

## APPENDIX

### Pedoman Wawancara

1. Pada tahun berapakah PT. X ini berdiri?
2. Pada mulanya PT. X ini mengerjakan bisnis di bidang apa saja dan bagaimana proses perkembangan bisnis pada PT. X ini?
3. Seperti apa struktur organisasi di PT. X selama ini?
4. Segmentasi pasar seperti apa yang menjadi focus dari PT. X? Dasar segmentasi seperti apa yang digunakan oleh PT X?
5. Target market dengan criteria seperti apa yang dilayani oleh PT. X selama ini? Kenapa memilih criteria tersebut sebagi target market tersebut?
6. Bagaimana positioning PT X selama ini untuk memuaskan para pelanggan?
7. Produk atau jasa seperti apa yang selama ini ditawarkan oleh PT. X kepada para pelanggan?
8. Bagaimana cara memasarkan produk atau jasa tersebut selama ini?
9. Bagaimana cara menetapkan harga untuk produk/ jasa yang anda tawarkan selama ini?
10. Apakah PT X menggunakan strategi harga? Jika ya, strategi yang seperti apa yang diterapkan oleh PT X?
11. Metode promosi seperti apa yang selama ini digunakan oleh PT X?
12. Bagaimana dengan lokasi PT X apakah PT X berada di lokasi yang dekat dengan customer atau dekat dengan bahan baku? Apa yang mendasari pemilihan lokasi tersebut?
13. Apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menjalin dan menjaga hubungan dengan pelanggan baik pelanggan baru atau pun pelanggan lama?

14. Apakah Anda mengetahui tentang strategi The Sun Tzu? Jika iya, apakah strategi tersebut Anda terapkan dalam penyusunan strategi pemasaran dalam PT. X ini?
15. Bagaimana proses penyusunan strategi pemasaran tersebut?
16. Kenapa PT. X memilih strategi pemasaran seperti yang telah berjalan saat ini?
17. Apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai?



## Interview Guidelines

1. When the PT. X is established?
2. What is the main focus of PT. X business in the beginning and how the story of their progress?
3. How is the organization structure in PT. X?
4. What kinds of market segmentation which become the main focus of PT. X? What is the basic segmentation which PT X chooses?
5. What is the target market criteria which usually PT. X working with? Why choose that criteria as target market?
6. What kind of positioning which PT. X create and maintain in order to satisfy their customers?
7. What kinds of product or services which PT. X offer to their customers?
8. How to sell those product or services?
9. How PT X create the price?
10. Did PT X use pricing strategy? If the using it, which one that they use?
11. What kind of promotion that PT X uses?
12. How about the location of PT X? Is PT X near their customers or their source of materials? What becomes the reason of that kind of choice?
13. How the company creates and maintains their relationship with the loyal and new customers?
14. Did you know about The Sun Tzu strategies? Did you use those strategies in order to create and develop marketing strategy in PT. X?
15. How is the process of creating and developing those marketing strategy?

16. Why PT. X choose to use those marketing strategies?

17. Did the marketing strategy which used by the company already compatible? If not, which part is still not compatible?



## **Transcript Interview with the Deputy Director of Finance and Administration**

Fenny : Selamat siang, Miss.

Miss : Oya, selamat siang Fenny.

Fenny : Seperti pemberitahuan saya sebelumnya. Saya mau menginterview Miss untuk keperluan penelitian dalam thesis saya.

Miss : Oya, boleh-boleh.

Fenny : Mari kita mulai wawancaranya ya miss.

Miss : He'em.

Fenny : Pada tahun berapakah perusahaan ini berdiri, miss.

Miss : Perusahaan kita ini berdiri pada tahun 2005.

Fenny : Pada mulanya perusahaan ini mengerjakan bisnis di bidang apa saja dan bagaimana perkembangan proses bisnis pada perusahaan ini?

Miss : Jadi begini, awalnya perusahaan kita ini bergerak dalam bidang dubbing dan editing tapi kemudian pada tahun 2009 kita mulai ekspansi atau kita mulai mengembangkan bisnis kita ini ke bidang engeneering.

Fenny : Oh jauh sekali ya Miss.

Miss : Iya.

Fenny : Apa yang menjadi keunggulan atau kekuatan serta kekurangan dari perusahaan ini, Miss?

Miss : Kita ini sangat.. Keunggulan kami ini sangat unggul dalam after sales services kalau customer kita bilang puas dengan servis kami ini, Kemudian mereka ini akan melakukan repeat order. Karena mereka ini kalau menghubungi kami sangat mudah kalau mereka mau transaksi atau mereka mau servis alat mereka. Jika mereka mau membeli produk kami pun kami akan dengan sangat bahagia melayani.

Lalu kalau kekurangannya atau kelemahannya adalah jumlah klien kami ini terbatas ya, karena kami itu sebenarnya cenderung memilih untuk melayani klien-klien yang mengutamakan mutu serta kualitas barang dan jasa.

Fenny : Kemudian apa yang menjadi misi dan visi dari perusahaan ini?

Miss : Visi kami ini tu untuk menjadi perusahaan engineering yang terpercaya, handal, dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Lalu kalau untuk misi kami ini, kami ini ingin menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik serta tepat waktu.

Fenny : Kemudian seperti apa struktur organisasi dari perusahaan ini?

Miss : eem.. Jadi gini dipaling atas itu kita punya Komisaris ya, dibawah Komisaris kita punya Direktur nah lalu dibawah Direktur ini kita punya 4 bagian lainnya yaitu Deputy Director Operasional, Deputy Director Marketing Training and Development, lalu Deputy Director General Support dan yang terakhir Deputy Director Finance and Administration.

Nah lalu dibawah Deputy Director Operasional kita ini punya Production dan Quality Control atau QC.

Lalu dibawah Deputy Director Marketing Training and Development kita ini punya Marketing dan Training... Training Development.

Lalu dibawah Deputy General Support kita ini punya Logistik dan HRD.

Nah yang terakhir dibawah Deputy Director Finance and Administration kita punya Accounting dan Purchasing.

Fenny : Kemudian bagaimana cara perusahaan ini untuk mendapatkan loyalitas dari para karyawan?

Miss : Kita itu selalu menanamkan hubungan kekeluargaan dalam perusahaan ini. Baik antar sesama karyawan maupun antara karyawan dan perusahaannya, salah satu upaya

perusahaan untuk mensupport keluarga dari karyawan-karyawan kami adalah dengan memberikan reward dan dukungan dalam bidang akademik karyawan-karyawan kami yang memiliki prestasi disekolahnya ya

aa.. Lalu kalau misalnya ada karyawan kami yang mencapai target atau bahkan melebihi target tersebut, perusahaan kami pastinya memberikan reward biasanya seperti berupa insentif ya kepada mereka.

Fenny : aa.. yang tadi prestasinya akademik itu karyawannya atau anggota keluarganya ya Miss?

Miss : Anggota keluarganya dong.

Fenny : TIDAK JELAS ADA CAMPUR TERTAWA (Kirain ada yang masih sekolah gitu karyawannya)

Miss : TIDAK JELAS (eemm... ya kalau misalkan mereka memang berprestasi, dan mereka ingin melanjutkan sekolahnya mereka punya potensi gitu, misalnya untuk ee... dari tadinya D3 mau S1 atau S1 ke S2 pasti kami juga support kalau memang mereka menunjukkan potensi tersebut.)

Fenny : Oh.. ok

Miss : Selain itu ya perusahaan kami juga menjamin keselamatan kerja karyawannya dengan memberikan fasilitas penunjang em.. untuk me

Emm alat-alat penunjang ini juga kami pastikan selalu dalam kondisi prima makanya kita memperbaharui fasilitas penunjang ini secara berkala. Eee selain itu selain ini juga kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS. Begitu.

Fenny : Apa yang menjadi focus atau tujuan utama perusahaan ini? Dan bagaimana perusahaan mempertahankan focus tersebut? Bagaimana penerapan focus tersebut dalam pemasaran?

Miss : Ee jadi focus kami dalam menjalankan perusahaan ini, itu untuk memberikan jasa dan menghasilkan produk engineering yang berkualitas dan memenuhi standard PMA yang bonafit.

Lalu untuk mendukung focus perusahaan tersebut kami menerapkan program 5 R. Selain itu para tim marketing kita juga memiliki focus target konsumen perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Kemudian ee segmentasi pasar seperti apa sih yang menjadi focus dari perusahaan ini? Dan dasar dari segmentasi seperti apa yang digunakan oleh perusahaan ini?

Miss : Dasar segmentasi yang kami gunakan itu adalah segmentasi behavior. Perusahaan kami ini memilih pelanggan-pelanggan B2B yang rata-rata adalah PMA yang dimana mereka ini sangat mementingkan kualitas produknya.

Fenny : Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Miss : Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik.

Hal ini tu sesuai dengan prinsip perusahaan kami yaitu kami hanya mau memproduksi produk-produk dengan jaminan kualitas terbaik.

Fenny : Bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Miss : ee.. Karakteristik dari market kami sangat dinamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu. Eh tapi jangan khawatir kita ini selalu ee... kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami.



Fenny : Bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing?

Miss : Ee kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggak-nunggak terus gitu.

Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu.

Fenny : Ee kemudian Bagaimana perusahaan mengkalkulasi resiko dalam proses marketing pada bisnis ini?

Miss : Kalau dalam proses konsultasi perusahaan hanya memberikan beberapa saran mengenai ee tindakan untuk penanganan masalah yang sifatnya umum aja sie, jadi kita nggak begitu ngasih detailnya, nanti kalau misalnya mereka ingin tahu detailnya lebih lanjut itu setelah ada tanda tangan kontrak kerja sama gitu.

Fenny : Bagaimana proses analisa data atau informasi kemudian bagaimana merubah data atau analisa tersebut menjadi strategi dalam perusahaan?

Miss : Jadi Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait, kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah, kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan.

Fenny : TIDAK JELAS Oh.. ok, berarti ketika diturunkan ke per bagian itu sudah bentuk strategi per bagian gitu ya, jadi bukan keseluruhan?

Miss : Iya, betul-betul.

Fenny : Bagaimana positioning perusahaan selama ini untuk memuaskan para pelanggan?

Miss : Kami ini memposisikan diri kami ini sebagai perusahaan engineering yang tidak hanya memproduksi produk-produk berkualitas tapi juga memberikan jasa pelayanan service dengan kualitas terbaik.

Fenny : Produk atau jasa seperti apa yang selama ini ditawarkan oleh perusahaan kepada para pelanggan?

Miss : Ee Produk dan jasa yang selama ini di tawarkan yang kami tawarkan ini ee produk dan jasa dalam bidang engineering pastinya dengan kualitas dan standart tinggi yang sesuai dengan standart dari PMA.

Fenny : Bagaimana cara memasarkan produk atau jasa tersebut selama ini?

Miss : Jadi pertama-tama kami ini cetak catalog produk untuk dikirim ke pabrik-pabrik. Kemudian kita juga mengandalkan ee.. words of mouth ya, jadi customer lama kami yang sudah puas dengan servis kami, kami harapkan mereka dapat merekomendasikan produk kami ini ke rekan-rekan mereka, gitu. Ee kemudian kami juga punya telemarketing yang siap untuk memfollow-up para calon klien kami gitu.

Fenny : Bagaimana cara menetapkan harga untuk produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan selama ini?

Miss : Eem Harga untuk produk dan jasa yang kami tawarkan ini sesuai ya dengan standart dan kualitas produk yang konsumen kami inginkan. Misalnya mereka mau eem.. contohnya pakai bahannya apa, atau mau ada fitur tambah atau fitur kurang, itu kami akan menyesuaikan harganya. Dengan catatan kami akan mempertahankan standard minimal ee dari ee perusahaan kami. Untuk selalu memastikan bahwa customer satisfation itu nomor satu.

Fenny : Oke. Kemudian apakah perusahaan ini menggunakan strategi harga? Jika ya, strategi yang seperti apa yang diterapkan oleh perusahaan ini?

Miss : eem.. nggak dong, kita nih nggak pernah menggunakan strategi harga ya karena yah itu udah bertentangan lah ya dengan visi dan misi dari perusahaan kami.

Fenny : Metode promosi seperti apa yang selama ini digunakan oleh perusahaan?

Miss : em.. metode promosi kami ini sebenarnya lebih cenderung kearah referensi dari customer lama ke customer baru, ee kita juga ada catalog ya dan tim telemarketing tadi. Ya hal ini karena kami hanya fokus mengerjakan pekerjaan dari kalangan konsumen tertentu saja, yang tadi sudah saya bilang lebih mengutamakan kualitas begitu.

Fenny : ee.. untuk soal lokasi nih, bagaimana dengan lokasi perusahaan, apakah perusahaan ini berada di lokasi yang dekat dengan customer atau dekat dengan bahan baku? Kemudian apa yang mendasari pemilihan lokasi tersebut?

Miss : ee.. jadi yang pertama-tama itu yang paling penting ini ee.. lokasi pabrik kami ini harus jauh dengan lokasi rumah penduduk ya. Ini mengingat aktivitas kami ini dapat menimbulkan polusi suara juga ya membuat penduduk jadi terganggu gitu ya, selain itu kita kan juga butuh area yang luas untuk area bekerja gitu.

Fenny : Kemudian apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menjalin dan menjaga hubungan dengan pelanggan baik pelanggan baru atau pun pelanggan lama?

Miss : Ya kita ini mementingkan kepuasan konsumen kami dengan cara memberikan pre dan after sales service yang mereka sukai gitu, contohnya kita punya ee jasa konsultasi yang cepat tanggap, responsive terus kita juga ada pengecekan untuk barang-barang yang sudah mereka beli gitu, kita juga siap menampung masukan dan keluhan yang mereka punya gitu tentang produk kami.

Fenny : Bagaimana cara perusahaan melindungi rahasia perusahaan dari pesaing?

Miss : ee.. Pertama-tama tentunya kita memastikan karyawan itu nggak bisa mengakses semua data dalam perusahaan ya, caranya ini salah satunya tu dengan memprotect computer di perusahaan kami. Jadi kita protect computer kita ee.. karyawan kami nggak bisa langsung colok USB terus ambil data itu gak bisa. Jadi ada securitynya dulu. Terus selain itu kita juga menspesialisasi bidang pekerjaan ya untuk karyawan kami.

Fenny : Kemudian bagaimana cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar? Bagaimana juga cara perusahaan mengecoh pesaing? Atau bahkan jika mungkin bagaimana cara perusahaan mengubah pesaing menjadi rekan kerja?

Miss : em.. Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing- pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu. Emm kita sebenarnya seringkali tuh mengubah pesaing kita ini, kita tarik mereka untuk menjadi rekan kerja kita dengan memberikan sub kontrak kerja.

Fenny : Kemudian Bagaimana cara perusahaan merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan?

Miss : em.. itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi.

Fenny : Apakah Anda mengetahui tentang strategi Sun Tzu? Jika iya, apakah strategi tersebut Anda terapkan dalam penyusunan strategi pemasaran dalam perusahaan ini?

Miss : Iya iya. Kita menerapkan kok strategi Sun Tzu itu di perusahaan kami ini.

Fenny : Kalau boleh tahu, diterapkan dibagian mana ya?

Miss : Marketing dong pastinya.

Fenny : Kemudian bagaimana proses penyusunan strategi marketing tersebut?

Miss : Emm Kita ini awalnya selalu melakukan screening ya terhadap calon customer yang akan kita jadikan target. Kemudian hal yang menjadi bahan pertimbangan dalam proses screening ini adalah reputasi perusahaan, kesehatan financial perusahaan, attitude perusahaan terhadap para supplier mereka tu gimana kita lihat. Eem.. selain itu kami juga mempelajari karakteristik para pesaing dan supplier yang telah melayani perusahaan itu terlebih dahulu. Ini tu merupakan ya salah satu lah komponen Sun Tzu yang sudah kami terapkan dan sedang berjalan.

Fenny : Kenapa Perusahaan memilih strategi pemasaran seperti yang telah berjalan saat ini?

Miss : Iya, dengan mempelajari pesaing dan konsumen, secara otomatis tuh perusahaan kami dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan. Selain itu kita juga bisa dengan mudah melakukan pemetaan ya apakah mereka tuh masuk kedalam kategori focus dalam tujuan marketing kita atau nggak.

Fenny : Kemudian apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai?

Miss : Kalau menurut saya sih, menurut kita itu sudah cukup tepat ya.

Fenny : Oke, terima kasih miss untuk waktunya.

Miss : Oya, sama-sama Fenny.

**Transcript Interview with The Deputy Director of Marketing, Training, and  
Development of PT X**

Fenny : Selamat malam, Pak. Sesuai dengan yang saya ceritakan kemarin, hari ini saya datang untuk melakukan wawancara dengan bapak mengenai strategi marketing yang digunakan oleh perusahaan bapak.

Bapak : Ok, selamat sore juga. Eem kira-kira ada yang bisa dibantu?

Fenny : Emm, iya. Ini ada beberapa list pertanyaan, ee mohon dibantu untuk dijawab ya pak.  
Yang pertama, Pada tahun berapakah perusahaan ini berdiri?

Bapak : Eee, perusahaan ini berdiri sekitar tahun 2005 lah.

Fenny : Oh ya. Pada mulanya Perusahaan ini mengerjakan bisnis di bidang apa saja dan bagaimana proses perkembangan bisnis pada Perusahaan ini?

Bapak : Ee, awal mulanya, ee Perusahaan ini bergerak di bidang dubbing dan editing.

Fenny : Hmm.

Bapak : Kemudian sekitar pada tahun 2009 ya, itu mulai merambah ke bisnis di bidang engineering.

Fenny : Kemudian apa yang menjadi keunggulan atau kekuatan dari perusahaan ini dan kelemahannya?

Bapak : Ee, kita mulai dari keunggulan lah ya, keunggulannya ya.

Fenny : ya.

Bapak : Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan.

Fenny : Oke.

Bapak : Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah.

Fenny : He'em.

Bapak : Kalau kelemahannya, kelemahannya eeeee, karena kita lebih mengutamakan eee di apa, kualitas dan pelayanan bagus, jadi kami tidak dapat memberikan harga yang harga yang lebih murah dibandingkan harga pasar.

Fenny : Ya.

Bapak : Yang pasti harga kami akan lebih baik tapi harga yang... harga kami yang lebih tinggi itu juga sebanding dengan kualitas dan pelayanan kami.

Fenny : Begitu ya.

Bapak : Karena kami selalu memakai bahan baku yang berkualitas.

Fenny : Hmm. Kemudian apa yang menjadi visi dan misi dari Perusahaan ini?

Bapak : Kalau visinya... ya menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan ya Asia Tenggara dan sekitarnya.

Fenny : Hmm.

Bapak : Kalau misinya ya menghasilkan produk atau barang dan jasa di bidang engineering dengan kualitas yang baik dan delivery time yang tepat waktu.

Fenny : Kemudian Seperti apa struktur organisasi yang ada di perusahaan ini?

Bapak : Struktur organisasi, bicara struktur organisasi pastinya paling tinggi adalah komisaris,

Fenny : He'em.

Bapak : Kemudian dibawahnya ada direktur.

Fenny : He'em.

Bapak : Kemudian dari direktur tadi dipecah ada empat bagian yaitu, direktur dibantu oleh empat deputy direktur. Yaitu satu deputy direktur bidang operasional, deputy direktur marketing, training and development, deputy direktur general support, deputy direktur finance and administration.



Fenny : He'em.

Bapak : Kemudian dibawah operational sendiri ada bagian produksi dan quality control.

Fenny : He'em.

Bapak : Sedangkan dibawah ee... marketing development itu ada marketing dan training development, ya. Kemudian eee dibawah general support ada logistic dan hrd. Sedangkan dibawah finance itu ada accounting sama purchasing. Kira-kira begitu ya.

Fenny : Kemudian bagaimana cara perusahaan untuk mendapatkan loyalitas dari para karyawannya?

Bapak : Eee iya eeee kita membangun loyalitas karyawan dengan menerapkan sistem reward dan punishment.

Fenny : Ya.

Bapak : Jadi ada reward dan punishment, selain itu juga kita membina hubungan kekeluargaan yang baik dengan para karyawan. Karyawan dianggap merupakan satu kesatuan keluarga, satu kesatuan badan. Perusahaan tidak hanya menuntut para karyawan untuk focus pada pekerjaan mereka

Fenny : He'em.

