersebut?
 - Tidak pernah. Kita jarang melakukan kegiatan promosi seperti itu. Tapi mungkin untuk ke depannya bisa dipertimbangkan lagi.
- 20. Apakah PT Semarang Makmur memiliki loyal customer?maksudnya seperti pelanggan tetap yang selalu pesan ke Semarang Makmur? Adakah penawaran khusus untuk loyal customer?
 - Iya kita punya banyak langganan tetap baik yang di Semarang maupun yang di luar Semarang. Untuk langganan kita hanya memberikan diskon biasanya dan pembayaran yang bisa dicicil jadi lebih santai konsumennya.
- 21. Dilihat dari perkembangan yang ada, apakah kebutuhan seng ini semakin meningkat atau menurun dari tahun ke tahun?

- Cenderung meningkat dari tahun ke tahun.
- 22. Apakah ada tindakan promosi dari pihak PT. Semarang Makmur, seperti penggunaan web mungkin?
 - Kita jarang melakukan kegiatan promosi karena kadang bingung media dan promosi seperti apa yang mau dibuat karena kita lebih ke toko. Web kita juga tidak buat.



LAMPIRAN IV

KUESIONER RESPONDEN TIM MANAJEMEN PT, SEMARANG MAKMUR

LAMPIRAN IV

KUESIONER RESPONDEN TIM MANAJEMEN PT. SEMARANG MAKMUR

Kuesioner Responden M1

Nama Responden : Nathanael Rahardjo

Usia : 63 tahun

Jenis Kelamin : Pria

Status/Jabatan : General Manager

Kode : M1

Kriteria Bobot

Masing-masing faktor diberi bobot dengan skala seperti berikut :

Mulai dari 0.0 = 0% (tidak penting)

Sampai dengan $1,0 = \frac{100\%}{\text{(sangat penting)}}$

Dimana total bobot tersebut tidak melebihi skor total 1,00 atau 100%.

Penentuan bobot didasarkan pada seberapa penting suatu variabel di dalam perusahan berdasarkan tingkat persen (%).

Kriteria Rating

Untuk faktor Strength dan Opportunity diberi rating dengan skala seperti berikut :

1 = Lemah, 2 = Kurang kuat, 3 = Cukup kuat, 4 = Sangat kuat

Dan untuk faktor Weakness dan Threat skala tersebut diaplikasikan sebaliknya, yaitu:

1= Sangat kuat, 2= Cukup kuat, 3=Kurang kuat, 4=Lemah

Penentuan rating didasarkan respon strategi perusahaan yang tengah dijalankan terhadap variabel yang ada berdasarkan tingkat nilai angka.

	IFAS				
STR	RENGTH	Bobot	Rating		
1.	Produk memiliki berbagai variasi	0,1	1		
2.	Relasi kerja dengan perusahaan seng lain	0,1	2		
3.	Banyaknya jumlah konsumen di kota Semarang (lebih dari 15)	0,3	4		
4.	Tingkat kualitas bahan baku dan barang jadi sesuai dengan	0,2	3		
	standart yang berlaku (SNI)				
WE	AKNESS	Bobot	Rating		
1.	Teknologi yang digunakan kurang modern	0,1	1		
2.	Tingkat frekuensi pemasaran rendah	0,3	3		
TO	TAL	100%			

		7.	
)) 5 () 5 () 5 (
	EFAS	\	
OPI	PORTUNITY	Bobot	Rating
1.	Pameran industry yang mendukung pemasaran	0,1	1
2.	Ekspansi perusahaan yang terbuka lebar	0,2	3
3.	Penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan pemasaran	0,1	1
THREAT			Rating
1.	Munculnya pesaing baru	0,1	2
2.	Adanya permainan banting harga dari pesaing	0,3	2
3.	Kelangkaan bahan baku dari supplier	0,2	3
TO	TAL .	100%	

Kuesioner Responden M2

Nama Responden : Heryanto S.