Bapak : Cuma menuntut doing, tapi perusahaan juga memperhatikan kesejahteraan keluarga mereka. Perusahaan biasanya memberikan support untuk anak-anak para karyawan yang berprestasi di sekolah mereka, kita bantu apa ada beasiswa ada apa, kira-kira seperti itu. Sehingga ya dari karyawan ada merasa bahwa memang apa... ada merupakan satu keluarga lah, satu keluarga besar gitu.

Fenny : Kemudian apa yang menjadi focus atau tujuan utama dalam perusahaan ini? Bagaimana cara perusahaan mempertahankan focus tersebut? Bagaimana penerapan dari focus tersebut dalam pemasaran?

Bapak : Eeee Fokus perusahaan yaitu jelas memberikan suatu barang atau produk yang berkualitas bagi para konsumen, barang, jasa ya yang berkualitas. Kemudian kita menerapkan juga program 5R untuk mendukung focus tersebut, itu kira-kira itu.

Fenny : Oh ya. Kemudian segmentasi pasar seperti apa yang menjadi focus dari perusahaan? Dan dasar segmentasi seperti apa yang digunakan oleh perusahaan?

Bapak : Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya

Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya.

Fenny : Kemudian bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing?

Bapak : Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus

menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu.

Fenny : Oke. Kemudian bagaimana perusahaan mengkalkulasi resiko yang mungkin terjadi dalam proses marketing dalam bisnis ini?

Bapak : Jadi... Ehem.. di perusahaan kami memang memiliki pre dan after sales service yang sangat memuaskan ya to.. itu kan bukan dari omongan kita tapi dari omongan dari klien ya dari customer kita, kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya.

Kemudian aa.. kami tidak pernah membuka perhitungan, ya toh, design aa.. yang detail ya to selama belum ada tandatangan kontrak kerja sama atau belum ada PO, ya itu untuk apa, itu strateginya kesana ya. Jadi ketika klien kami berkonsultasi sebelum adanya PO ya to, maka kita akan mengirimkan ya.. kita akan diskus lah, gitu lho kita akan diskus itu dalam garis besarnya ya, kita akan memberikan saran, report ya to tapi tidak aa... istilahnya detail detailnya, ya setelah itu PO baru kita akan kasih detailnya. Karena itu kan merupakan rahasia perusahaan ya.

Fenny : Oh ok.. Kemudian bagaimana proses analisa data atau informasi yang kemudian dirubah menjadi strategi dalam perusahaan?

Bapak : Eee Seperti yang tadi saya katakan, kita dapat data ya to, kemudian itu akan dianalisis datanya ya to, itu dikerjakan di bagian development ya. Kemudian akan kita tentukan ya to, eee dari analisisnya tersebut kita akan menentukan strategi apa sih yang akan kita eee laksanakan, ya kita olah dari data tersebut ya, makanya kalau datanya salah, ya outputnya pasti salah, makanya paling utama adalah bagian intelijennya, kemudian dari situ akan kita diskusikan dengan bagian training, kemudian bagian training akan menyiapkan materi pelatihan yang sesuai untuk penerapan strategi tersebut, baik itu di marketingnya maupun di operasionalnya,

Fenny : Berarti yang bagian bawah itu sudah menerima strategi dengan apa.. detail yang lebih sederhana, yang lebih mudah dipahami oleh mereka, begitukah pak?

Bapak : Betul.. jadi kita.., ya mereka bisa memahami dengan lebih mudah.

Fenny : Ya, oke. Kemudian bagaimana positioning perusahaan selama ini untuk memuaskan para pelanggan?

Bapak : Jadi untuk memuaskan para pelanggan, ya kita eee istilahnya apa ya, after sales servisnya yang bagus ya.

Fenny : He'em.

Bapak : Positionnya ya kita benar-benar aa.. apa istilahnya aa.. memberikan pelayanan yang memuaskan ya, dengan hasil produksi atau jasa yang berkualitas.

Fenny : Oke. Kemudian Produk atau jasa seperti apa yang selama ini ditawarkan oleh perusahaan kepada para pelanggan?

Bapak : Jadi... yang kita tawarkan ke pelanggan yaitu adalah ya kita bergerak ke lebih ke arah bidang engineering, ya produknya ya produk dan jasanya adalah produk, jasa

dalam bidang engineering, manufaktur ya sparepart-sparepart ya to, kita juga eee apa orang butuh aa.. mesin, butuh modifikasi, kita juga melakukan itu.

Fenny : Ok... Kemudian bagaimana cara memasarkan produk atau jasa tersebut selama ini?

Bapak : Jadi.. ehm.. ya kita ada sih ada lewat catalog ada ya to, tapi aaaa lebih, sebetulnya itu kita itu lebih ke arah apa ya, lebih ke arah aaa dapat informasi dari aaaa intelijen kita di bidang development.. oo pabrik itu bagus lha kita datang apa.. datang kesana door to door lah istilahnya untuk eee melakukan pendekatan agar bisa masuk arahnya lebih ke sana, dengan kita membawa catalog, jadi kita nggak kemudian nyebar catalog sebanyak-banyaknya gitu.

Fenny : He'em.

Bapak : Karena memang kita apa istilahnya aa.. sangat membatasi customer kita, jadi customer kita adalah customer yang bonafit, ee istilahnya yang mementingkan kualitas kan kebanyakan perusahaan kan nggak begitu, banyak yang ah yang penting saya beli yang murah ya to, nggak peduli sama kualitas, nah kita membatasi ke arah sana, jadi.. ya lebih kearah inilah.

Fenny : Oke. Kemudian bagaimana cara menetapkan harga untuk produk atau jasa yang ditawarkan selama ini?

Bapak : Jadi.. ehem.. ya, kita.. menerapkan aaa pricing itu berdasarkan kualitas ya kita kualitas produk dan kualitas jasa yang diberikan ya. Jadi terus terang mungkin kalo ini apa.. kok ee.. keliatannya mahal tapi sebetulnya murah. Contohnya, misalnya orang membeli... aa... sparepart dari A yang harganya mungkin aaaa 20 persen atau 25 persen lebih murah dari kami.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi umurnya paling dipakai 3 bulan rusak sedangkan mereka beli dengan kita itu mungkin bisa sampe 2-3 tahun nggak ada masalah. Itu jadi sebenarnya kalau dilihat nominalnya betul kelihatannya lebih tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi kalau dilihat dari umur pakainya, lifetimenya sebetulnya harga kita sebenarnya jauh lebih murah.

Fenny : Hmm. Oke. Kemudian apakah perusahaan menggunakan strategi harga? Jika ya, strategi yang seperti apa yang diterapkan oleh perusahaan?

Bapak : Hee.. (sedikit tertawa) kami tidak pernah menerapkan istilahnya banting-banting harga ya, kami tetap konsisten dengan kualitas, iya toh, eee kita tidak pernah menurunkan kualitas produk ya to, ya kita kualitasnya seperti ini ya harganya seperti ini gitu, jadi kita nggak kemudian oo.. competitor kita berani diskon sekian kita ngikutin, kita nggak kesana.

Fenny : Ooh... ok.. Kemudian metode promosi seperti apa yang selama ini digunakan oleh perusahaan?

Bapak : Ya... kebanyakan sih promosinya itu ya dari.. apa ya ee.. justru dari klien-klien kami sendiri gitu lho, dari customer-customer kami.. ya to, ee.. kami datang ke perusahaan baru ya to.. kemudian kami memberikan catalog, kami memberikan data.. ee.. list ini lho customer kami yang pernah ini... anda bisa hubungi klien kami, bisa tanya ya to, seperti apa sih kami itu loh. Jadi istilahnya lebih kearah ee... ya dari mulut ke mulut lah words of mouth ya he'em

Fenny : Oke. Aa.. Bagaimana dengan lokasi perusahaan apakah perusahaan ini memiliki lokasi yang dekat dengan customer atau dekat dengan bahan baku? Kemudian apa yang mendasari pemilihan lokasi tersebut?

Bapak : Kalau lokasi karena kita... istilahnya bising ya to

Fenny : He'em..

Bapak : Pasti kita cari yang di area... apa.. bukan di pemukiman ya di area industry gitu lho.. jadi pertimbangannya ke sana, jadi nggak mengganggu, kemudian untuk daya listriknya segala macamnya kan sudah tersedia ya. Karena ya terus terang untuk seperti ini kan kita perlu area yang cukup luas gitu ya. Kira-kira kesana, jadi kita mengarahkan ke... ke memang yang memang apa, ee... yang sesuai dengan lokasinya ya, ke industry.

Fenny : Ya. Kemudian apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menjalin dan menjaga hubungan dengan pelanggan baik pelanggan baru atau pun pelanggan lama?

Bapak : Ya... Kita selalu... memberikan reminder-lah, kepada... ee.. pelanggan-pelanggan kita, misalnya mengenai oh.. mungkin apa.. mereka sudah waktunya untuk apa, servis, ya toh. Kemudian kita juga melakukan kunjungan-kunjungan, ya toh. Discuss, mungkin ada yang apa.. perlu.. apa kami bantu gitu lho. Jadi ee.. dengan adanya program kunjungan-kunjungan, kita memang ee.. apa istilahnya menjalin itu apa ya.. ee.. hubungan dengan klien itu ya.. dengan kita sering melakukan kunjungan-kunjungan ke.. ke klien kami walaupun mungkin klien kami pada saat itu tidak atau belum memerlukan kami, kami tetap datang bersay hello, ya kira-kira kesana.

Fenny : Oke. Kemudian bagaimana cara perusahaan melindungi rahasia perusahaan dari pesaing?

Bapak : ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

Fenny : He'em

Bapak : Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa.

Fenny : He'em



Bapak : Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa.

Fenny : Oh gitu...

Bapak : Kita spesialisasi untuk keahlian ya. Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik, skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho. Nggak dapat semua, gitu loh. Kemudian untuk di office sendiri ya... semua computer di office semua terproteksi.

Fenny : Oooh..

Bapak : Jadi tidak aa.. kita sangat menjaga **rahasia** klien kami juga, customer kami juga ya to

Fenny : He'em

Bapak : Jadi data-data teknis segala macam kan mereka klien kami kan juga punya competitor.

Fenny : Oh.. ya ya ya...

Bapak : Ya, jadi kita jaga ya to, yang bisa membuka atau yang bisa mengambil data cuma level deputy director ke atas.

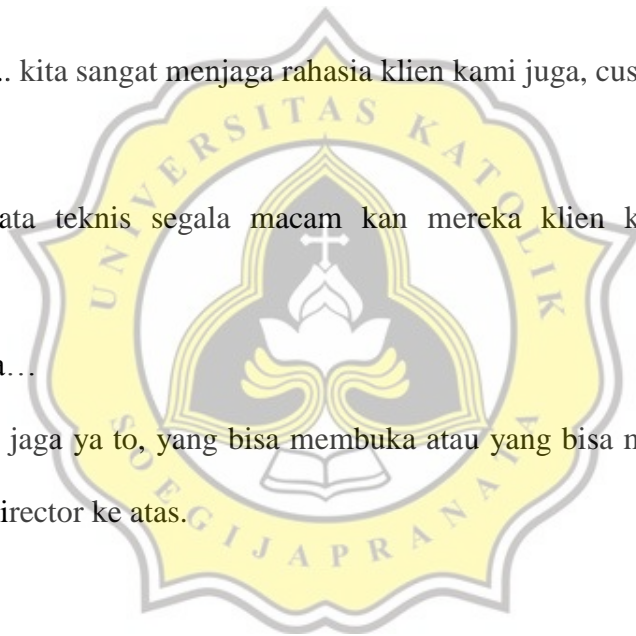
Fenny : Oh.. ya

Bapak : Selain itu nggak bisa, ya.. kita protects semuanya.

Fenny : Oh.. ya.., Kemudian Bagaimana cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar? Bagaimana perusahaan mengecoh pesaing? Dan kalau memungkinkan bagaimana cara perusahaan mengubah dari pesaing menjadi rekan kerja?

Bapak : Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.



Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana.

Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukkan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka.

Fenny : Oh ya.

Bapak : Ya, kira-kira itu.

Fenny : ee... kemudian bagaimana cara untuk mengubah pesaing menjadi rekan kerja?

Bapak : eemm...

Fenny : Apakah itu dilakukan?

Bapak : Kita.. kadang kita lihat kalau ee.. kira-kira.. apa istilahnya.. tidak selalu, tapi ada ee.. beberapa yang kita lakukan juga ee.. kita dengan cara melakukan subcon

Fenny : Oh.

Bapak : Ya, ada pekerjaan yang kita dapat tendernya

Fenny : He'em

Bapak : Dan kita memang... apa... ee... ehem.. karena deadline nya yang penuh, dan kita sudah tahu bahwa kompetitor kita itu juga mampu mengerjakan... dengan kualitas yang cukup bagus, dan dia punya attitude yang baik, ya kita akan bagi ke mereka, sehingga kita sama-sama bisa apa.. sama-sama hiduplah gitu.

Fenny : Oh.. ok.. ya, kemudian bagaimana cara perusahaan merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan?

Bapak : eemm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan.

Fenny : Oh, oke. Ee... apakah Anda mengetahui tentang strategi Sun Tzu? Jika iya, apakah strategi tersebut Anda terapkan dalam penyusunan strategi pemasaran dalam perusahaan ini?

Bapak : Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to

Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana.

Fenny : Oh ya. Lalu kenapa kenapa perusahaan ini memilih strategi pemasaran seperti yang telah berjalan saat ini?

Bapak : Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya,

istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting.

Fenny : Oh.. ya... apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai dan dapat ditingkatkan lagi?

Bapak : Yah... kalau menurut kita sih udah tepat, ya... tapi ya kita makanya kita selalu kreatif lah, orang-orang di kita itu.. selalu kita tekankan untuk kreatif,

Fenny : He'em

Bapak : Inovatif ya to... terus selalu harus improvement, harus update teknologi, update berita, update apa.. gitu lho.. intinya disana gitu.

Fenny : Ooo..

Bapak : Ya kalau sistemnya sih udah tepat

Fenny : He'em

Bapak : Tinggal dalam aplikasinya kan... dari karyawan-karyawan itu kan harus selalu kreatif, kita rekrut orang-orang yang kreatif, inovatif gitu. Jadi nggak yang lelet, yang nggak... malas-malasan gitu.

Fenny : Oh.. ya ya ya... Ok, terima kasih pak untuk waktunya.

Bapak : Oke sama-sama ya.

Fenny : mari pak.



## Transcript Interview with The Director of PT X

Fenny : Eee Selamat pagi, pak.

Bapak : Selamat Pagi.

Fenny : Seperti yang telah saya sampaikan sebelumnya, saya datang ke sini untuk melakukan interview, eee sudah siap pak untuk di interview?

Bapak : Siap.

Fenny : Ok... ya, ee... pertama yang mau saya tanyakan adalah Pada tahun berpakah PT ini mulai berdiri, pak?

Bapak : Perusahaan ini berdiri pada tahun 2005.

Fenny : Oh ya, terus pada Pada mulanya PT ini nih sebenarnya memulai dari mengerjakan bisnis apa sih pak? Terus bagaimana perkembangan sampai ee... dengan perkembangan yang saat ini?

Bapak : Pada tahun 2005 perusahaan ini bergerak di bidang usaha studio dubbing dan editing, namun dalam perkembangannya kurang bagus sehingga pada tahun 2009 akhirnya perusahaan memperluas area cakupan bisnisnya dengan merambah di bidang engineering.

Fenny : Kemudian ee... apa sih yang menjadi keunggulan atau kekuatan dan kelemahan dari perusahaan ini?

Bapak : Keunggulannya dari perusahaan kita adalah customer satisfaction atas pelayanan yang baik.

Fenny : Kemudian apa yang apa yang menjadi visi dan misi..

Bapak : Kelemahan..

Fenny : Oh iya. Kelemahannya pak?



Bapak : Kelemahannya kita hanya melayani customer-customer dengan standart yang tinggi sehingga pangsa pasar kita terbatas, rata-rata hanya perusahaan PMA. Karena kita tidak pernah menurunkan kualitas.

Fenny : Ooh... ok, kemudian apa yang menjadi visi dan misi dari perusahaan ini, pak?

Bapak : Yang menjadi visi dan misi perusahaan kita adalah... visi menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Misinya menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik dan tepat waktu.

Fenny : Baik, kemudian seperti apa sih struktur organisasi perusahaan ini yang telah berjalan selama ini?

Bapak : Strukturnya... adalah pertama komisaris, dibawah komisaris ada direktur

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Direktur membidangi... eee... Deputy director operational, Deputy director marketing and training development, deputy director general support, deputy director finance and administration. Deputy director operational itu membawahi production dan QC. Deputy director marketing and training development membidangi marketing dan Training development. Deputy director general support membidangi logistic dan hrd. Deputy director finance and administration membidangi Accounting dan Purchasing.

Fenny : Oh... Kemudian bagaimana cara sih PT X untuk mendapatkan loyalitas dari para karyawannya? Eh maksudnya dari Perusahaan ini untuk mendapatkan loyalitas dari para karyawannya.

Bapak : Perusahaan ini membangun loyalitas dan kedisiplinan para karyawan dengan menerapkan sistem reward and punishment. Perusahaan kami secara konsisten memberikan reward kepada para karyawan yang berprestasi dan dapat mencapai

target yang telah kami berikan. Bentuk dari reward yang kami berikan juga berbeda-beda dari waktu ke waktu. Dengan sistem reward dan punishment.

Fenny : Kemudian segmentasi pasar seperti apa yang menjadi focus dari perusahaan ini? Dan dasar segmentasi seperti apa yang digunakan?

Bapak : Ini ada kesalahan dalam list pertanyaannya kah? (sedikit berbisik untuk konfirmasi dengan pedoman wawancara yang telah dikirim sebelumnya)

Fenny : (berbisik) Oh ya... maaf pak... Apa yang menjadi focus atau tujuan utama dalam perusahaan ini pak? Bagaimana cara perusahaan untuk mempertahankan focus tersebut dan bagaimana penerapan dari focus tersebut dalam pemasaran?

Bapak : Yang menjadi focus kita adalah menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering yang berkualitas baik dan tepat waktu khususnya untuk perusahaan-perusahaan PMA. Untuk mempertahankan focus tersebut dengan menerapkan program 5R. Dan penerapan focus dalam pemasaran, marketing lebih difokuskan untuk membidik perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit.

Fenny: Kemudian ee... Segmentasi pasar seperti apa yang menjadi focus dari perusahaan ini? Dan dasar segmentasi apa yang digunakan oleh perusahaan ini?

Bapak : Yang menjadi segmentasinya... adalah Perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk. Yang menjadi Dasar segmentasi adalah... segmentasi pasar yang digunakan adalah behavior segmentation.

Fenny : Kemudian ee... Bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing?

Oh... sebentar-sebentar pak, maaf.

Aaa Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan ini selama ini?

Kenapa memilih criteria tersebut sebagai target market pak?

Maaf tadi pertanyaannya kelompatan.

Bapak : Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik. Alasan memilih criteria tersebut, karena perusahaan memang focus hanya membuat produk-produk yang berkualitas tinggi, tidak menjual produk KW. Sebagai contoh dipasaran selain ada produk original juga ada produk imitasi KW1, KW2, KW3 dst. Hal tersebut dapat dijumpai jika kita mencari suku cadang kendaraan.

Fenny : Ya... ee... kira-kira bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini, pak?

Bapak : karakteristik pasar dari perusahaan adalah Pasar B2B yang bisa menghargai kualitas dengan harga yang baik.

Fenny : Ooh... kemudian bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing?

Bapak : Dengan adanya bagian development and training yang merupakan intelligent perusahaan, bagian tersebut bertugas mencari dan mengumpulkan informasi tentang calon customers dan juga competitors kemudian menganalisa dan melakukan training ke orang-orang marketing.

Fenny : Emmm kira-kira bagaimana perusahaan mengkalkulasi resiko dalam proses marketing pada bisnis?

Bapak : Perusahaan tidak pernah memberikan detail gambar dan detail spesifikasi kepada customer sebelum kontrak di tandatangani, yang dilampirkan dalam penawaran hanya garis besarnya saja.

Fenny : Ooh... ee... Kemudian bagaimana proses analisa data atau informasi kemudian merubahnya menjadi strategi dalam perusahaan?

Bapak : Analisa data atau informasi diolah oleh bagian development, kemudian hasil pengolahan data yang berupa strategi akan di trainingkan ke bagian operational yaitu marketing, produksi dan QC.

Fenny : Bagaimana positioning perusahaan selama ini untuk memuaskan para pelanggan?

Bapak : Pelanggan puas dengan pelayanan dan dibuktikan dengan adanya repeat order dari para customer selama bertahun-tahun.

Fenny : Produk atau jasa seperti apa sih yang selama ini ditawarkan oleh perusahaan kepada para pelanggannya?

Bapak : Perusahaan ini menjual mesin industry dan sparepart mesin industry dan melayani jasa perbaikan mesin industry.

Fenny : Oh.. begitu... Kemudian bagaimana cara memasarkan produk atau jasa tersebut selama ini, pak?

Bapak : Door to door atas arahan dari bagian development tentang perusahaan yang akan dituju. Words of Mouth, berdasarkan referensi dari para pelanggan yang puas.

Fenny : Oh, oke oke... Kemudian bagaimana cara menetapkan harga untuk produk/ jasa yang anda tawarkan selama ini?

Bapak : Harga ditetapkan berdasarkan kualitas produk.

Fenny : aa... apakah anda menggunakan strategi harga? Jika ya, strategi yang seperti apa yang diterapkan oleh perusahaan anda?

Bapak : Tidak, kita sangat menjaga harga pasar produk berdasarkan kualitas produk.

Fenny : oh... ya ya ya... jadi lebih.. lebih berfokus pada kualitas ketimbang harga.

Bapak : betul.

Fenny : Oh.. ok, terimakasih pak. Kemudian metode promosi seperti apa yang selama ini digunakan oleh perusahaan?

Bapak : Promosinya dengan menjual dan menjaga kualitas produk sehingga customer justru mempromosikan kita dari mulut ke mulut ke orang lain atau ke perusahaan lain.

Fenny : Oh, kemudian apa yang mendasari pemilihan lokasi, apakah perusahaan ini memiliki lokasi yang dekat dengan customer atau dekat dengan bahan baku? Kemudian kalau... ee... itu... apa yang menjadi alasan yang mendasari pemilihan lokasi tersebut?

Bapak : Hal yang menjadi focus utama dalam pemilihan lokasi pabrik adalah berada jauh dari rumah penduduk karena aktivitas yang dilakukan oleh pabrik menimbulkan polusi suara yang dapat mengganggu warga sekitar. Selain itu, lahan yang luas juga dibutuhkan untuk menjadi working area dalam bisnis ini.

Fenny : Oh begitu ya pak. Kemudian apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menjalin dan menjaga hubungan dengan pelanggan baik pelanggan baru maupun pelanggan lama?

Bapak : Pertama dengan melakukan after sales services dengan baik. Responsible terhadap keluhan customer (cepat dan tanggap ya). Sehingga kita juga sering berkomunikasi dengan para pelanggan dan mengingatkan jadwal services mesin bagi para pelanggan.

Fenny: Ooo... ok, kemudian bagaimana cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar? Bagaimana cara perusahaan juga untuk mengecoh para pesaing? Dan kalau memungkinkan bagaimana cara perusahaan untuk mengubah dari pesaing menjadi rekan kerja?

Oh... maaf pak, kelewatan satu pertanyaan (sambil membaca ulang list pertanyaan)

Bagaimana cara perusahaan melindungi rahasia perusahaan dari pesaing?

Bapak : Cara kita melindungi rahasia perusahaan dari pesaing yaitu dengan memprotect seluruh computer di perusahaan, hanya deputy director ke atas yang memiliki akses untuk membuka dan mengambil data. Yang kedua dengan menerapkan spesialisasi karyawan di bidang masing-masing, 1 karyawan hanya dapat mengakses 1 bidang pekerjaan saja.

Fenny : Oke. Maaf ya pak, tadi pertanyaan kelompatan. Sekarang pertanyaan yang sebelumnya saya tanyakan. Bagaimana cara perusahaan memenangkan persaingan di

pasar? Kemudian bagaimana ee... cara perusahaan ini untuk mengecoh pesaing dalam persaingan di pasar? Dan bagaimana kalau memungkinkan ini... bagaimana cara perusahaan untuk mengubah dari yang tadinya pesaing menjadi ee... rekan kerja?

Bapak : Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru. Cara mengubah pesaing menjadi rekan kerja ya.. itu dengan memberikan sub kontrak kerja.

Fenny : Oh oke. Kemudian bagaimana cara perusahaan merubah situasi dari yang tadinya kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan?

Bapak : Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari competitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita.

Fenny : Oke. Kemudian Apakah Anda mengetahui tentang strategi Sun Tzu? Jika iya, apakah strategi tersebut Anda terapkan dalam penyusunan dalam strategi pemasaran perusahaan ini?

Bapak : Ya. strategi tersebut kami terapkan dalam perusahaan ini.

Fenny : Bagaimana proses penyusunan strategi pemasaran tersebut?

Bapak : Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor

dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor.

Fenny : Oh ya, berarti aa... kaya ee... survey terlebih dahulu itu sangat... sangat diutamakan dalam perusahaan ini ya pak?

Bapak : Oh ya, jelas

Fenny : Ok. Kemudian Kenapa perusahaan ini memilih strategi pemasaran seperti yang telah berjalan saat ini, pak?

Bapak : karena dengan mempelajari... customer dan supplier, competitor maka kita dapat melakukan pemetaan yang jelas sehingga memudahkan kita untuk masuk menjadi supplier ke perusahaan tersebut atau tidak, karena jika kita salah masuk ke perusahaan yang karakternya tidak sesuai dengan focus kita maka hasilnya tidak akan maksimal dan akan banyak kendalanya.

Fenny : Oh begitu. Kemudian apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai pak?

Bapak : Sudah tepat.

Fenny : Oh iya ya. Terima kasih ya pak untuk waktunya.

Bapak : Ya, sama-sama Fenny.

Fenny : mari pak.

Bapak : Semoga sukses.

Fenny : Ya, terima kasih ya pak.

**Transcript Interview with the Deputy Director of Finance and Administration with coding**

Fenny : Selamat siang, Miss.

Miss : Oya, selamat siang Fenny.

Fenny : Seperti pemberitahuan saya sebelumnya. Saya mau menginterview Miss untuk keperluan penelitian dalam thesis saya.

Miss : Oya, boleh-boleh.

Fenny : Mari kita mulai wawancaranya ya miss.

Miss : He'em.

Fenny : Pada tahun berapakah perusahaan ini berdiri, miss.

Miss : Perusahaan kita ini berdiri pada tahun 2005.

Fenny : Pada mulanya perusahaan ini mengerjakan bisnis di bidang apa saja dan bagaimana perkembangan proses bisnis pada perusahaan ini?

Miss : Jadi begini, awalnya perusahaan kita ini bergerak dalam bidang dubbing dan editing tapi kemudian pada tahun 2009 kita mulai ekspansi atau kita mulai mengembangkan bisnis kita ini ke bidang engineering.

Fenny : Oh jauh sekali ya Miss.

Miss : Iya.

Fenny : Apa yang menjadi keunggulan atau kekuatan serta kekurangan dari perusahaan ini,

Miss?

Miss : Kita ini sangat.. Keunggulan kami ini sangat unggul dalam after sales services kalau customer kita bilang puas dengan servis kami ini. Kemudian mereka ini akan melakukan repeat order. Karena mereka ini kalau menghubungi kami sangat mudah kalau mereka mau transaksi atau mereka mau servis alat mereka. Jika mereka mau membeli produk kami pun kami akan dengan sangat bahagia melayani.

**Commented [P1]:** 3<sup>rd</sup> principle: survival drives victory, survival is the ultimate objective of every enterprise, strategic turns change the course of history

**Commented [P2]:** 7<sup>th</sup> principle: maneuver (retreat)

**Commented [P3]:** 1<sup>st</sup> principle: their business

**Commented [P4]:** 1<sup>st</sup> principle: what the customers thinks about the products and services

**Commented [P5]:** 2<sup>nd</sup> principle: strength

**Commented [P6]:** 1<sup>st</sup> principle: the benefits company offer to the customers

**Commented [P7]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on concentrating (quality of service and product)

**Commented [P8]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, do not waste energy

**Commented [P9]:** 7<sup>th</sup> principle: leverage opportunities (mutual leverage)

**Commented [P10]:** 1<sup>st</sup> principle: why customers prefer this company products and services

**Commented [P11]:** 5<sup>th</sup> principle: determine your priorities (preference)

**Commented [P12]:** 3<sup>rd</sup> principle: fight and find out, let the market tell you what to do



Lalu kalau kekurangannya atau kelemahannya adalah jumlah klien kami ini terbatas ya, karena kami itu sebenarnya cenderung memilih untuk melayani klien-klien yang mengutamakan mutu serta kualitas barang dan jasa.

**Commented [P13]:** 2<sup>nd</sup> principle: weaknesses

Fenny : Kemudian apa yang menjadi misi dan visi dari perusahaan ini?

**Commented [P14]:** 2<sup>nd</sup> principle: doctrine

**Commented [P15]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on concentrating (quality)

**Commented [P16]:** 9<sup>th</sup> principle: choose your battles, do not waste energy, be efficient

**Commented [P17]:** 1<sup>st</sup> principle: their target customers, the benefits which company offer to the customers

**Commented [P18]:** 7<sup>th</sup> principle: indirect approach, reinforce strength; minimize weakness

Miss : Visi kami ini tu untuk menjadi perusahaan engineering yang terpercaya, handal, dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Lalu kalau untuk misi kami ini, kami ini ingin menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik serta tepat waktu.

**Commented [P19]:** 2<sup>nd</sup> principle: moral influence from vision and mission become strong moral foundation for the company

**Commented [P20]:** Their focus

**Commented [P21]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources

**Commented [P22]:** 10<sup>th</sup> principle: The mission oriented command system, communicate clearly

**Commented [P23]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim, the objective are clearly defined, decisive, attainable, clearly communicated

**Commented [P24]:** 7<sup>th</sup> principle: think big; work small

Fenny : Kemudian seperti apa struktur organisasi dari perusahaan ini?

Miss : eem.. Jadi gini dipaling atas itu kita punya Komisaris ya, dibawah Komisaris kita punya Direktur nah lalu dibawah Direktur ini kita punya 4 bagian lainnya yaitu Deputy Director Operasional, Deputy Director Marketing Training and Development, lalu Deputy Director General Support dan yang terakhir Deputy Director Finance and Administration.

Nah lalu dibawah Deputy Director Operasional kita ini punya Production dan Quality Control atau QC.

Lalu dibawah Deputy Director Marketing Training and Development kita ini punya Marketing dan Training... Training Development.

Lalu dibawah Deputy General Support kita ini punya Logistik dan HRD.

Nah yang terakhir dibawah Deputy Director Finance and Administration kita punya Accounting dan Purchasing.

**Commented [P25]:** 10<sup>th</sup> principle: command structure

Fenny : Kemudian bagaimana cara perusahaan ini untuk mendapatkan loyalitas dari para karyawan?

Miss : Kita itu selalu menanamkan hubungan kekeluargaan dalam perusahaan ini. Baik antar sesama karyawan maupun antara karyawan dan perusahaannya, salah satu upaya

perusahaan untuk mensupport keluarga dari karyawan-karyawan kami adalah dengan memberikan reward dan dukungan dalam bidang akademik karyawan-karyawan kami yang memiliki prestasi disekolahnya ya

**Commented [P26]:** 2<sup>nd</sup> principle: terrain (about people), doctrine

aa.. Lalu kalau misalnya ada karyawan kami yang mencapai target atau bahkan melebihi target tersebut, perusahaan kami pastinya memberikan reward biasanya seperti berupa insentif ya kepada mereka.

**Commented [P27]:** 2<sup>nd</sup> principle: people

Fenny : aa.. yang tadi prestasinya akademik itu karyawannya atau anggota keluarganya ya Miss?

Miss : Anggota keluarganya dong.

Fenny : TIDAK JELAS ADA CAMPUR TERTAWA (Kirain ada yang masih sekolah gitu karyawannya)

Miss : eemm... ya kalau misalkan mereka memang berprestasi, dan mereka ingin melanjutkan sekolahnya mereka punya potensi gitu, misalnya untuk ee... dari tadinya D3 mau S1 atau S1 ke S2 pasti kami juga support kalau memang mereka menunjukkan potensi tersebut.

**Commented [P28]:** 2<sup>nd</sup> principle: people, commander

Fenny : Oh.. ok

Miss : Selain itu ya perusahaan kami juga menjamin keselamatan kerja karyawannya dengan memberikan fasilitas penunjang em.. untuk me

Emm alat-alat penunjang ini juga kami pastikan selalu dalam kondisi prima makanya kita memperbaharui fasilitas penunjang ini secara berkala. Eee selain itu selain ini juga kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS. Begitu.

**Commented [P29]:** 2<sup>nd</sup> principle: weather (government)

**Commented [P30]:** 9<sup>th</sup> principle: build internal strength, assess accurately where you employ your resources, handling internal conflicts

**Commented [P31]:** 2<sup>nd</sup> principle: people

**Commented [P32]:** 8<sup>th</sup> principle: building winning teamwork, concentrate on concentrating (human resources)

**Commented [P33]:** 11<sup>th</sup> principle: be professional; be human, earn internal loyalty, combine leadership strength with management strength

**Commented [P34]:** 10<sup>th</sup> principle: build morale

Fenny : Apa yang menjadi focus atau tujuan utama perusahaan ini? Dan bagaimana perusahaan mempertahankan focus tersebut? Bagaimana penerapan focus tersebut dalam pemasaran?

Miss : Ee jadi focus kami dalam menjalankan perusahaan ini, itu untuk memberikan jasa dan menghasilkan produk engineering yang berkualitas dan memenuhi standard PMA yang bonafit.

Lalu untuk mendukung focus perusahaan tersebut kami menerapkan program 5 R. Selain itu para tim marketing kita juga memiliki focus target konsumen perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Kemudian ee segmentasi pasar seperti apa sih yang menjadi focus dari perusahaan ini? Dan dasar dari segmentasi seperti apa yang digunakan oleh perusahaan ini?

Miss : Dasar segmentasi yang kami gunakan itu adalah segmentasi behavior. Perusahaan kami ini memilih pelanggan-pelanggan B2B yang rata-rata adalah PMA yang dimana mereka ini sangat mementingkan kualitas produknya.

Fenny : Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Miss : Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik.

Hal ini tu sesuai dengan prinsip perusahaan kami yaitu kami hanya mau memproduksi produk-produk dengan jaminan kualitas terbaik.

Fenny : Bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Miss : ee.. Karakteristik dari market kami sangat dinamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu. Eh tapi jangan khawatir kita ini selalu ee... kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami.

**Commented [P35]:** Their focus

**Commented [P36]:** 1<sup>st</sup> principle: decided who is their customers and how to serve them

**Commented [P37]:** 2<sup>nd</sup> principle: moral influence and doctrine

**Commented [P38]:** 10<sup>th</sup> principle: build morale

**Commented [P39]:** 1<sup>st</sup> principle: the company target customers

**Commented [P40]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on concentrating

**Commented [P41]:** 10<sup>th</sup> principle: the mission oriented command system

**Commented [P42]:** 9<sup>th</sup> principle: choose your battles

**Commented [P43]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on concentrating (quality and customers)

**Commented [P44]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P45]:** 1<sup>st</sup> principle: how to decided the customers

**Commented [P46]:** 1<sup>st</sup> principle: who they are (target customers)

**Commented [P47]:** 1<sup>st</sup> principle: what they want\*

**Commented [P48]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market and what they want

**Commented [P49]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market

**Commented [P50]:** 1<sup>st</sup> principle: target customers

**Commented [P51]:** 8<sup>th</sup> principle: concentration on concentrating (quality)

**Commented [P52]:** 1<sup>st</sup> principle: why customers prefer this company products and services

**Commented [P53]:** 5<sup>th</sup> principle: determine your priorities (preference), go for a breakthrough (use the normal to engage, the extraordinary to win)

**Commented [P54]:** 4<sup>th</sup> principle: occupy a position that cannot easily be taken by your opponents

**Commented [P55]:** 1<sup>st</sup> principle: what they want, their preference for this company products and services

**Commented [P56]:** 11<sup>th</sup> principle: focus on what the customer wants and needs

**Commented [P57]:** 10<sup>th</sup> principle: play the fundamentals, communicate clearly

**Commented [P58]:** 9<sup>th</sup> principle: choose your battle, do not waste energy

**Commented [P59]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate strength against weakness

**Commented [P60]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim, strategy before tactics

**Commented [P61]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market

Fenny : Bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing?

Miss : Ee kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpun dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggak-nunggak terus gitu. Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu.

Fenny : Ee kemudian Bagaimana perusahaan mengkalkulasi resiko dalam proses marketing pada bisnis ini?

Miss : Kalau dalam proses konsultasi perusahaan hanya memberikan beberapa saran mengenai ee tindakan untuk penanganan masalah yang sifatnya umum aja sie, jadi kita nggak begitu ngasih detailnya, nanti kalau misalnya mereka ingin tahu detailnya lebih lanjut itu setelah ada tanda tangan kontrak kerja sama gitu.

Fenny : Bagaimana proses analisa data atau informasi kemudian bagaimana merubah data atau analisa tersebut menjadi strategi dalam perusahaan?

**Commented [P62]:** 2<sup>nd</sup> principle: study the signals, match personal observation with formal research, learn from the experience of others, prepare a competitive analysis

**Commented [P63]:** 8<sup>th</sup> principle: concentration of advertising

**Commented [P64]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market as well as know yourself, information processing systems, analyze SWOT, good research is critical, knowledge is marketing power

**Commented [P65]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P66]:** 10<sup>th</sup> principle: back to basics

**Commented [P67]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, do not waste energy, choose your battle, be efficient

**Commented [P68]:** 3<sup>rd</sup> principle: use data to plan for overwhelming advantages

**Commented [P69]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secret

**Commented [P70]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P71]:** 10<sup>th</sup> principle: back to basics

**Commented [P72]:** 3<sup>rd</sup> principle: take calculated risks

Miss : Jadi Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait, kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah, kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan.

**Commented [P73]:** 2<sup>nd</sup> principle: make a thorough assessment

**Commented [P74]:** 2<sup>nd</sup> principle: prepare a competitive analysis

Fenny : Oh.. ok, berarti ketika diturunkan ke per bagian itu sudah bentuk strategi per bagian gitu ya, jadi bukan keseluruhan?

**Commented [P75]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secrets

**Commented [P76]:** 11<sup>th</sup> principle: combine leadership strength with management strength, beware of your blind spots

**Commented [P77]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P78]:** 10<sup>th</sup> principle: back to basics and play the fundamentals, communicate clearly

**Commented [P79]:** 9<sup>th</sup> principle: do not waste energy, handling internal conflicts, build internal strength, assess accurately where you employ your resources

**Commented [P80]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on simplicity, performance and quality

**Commented [P81]:** 2<sup>nd</sup> principle: information processing systems

Miss : Iya, betul-betul.

Fenny : Bagaimana positioning perusahaan selama ini untuk memuaskan para pelanggan?

Miss : Kami ini memposisikan diri kami ini sebagai perusahaan engineering yang tidak hanya memproduksi produk-produk berkualitas tapi juga memberikan jasa pelayanan service dengan kualitas terbaik.

**Commented [P82]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate strength against weakness

**Commented [P83]:** 9<sup>th</sup> principle: choose your battles, do not waste energy

**Commented [P84]:** 2<sup>nd</sup> principle: terrain (positioning)

**Commented [P85]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P86]:** 1<sup>st</sup> principle: positioning, the company business

**Commented [P87]:** 1<sup>st</sup> principle: their business

Fenny : Produk atau jasa seperti apa yang selama ini ditawarkan oleh perusahaan kepada para pelanggan?

**Commented [P88]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P89]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on quality

**Commented [P90]:** 2<sup>nd</sup> principle: products

**Commented [P91]:** 1<sup>st</sup> principle: the benefits which company offer towards their customers and also the customer preference toward the company products and services

Miss : Ee Produk dan jasa yang selama ini di tawarkan yang kami tawarkan ini ee produk dan jasa dalam bidang engineering pastinya dengan kualitas dan standart tinggi yang sesuai dengan standart dari PMA.

Fenny : Bagaimana cara memasarkan produk atau jasa tersebut selama ini?

Miss : Jadi pertama-tama kami ini cetak catalog produk untuk dikirim ke pabrik-pabrik. Kemudian kita juga mengandalkan ee.. words of mouth ya, jadi customer lama kami yang sudah puas dengan servis kami, kami harapkan mereka dapat merekomendasikan produk kami ini ke rekan-rekan mereka, gitu. Ee kemudian kami juga punya telemarketing yang siap untuk memfollow-up para calon klien kami gitu.