Usia : 60 tahun

Jenis Kelamin : Pria

Status/Jabatan : Marketing Manager

Kode : M2

Kriteria Bobot

Masing-masing faktor diberi bobot dengan skala seperti berikut :

Mulai dari 0.0 = 0% (tidak penting)

Sampai dengan 1,0 = 100% (sangat penting)

Dimana total bobot tersebut tidak melebihi skor total 1,00 atau 100%.

Penentuan bobot didasarkan pada seberapa penting suatu variabel di dalam perusahan berdasarkan tingkat persen (%).

Kriteria Rating

Untuk faktor Strength dan Opportunity diberi rating dengan skala seperti berikut :

1 = Lemah, 2 = Kurang kuat, 3 = Cukup kuat, 4 = Sangat kuat

Dan untuk faktor *Weakness* dan *Threat* skala tersebut diaplikasikan sebaliknya, yaitu:

1= Sangat kuat, 2= Cukup kuat, 3=Kurang kuat, 4=Lemah

Penentuan rating didasarkan respon strategi perusahaan yang tengah dijalankan terhadap variabel yang ada berdasarkan tingkat nilai angka.

	IFAS				
STR	RENGTH	Bobot	Rating		
1.	Produk memiliki berbagai variasi	0,05	1		
2.	Relasi kerja dengan perusahaan seng lain	0,05	1		
3.	Banyaknya jumlah konsumen di kota Semarang (lebih dari 15)	0,4	3		
4.	Tingkat kualitas bahan baku dan barang jadi sesuai dengan	0,25	4		
	standart yang berlaku (SNI)				
WE	AKNESS	Bobot	Rating		
1.	Teknologi yang digunakan kurang modern	0,05	2		
2.	Tingkat frekuensi pemasaran rendah	0,2	4		
TO	TAL	100%			

		7.	
)) 5 () 5 () 5 (
	EFAS	\	
OPI	PORTUNITY	Bobot	Rating
1.	Pameran industry yang mendukung pemasaran	0,05	1
2.	Ekspansi perusahaan yang terbuka lebar	0,15	3
3.	Penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan pemasaran	0,20	1
THREAT			Rating
1.	Munculnya pesaing baru	0,2	1
2.	Adanya permainan banting harga dari pesaing	0,3	1
3.	Kelangkaan bahan baku dari supplier	0,1	3
TO	TAL .	100%	

Kuesioner Responden M3

Nama Responden : Agus Sujanto

Usia : 41 tahun

Jenis Kelamin : Pria

Status/Jabatan : Kabag Produksi

Kode : M3

Kriteria Bobot

Masing-masing faktor diberi bobot dengan skala seperti berikut :

Mulai dari 0.0 = 0% (tidak penting)

Sampai dengan 1,0 = 100% (sangat penting)

Dimana total bobot tersebut tidak melebihi skor total 1,00 atau 100%.

Penentuan bobot didasarkan pada seberapa penting suatu variabel di dalam perusahan berdasarkan tingkat persen (%).

Kriteria Rating

Untuk faktor Strength dan Opportunity diberi rating dengan skala seperti berikut :

1 = Lemah, 2 = Kurang kuat, 3 = Cukup kuat, 4 = Sangat kuat

Dan untuk faktor *Weakness* dan *Threat* skala tersebut diaplikasikan sebaliknya, yaitu:

1= Sangat kuat, 2= Cukup kuat, 3=Kurang kuat, 4=Lemah

Penentuan rating didasarkan respon strategi perusahaan yang tengah dijalankan terhadap variabel yang ada berdasarkan tingkat nilai angka.

	IFAS				
STR	ENGTH	Bobot	Rating		
1.	Produk memiliki berbagai variasi	0,2	3		
2.	Relasi kerja dengan perusahaan seng lain	0,15	3		
3.	Banyaknya jumlah konsumen di kota Semarang (lebih dari 15)	0,30	4		
4.	Tingkat kualitas bahan baku dan barang jadi sesuai dengan	0,05	1		
	standart yang berlaku (SNI)				
WE.	AKNESS	Bobot	Rating		
1.	Teknologi yang digunakan kurang modern	0,10	1		
2.	Tingkat frekuensi pemasaran rendah	0,20	2		
TO	TAL	100%			
) 5 / F	7			

	EFAS		
OPI	PORTUNITY	Bobot	Rating
1.	Pameran industry yang mendukung pemasaran	0,05	1
2.	Ekspansi perusahaan yang terbuka lebar	0,10	1
3.	Penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan pemasaran	0,05	1
THI	REAT	Bobot	Rating
1.	Munculnya pesaing baru	0,25	3
2.	Adanya permainan banting harga dari pesaing	0,30	2
3.	Kelangkaan bahan baku dari <i>supplier</i>	0,25	3
TO	TAL	100%	



LAMPIRAN V

REKAPITULASI BOBOT DAN RATING PT. SEMARANG MAKMUR

Rekapitulasi Bobot

	IFAS				
STR	RENGTH	M1	M2	M3	MEAN
1.	Produk memiliki berbagai variasi	0,1	0,05	0,2	0,12
2.	Relasi kerja dengan perusahaan seng lain	0,1	0,05	0,15	0,1
3.	Banyaknya jumlah konsumen di kota Semarang	0,3	0,4	0,30	0,3
	(lebih dari 15)				
4.	Tingkat kualitas bahan baku dan barang jadi	0,2	0,25	0,05	0,17
	sesuai dengan standart yang berlaku (SNI)				
WE.	AKNESS	M1	M2	M3	MEAN
1.	Produk memiliki b <mark>erbagai</mark> variasi	0,1	0,05	0,10	0,08
2.	Relasi kerja de <mark>ngan peru</mark> sahaan s <mark>en</mark> g lain	0,3	0,2	0,20	0,23
Tota	Total Bobot 1 1 1 1				1

		1000				
	EFAS		- 1	/		
OPF	OPPORTUNITY M1 M2 M3 MEAN					
1.	Pameran industry yang mendukung pemasaran	0,1	0,05	0,05	0,07	
2.	Ekspansi perusahaan yan <mark>g terbuka lebar</mark>	0,2	0,15	0,10	0,15	
3.	Penggunaan teknologi internet untuk	0,1	0,20	0,05	0,12	
	meningkatkan pemasaran					
THI	REAT	M1	M2	M3	MEAN	
1.	Munculnya pesaing baru	0,1	0,2	0,25	0,18	
2.	Adanya permainan banting harga dari pesaing	0,3	0,3	0,30	0,3	
3.	Kelangkaan bahan baku dari supplier	0,2	0,1	0,25	0,18	
Tota	al Bobot	1	1	1	1	

Rekapitulasi Rating

	IFAS				
STR	RENGTH	M1	M2	M3	MEAN
1.	Produk memiliki berbagai variasi	1	1	3	1,67
2.	Relasi kerja dengan perusahaan seng lain	2	1	3	2
3.	Banyaknya jumlah konsumen di kota Semarang	4	3	4	3,67
	(lebih dari 15)				
4.	Tingkat kualitas bahan baku dan barang jadi	3	4	1	2,67
	sesuai dengan standart yang berlaku (SNI)				
WE	AKNESS	M1	M2	М3	MEAN
1.	Produk memiliki berbagai variasi	1	2	1	1,33
2.	Relasi kerja dengan perusahaan seng lain	3	4	2	3

	EFAS				
OPI	PORTUNITY	M1	M2	M3	MEAN
1.	Pameran industry yang mendukung pemasaran	1	1	1	1
2.	Ekspansi perus <mark>ahaan y</mark> ang <mark>terbuka lebar</mark>	3	3	1	2,3
3.	Penggunaan te <mark>knologi i</mark> nternet untuk	1 /	1	1	1
	meningkatkan pe <mark>masaran</mark>	7	T 11		
THI	REAT	M1	M2	М3	MEAN
1.	Munculnya pesaing baru	2	1	3	2
2.	Adanya permainan banting harga dari pesaing	2	1	2	1,67
3.	Kelangkaan bahan baku dari supplier	3	3	3	3