**Commented [P92]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, do not waste energy, be efficient

**Commented [P93]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P94]:** 2<sup>nd</sup> principle: terrain (promotion and persuasion)

**Commented [P95]:** 8<sup>th</sup> principle: concentration of advertising

**Commented [P96]:** 8<sup>th</sup> principle: concentration of advertising

**Commented [P97]:** 3<sup>rd</sup> principle: strategy before tactics

Fenny : Bagaimana cara menetapkan harga untuk produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan selama ini?

Miss : Eem Harga untuk produk dan jasa yang kami tawarkan ini sesuai ya dengan standart dan kualitas produk yang konsumen kami inginkan. Misalnya mereka mau eem.. contohnya pakai bahannya apa, atau mau ada fitur tambah atau fitur kurang, itu kami akan menyesuaikan harganya. Dengan catatan kami akan mempertahankan standard minimal ee dari ee perusahaan kami. Untuk selalu memastikan bahwa customer satisfaction itu nomor satu.

Fenny : Oke. Kemudian apakah perusahaan ini menggunakan strategi harga? Jika ya, strategi yang seperti apa yang diterapkan oleh perusahaan ini?

Miss : eem.. nggak dong, kita nih nggak pernah menggunakan strategi harga ya karena yah itu udah bertentangan lah ya dengan visi dan misi dari perusahaan kami.

Fenny : Metode promosi seperti apa yang selama ini digunakan oleh perusahaan?

Miss : em.. metode promosi kami ini sebenarnya lebih cenderung kearah referensi dari customer lama ke customer baru, ee kita juga ada catalog ya dan tim telemarketing tadi. Ya hal ini karena kami hanya fokus mengerjakan pekerjaan dari kalangan konsumen tertentu saja, yang tadi sudah saya bilang lebih mengutamakan kualitas begitu.

Fenny : ee.. untuk soal lokasi nih, bagaimana dengan lokasi perusahaan, apakah perusahaan ini berada di lokasi yang dekat dengan customer atau dekat dengan bahan baku? Kemudian apa yang mendasari pemilihan lokasi tersebut?

Miss : ee.. jadi yang pertama-tama itu yang paling penting ini ee.. lokasi pabrik kami ini harus jauh dengan lokasi rumah penduduk ya. Ini mengingat aktivitas kami ini dapat menimbulkan polusi suara juga ya membuat penduduk jadi terganggu gitu ya, selain itu kita kan juga butuh area yang luas untuk area bekerja gitu.

**Commented [P98]:** 2<sup>nd</sup> principle: terrain (price)

**Commented [P99]:** 1<sup>st</sup> principle: why customers prefer this company products and services

**Commented [P100]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate strength against weakness, concentrate on quality

**Commented [P101]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P102]:** 10<sup>th</sup> principle: back to basics, play the fundamentals

**Commented [P103]:** 9<sup>th</sup> principle: be efficient, do not waste energy

**Commented [P104]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P105]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P106]:** 8<sup>th</sup> principle: concentration of advertising

**Commented [P107]:** 11<sup>th</sup> principle: earn customer loyalty

**Commented [P108]:** 9<sup>th</sup> principle: be efficient, assess accurately where you employ your resources, choose your battles

**Commented [P109]:** 2<sup>nd</sup> principle: terrain (promotion)

**Commented [P110]:** 7<sup>th</sup> principle: indirect approach

**Commented [P111]:** 2<sup>nd</sup> principle: weather (government)

**Commented [P112]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, be efficient

Fenny : Kemudian apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menjalin dan menjaga hubungan dengan pelanggan baik pelanggan baru atau pun pelanggan lama?

Miss : Ya kita ini mementingkan kepuasan konsumen kami dengan cara memberikan pre dan after sales service yang mereka sukai gitu, contohnya kita punya ee jasa konsultasi yang cepat tanggap, responsive terus kita juga ada pengecekan untuk barang-barang yang sudah mereka beli gitu, kita juga siap menampung masukan dan keluhan yang mereka punya gitu tentang produk kami.

Fenny : Bagaimana cara perusahaan melindungi rahasia perusahaan dari pesaing?

Miss : ee.. Pertama-tama tentunya kita memastikan karyawan itu nggak bisa mengakses semua data dalam perusahaan ya, caranya ini salah satunya tu dengan memprotect computer di perusahaan kami. Jadi kita protect computer kita ee.. karyawan kami nggak bisa langsung colok USB terus ambil data itu gak bisa. Jadi ada securitynya dulu. Terus selain itu kita juga menspesialisasi bidang pekerjaan ya untuk karyawan kami.

Fenny : Kemudian bagaimana cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar? Bagaimana juga cara perusahaan mengecoh pesaing? Atau bahkan jika mungkin bagaimana cara perusahaan mengubah pesaing menjadi rekan kerja?

Miss : em.. Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing- pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu. Emm kita sebenarnya seringkali tuh mengubah pesaing kita ini, kita tarik mereka untuk menjadi rekan kerja kita dengan memberikan sub kontrak kerja.

**Commented [P113]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on service and quality

**Commented [P114]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, build internal strength

**Commented [P115]:** 1<sup>st</sup> principle: why customer prefer this company products and services

**Commented [P116]:** 7<sup>th</sup> principle: leverage opportunities, indirect approach, think big; work small

**Commented [P117]:** 3<sup>rd</sup> principle: strategic initiative → concentration, customer value, competitive advantage

**Commented [P118]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market, know what they want

**Commented [P119]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secrets

**Commented [P120]:** 8<sup>th</sup> principle: building winning teamwork (speciality)

**Commented [P121]:** 9<sup>th</sup> principle: handling internal conflicts, do not waste energy

**Commented [P122]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate strength against weakness, concentrate on quality

**Commented [P123]:** 10<sup>th</sup> principle: back to basics, play the fundamentals

**Commented [P124]:** 9<sup>th</sup> principle: build internal strength

**Commented [P125]:** 7<sup>th</sup> principle: reinforce strength; minimize weakness

**Commented [P126]:** 4<sup>th</sup> principle: be invincible

**Commented [P127]:** 6<sup>th</sup> principle: secrecy is a partner of surprise, plan surprise, keep your opponent confused

**Commented [P128]:** 4<sup>th</sup> principle: the alliance

**Commented [P129]:** 3<sup>rd</sup> principle: do not underestimate, customer value, take calculated risk, use data to plan for overwhelming advantages

Fenny : Kemudian Bagaimana cara perusahaan merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan?

Miss : em.. itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi.

Fenny : Apakah Anda mengetahui tentang strategi Sun Tzu? Jika iya, apakah strategi tersebut Anda terapkan dalam penyusunan strategi pemasaran dalam perusahaan ini?

Miss : Iya iya. Kita menerapkan kok strategi Sun Tzu itu di perusahaan kami ini.

Fenny : Kalau boleh tahu, diterapkan dibagian mana ya?

Miss : Marketing dong pastinya.

**Commented [P130]:** 1<sup>st</sup> principle: why customers prefer this company products and services

**Commented [P131]:** 6<sup>th</sup> principle: keep your opponent confused, disrupt the mind and intrude into that disruption

**Commented [P132]:** 10<sup>th</sup> principle: back to basics, play the fundamentals

**Commented [P133]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, do not waste energy

**Commented [P134]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on quality, concentrate strength against weakness

**Commented [P135]:** 7<sup>th</sup> principle: indirect approach

**Commented [P136]:** 3<sup>rd</sup> principle: the supreme excellence is to win without fighting

**Commented [P137]:** 5<sup>th</sup> principle: enable momentum, use the normal to engage, the extraordinary to win, have tactical flexibility

**Commented [P138]:** 4<sup>th</sup> principle: occupy a position that cannot easily be taken by your opponents, the best defense is to plan a good offense



Fenny : Kemudian bagaimana proses penyusunan strategi marketing tersebut?

Miss : Emm Kita ini awalnya selalu melakukan screening ya terhadap calon customer yang akan kita jadikan target. Kemudian hal yang menjadi bahan pertimbangan dalam proses screening ini adalah reputasi perusahaan, kesehatan financial perusahaan, attitude perusahaan terhadap para supplier mereka tu gimana kita lihat. Eem.. selain itu kami juga mempelajari karakteristik para pesaing dan supplier yang telah melayani perusahaan itu terlebih dahulu. Ini tu merupakan ya salah satu lah komponen Sun Tzu yang sudah kami terapkan dan sedang berjalan.

Fenny : Kenapa Perusahaan memilih strategi pemasaran seperti yang telah berjalan saat ini?

Miss : Iya, dengan mempelajari pesaing dan konsumen, secara otomatis tuh perusahaan kami dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan. Selain itu kita juga bisa dengan mudah melakukan pemetaan ya apakah mereka tuh masuk kedalam kategori focus dalam tujuan marketing kita atau nggak.

Fenny : Kemudian apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai?

Miss : Kalau menurut saya sih, menurut kita itu sudah cukup tepat ya.

Fenny : Oke, terima kasih miss untuk waktunya.

Miss : Oya, sama-sama Fenny.

**Commented [P139]:** 1<sup>st</sup> principle: decided which people is our customers

**Commented [P140]:** 2<sup>nd</sup> principle: make a thorough assessment, good research is critical

**Commented [P141]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, choose your battles

**Commented [P142]:** 3<sup>rd</sup> principle: use data to plan for overwhelming advantages

**Commented [P143]:** 7<sup>th</sup> principle: reinforce strength; minimize weakness

**Commented [P144]:** 2<sup>nd</sup> principle: learn from the experience of others

**Commented [P145]:** 2<sup>nd</sup> principle: prepare a competitive analysis

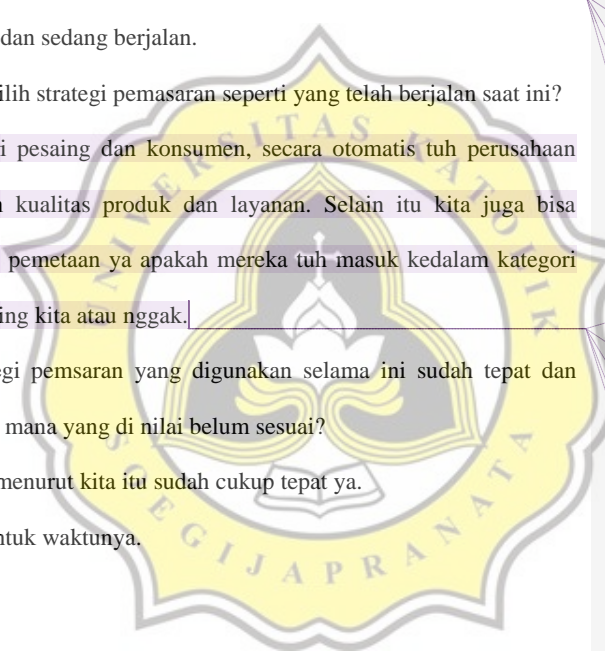
**Commented [P146]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources

**Commented [P147]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on concentrating target market

**Commented [P148]:** 3<sup>rd</sup> principle: use data to plan for overwhelming advantages

**Commented [P149]:** 7<sup>th</sup> principle: indirect approach

**Commented [P150]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market as well as know yourself, knowledge is marketing power



**Transcript Interview with the Deputy Director of Marketing, Training, and  
Development with coding**

Fenny : Selamat malam, Pak. Sesuai dengan yang saya ceritakan kemarin, hari ini saya datang untuk melakukan wawancara dengan bapak mengenai strategi marketing yang digunakan oleh perusahaan bapak.

Bapak : Ok, selamat sore juga. Eem kira-kira ada yang bisa dibantu?

Fenny : Emm, iya. Ini ada beberapa list pertanyaan, ee mohon dibantu untuk dijawab ya pak.  
Yang pertama, Pada tahun berapakah perusahaan ini berdiri?

Bapak : Eee, perusahaan ini berdiri sekitar tahun 2005 lah.

Fenny : Oh ya. Pada mulanya Perusahaan ini mengerjakan bisnis di bidang apa saja dan bagaimana proses perkembangan bisnis pada Perusahaan ini?

Bapak : Ee, awal mulanya, ee Perusahaan ini bergerak di bidang dubbing dan editing.

Fenny : Hmm.

Bapak : Kemudian sekitar pada tahun 2009 ya, itu mulai merambah ke bisnis di bidang engineering.

Fenny : Kemudian apa yang menjadi keunggulan atau kekuatan dari perusahaan ini dan kelemahannya?

Bapak : Ee, kita mulai dari keunggulan lah ya, keunggulannya ya.

Fenny : ya.

Bapak : Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan.

Fenny : Oke.

Bapak : Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah.

**Commented [P151]:** 3<sup>rd</sup> principle: strategic turns change the course of history

**Commented [P152]:** 7<sup>th</sup> principle: maneuvers (retreat)

**Commented [P153]:** 1<sup>st</sup> principle: their business

**Commented [P154]:** 3<sup>rd</sup> principle: customer value

**Commented [P155]:** 2<sup>nd</sup> principle: strength

**Commented [P156]:** 1<sup>st</sup> principle: what customer thinks about the company

**Commented [P157]:** 2<sup>nd</sup> principle: strength

**Commented [P158]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P159]:** 11<sup>th</sup> principle: earn customer loyalty

**Commented [P160]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, choose your battles, do not waste energy

**Commented [P161]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on concentrating services of quality

**Commented [P162]:** 7<sup>th</sup> principle: indirect approach, leverage opportunities

**Commented [P163]:** 5<sup>th</sup> principle: determine your priorities (preference)

**Commented [P164]:** 3<sup>rd</sup> principle: customer value

**Commented [P165]:** 1<sup>st</sup> principle: the benefits the company offer to their customers, why their customers prefer their products and services

Fenny : He'em.

Bapak : Kalau kelemahannya, kelemahannya eeeee, karena kita lebih mengutamakan eee di apa, kualitas dan pelayanan bagus, jadi kami tidak dapat memberikan harga yang harga yang lebih murah dibandingkan harga pasar.

Fenny : Ya.

Bapak : Yang pasti harga kami akan lebih baik tapi harga yang... harga kami yang lebih tinggi itu juga sebanding dengan kualitas dan pelayanan kami.

Fenny : Begitu ya.

Bapak : Karena kami selalu memakai bahan baku yang berkualitas.

Fenny : Hmm. Kemudian apa yang menjadi visi dan misi dari Perusahaan ini?

Bapak : Kalau visinya... ya menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan ya Asia Tenggara dan sekitarnya.

Fenny : Hmm.

Bapak : Kalau misinya ya menghasilkan produk atau barang dan jasa di bidang engineering dengan kualitas yang baik dan delivery time yang tepat waktu.

Fenny : Kemudian Seperti apa struktur organisasi yang ada di perusahaan ini?

Bapak : Struktur organisasi, bicara struktur organisasi pastinya paling tinggi adalah komisaris,

Fenny : He'em.

Bapak : Kemudian dibawahnya ada direktur.

Fenny : He'em.

Bapak : Kemudian dari direktur tadi dipecah ada empat bagian yaitu, direktur dibantu oleh empat deputy direktur. Yaitu satu deputy direktur bidang operasional, deputy direktur marketing, training and development, deputy direktur general support, deputy direktur finance and administration.

**Commented [P166]:** 1<sup>st</sup> principle: decide how to serve the customers

**Commented [P167]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on concentrating quality

**Commented [P168]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P169]:** 2<sup>nd</sup> principle: weaknesses

**Commented [P170]:** 1<sup>st</sup> principle: the customers making sacrifices to purchase the company products and services

**Commented [P171]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P172]:** 1<sup>st</sup> principle: the benefits the company offer to the customers

**Commented [P173]:** 2<sup>nd</sup> principle: strength

**Commented [P174]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on concentrating quality

**Commented [P175]:** 7<sup>th</sup> principle: leverage opportunities, indirect approach, reinforce strength; minimize weakness

**Commented [P176]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P177]:** Their focus

**Commented [P178]:** Their focus

**Commented [P179]:** 10<sup>th</sup> principle: the mission oriented command system, communicate clearly

**Commented [P180]:** 9<sup>th</sup> principle: choose your battles

**Commented [P181]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate strength against weakness

**Commented [P182]:** 7<sup>th</sup> principle: think big; work small

**Commented [P183]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

Fenny : He'em.

Bapak : Kemudian dibawah operational sendiri ada bagian produksi dan quality control.

Fenny : He'em.

Bapak : Sedangkan dibawah ee... marketing development itu ada marketing dan training development, ya. Kemudian eee dibawah general support ada logistic dan hrd. Sedangkan dibawah finance itu ada accounting sama purchasing. Kira-kira begitu ya.

**Commented [P184]:** 10<sup>th</sup> principle: command structure

Fenny : Kemudian bagaimana cara perusahaan untuk mendapatkan loyalitas dari para karyawannya?

Bapak : Eee iya eeee kita membangun loyalitas karyawan dengan menerapkan sistem reward dan punishment.

Fenny : Ya.

Bapak : Jadi ada reward dan punishment, selain itu juga kita membina hubungan kekeluargaan yang baik dengan para karyawan. Karyawan dianggap merupakan satu kesatuan keluarga, satu kesatuan badan. Perusahaan tidak hanya menuntut para karyawan untuk focus pada pekerjaan mereka

Fenny : He'em.

Bapak : Cuma menuntut doang, tapi perusahaan juga memperhatikan kesejahteraan keluarga mereka. Perusahaan biasanya memberikan support untuk anak-anak para karyawan yang berprestasi di sekolah mereka, kita bantu apa ada beasiswa ada apa, kira-kira seperti itu. Sehingga ya dari karyawan ada merasa bahwa memang apa... ada merupakan satu keluarga lah, satu keluarga besar gitu.

**Commented [P185]:** 8<sup>th</sup> principle: building winning teamwork

**Commented [P186]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P187]:** 11<sup>th</sup> principle: combine leadership strength with management strength, be professional; be human, earn internal loyalty, beware of your blind spots

**Commented [P188]:** 10<sup>th</sup> principle: build morale

**Commented [P189]:** 9<sup>th</sup> principle: build internal strength, handling internal conflicts

Fenny : Kemudian apa yang menjadi focus atau tujuan utama dalam perusahaan ini? Bagaimana cara perusahaan mempertahankan focus tersebut? Bagaimana penerapan dari focus tersebut dalam pemasaran?

Bapak : Eeee Fokus perusahaan yaitu jelas memberikan suatu barang atau produk yang berkualitas bagi para konsumen, barang, jasa ya yang berkualitas. Kemudian kita menerapkan juga program 5R untuk mendukung focus tersebut, itu kira-kira itu.

**Commented [P190]:** 1<sup>st</sup> principle: the benefits company offer to their customers

**Commented [P191]:** 9<sup>th</sup> principle: choose your battles

**Commented [P192]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P193]:** 10<sup>th</sup> principle: build morale, communicate clearly

**Commented [P194]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on concentrating quality

**Commented [P195]:** 1<sup>st</sup> principle: know who they are (target customers)

Fenny : Oh ya. Kemudian segmentasi pasar seperti apa yang menjadi focus dari perusahaan?

Dan dasar segmentasi seperti apa yang digunakan oleh perusahaan?

Bapak : Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya

Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

**Commented [P196]:** 1<sup>st</sup> principle: know who they are, know what they want, customer preference toward the company products and services

**Commented [P197]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on concentrating quality

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

**Commented [P198]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate strength against weakness

**Commented [P199]:** 1<sup>st</sup> principle: target customers, how the company serve them, and why they will prefer this company

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis.

**Commented [P200]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

**Commented [P201]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market as well as know yourself, make a thorough assessment

**Commented [P202]:** 1<sup>st</sup> principle: customer preference

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya.

Fenny : Kemudian bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing?

Bapak : Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus

- Commented [P203]:** 1<sup>st</sup> principle: why customers prefer this company products and services
- Commented [P204]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market as well as know yourself
- Commented [P205]:** 10<sup>th</sup> principle: back to basics, play the fundamentals, communicate clearly
- Commented [P206]:** 9<sup>th</sup> principle: choose your battles, assess accurately where you employ your resources, do not waste energy
- Commented [P207]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate strength against weakness, concentrate on concentrating quality
- Commented [P208]:** 7<sup>th</sup> principle: leverage opportunities, indirect approach
- Commented [P209]:** 5<sup>th</sup> principle: determine your priorities (preference)
- Commented [P210]:** 4<sup>th</sup> principle: occupy a position that cannot easily be taken by your opponents
- Commented [P211]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim. The objective are clearly defined, decisive, attainable, clearly communicated\*

menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu.