LAMPIRAN VI

HASIL KUESIONER KONSUMEN PT. SEMARANG MAKMUR

Kuesioner Konsumen 1

Nama pemilik (responden) : TiangShu

Nama Toko : Toko Sumber Raya

Alamat Toko : Jl. Jrakah 57, Semarang

Berlangganan sejak tahun : 1989

- 1. Sudah berapa lama anda berlangganan dengan PT. Semarang Makmur?
 - Sejak tahun 1989
- 2. Di Semarang ini hanya terdapat beberapa pabrik seng namun di luar kota Semarang banyak. Apakah anda sebagai customer lebih suka mengambil produk dari supplier yang berlokasi satu kota (Semarang) atau terkadang juga di luar kota seperti Jakarta?
 - Lebih suka Semarang kan lebih gampang ambil barang
- 3. Mengenai produk seng PT. Semarang Makmur, apakah produk yang ditawarkan memiliki varian produk yang lebih banyak dibandingkan produk seng lain yang ada?
 - Iya.
- 4. Mengenai produk PT. Semarang Makmur, apakah menurut anda sudah memenuhi standart yang berlaku (SNI)?
 - Sudah
- 5. Apakah PT. Semarang Makmur pernah melakukan promo-promo ke tempat anda?

- Tidak
- 6. Sebagai konsumen, anda pernahkah mengambil produk seng dari PT. Harapan Sukses Jaya? Jika ya, bagaimana jika dibandingkan dengan PT. Semarang Makmur?
 - Pernah. Beda spangle, beda varian produk. Harapan Jaya lebih sedikit modelnya.
- 7. Sebagai konsumen pernahkah anda mendapat tawaran produk dengan harga di bawah pasar oleh Harapan Sukses Jaya?
 - Harapan Jaya suka kasi diskon dadakan murah banget Cuma saying produknya kurang.
- 8. Bagaimana perbandingan harga antara keduanya?
 - Hampir sama. Cuma harapan jaya dulu kasi diskon separoh harga sukanya. Sekarang nggatau karena udah ngga ambil barang sana

Nama pemilik (responden) : Bp. Deny B.

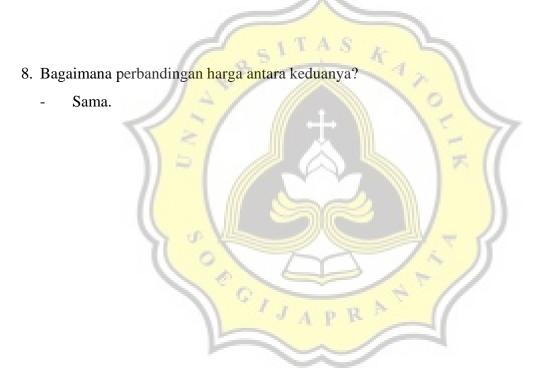
Nama Toko : Toko Karang Mas

Alamat Toko : Jl. Kusumadya 84, Kudus

Berlangganan sejak tahun : 1999

- 1. Sudah berapa lama anda berlangganan dengan PT. Semarang Makmur?
 - Sekitar dari tahun 1999
- 2. Di Semarang ini hanya terdapat beberapa pabrik seng namun di luar kota Semarang banyak. Apakah anda sebagai customer lebih suka mengambil produk dari supplier yang berlokasi satu kota (Semarang) atau terkadang juga di luar kota seperti Jakarta?
 - Saya Kudus. Di Kudus tidak ada, jadi ambil Semarang. Jakarta jauh berat ongkos
- 3. Mengenai produk seng PT. Semarang Makmur, apakah produk yang ditawarkan memiliki varian produk yang lebih banyak dibandingkan produk seng lain yang ada?
 - Ya
- 4. Mengenai produk PT. Semarang Makmur, apakah menurut anda sudah memenuhi standart yang berlaku (SNI)?
 - Ya
- 5. Apakah PT. Semarang Makmur pernah melakukan promo-promo ke tempat anda?
 - Tidak