Fenny : Oke. Kemudian bagaimana perusahaan mengkalkulasi resiko yang mungkin terjadi dalam proses marketing dalam bisnis ini?

Bapak : Jadi... Ehem.. di perusahaan kami memang memiliki pre dan after sales service yang sangat memuaskan ya to.. itu kan bukan dari omongan kita tapi dari omongan dari klien ya dari customer kita, kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya.

Kemudian aa.. kami tidak pernah membuka perhitungan, ya toh, design aa.. yang detail ya to selama belum ada tandatangan kontrak kerja sama atau belum ada PO, ya itu untuk apa, itu strateginya kesana ya. Jadi ketika klien kami berkonsultasi sebelum adanya PO ya to, maka kita akan mengirimkan ya.. kita akan diskus lah, gitu lho kita akan diskus itu dalam garis besarnya ya, kita akan memberikan saran, report ya to tapi tidak aa... istilahnya detail detailnya, ya setelah itu PO baru kita akan kasih detailnya.

Karena itu kan merupakan rahasia perusahaan ya.

**Commented [P212]:** 2<sup>nd</sup> principle: information processing systems, good research is critical, prepare a competitive analysis, study the signals, learn from the experience of others

**Commented [P213]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secrets, information processing systems

**Commented [P214]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P215]:** 10<sup>th</sup> principle: back to basics, play the fundamentals

**Commented [P216]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, choose your battles, build internal strength

**Commented [P217]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate of advertising, concentrate on concentrating performance

**Commented [P218]:** 7<sup>th</sup> principle: leverage opportunities, indirect approach, think big; work small, reinforce strength; minimize weakness

**Commented [P219]:** 3<sup>rd</sup> principle: use data to plan for overwhelming advantages

**Commented [P220]:** 1<sup>st</sup> principle: what the customers thinks about the company

**Commented [P221]:** 2<sup>nd</sup> principle: good research is critical, know your market

**Commented [P222]:** 8<sup>th</sup> principle: concentration of advertising

**Commented [P223]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secrets

**Commented [P224]:** 3<sup>rd</sup> principle: take calculated risks

**Commented [P225]:** 11<sup>th</sup> principle: be professional; be human

**Commented [P226]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P227]:** 9<sup>th</sup> principle: choose your battles

**Commented [P228]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on concentrating performance

**Commented [P229]:** 7<sup>th</sup> principle: leverage opportunities, indirect approach, think big; work small, reinforce strength; minimize weakness

Fenny : Oh ok.. Kemudian bagaimana proses analisa data atau informasi yang kemudian dirubah menjadi strategi dalam perusahaan?

Bapak : Eee Seperti yang tadi saya katakan, kita dapat data ya to, kemudian itu akan dianalisis datanya ya to, itu dikerjakan di bagian development ya. Kemudian akan kita tentukan ya to, eee dari analisisnya tersebut kita akan menentukan strategi apa sih yang akan kita eee laksanakan, ya kita olah dari data tersebut ya, makanya kalau datanya salah, ya outputnya pasti salah, makanya paling utama adalah bagian intelijennya, kemudian dari situ akan kita diskusikan dengan bagian training, kemudian bagian training akan menyiapkan materi pelatihan yang sesuai untuk penerapan strategi tersebut, baik itu di marketingnya maupun di operasionalnya.

Fenny : Berarti yang bagian bawah itu sudah menerima strategi dengan apa.. detail yang lebih sederhana, yang lebih mudah dipahami oleh mereka, begitukah pak?

Bapak : Betul.. jadi kita.., ya mereka bisa memahami dengan lebih mudah.

Fenny : Ya, oke. Kemudian bagaimana positioning perusahaan selama ini untuk memuaskan para pelanggan?

Bapak : Jadi untuk memuaskan para pelanggan, ya kita eee istilahnya apa ya, after sales servisnya yang bagus ya.

Fenny : He'em.

Bapak : Positionnya ya kita benar-benar aa.. apa istilahnya aa.. memberikan pelayanan yang memuaskan ya, dengan hasil produksi atau jasa yang berkualitas.

Fenny : Oke. Kemudian Produk atau jasa seperti apa yang selama ini ditawarkan oleh perusahaan kepada para pelanggan?

Bapak : Jadi... yang kita tawarkan ke pelanggan yaitu adalah ya kita bergerak ke lebih ke arah bidang engineering, ya produknya ya produk dan jasanya adalah produk, jasa

**Commented [P230]:** 2<sup>nd</sup> principle: information processing systems, prepare a competitive analysis, good research is critical

**Commented [P231]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secrets

**Commented [P232]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P233]:** 10<sup>th</sup> principle: play the fundamentals

**Commented [P234]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on concentrating performance, simplicity, advertising

**Commented [P235]:** 7<sup>th</sup> principle: think big; work small

**Commented [P236]:** 1<sup>st</sup> principle: the benefits company offer to their customers

**Commented [P237]:** 1<sup>st</sup> principle: the benefits which company offer toward their customers

**Commented [P238]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P239]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on quality of services

**Commented [P240]:** 7<sup>th</sup> principle: indirect approach



dalam bidang engineering, manufaktur ya sparepart-sparepart ya to, kita juga eee apa orang butuh aa.. mesin, butuh modifikasi, kita juga melakukan itu.

**Commented [P241]:** 1<sup>st</sup> principle: their business

**Commented [P242]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention

Fenny : Ok... Kemudian bagaimana cara memasarkan produk atau jasa tersebut selama ini?

Bapak : Jadi.. ehm.. ya kita ada sih ada lewat catalog ada ya to, tapi aaaa lebih, sebetulnya itu kita itu lebih ke arah apa ya, lebih ke arah aaa dapat informasi dari aaaa intelijen kita di bidang development.. oo pabrik itu bagus lha kita datang apa.. datang kesana door to door lah istilahnya untuk eee melakukan pendekatan agar bisa masuk arahnya lebih ke sana, dengan kita membawa catalog, jadi kita nggak kemudian nyebar catalog sebanyak-banyaknya gitu.

**Commented [P243]:** 8<sup>th</sup> principle: concentration of advertising

**Commented [P244]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, do not waste energy

**Commented [P245]:** 2<sup>nd</sup> principle: make a thorough assessment, terrain (promotion)

Fenny : He'em.

Bapak : Karena memang kita apa istilahnya aa.. sangat membatasi customer kita, jadi customer kita adalah customer yang bonafit, ee istilahnya yang mementingkan kualitas kan kebanyakan perusahaan kan nggak begitu, banyak yang ah yang penting saya beli yang murah ya to, nggak peduli sama kualitas, nah kita membatasi ke arah sana, jadi.. ya lebih kearah inilah.

**Commented [P246]:** 1<sup>st</sup> principle: decided which people is the company customers

**Commented [P247]:** 9<sup>th</sup> principle: choose your battles, do not waste energy

Fenny : Oke. Kemudian bagaimana cara menetapkan harga untuk produk atau jasa yang ditawarkan selama ini?

Bapak : Jadi.. ehem.. ya, kita.. menerapkan aaa pricing itu berdasarkan kualitas ya kita kualitas produk dan kualitas jasa yang diberikan ya. Jadi terus terang mungkin kalo ini apa.. kok ee.. keliatannya mahal tapi sebetulnya murah. Contohnya, misalnya orang membeli... aa... sparepart dari A yang harganya mungkin aaaa 20 persen atau 25 persen lebih murah dari kami.

**Commented [P248]:** 2<sup>nd</sup> principle: terrain (pricing)

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi umurnya paling dipakai 3 bulan rusak sedangkan mereka beli dengan kita itu mungkin bisa sampe 2-3 tahun nggak ada masalah. Itu jadi sebenarnya kalau dilihat nominalnya betul kelihatannya lebih tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi kalau dilihat dari umur pakainya, lifetimenya sebetulnya harga kita sebenarnya jauh lebih murah.

Fenny : Hmm. Oke. Kemudian apakah perusahaan menggunakan strategi harga? Jika ya, strategi yang seperti apa yang diterapkan oleh perusahaan?

Bapak : Hee.. (sedikit tertawa) kami tidak pernah menerapkan istilahnya banting-banting harga ya, kami tetap konsisten dengan kualitas, iya toh, eee kita tidak pernah menurunkan kualitas produk ya to, ya kita kualitasnya seperti ini ya harganya seperti ini gitu, jadi kita nggak kemudian oo.. competitor kita berani diskon sekian kita ngikutin, kita nggak kesana.

Fenny : Ooh... ok.. Kemudian metode promosi seperti apa yang selama ini digunakan oleh perusahaan?

Bapak : Ya... kebanyakan sih promosinya itu ya dari.. apa ya ee.. justru dari klien-klien kami sendiri gitu lho, dari customer-customer kami.. ya to, ee.. kami datang ke perusahaan baru ya to.. kemudian kami memberikan catalog, kami memberikan data.. ee.. list ini lho customer kami yang pernah ini... anda bisa hubungi klien kami, bisa tanya ya to, seperti apa sih kami itu loh. Jadi istilahnya lebih kearah ee... ya dari mulut ke mulut lah words of mouth ya he'em

Fenny : Oke. Aa.. Bagaimana dengan lokasi perusahaan apakah perusahaan ini memiliki lokasi yang dekat dengan customer atau dekat dengan bahan baku? Kemudian apa yang mendasari pemilihan lokasi tersebut?

Bapak : Kalau lokasi karena kita... istilahnya bising ya to

**Commented [P249]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P250]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P251]:** 10<sup>th</sup> principle: back to basics, play the fundamentals

**Commented [P252]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on quality

**Commented [P253]:** 7<sup>th</sup> principle: reinforce strength; minimize weakness, leverage opportunities

**Commented [P254]:** 2<sup>nd</sup> principle: knowledge is marketing power

**Commented [P255]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on quality

**Commented [P256]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim, use data to plan for overwhelming advantages

**Commented [P257]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your competitors as organization and as people

**Commented [P258]:** 2<sup>nd</sup> principle: terrain (promotion)

**Commented [P259]:** 11<sup>th</sup> principle: earn customer loyalty

**Commented [P260]:** 8<sup>th</sup> principle: concentration of advertising

Fenny : He'em..

Bapak : Pasti kita cari yang di area... apa.. bukan di pemukiman ya di area industry gitu lho.. jadi pertimbangannya ke sana, jadi nggak mengganggu, kemudian untuk daya listriknya segala macamnya kan sudah tersedia ya. Karena ya terus terang untuk seperti ini kan kita perlu area yang cukup luas gitu ya. Kira-kira kesana, jadi kita mengarahkan ke... ke memang yang memang apa, ee... yang sesuai dengan lokasinya ya, ke industry.

**Commented [P261]:** 2<sup>nd</sup> principle: weather (government)  
**Commented [P262]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on performance

Fenny : Ya. Kemudian apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menjalin dan menjaga hubungan dengan pelanggan baik pelanggan baru atau pun pelanggan lama?

Bapak : Ya... Kita selalu... memberikan reminder-lah, kepada... ee.. pelanggan-pelanggan kita, misalnya mengenai oh.. mungkin apa.. mereka sudah waktunya untuk apa, servis, ya toh. Kemudian kita juga melakukan kunjungan-kunjungan, ya toh. Discuss, mungkin ada yang apa.. perlu.. apa kami bantu gitu lho. Jadi ee.. dengan adanya program kunjungan-kunjungan, kita memang ee.. apa istilahnya menjalin itu apa ya.. ee.. hubungan dengan klien itu ya.. dengan kita sering melakukan kunjungan-kunjungan ke.. ke klien kami walaupun mungkin klien kami pada saat itu tidak atau belum memerlukan kami, kami tetap datang bersay hello, ya kira-kira kesana.

**Commented [P263]:** 7<sup>th</sup> principle: leverage opportunities  
**Commented [P264]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity  
**Commented [P265]:** 9<sup>th</sup> principle: access accurately where you employ your resources, do not waste energy  
**Commented [P266]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on performance, advertising  
**Commented [P267]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market

Fenny : Oke. Kemudian bagaimana cara perusahaan melindungi rahasia perusahaan dari pesaing?

Bapak : ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

**Commented [P268]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secrets

Fenny : He'em

Bapak : Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa.

**Commented [P269]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secrets

Fenny : He'em

Bapak : Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa.

**Commented [P270]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secrets

Fenny : Oh gitu...

Bapak : Kita spesialisasi untuk keahlian ya. Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik, skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho. Nggak dapat semua, gitu loh. Kemudian untuk di office sendiri ya... semua computer di office semua terproteksi.

**Commented [P271]:** 9<sup>th</sup> principle: access accurately where to employ your resources, handling internal conflicts, build internal strength

Fenny : Oooh..

Bapak : Jadi tidak aa.. kita sangat menjaga rahasia klien kami juga, customer kami juga ya to

Fenny : He'em

Bapak : Jadi data-data teknis segala macam kan mereka klien kami kan juga punya competitor.

Fenny : Oh.. ya ya ya...

Bapak : Ya, jadi kita jaga ya to, yang bisa membuka atau yang bisa mengambil data cuma level deputy director ke atas.

Fenny : Oh.. ya

Bapak : Selain itu nggak bisa, ya.. kita protects semuanya.

**Commented [P272]:** 7<sup>th</sup> principle: think big; work small

**Commented [P273]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P274]:** 11<sup>th</sup> principle: be professional; be human, combine leadership strength with management strength

**Commented [P275]:** 10<sup>th</sup> principle: build morale

**Commented [P276]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on performance, simplicity and services quality

**Commented [P277]:** 6<sup>th</sup> principle: secrecy is a partner of surprise

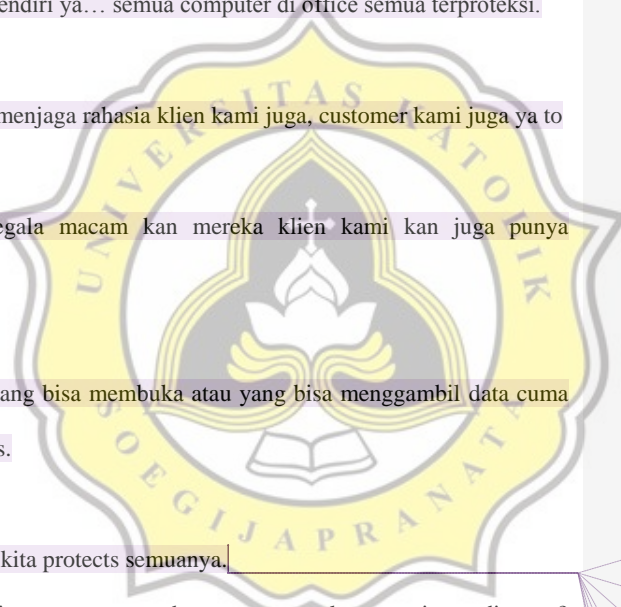
**Commented [P278]:** 3<sup>rd</sup> principle: strategy before tactics

**Commented [P279]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secrets

Fenny : Oh.. ya.., Kemudian Bagaimana cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar? Bagaimana perusahaan mengecoh pesaing? Dan kalau memungkinkan bagaimana cara perusahaan mengubah dari pesaing menjadi rekan kerja?

Bapak : Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.



Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana.

Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

**Commented [P280]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market as well as know yourself, knowledge is marketing power

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukkan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka.

**Commented [P281]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secrets

**Commented [P282]:** 11<sup>th</sup> principle: the higher rank, the more important it is to learn

**Commented [P283]:** 10<sup>th</sup> principle: back to basics, play the fundamentals

**Commented [P284]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, build internal strength, be efficient

**Commented [P285]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate strength against weakness

**Commented [P286]:** 7<sup>th</sup> principle: think big; work small, leverage opportunities, indirect approach

**Commented [P287]:** 6<sup>th</sup> principle: keep your opponent confused, secrecy is a partner of surprise, disrupt the mind and intrude into that disruption

**Commented [P288]:** 4<sup>th</sup> principle: be invincible

**Commented [P289]:** 4<sup>th</sup> principle: occupy a position that cannot easily be taken by your opponents

**Commented [P290]:** 3<sup>rd</sup> principle: the supreme excellence is to win without fighting

**Commented [P291]:** 3<sup>rd</sup> principle: strategy before tactics

Fenny : Oh ya.

Bapak : Ya, kira-kira itu.

Fenny : ee... kemudian bagaimana cara untuk mengubah pesaing menjadi rekan kerja?

Bapak : eemm...

Fenny : Apakah itu dilakukan?

Bapak : Kita.. kadang kita lihat kalau ee.. kira-kira.. apa istilahnya.. tidak selalu, tapi ada ee.. beberapa yang kita lakukan juga ee.. kita dengan cara melakukan subcon

Fenny : Oh.

Bapak : Ya, ada pekerjaan yang kita dapat tendernya

Fenny : He'em

Bapak : Dan kita memang... apa... ee... ehem.. karena deadline nya yang penuh, dan kita sudah tahu bahwa kompetitor kita itu juga mampu mengerjakan... dengan kualitas yang cukup bagus, dan dia punya attitude yang baik, ya kita akan bagi ke mereka, sehingga kita sama-sama bisa apa.. sama-sama hiduplah gitu.

**Commented [P292]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your competitors as organization and as people

**Commented [P293]:** 11<sup>th</sup> principle: be professional, be human

**Commented [P294]:** 4<sup>th</sup> principle: the alliance

**Commented [P295]:** 3<sup>rd</sup> principle: take calculated risks, survival is the ultimate objective of every enterprise

Fenny : Oh.. ok.. ya, kemudian bagaimana cara perusahaan merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan?

Bapak : eemm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macam... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

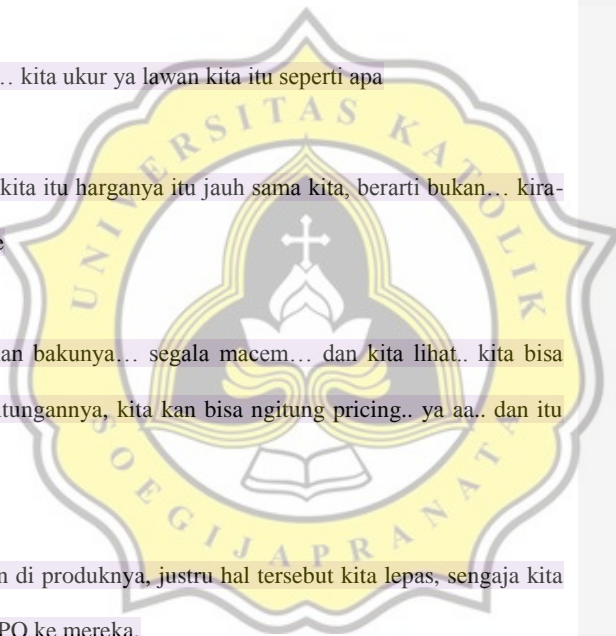
Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.



Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke kompetitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan.

Fenny : Oh, oke. Ee... apakah Anda mengetahui tentang strategi Sun Tzu? Jika iya, apakah strategi tersebut Anda terapkan dalam penyusunan strategi pemasaran dalam perusahaan ini?

Bapak : Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to

Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

**Commented [P296]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market as well as know yourself, information processing systems, know your competitors, good research is critical, and prepare a competitive analysis

**Commented [P297]:** 11<sup>th</sup> principle: keep a cool head, keep a positive sttitude, beware of your blind spots

**Commented [P298]:** 10<sup>th</sup> principle: back to basics, play the fundamentals, organize for victory

**Commented [P299]:** 9<sup>th</sup> principle: access accurately where you employ your resources, do not waste energy, be efficient, choose your battles

**Commented [P300]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on quality, strength against weakness

**Commented [P301]:** 7<sup>th</sup> principle: leverage opportunities, reinforce strength; minimize weakness

**Commented [P302]:** 6<sup>th</sup> principle: keep your opponent confused, disrupt thr mind and intrude into that disruption

**Commented [P303]:** 5<sup>th</sup> principle: enable momentum, use the normal to engage, the extraordinary to win, have tactical flexibility

**Commented [P304]:** 4<sup>th</sup> principle: occupy a position that cannot easily be taken by your opponents, be invincible, the best defense is to plan a good offense

**Commented [P305]:** 3<sup>rd</sup> principle: the supreme excellence is to win without fighting

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to...  
kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah matang, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana.

Fenny : Oh ya. Lalu kenapa kenapa perusahaan ini memilih strategi pemasaran seperti yang telah berjalan saat ini?

Bapak : Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya,

**Commented [P306]:** 2<sup>nd</sup> principle: information processing systems, know your market as well as know yourself, good research is critical, knowledge is marketing power, prepare a competitive analysis, study the signals, protect your secrets

**Commented [P307]:** 9<sup>th</sup> principle: access accurately where you employ your resources, build internal strength, do not waste energy

**Commented [P308]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate strength against weakness

**Commented [P309]:** 4<sup>th</sup> principle: the best defense is to plan a good offense

**Commented [P310]:** 3<sup>rd</sup> principle: strategy before tactics



istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari kompetitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

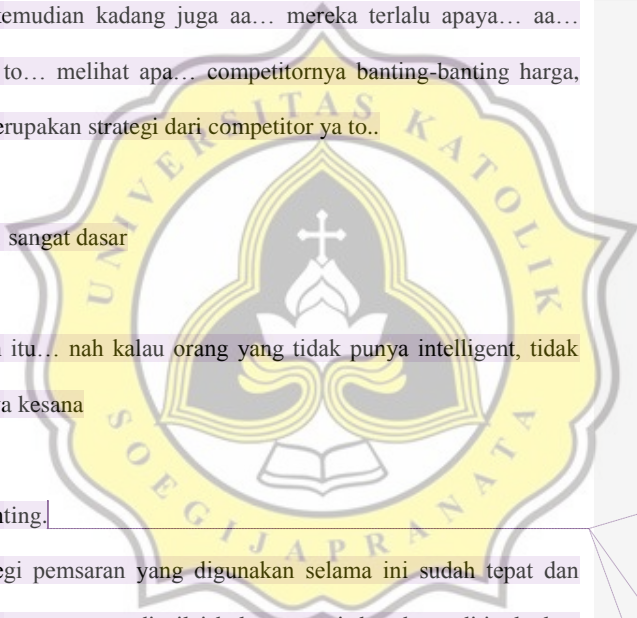
Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting.

Fenny : Oh.. ya... apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai dan dapat ditingkatkan lagi?

Bapak : Yah... kalau menurut kita sih udah tepat, ya... tapi ya kita makanya kita selalu kreatif lah, orang-orang di kita itu.. selalu kita tekankan untuk kreatif,

Fenny : He'em

Bapak : Inovatif ya to... terus selalu harus improvement, harus update teknologi, update berita, update apa.. gitu lho.. intinya disana gitu.



**Commented [P311]:** 2<sup>nd</sup> principle: make a thorough assessment, know your market as well as know yourself, know your competitors, good research is critical, study the signals, knowledge is marketing power

**Commented [P312]:** 11<sup>th</sup> principle: the higher rank, the important it is to learn, keep a cool head, have faith in your future, beware of your blind spots

**Commented [P313]:** 3<sup>rd</sup> principle: use data to plan overwhelming advantages, let the market tell you what to do, do not underestimate, take calculated risks

Fenny : Ooo..

Bapak : Ya kalau sistemnya sih udah tepat

Fenny : He'em

Bapak : Tinggal dalam aplikasinya kan... dari karyawan-karyawan itu kan harus selalu kreatif, kita rekrut orang-orang yang kreatif, inovatif gitu. Jadi nggak yang lelet, yang nggak... malas-malasan gitu.

Fenny : Oh.. ya ya ya... Ok, terima kasih pak untuk waktunya.

Bapak : Oke sama-sama ya.

Fenny : mari pak.



**Commented [P314]:** 3<sup>rd</sup> principle: fight and find out

**Commented [P315]:** 11<sup>th</sup> principle: combine leadership strength with management strength, be professional; be human

**Commented [P316]:** 9<sup>th</sup> principle: access accurately where you employ your resources, do not waste energy, be efficient, choose your battles, build internal strength and handling internal conflicts

### Transcript Interview with the Director of PT X with coding

Fenny : Eee Selamat pagi, pak.

Bapak : Selamat Pagi.

Fenny : Seperti yang telah saya sampaikan sebelumnya, saya datang ke sini untuk melakukan interview, eee sudah siap pak untuk di interview?

Bapak : Siap.

Fenny : Ok... ya, ee... pertama yang mau saya tanyakan adalah Pada tahun berapakah PT ini mulai berdiri, pak?

Bapak : Perusahaan ini berdiri pada tahun 2005.

Fenny : Oh ya, terus pada Pada mulanya PT ini nih sebenarnya memulai dari mengerjakan bisnis apa sih pak? Terus bagaimana perkembangannya sampai ee... dengan perkembangan yang saat ini?

Bapak : Pada tahun 2005 perusahaan ini bergerak di bidang usaha studio dubbing dan editing, namun dalam perkembangannya kurang bagus sehingga pada tahun 2009 akhirnya perusahaan memperluas area cakupan bisnisnya dengan merambah di bidang engineering.

Fenny : Kemudian ee... apa sih yang menjadi keunggulan atau kekuatan dan kelemahan dari perusahaan ini?

Bapak : Keunggulannya dari perusahaan kita adalah customer satisfaction atas pelayanan yang baik.

Fenny : Kemudian apa yang apa yang menjadi visi dan misi..

Bapak : Kelemahan..

Fenny : Oh iya. Kelemahannya pak?

**Commented [P317]:** 1<sup>st</sup> principle: their business

**Commented [P318]:** 3<sup>rd</sup> principle: strategic turns change the course of history

**Commented [P319]:** 7<sup>th</sup> principle: maneuver (retreat)

**Commented [P320]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on quality

**Commented [P321]:** 2<sup>nd</sup> principle: analyze strength

**Commented [P322]:** 7<sup>th</sup> principle: leverage opportunities

**Commented [P323]:** 1<sup>st</sup> principle: why customers prefer this company products and services

Bapak : Kelemahannya kita hanya melayani customer-customer dengan standart yang tinggi sehingga pangsa pasar kita terbatas, rata-rata hanya perusahaan PMA. Karena kita tidak pernah menurunkan kualitas.

Fenny : Ooh... ok, kemudian apa yang menjadi visi dan misi dari perusahaan ini, pak?

Bapak : Yang menjadi visi dan misi perusahaan kita adalah... visi menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Misinya menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik dan tepat waktu.

Fenny : Baik, kemudian seperti apa sih struktur organisasi perusahaan ini yang telah berjalan selama ini?

Bapak : Strukturnya... adalah pertama komisaris, dibawah komisaris ada direktur

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Direktur membidangi... eee... Deputy director operational, Deputy director marketing and training development, deputy director general support, deputy director finance and administration. Deputy director operational itu membawahi production dan QC. Deputy director marketing and training development membidangi marketing dan Training development. Deputy director general support membidangi logistic dan hrd. Deputy director finance and administration membidangi Accounting dan Purchasing.

Fenny : Oh... Kemudian bagaimana cara sih PT X untuk mendapatkan loyalitas dari para karyawannya? Eh maksudnya dari Perusahaan ini untuk mendapatkan loyalitas dari para karyawannya.

Bapak : Perusahaan ini membangun loyalitas dan kedisiplinan para karyawan dengan menerapkan sistem reward and punishment. Perusahaan kami secara konsisten memberikan reward kepada para karyawan yang berprestasi dan dapat mencapai

**Commented [P324]:** 1<sup>st</sup> principle: decided which people is this company customers

**Commented [P325]:** 2<sup>nd</sup> principle: analyze weaknesses

**Commented [P326]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on quality

**Commented [P327]:** 9<sup>th</sup> principle: choose your battles

**Commented [P328]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P329]:** Their focus

**Commented [P330]:** 10<sup>th</sup> principle: communicate clearly

**Commented [P331]:** 7<sup>th</sup> principle: think big; work small

**Commented [P332]:** 9<sup>th</sup> principle: access accurately where you employ your resources

**Commented [P333]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P334]:** 10<sup>th</sup> principle: command structure

target yang telah kami berikan. Bentuk dari reward yang kami berikan juga berbeda-beda dari waktu ke waktu. Dengan sistem reward dan punishment.

Fenny : Kemudian segmentasi pasar seperti apa yang menjadi focus dari perusahaan ini? Dan dasar segmentasi seperti apa yang digunakan?

Bapak : Ini ada kesalahan dalam list pertanyaannya kah? (sedikit berbisik untuk konfirmasi dengan pedoman wawancara yang telah dikirim sebelumnya)

Fenny : (berbisik) Oh ya... maaf pak... Apa yang menjadi focus atau tujuan utama dalam perusahaan ini pak? Bagaimana cara perusahaan untuk mempertahankan focus tersebut dan bagaimana penerapan dari focus tersebut dalam pemasaran?

Bapak : Yang menjadi focus kita adalah menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering yang berkualitas baik dan tepat waktu khususnya untuk perusahaan-perusahaan PMA. Untuk mempertahankan focus tersebut dengan menerapkan program 5R. Dan penerapan focus dalam pemasaran, marketing lebih difokuskan untuk membidik perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit.

Fenny: Kemudian ee... Segmentasi pasar seperti apa yang menjadi focus dari perusahaan ini? Dan dasar segmentasi apa yang digunakan oleh perusahaan ini?

Bapak : Yang menjadi segmentasinya... adalah perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk. Yang menjadi Dasar segmentasi adalah... segmentasi pasar yang digunakan adalah behavior segmentation.

Fenny : Kemudian ee... Bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing?

Oh... sebentar-sebentar pak, maaf.

Aaa Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan ini selama ini?

Kenapa memilih criteria tersebut sebagai target market pak?

Maaf tadi pertanyaannya kelompatan.

**Commented [P335]:** 8<sup>th</sup> principle: building winning teamwork

**Commented [P336]:** 11<sup>th</sup> principle: be professionals; be human, earn internal loyalty, combine leadership strength with management strength

**Commented [P337]:** 10<sup>th</sup> principle: build morale

**Commented [P338]:** 9<sup>th</sup> principle: build internal strength, handling internal conflicts

**Commented [P339]:** 1<sup>st</sup> principle: the benefits which company offer toward their customers

**Commented [P340]:** 8<sup>th</sup> principle: concentration of advertising, concentrate on quality

**Commented [P341]:** 10<sup>th</sup> principle: the mission oriented system

**Commented [P342]:** 9<sup>th</sup> principle: access accurately where you employ your resources, choose your battles, do not waste energy

**Commented [P343]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim

**Commented [P344]:** 1<sup>st</sup> principle: know who they are, know what they want (target customers)

**Commented [P345]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market

Bapak : Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik. Alasan memilih criteria tersebut, karena perusahaan memang focus hanya membuat produk-produk yang berkualitas tinggi, tidak menjual produk KW. Sebagai contoh dipasaran selain ada produk original juga ada produk imitasi KW1, KW2, KW3 dst. Hal tersebut dapat dijumpai jika kita mencari suku cadang kendaraan.

**Commented [P346]:** 1<sup>st</sup> principle: target customers, their preference towards the company products and services

Fenny : Ya... ee... kira-kira bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini, pak?

Bapak : karakteristik pasar dari perusahaan adalah Pasar B2B yang bisa menghargai kualitas dengan harga yang baik.

**Commented [P347]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market, good research is critical

Fenny : Ooh... kemudian bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing?

**Commented [P348]:** 10<sup>th</sup> principle: communicate clearly, the mission oriented command system, play the fundamentals

**Commented [P349]:** 9<sup>th</sup> principle: choose your battles, assess accurately where you employ your resources, do not waste energy

Bapak : Dengan adanya bagian development and training yang merupakan intelligent perusahaan, bagian tersebut bertugas mencari dan mengumpulkan informasi tentang calon customers dan juga competitors kemudian menganalisa dan melakukan training ke orang-orang marketing.

**Commented [P350]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim, strategy before tactics\*

Fenny : Emmm kira-kira bagaimana perusahaan mengkalkulasi resiko dalam proses marketing pada bisnis?

**Commented [P351]:** 2<sup>nd</sup> principle: information processing system, prepare a competitive analysis, good research is critical, protect your secrets

**Commented [P352]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P353]:** 11<sup>th</sup> principle: keep a cool head, the higher rank, the more important it is to learn

Bapak : Perusahaan tidak pernah memberikan detail gambar dan detail spesifikasi kepada customer sebelum kontrak di tandatangani, yang dilampirkan dalam penawaran hanya garis besarnya saja.

**Commented [P354]:** 9<sup>th</sup> principle: build internal strength

**Commented [P355]:** 3<sup>rd</sup> principle: use data to plan for overwhelming advantages

Fenny : Ooh... ee... Kemudian bagaimana proses analisa data atau informasi kemudian merubahnya menjadi strategi dalam perusahaan?

**Commented [P356]:** 3<sup>rd</sup> principle: take calculated risks

**Commented [P357]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P358]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secrets

Bapak : Analisa data atau informasi diolah oleh bagian development, kemudian hasil pengolahan data yang berupa strategi akan di trainingkan ke bagian operational yaitu marketing, produksi dan QC.

**Commented [P359]:** 9<sup>th</sup> principle: build internal strength

**Commented [P360]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P361]:** 7<sup>th</sup> principle: reinforce strength; minimize weakness

**Commented [P362]:** 3<sup>rd</sup> principle: strategy before tactics

**Commented [P363]:** 2<sup>nd</sup> principle: information processing systems, protect your secrets

Fenny : Bagaimana positioning perusahaan selama ini untuk memuaskan para pelanggan?

Bapak : Pelanggan puas dengan pelayanan dan dibuktikan dengan adanya repeat order dari para customer selama bertahun-tahun.

**Commented [P364]:** 5<sup>th</sup> principle: determine your priorities (preference)

Fenny : Produk atau jasa seperti apa sih yang selama ini ditawarkan oleh perusahaan kepada para pelanggannya?

Bapak : Perusahaan ini menjual mesin industry dan sparepart mesin industry dan melayani jasa perbaikan mesin industry.

**Commented [P365]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention

**Commented [P366]:** 9<sup>th</sup> principle: choose your battles

**Commented [P367]:** 1<sup>st</sup> principle: theirs business

Fenny : Oh.. begitu... Kemudian bagaimana cara memasarkan produk atau jasa tersebut selama ini, pak?

Bapak : Door to door atas arahan dari bagian development tentang perusahaan yang akan dituju. Words of Mouth, berdasarkan referensi dari para pelanggan yang puas.

**Commented [P368]:** 8<sup>th</sup> principle: concentration of advertising

**Commented [P369]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P370]:** 9<sup>th</sup> principle: be efficient, do not waste energy, assess accurately where you employ your resources

Fenny : Oh, oke oke... Kemudian bagaimana cara menetapkan harga untuk produk/ jasa yang anda tawarkan selama ini?

Bapak : Harga ditetapkan berdasarkan kualitas produk.

**Commented [P371]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on quality

**Commented [P372]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P373]:** 3<sup>rd</sup> principle: a steady aim

Fenny : aa... apakah anda menggunakan strategi harga? Jika ya, strategi yang seperti apa yang diterapkan oleh perusahaan anda?

Bapak : Tidak, kita sangat menjaga harga pasar produk berdasarkan kualitas produk.

Fenny : oh... ya ya ya... jadi lebih.. lebih berfokus pada kualitas ketimbang harga.

Bapak : betul.

**Commented [P374]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on quality

Fenny : Oh.. ok, terimakasih pak. Kemudian metode promosi seperti apa yang selama ini digunakan oleh perusahaan?

Bapak : Promosinya dengan menjual dan menjaga kualitas produk sehingga customer justru mempromosikan kita dari mulut ke mulut ke orang lain atau ke perusahaan lain.

**Commented [P375]:** 8<sup>th</sup> principle: concentration of advertising

**Commented [P376]:** 2<sup>nd</sup> principle: terrain (promotion)

Fenny : Oh, kemudian apa yang mendasari pemilihan lokasi, apakah perusahaan ini memiliki lokasi yang dekat dengan customer atau dekat dengan bahan baku? Kemudian kalau... ee... itu... apa yang menjadi alasan yang mendasari pemilihan lokasi tersebut?

Bapak : Hal yang menjadi focus utama dalam pemilihan lokasi pabrik adalah berada jauh dari rumah penduduk karena aktivitas yang dilakukan oleh pabrik menimbulkan polusi suara yang dapat mengganggu warga sekitar. Selain itu, lahan yang luas juga dibutuhkan untuk menjadi working area dalam bisnis ini.

**Commented [P377]:** 2<sup>nd</sup> principle: weather (government)

Fenny : Oh begitu ya pak. Kemudian apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menjalin dan menjaga hubungan dengan pelanggan baik pelanggan baru maupun pelanggan lama?

Bapak : Pertama dengan melakukan after sales services dengan baik. Responsible terhadap keluhan customer (cepat dan tanggap ya). Sehingga kita juga sering berkomunikasi dengan para pelanggan dan mengingatkan jadwal services mesin bagi para pelanggan.

**Commented [P378]:** 7<sup>th</sup> principle: leverage opportunities, reinforce strength; minimize weakness

**Commented [P379]:** 9<sup>th</sup> principle: access accurately where you employ your resources

**Commented [P380]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on performance and services quality

**Commented [P381]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market

**Commented [P382]:** 1<sup>st</sup> principle: why the customers prefer this company products and services

Fenny: Ooo... ok, kemudian bagaimana cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar? Bagaimana cara perusahaan juga untuk mengecoh para pesaing? Dan kalau memungkinkan bagaimana cara perusahaan untuk mengubah dari pesaing menjadi rekan kerja?

Oh... maaf pak, kelewatan satu pertanyaan (sambil membaca ulang list pertanyaan)

Bagaimana cara perusahaan melindungi rahasia perusahaan dari pesaing?

Bapak : Cara kita melindungi rahasia perusahaan dari pesaing yaitu dengan memprotect seluruh computer di perusahaan, hanya deputy director ke atas yang memiliki akses untuk membuka dan mengambil data. Yang kedua dengan menerapkan spesialisasi karyawan di bidang masing-masing, 1 karyawan hanya dapat mengakses 1 bidang pekerjaan saja.

**Commented [P383]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on performance, simplicity

**Commented [P384]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P385]:** 11<sup>th</sup> principle: be professional; be human

**Commented [P386]:** 9<sup>th</sup> principle: handling internal conflicts, build internal strength, assess accurately where you employ your resources

**Commented [P387]:** 6<sup>th</sup> principle: secrecy is a partner of surprise

**Commented [P388]:** 2<sup>nd</sup> principle: protect your secrets

Fenny : Oke. Maaf ya pak, tadi pertanyaan kelompatan. Sekarang pertanyaan yang sebelumnya saya tanyakan. Bagaimana cara perusahaan memenangkan persaingan di



pasar? Kemudian bagaimana ee... cara perusahaan ini untuk mengecoh pesaing dalam persaingan di pasar? Dan bagaimana kalau memungkinkan ini... bagaimana cara perusahaan untuk mengubah dari yang tadinya pesaing menjadi ee... rekan kerja?

Bapak : Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru. Cara mengubah pesaing menjadi rekan kerja ya.. itu dengan memberikan sub kontrak kerja.

Fenny : Oh oke. Kemudian bagaimana cara perusahaan merubah situasi dari yang tadinya kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan?

Bapak : Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari competitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita.

Fenny : Oke. Kemudian Apakah Anda mengetahui tentang strategi Sun Tzu? Jika iya, apakah strategi tersebut Anda terapkan dalam penyusunan dalam strategi pemasaran perusahaan ini?

Bapak : Ya. strategi tersebut kami terapkan dalam perusahaan ini.

Fenny : Bagaimana proses penyusunan strategi pemasaran tersebut?

Bapak : Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor

**Commented [P389]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate strength against weakness

**Commented [P390]:** 10<sup>th</sup> principle: back to basics, play the fundamentals

**Commented [P391]:** 9<sup>th</sup> principle: build internal strength, do not waste energy

**Commented [P392]:** 7<sup>th</sup> principle: indirect approach, leverage opportunities, reinforce strength; minimize weakness

**Commented [P393]:** 4<sup>th</sup> principle: occupy a position that cannot easily be taken by your opponents

**Commented [P394]:** 6<sup>th</sup> principle: secrecy is a partner of surprise, keep opponent confused

**Commented [P395]:** 2<sup>nd</sup> principle: good research is critical, know your competitors, knowledge is marketing power

**Commented [P396]:** 4<sup>th</sup> principle: the alliance

**Commented [P397]:** 3<sup>rd</sup> principle: do not underestimate, use data to plan for overwhelming advantages

**Commented [P398]:** 7<sup>th</sup> principle: leverage opportunities, indirect approach, think big; work small, reinforce strength; minimize weakness

**Commented [P399]:** 12<sup>th</sup> principle: simplicity

**Commented [P400]:** 10<sup>th</sup> principle: build morale, back to basics, play the fundamentals

**Commented [P401]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, do not waste energy, choose your battles

**Commented [P402]:** 8<sup>th</sup> principle: concentrate on quality

**Commented [P403]:** 2<sup>nd</sup> principle: information processing systems, know your competitors, good research is critical, knowledge is marketing power

**Commented [P404]:** 6<sup>th</sup> principle: keep your opponent confused, disrupt the mind and intrude into that disruption

**Commented [P405]:** 5<sup>th</sup> principle: enable momentum, use the normal to engage, the extraordinary to win

**Commented [P406]:** 4<sup>th</sup> principle: occupy a position that cannot easily be taken by your opponents, the best defense is to plan a good offense

**Commented [P407]:** 3<sup>rd</sup> principle: the supreme excellence is to win without fighting

dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor.