- 6. Sebagai konsumen, anda pernahkah mengambil produk seng dari PT. Harapan Sukses Jaya? Jika ya, bagaimana jika dibandingkan dengan PT. Semarang Makmur?
 - Ya. Harapan ketebalannya tidak bisa standart jadi terkadang ada yang terlalu tipis jadi tidak bisa dijual. Coraknya harapan lebih jarang
- 7. Sebagai konsumen pernahkah anda mendapat tawaran produk dengan harga di bawah pasar oleh Harapan Sukses Jaya?
 - Pernah, biasa ditelpon ditawari harga lagi turun. Harganya murah sekali disbanding harga yang beredar.



Nama pemilik (responden) : GiokLan

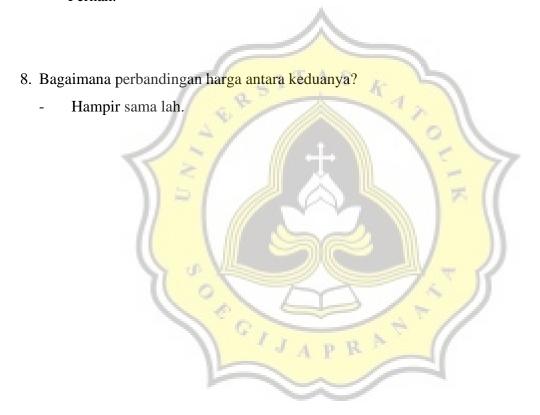
Nama Toko : Toko Anugerah

Alamat Toko : Jl. Kuala Mas Raya, Semarang

Berlangganan sejak tahun : 1995

- 1. Sudah berapa lama anda berlangganan dengan PT. Semarang Makmur?
 - Dari 95 sampai sekarang
- 2. Di Semarang ini hanya terdapat beberapa pabrik seng namun di luar kota Semarang banyak. Apakah anda sebagai customer lebih suka mengambil produk dari supplier yang berlokasi satu kota (Semarang) atau terkadang juga di luar kota seperti Jakarta?
 - Iya karena lebih irit ongkos, kalau misal ada retur gampang pengurusannya
- 3. Mengenai produk seng PT. Semarang Makmur, apakah produk yang ditawarkan memiliki varian produk yang lebih banyak dibandingkan produk seng lain yang ada?
 - Dia punya pilihan seng gelombang yang banyak disuka orang.
- 4. Mengenai produk PT. Semarang Makmur, apakah menurut anda sudah memenuhi standart yang berlaku (SNI)?
 - Kalau dilihat dari tebal dan keawetannya iya.
- 5. Apakah PT. Semarang Makmur pernah melakukan promo-promo ke tempat anda?
 - Tidak ada promosi

- 6. Sebagai konsumen, anda pernahkah mengambil produk seng dari PT. Harapan Sukses Jaya? Jika ya, bagaimana jika dibandingkan dengan PT. Semarang Makmur?
 - Pernah. Tapi sekarang tidak lagi. Kalau dibandingkan, semarang makmur kualitasnya lebih terjamin
- 7. Sebagai konsumen pernahkah anda mendapat tawaran produk dengan harga di bawah pasar oleh Harapan Sukses Jaya?
 - Pernah.



Nama pemilik (responden) : Dina

Nama Toko : -

Alamat Toko : Jl. Pedurungan Baru no.5, Semarang

Berlangganan sejak tahun : -

- 1. Biasa anda menggunakan seng untuk perluan seperti apa?
 - Atap, talang
- 2. Menurut anda, apakah seng milik PT. Semarang Makmur bervariasi?
 - Ya.
- 3. Apakah anda pernah membeli seng milik PT. Harapan Sukses Jaya? Jika pernah, bagaimana jika dibandingkan dengan milik PT. Semarang Makmur?
 - Pernah. Semarang Makmur tebel,coraknya bagus. Kalo yang harapan coraknya kurang suka.
- 4. Anda tentu mengetahui perbedaan antara seng milik PT. Semarang Makmur dan PT Harapan Sukses Jaya ini. Darimanakah anda biasa membedakan keduanya?
 - Stempel dipinggir seng.
- 5. Mengenai produk PT. Semarang Makmur, apakah menurut anda sudah memenuhi standart yang berlaku (SNI) terkait dengan ketebalannya?
 - Ya