Fenny : Oh ya, berarti aa... kaya ee... survey terlebih dahulu itu sangat... sangat diutamakan dalam perusahaan ini ya pak?

Bapak : Oh ya, jelas

Fenny : Ok. Kemudian Kenapa perusahaan ini memilih strategi pemasaran seperti yang telah berjalan saat ini, pak?

Bapak : Karena dengan mempelajari... customer dan supplier, competitor maka kita dapat melakukan pemetaan yang jelas sehingga memudahkan kita untuk masuk menjadi supplier ke perusahaan tersebut atau tidak, karena jika kita salah masuk ke perusahaan yang karakternya tidak sesuai dengan focus kita maka hasilnya tidak akan maksimal dan akan banyak kendalanya.

Fenny : Oh begitu. Kemudian apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai pak?

Bapak : Sudah tepat.

Fenny : Oh iya ya. Terima kasih ya pak untuk waktunya.

Bapak : Ya, sama-sama Fenny.

Fenny : mari pak.

Bapak : Semoga sukses.

Fenny : Ya, terima kasih ya pak.

**Commented [P408]:** 2<sup>nd</sup> principle: know your market as well as know yourself, know your competitors, good research is critical, prepare a competitive analysis, learn from the experience of others, make a thorough assessment

**Commented [P409]:** 3<sup>rd</sup> principle: use data to plan for overwhelming advantages, do not underestimate, take calculated risks

**Commented [P410]:** 10<sup>th</sup> principle: play the fundamentals

**Commented [P411]:** 9<sup>th</sup> principle: assess accurately where you employ your resources, do not waste energy

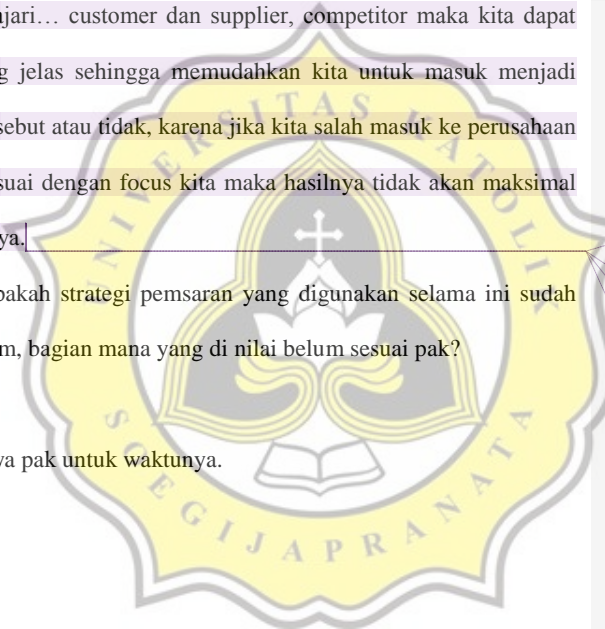
**Commented [P412]:** 4<sup>th</sup> principle: the best offense is to plan a good offense

**Commented [P413]:** 2<sup>nd</sup> principle: good research is critical, study the signals, make a thorough assessment

**Commented [P414]:** 10<sup>th</sup> principle: play the fundamentals

**Commented [P415]:** 4<sup>th</sup> principle: the best defense is to plan a good offense

**Commented [P416]:** 3<sup>rd</sup> principle: a clear intention and a steady aim, use data to plan for overwhelming advantages



## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

### First Principle: Honor the Customer

If the customer doesn't purchase your product or service, nothing else matters

- 1**    **Serve your customer**    memberikan jasa dan menghasilkan produk engineering yang berkualitas dan memenuhi standard PMA yang bonafit

mereka ini sangat mementingkan kualitas produknya

Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu

kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami

Kami ini memposisikan diri kami ini sebagai perusahaan engineering yang tidak hanya memproduksi produk-produk berkualitas tapi juga memberikan jasa pelayanan service dengan kualitas terbaik

Eem Harga untuk produk dan jasa yang kami tawarkan ini sesuai ya dengan standart dan kualitas produk yang konsumen kami inginkan. Misalnya mereka mau eem.. contohnya pakai bahannya apa, atau mau ada fitur tambah atau fitur kurang, itu kami akan menyesuaikan harganya

Ya kita ini mementingkan kepuasan konsumen kami dengan cara memberikan pre dan after sales service yang mereka sukai gitu, contohnya kita punya ee jasa konsultasi yang cepat tanggap, responsive terus kita juga ada pengecekan untuk barang-barang yang sudah mereka beli gitu, kita juga siap menampung masukan dan keluhan yang mereka punya gitu tentang produk kami

gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita
- 2**    **Target Customers**    jumlah klien kami ini terbatas ya , karena kami itu sebenarnya cenderung memilih untuk melayani klien-klien yang mengutamakan mutu serta kualitas barang dan jasa

Sun Tzu Principle	Deputy Director Finance and Administration
	<p>memberikan jasa dan menghasilkan produk engineering yang berkualitas dan memenuhi standard PMA yang bonafit</p>
	<p>perusahaan-perusahaan PMA</p>
	<p>Dasar segmentasi yang kami gunakan itu adalah segmentasi behavior</p>
	<p>Perusahaan kami ini memilih pelanggan-pelanggan B2B yang rata-rata adalah PMA</p>
	<p>Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik</p>
	<p>screening ya terhadap calon customer yang akan kita jadikan target</p>
<p>3 Your business</p>	<p>Jadi begini, awalnya perusahaan kita ini bergerak dalam bidang dubbing dan editing tapi kemudian pada tahun 2009 kita mulai ekspansi atau kita mulai mengembangkan bisnis kita ini ke bidang engeneering</p>
	<p>Produk dan jasa yang selama ini di tawarkan yang kami tawarkan ini ee produk dan jasa dalam bidang engineering pastinya</p>
<p>4 The benefits you offer customers</p>	<p>Karena mereka ini kalau menghubungi kami sangat mudah kalau mereka mau transaksi atau mereka mau servis alat mereka. Jika mereka mau membeli produk kami pun kami akan dengan sangat bahagia melayani</p>
	<p>jumlah klien kami ini terbatas ya , karena kami itu sebenarnya cenderung memilih untuk melayani klien-klien yang mengutamakan mutu serta kualitas barang dan jasa</p>
	<p>dengan kualitas dan standart tinggi yang sesuai dengan standart dari PMA</p>
<p>5 Customer preference for your products and services</p>	<p>Kita ini sangat.. Keunggulan kami ini sangat unggul dalam after sales services kalau customer kita bilang puas dengan servis kami ini, Kemudian mereka ini akan melakukan repeat order. Karena mereka ini kalau menghubungi kami sangat mudah kalau mereka mau transaksi atau mereka mau servis alat mereka. Jika mereka mau membeli produk kami pun kami akan dengan sangat bahagia melayani</p>
	<p>kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami</p>
	<p>dengan kualitas dan standart tinggi yang sesuai dengan standart dari PMA</p>
<p>6 Simple ideas, executed with gusto, have a tendency to work</p>	

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

7 Are customers making sacrifices to purchase your brand?

8 Find out what the customer thinks  
Kita ini sangat.. Keunggulan kami ini sangat unggul dalam after sales services kalau customer kita bilang puas dengan servis kami ini

### Second Principle: Organization of Intelligence

**Know your market as well as you know yourself**

kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggak-nunggak terus gitu.

Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu

Iya, dengan mempelajari pesaing dan konsumen, secara otomatis tuh perusahaan kami dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan. Selain itu kita juga bisa dengan mudah melakukan pemetaan ya apakah mereka tuh masuk kedalam kategori focus dalam tujuan marketing kita atau nggak

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

Information processing systems

Kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggak-nunggak terus gitu. Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu

Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait , kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah , kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

**Make a thorough assessment**

Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait

Kita ini awalnya selalu melakukan screening ya terhadap calon customer yang akan kita jadikan target . Kemudian hal yang menjadi bahan pertimbangan dalam proses screening ini adalah reputasi perusahaan, kesehatan financial perusahaan, attitude perusahaan terhadap para supplier mereka tu gimana kita lihat

**1** Assess your marketing opportunity

(doctrine) kami itu sebenarnya cenderung memilih untuk melayani klien-klien yang mengutamakan mutu serta kualitas barang dan jasa

Visi kami ini tu untuk menjadi perusahaan engineering yang terpercaya, handal, dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Lalu kalau untuk misi kami ini, kami ini ingin menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik serta tepat waktu

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

---

Kita itu selalu menanamkan hubungan kekeluargaan dalam perusahaan ini. Baik antar sesama karyawan maupun antara karyawan dan perusahaannya, salah satu upaya perusahaan untuk mensupport keluarga dari karyawan-karyawan kami adalah dengan memberikan reward dan dukungan dalam bidang akademik karyawan-karyawan kami yang memiliki prestasi disekolahnya ya

Lalu kalau misalnya ada karyawan kami yang mencapai target atau bahkan melebihi target tersebut, perusahaan kami pastinya memberikan reward biasanya seperti berupa insentif ya kepada mereka

ya kalau misalkan mereka memang berprestasi, dan mereka ingin melanjutkan sekolahnya mereka punya potensi gitu, misalnya untuk ee... dari tadinya D3 mau S1 atau S1 ke S2 pasti kami juga support kalau memang mereka menunjukkan potensi tersebut

kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS

perusahaan kami juga menjamin keselamatan kerja karyawannya dengan memberikan fasilitas penunjang em.. untuk me

Emm alat-alat penunjang ini juga kami pastikan selalu dalam kondisi prima makanya kita memperbaharui fasilitas penunjang ini secara berkala. Eee selain itu selain ini juga kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS

untuk mendukung focus perusahaan tersebut kami menerapkan program 5 R

Kami ini memposisikan diri kami ini sebagai perusahaan engineering yang tidak hanya memproduksi produk-produk berkualitas tapi juga memberikan jasa pelayanan service dengan kualitas terbaik

Produk dan jasa yang selama ini di tawarkan yang kami tawarkan ini ee produk dan jasa dalam bidang engineering pastinya dengan kualitas dan standart tinggi yang sesuai dengan standart dari PMA

Jadi pertama-tama kami ini cetak catalog produk untuk dikirim ke pabrik-pabrik. Kemudian kita juga mengandalkan ee.. words of mouth ya, jadi customer lama kami yang sudah puas dengan servis kami, kami harapkan mereka dapat merekomendasikan produk kami ini ke rekan-rekan mereka, gitu. Ee kemudian kami juga punya telemarketing yang siap untuk memfollow-up para calon klien kami gitu

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

Eem Harga untuk produk dan jasa yang kami tawarkan ini sesuai ya dengan standart dan kualitas produk yang konsumen kami inginkan. Misalnya mereka mau eem.. contohnya pakai bahannya apa, atau mau ada fitur tambah atau fitur kurang, itu kami akan menyesuaikan harganya

em.. metode promosi kami ini sebenarnya lebih cenderung kearah referensi dari customer lama ke customer baru, ee kita juga ada catalog ya dan tim telemarketing tadi. Ya hal ini karena kami hanya fokus mengerjakan pekerjaan dari kalangan konsumen tertentu saja, yang tadi sudah saya bilang lebih mengutamakan kualitas begitu

ee.. jadi yang pertama-tama itu yang paling penting ini ee.. lokasi pabrik kami ini harus jauh dengan lokasi rumah penduduk ya. Ini mengingat aktivitas kami ini dapat menimbulkan polusi suara juga ya membuat penduduk jadi terganggu gitu ya, selain itu kita kan juga butuh area yang luas untuk area bekerja gitu

### 2 Analyze strengths, weaknesses, opportunities, and threats

Keunggulan kami ini sangat unggul dalam after sales services kalau customer kita bilang puas dengan servis kami ini, Kemudian mereka ini akan melakukan repeat order. Karena mereka ini kalau menghubungi kami sangat mudah kalau mereka mau transaksi atau mereka mau servis alat mereka. Jika mereka mau membeli produk kami pun kami akan dengan sangat bahagia melayani

kekurangannya atau kelemahannya adalah jumlah klien kami ini terbatas ya

kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggak-nunggak terus gitu.

Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu

Karena kami selalu memakai bahan baku yang berkualitas



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

---

### Knowledge is marketing power

kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggu-nunggu terus gitu.

Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu

Iya, dengan mempelajari pesaing dan konsumen, secara otomatis tuh perusahaan kami dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan. Selain itu kita juga bisa dengan mudah melakukan pemetaan ya apakah mereka tuh masuk kedalam kategori focus dalam tujuan marketing kita atau nggak

### Learn from the experience of others

Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggu-nunggu terus gitu

selain itu kami juga mempelajari karakteristik para pesaing dan supplier yang telah melayani perusahaan itu terlebih dahulu

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

### Good research is critical

Kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggu-nunggu terus gitu. Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu

Kita ini awalnya selalu melakukan screening ya terhadap calon customer yang akan kita jadikan target . Kemudian hal yang menjadi bahan pertimbangan dalam proses screening ini adalah reputasi perusahaan, kesehatan financial perusahaan, attitude perusahaan terhadap para supplier mereka tu gimana kita lihat

A good research program keeps you informed

### Know your market

Perusahaan kami ini memilih pelanggan-pelanggan B2B yang rata-rata adalah PMA yang dimana mereka ini sangat mementingkan kualitas produknya

Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik

Karakteristik dari market kami sangat dinamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu. Eh tapi jangan khawatir kita ini selalu ee... kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

Know what your market wants today and tomorrow

Ya kita ini mementingkan kepuasan konsumen kami dengan cara memberikan pre dan after sales service yang mereka sukai gitu, contohnya kita punya ee jasa konsultasi yang cepat tanggap, responsive terus kita juga ada pengecekan untuk barang-barang yang sudah mereka beli gitu, kita juga siap menampung masukan dan keluhan yang mereka punya gitu tentang produk kami  
Perusahaan kami ini memilih pelanggan-pelanggan B2B yang rata-rata adalah PMA yang dimana mereka ini sangat mementingkan kualitas produknya

Prepare a competitive analysis

Ya kita ini mementingkan kepuasan konsumen kami dengan cara memberikan pre dan after sales service yang mereka sukai gitu, contohnya kita punya ee jasa konsultasi yang cepat tanggap, responsive terus kita juga ada pengecekan untuk barang-barang yang sudah mereka beli gitu, kita juga siap menampung masukan dan keluhan yang mereka punya gitu tentang produk kami

Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuh nya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggak-nunggak terus gitu

kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah

Kita ini awalnya selalu melakukan screening ya terhadap calon customer yang akan kita jadikan target . Kemudian hal yang menjadi bahan pertimbangan dalam proses screening ini adalah reputasi perusahaan, kesehatan financial perusahaan, attitude perusahaan terhadap para supplier mereka tu gimana kita lihat. Eem.. selain itu kami juga mempelajari karakteristik para pesaing dan supplier yang telah melayani perusahaan itu terlebih dahulu

Take a look. Take a good look!

Know your competitors as organizations and as people

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

### Study the signals

Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggu-nunggu terus gitu

### Match your personal observation with formal research

Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggu-nunggu terus gitu

### Protect your secrets

Kalau dalam proses konsultasi perusahaan hanya memberikan beberapa saran mengenai ee tindakan untuk penanganan masalah yang sifatnya umum aja sie, jadi kita nggak begitu ngasih detailnya, nanti kalau misalnya mereka ingin tahu detailnya lebih lanjut itu setelah ada tanda tangan kontrak kerja sama gitu kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

Pertama-tama tentunya kita memastikan karyawan itu nggak bisa mengakses semua data dalam perusahaan ya, caranya ini salah satunya tu dengan memprotect computer di perusahaan kami. Jadi kita protect computer kita ee.. karyawan kami nggak bisa langsung colok USB terus ambil data itu gak bisa. Jadi ada securitynya dulu. Terus selain itu kita juga menspesialisasi bidang pekerjaan ya untuk karyawan kami

There is no place where espionage is not possible

## Third Principle: Maintenance of the Objective

### A clear intention and a steady aim

Visi kami ini tu untuk menjadi perusahaan engineering yang terpercaya, handal, dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Lalu kalau untuk misi kami ini, kami ini ingin menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik serta tepat waktu

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

---

focus kami dalam menjalankan perusahaan ini, itu untuk memberikan jasa dan menghasilkan produk engineering yang berkualitas dan memenuhi standard PMA yang bonafit. Lalu untuk mendukung focus perusahaan tersebut kami menerapkan program 5 R . Selain itu para tim marketing kita juga memiliki focus target konsumen perusahaan-perusahaan PMA

Dasar segmentasi yang kami gunakan itu adalah segmentasi behavior. Perusahaan kami ini memilih pelanggan-pelanggan B2B yang rata-rata adalah PMA yang dimana mereka ini sangat mementingkan kualitas produknya.

Fenny : Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Miss : Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik.

Hal ini tu sesuai dengan prinsip perusahaan kami yaitu kami hanya mau memproduksi produk-produk dengan jaminan kualitas terbaik.

Fenny : Bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Miss : ee.. Karakteristik dari market kami sangat dinamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu. Eh tapi jangan khawatir kita ini selalu ee... kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami

Kami ini memposisikan diri kami ini sebagai perusahaan engineering yang tidak hanya memproduksi produk-produk berkualitas tapi juga memberikan jasa pelayanan service dengan kualitas terbaik

Produk dan jasa yang selama ini di tawarkan yang kami tawarkan ini ee produk dan jasa dalam bidang engineering pastinya dengan kualitas dan standart tinggi yang sesuai dengan standart dari PMA

---

---

## Sun Tzu Principle    Deputy Director Finance and Administration

---

Eem Harga untuk produk dan jasa yang kami tawarkan ini sesuai ya dengan standart dan kualitas produk yang konsumen kami inginkan. Misalnya mereka mau eem.. contohnya pakai bahannya apa, atau mau ada fitur tambah atau fitur kurang, itu kami akan menyesuaikan harganya. Dengan catatan kami akan mempertahankan standard minimal ee dari ee perusahaan kami. Untuk selalu memastikan bahwa customer satisfation itu nomor satu

eem.. nggak dong, kita nih nggak pernah menggunakan strategi harga ya karena yah itu udah bertentangan lah ya dengan visi dan misi dari perusahaan kami

The objective is clearly defined

Visi kami ini tu untuk menjadi perusahaan engeneering yang terpercaya, handal, dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Lalu kalau untuk misi kami ini, kami ini ingin menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engeneering dengan mutu yang baik serta tepat waktu

The objective is decisive

Visi kami ini tu untuk menjadi perusahaan engeneering yang terpercaya, handal, dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Lalu kalau untuk misi kami ini, kami ini ingin menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engeneering dengan mutu yang baik serta tepat waktu

The objective is attainable

Visi kami ini tu untuk menjadi perusahaan engeneering yang terpercaya, handal, dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Lalu kalau untuk misi kami ini, kami ini ingin menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engeneering dengan mutu yang baik serta tepat waktu

The objective is clearly communicated

Visi kami ini tu untuk menjadi perusahaan engeneering yang terpercaya, handal, dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Lalu kalau untuk misi kami ini, kami ini ingin menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engeneering dengan mutu yang baik serta tepat waktu

---

**Find a winning strategy**

---

---

## Sun Tzu Principle      Deputy Director Finance and Administration

Strategy before tactics

Dasar segmentasi yang kami gunakan itu adalah segmentasi behavior. Perusahaan kami ini memilih pelanggan-pelanggan B2B yang rata-rata adalah PMA yang dimana mereka ini sangat mementingkan kualitas produknya.

Fenny : Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Miss : Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik.