Nama pemilik (responden) : Bp. Salim

Nama Toko : -

Alamat Toko : Jl. Kuala 1, Semarang

Berlangganan sejak tahun : 2002

- 1. Biasa anda menggunakan seng untuk perluan seperti apa?
 - Tutupan depan rumah untuk parkir mobil
- 2. Menurut anda, apakah seng milik PT. Semarang Makmur bervariasi?
 - Semarang Makmur banyak model gelombangnya. Bagus.
- 3. Apakah anda pernah membeli seng milik PT. Harapan Sukses Jaya?Jika pernah, bagaimana jika dibandingkan dengan milik PT. Semarang Makmur?
 - Pernah. Waktu itu tebal seng terlalu tipis.
 - 4. Anda tentu mengetahui perbedaan antara seng milik PT. Semarang Makmur dan PT Harapan Sukses Jaya ini. Darimanakah anda biasa membedakan keduanya?
 - Yang paling gampang dari cap nya. Semarang Makmur raja naik gajah. Kalau harapan jaya gajah duduk ada gading di pinggirnya.
- 5. Mengenai produk PT. Semarang Makmur, apakah menurut anda sudah memenuhi standart yang berlaku (SNI) terkait dengan ketebalannya?
 - Ya

LAMPIRAN VII



LAMPIRAN VII DATA KONSUMEN PT. SEMARANG MAKMUR

NO	NAMA	ALAMAT
1.	PT.Graha Padma Indonesia	Jl. Padma B5/17-20,Semarang
2.	Hadi	Jl. Mlonggo RT10/02,Semarang
3.	Aseng	Jl. Karanggeneng RT01/01, Semarang
4.	Maju Mapan Makmur	Semarang
5.	Sinar Puspita Abadi	Gajahmada 9, Semarang
6.	PT. Indotirta	Majapahit KM 11
7.	TK. Karang Mas	Jl. Kusumadya 84, Kudus
8.	Salim	Jl. Kuala 1, Semarang
9.	Duta Laksama	Dr. Cipto 28, Semarang
10.	Tirta Kencana Sakti	Simongan 96, Semarang
11.	Dani Puspowandoyo	Sompok 46, Semarang
12.	TK. Makmur J <mark>aya 💎 📗 💮 💮 💮 💮</mark>	Semarang
13.	TK. Anugerah	Jl. K <mark>uala Ma</mark> s Ray <mark>a, Sem</mark> arang
14.	Randu Indah	Semarang
15.	CV. Prestasi Indah Abadi	Jl. Ciliwung IX/33, Semarang
16.	CV. Sahabat	Jl. Dr. Wahidin, Semarang
17.	CV. Bangun Rejo	Semarang
18.	PT. Serayu Makmur Ka <mark>yindo</mark>	Semarang
19.	Dina	Jl. Pedurungan Baru no.5, Semarang
20.	Imam Santoso	Jl. Sriwijaya 58
21.	TK. Sumber Jaya	Jl. Jrakah 57, Semarang

LAMPIRAN VIII



LAMPIRAN VIII DATA VARIAN BARANG PT. SEMARANG MAKMUR

ТҮРЕ	BENTUK GELOMBANG
K.430	
A.680	
A.700	
A.750	
A.770	CONTRACTOR OF THE PROPERTY OF
A.755	
B.760	
KRISDEK	

LAMPIRAN IX

KETENTUAN SNI LEMBAR BAJA LAPIS SENG (SNI-07-2053-2006)
DAN

SER<mark>TIFIK</mark>AT <mark>SN</mark>I BAHAN BAKU BA<mark>JA</mark> DA<mark>N ZAT</mark> ZN

LAMPIRAN X

SURAT KETERANGAN RISET PERUSAHAAN PT. SEMARANG MAKMUR