Hal ini tu sesuai dengan prinsip perusahaan kami yaitu kami hanya mau memproduksi produk-produk dengan jaminan kualitas terbaik.

Fenny : Bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Miss : ee.. Karakteristik dari market kami sangat dinamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu. Eh tapi jangan khawatir kita ini selalu ee... kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami

Jadi pertama-tama kami ini cetak catalog produk untuk dikirim ke pabrik-pabrik. Kemudian kita juga mengandalkan ee.. words of mouth ya, jadi customer lama kami yang sudah puas dengan servis kami, kami harapkan mereka dapat merekomendasikan produk kami ini ke rekan-rekan mereka, gitu. Ee kemudian kami juga punya telemarketing yang siap untuk memfollow-up para calon klien kami gitu

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

**The supreme excellence is to win without fighting**

itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

The side that wins will probably be the side that has already won

## Look for strategic turns

Strategic turns change the course of history

Jadi begini, awalnya perusahaan kita ini bergerak dalam bidang dubbing dan editing tapi kemudian pada tahun 2009 kita mulai ekspansi atau kita mulai mengembangkan bisnis kita ini ke bidang engineering

Markets evolve; New products emerge; The world moves on

## Establish strategic initiatives

Making strategic initiatives work



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

Select strategic initiatives that will make a difference

Customer Value & Competitive Advantages --> Ya kita ini mementingkan kepuasan konsumen kami dengan cara memberikan pre dan after sales service yang mereka sukai gitu, contohnya kita punya ee jasa konsultasi yang cepat tanggap, responsive terus kita juga ada pengecekan untuk barang-barang yang sudah mereka beli gitu, kita juga siap menampung masukan dan keluhan yang mereka punya gitu tentang produk kami

Customer Value --> Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing- pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu. Emm kita sebenarnya seringkali tuh mengubah pesaing kita ini, kita tarik mereka untuk menjadi rekan kerja kita dengan memberikan sub kontrak kerja

## Develop a plan of action

Use data to plan for overwhelming advantages

kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggu-nunggu terus gitu.

Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu

---

## Sun Tzu Principle    Deputy Director Finance and Administration

---

Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing-pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu. Emm kita sebenarnya seringkali tuh mengubah pesaing kita ini, kita tarik mereka untuk menjadi rekan kerja kita dengan memberikan sub kontrak kerja

Kita ini awalnya selalu melakukan screening ya terhadap calon customer yang akan kita jadikan target . Kemudian hal yang menjadi bahan pertimbangan dalam proses screening ini adalah reputasi perusahaan, kesehatan financial perusahaan, attitude perusahaan terhadap para supplier mereka tu gimana kita lihat. Eem.. selain itu kami juga mempelajari karakteristik para pesaing dan supplier yang telah melayani perusahaan itu terlebih dahulu Iya, dengan mempelajari pesaing dan konsumen, secara otomatis tuh perusahaan kami dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan. Selain itu kita juga bisa dengan mudah melakukan pemetaan ya apakah mereka tuh masuk kedalam kategori focus dalam tujuan marketing kita atau nggak

### Fight and find out

kami ini sangat unggul dalam after sales services kalau customer kita bilang puas dengan servis kami ini, Kemudian mereka ini akan melakukan repeat order. Karena mereka ini kalau menghubungi kami sangat mudah kalau mereka mau transaksi atau mereka mau servis alat mereka. Jika mereka mau membeli produk kami pun kami akan dengan sangat bahagia melayani

Let the market tell you what to do

kami ini sangat unggul dalam after sales services kalau customer kita bilang puas dengan servis kami ini, Kemudian mereka ini akan melakukan repeat order. Karena mereka ini kalau menghubungi kami sangat mudah kalau mereka mau transaksi atau mereka mau servis alat mereka. Jika mereka mau membeli produk kami pun kami akan dengan sangat bahagia melayani

---

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

**Do not underestimate** Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing-pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu. Emm kita sebenarnya seringkali tuh mengubah pesaing kita ini, kita tarik mereka untuk menjadi rekan kerja kita dengan memberikan sub kontrak kerja

Do not reject new information;  
Consider your worst indicator

**Take calculated risks** Kalau dalam proses konsultasi perusahaan hanya memberikan beberapa saran mengenai ee tindakan untuk penanganan masalah yang sifatnya umum aja sie, jadi kita nggak begitu ngasih detailnya, nanti kalau misalnya mereka ingin tahu detailnya lebih lanjut itu setelah ada tanda tangan kontrak kerja sama gitu

Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing-pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu. Emm kita sebenarnya seringkali tuh mengubah pesaing kita ini, kita tarik mereka untuk menjadi rekan kerja kita dengan memberikan sub kontrak kerja

Action precedes victory

**Survival drives victory** Jadi begini, awalnya perusahaan kita ini bergerak dalam bidang dubbing dan editing tapi kemudian pada tahun 2009 kita mulai ekspansi atau kita mulai mengembangkan bisnis kita ini ke bidang engineering

Survival is the ultimate objective of every enterprise

Jadi begini, awalnya perusahaan kita ini bergerak dalam bidang dubbing dan editing tapi kemudian pada tahun 2009 kita mulai ekspansi atau kita mulai mengembangkan bisnis kita ini ke bidang engineering

---

### Fourth Principle: A Secure Position

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

**Occupy a position that cannot easily be taken by your opponents**

Karakteristik dari market kami sangat dynamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu

itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

The marketplace

kita sebenarnya seringkali tuh mengubah pesaing kita ini, kita tarik mereka untuk menjadi rekan kerja kita dengan memberikan sub kontrak kerja

**Be Invincible**

Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing-pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu

Invincibility lies in the defense; The possibility of victory

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

in the attack

### Seize favorable positions

Preemptive strategies

Find the sweet spots

### Seek the advantages of natural positions

Natural features

support your position

### Occupy the high ground

All armies prefer

high ground to low

### The best defense is to plan a good offense

itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

Offensive thinking  
and action breeds  
victory

## Fifth Principle: Offensive Action

### Keep on the offensive to secure freedom of action

Innovation offensive

Organizing the  
offensive

---

---

## Sun Tzu Principle    Deputy Director Finance and Administration

---

### Marshall adequate resources

Determine your priorities

Preference --> kami ini sangat unggul dalam after sales services kalau customer kita bilang puas dengan servis kami ini, Kemudian mereka ini akan melakukan repeat order. Karena mereka ini kalau menghubungi kami sangat mudah kalau mereka mau transaksi atau mereka mau servis alat mereka. Jika mereka mau membeli produk kami pun kami akan dengan sangat bahagia melayani

Preference --> Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik. Hal ini tu sesuai dengan prinsip perusahaan kami yaitu kami hanya mau memproduksi produk-produk dengan jaminan kualitas terbaik.

Fenny : Bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Miss : ee.. Karakteristik dari market kami sangat dinamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

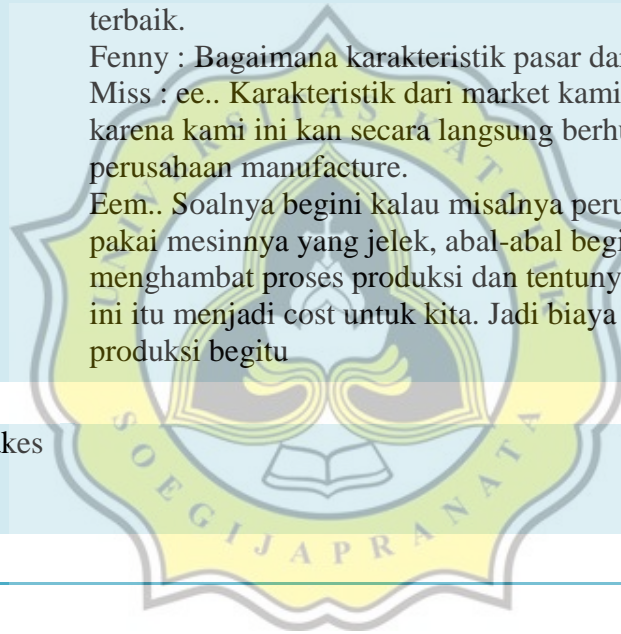
Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu

### Seize the initiative

Taking action makes you master of the situation

### Enable momentum

---



## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

Get momentum going

Strive for the continuous attack

### Go for a breakthrough

Use the normal to engage, the extraordinary to win

Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik. Hal ini tu sesuai dengan prinsip perusahaan kami yaitu kami hanya mau memproduksi produk-produk dengan jaminan kualitas terbaik.

Fenny : Bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Miss : ee.. Karakteristik dari market kami sangat dinamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu

---

## **Sun Tzu Principle    Deputy Director Finance and Administration**

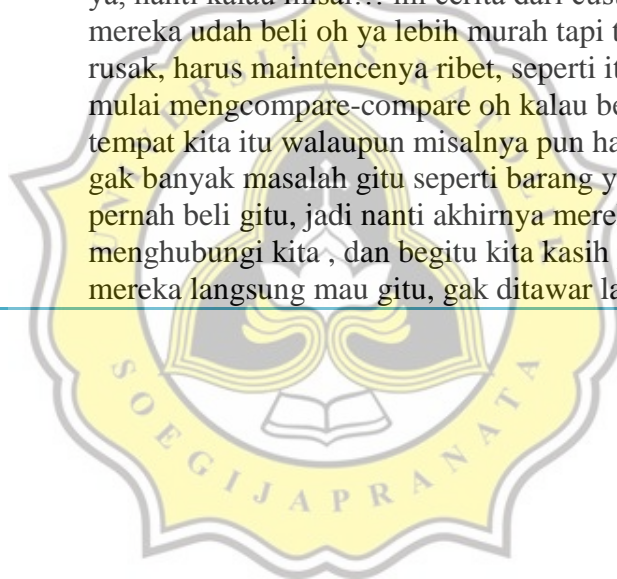
---

itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

---





## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

### Have tactical flexibility

itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

No one victory is gained in the same manner as another

### Plan a speedy victory

Logistical mobility wins

The positive consequences of speed accrue to the offensive

## Sixth Principle: Surprise

**Surprise is the best way to gain psychological dominance and deny the initiative to your opponent**

The marketing surprise

---

**Sun Tzu Principle****Deputy Director Finance and Administration**

Secrecy is a partner of surprise

Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing-pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu

**Plan surprise**

Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing-pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu

A surprise move can shift the balance of power

**Generate the mismatch**

Initiate the observation-orientation-decision-action time cycle

**Keep your opponent confused**

Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing-pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu

gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawarkan lagi

Some actions require stealth and deception

---

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

---

### Be disruptive and intrusive

Merchandising gets attention

Disrupt the mind and intrude into that disruption

gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

### Seventh Principle: Maneuver

#### The easiest routes are often the most heavily defended; the longest way round can be the shortest way home

Leverage opportunities

kami ini sangat unggul dalam after sales services kalau customer kita bilang puas dengan servis kami ini, Kemudian mereka ini akan melakukan repeat order. Karena mereka ini kalau menghubungi kami sangat mudah kalau mereka mau transaksi atau mereka mau servis alat mereka. Jika mereka mau membeli produk kami pun kami akan dengan sangat bahagia melayani

Ya kita ini mementingkan kepuasan konsumen kami dengan cara memberikan pre dan after sales service yang mereka sukai gitu, contohnya kita punya ee jasa konsultasi yang cepat tanggap, responsive terus kita juga ada pengecekan untuk barang-barang yang sudah mereka beli gitu, kita juga siap menampung masukan dan keluhan yang mereka punya gitu tentang produk kami

Tactics for maneuvering

#### Choose the best maneuvers

A lesson from Gideon

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

The right maneuver varies with the circumstances

Retreat --> Jadi begini, awalnya perusahaan kita ini bergerak dalam bidang dubbing dan editing tapi kemudian pada tahun 2009 kita mulai ekspansi atau kita mulai mengembangkan bisnis kita ini ke bidang engineering

### Flanking often wins

The indirect approach

jumlah klien kami ini terbatas ya, karena kami itu sebenarnya cenderung memilih untuk melayani klien-klien yang mengutamakan mutu serta kualitas barang dan jasa

em.. metode promosi kami ini sebenarnya lebih cenderung ke arah referensi dari customer lama ke customer baru, ee kita juga ada catalog ya dan tim telemarketing tadi. Ya hal ini karena kami hanya fokus mengerjakan pekerjaan dari kalangan konsumen tertentu saja, yang tadi sudah saya bilang lebih mengutamakan kualitas begitu

Ya kita ini mementingkan kepuasan konsumen kami dengan cara memberikan pre dan after sales service yang mereka sukai gitu, contohnya kita punya ee jasa konsultasi yang cepat tanggap, responsive terus kita juga ada pengecekan untuk barang-barang yang sudah mereka beli gitu, kita juga siap menampung masukan dan keluhan yang mereka punya gitu tentang produk kami

itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya

---

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

---

mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

Iya, dengan mempelajari pesaing dan konsumen, secara otomatis tuh perusahaan kami dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan. Selain itu kita juga bisa dengan mudah melakukan pemetaan ya apakah mereka tuh masuk kedalam kategori focus dalam tujuan marketing kita atau nggak

Flanking can be a short route to success

### Concentrate or divide

Think big; Work small

Visi kami ini tu untuk menjadi perusahaan engineering yang terpercaya, handal, dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Lalu kalau untuk misi kami ini, kami ini ingin menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik serta tepat waktu

Ya kita ini mementingkan kepuasan konsumen kami dengan cara memberikan pre dan after sales service yang mereka sukai gitu, contohnya kita punya ee jasa konsultasi yang cepat tanggap, responsive terus kita juga ada pengecekan untuk barang-barang yang sudah mereka beli gitu, kita juga siap menampung masukan dan keluhan yang mereka punya gitu tentang produk kami

Centralize or decentralize

### Market from strength

Gaining leverage

Reinforce strength; Minimize weakness

jumlah klien kami ini terbatas ya , karena kami itu sebenarnya cenderung memilih untuk melayani klien-klien yang mengutamakan mutu serta kualitas barang dan jasa

Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing-pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu

Kita ini awalnya selalu melakukan screening ya terhadap calon customer yang akan kita jadikan target . Kemudian hal yang menjadi bahan pertimbangan dalam proses screening ini adalah reputasi perusahaan, kesehatan financial perusahaan, attitude perusahaan terhadap para supplier mereka tu gimana kita lihat. Eem.. selain itu kami juga mempelajari karakteristik para pesaing dan supplier yang telah melayani perusahaan itu terlebih dahulu

---

## Eighth Principle: Concentration of Resources

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

### Mass sufficiently superior force at the decisive place and time

Concentration of advertising

kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggak-nunggak terus gitu

Jadi pertama-tama kami ini cetak catalog produk untuk dikirim ke pabrik-pabrik. Kemudian kita juga mengandalkan ee.. words of mouth ya, jadi customer lama kami yang sudah puas dengan servis kami, kami harapkan mereka dapat merekomendasikan produk kami ini ke rekan-rekan mereka, gitu. Ee kemudian kami juga punya telemarketing yang siap untuk memfollow-up para calon klien kami gitu

em.. metode promosi kami ini sebenarnya lebih cenderung kearah referensi dari customer lama ke customer baru, ee kita juga ada catalog ya dan tim telemarketing tadi. Ya hal ini karena kami hanya fokus mengerjakan pekerjaan dari kalangan konsumen tertentu saja, yang tadi sudah saya bilang lebih mengutamakan kualitas begitu

Concentrate on concentrating

Quality of service and product --> kami ini sangat unggul dalam after sales services kalau customer kita bilang puas dengan servis kami ini, Kemudian mereka ini akan melakukan repeat order. Karena mereka ini kalau menghubungi kami sangat mudah kalau mereka mau transaksi atau mereka mau servis alat mereka. Jika mereka mau membeli produk kami pun kami akan dengan sangat bahagia melayani

Quality --> kami itu sebenarnya cenderung memilih untuk melayani klien-klien yang mengutamakan mutu serta kualitas barang dan jasa

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

Human Resources --> Kita itu selalu menanamkan hubungan kekeluargaan dalam perusahaan ini. Baik antar sesama karyawan maupun antara karyawan dan perusahaannya, salah satu upaya perusahaan untuk mensupport keluarga dari karyawan-karyawan kami adalah dengan memberikan reward dan dukungan dalam bidang akademik karyawan-karyawan kami yang memiliki prestasi disekolahnya ya

aa.. Lalu kalau misalnya ada karyawan kami yang mencapai target atau bahkan melebihi target tersebut, perusahaan kami pastinya memberikan reward biasanya seperti berupa insentif ya kepada mereka.

Fenny : aa.. yang tadi prestasinya akademik itu karyawannya atau anggota keluarganya ya Miss?

Miss : Anggota keluarganya dong.

Fenny : TIDAK JELAS ADA CAMPUR TERTAWA (Kirain ada yang masih sekolah gitu karyawannya)

Miss : eemm... ya kalau misalkan mereka memang berprestasi, dan mereka ingin melanjutkan sekolahnya mereka punya potensi gitu, misalnya untuk ee... dari tadinya D3 mau S1 atau S1 ke S2 pasti kami juga support kalau memang mereka menunjukkan potensi tersebut .

Fenny : Oh.. ok

Miss : Selain itu ya perusahaan kami juga menjamin keselamatan kerja karyawannya dengan memberikan fasilitas penunjang em.. untuk me

Emm alat-alat penunjang ini juga kami pastikan selalu dalam kondisi prima makanya kita memperbaharui fasilitas penunjang ini secara berkala. Eee selain itu selain ini juga kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS . Begitu

para tim marketing kita juga memiliki focus target konsumen perusahaan-perusahaan PMA

Quality and Customers --> focus kami dalam menjalankan perusahaan ini, itu untuk memberikan jasa dan menghasilkan produk engineering yang berkualitas dan memenuhi standard PMA yang bonafit.

Lalu untuk mendukung focus perusahaan tersebut kami menerapkan program 5 R . Selain itu para tim marketing kita juga memiliki focus target konsumen perusahaan-perusahaan PMA

---

## Sun Tzu Principle    Deputy Director Finance and Administration

---

Quality --> Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik. Hal ini tu sesuai dengan prinsip perusahaan kami yaitu kami hanya mau memproduksi produk-produk dengan jaminan kualitas terbaik

Simplicity, performance and quality --> Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait , kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah , kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

Quality --> Produk dan jasa yang selama ini di tawarkan yang kami tawarkan ini ee produk dan jasa dalam bidang engineering pastinya dengan kualitas dan standart tinggi yang sesuai dengan standart dari PMA

Quality --> Eem Harga untuk produk dan jasa yang kami tawarkan ini sesuai ya dengan standart dan kualitas produk yang konsumen kami inginkan. Misalnya mereka mau eem.. contohnya pakai bahannya apa, atau mau ada fitur tambah atau fitur kurang, itu kami akan menyesuaikan harganya. Dengan catatan kami akan mempertahankan standard minimal ee dari ee perusahaan kami. Untuk selalu memastikan bahwa customer satisfaction itu nomor satu

Service and Quality --> Ya kita ini mementingkan kepuasan konsumen kami dengan cara memberikan pre dan after sales service yang mereka sukai gitu, contohnya kita punya ee jasa konsultasi yang cepat tanggap, responsive terus kita juga ada pengecekan untuk barang-barang yang sudah mereka beli gitu, kita juga siap menampung masukan dan keluhan yang mereka punya gitu tentang produk kami

Quality --> Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing- pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu

---



---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

---

Quality --> itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

Target Market --> Iya, dengan mempelajari pesaing dan konsumen, secara otomatis tuh perusahaan kami dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan. Selain itu kita juga bisa dengan mudah melakukan pemetaan ya apakah mereka tuh masuk kedalam kategori focus dalam tujuan marketing kita atau nggak

### Concentrate strength against weakness

kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami

Kami ini memposisikan diri kami ini sebagai perusahaan engineering yang tidak hanya memproduksi produk-produk berkualitas tapi juga memberikan jasa pelayanan service dengan kualitas terbaik

Eem Harga untuk produk dan jasa yang kami tawarkan ini sesuai ya dengan standart dan kualitas produk yang konsumen kami inginkan. Misalnya mereka mau eem.. contohnya pakai bahannya apa, atau mau ada fitur tambah atau fitur kurang, itu kami akan menyesuaikan harganya. Dengan catatan kami akan mempertahankan standard minimal ee dari ee perusahaan kami. Untuk selalu memastikan bahwa customer satisfaction itu nomor satu

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing-pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu

itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita , dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

Find an  
overwhelming  
superiority

### Attain relative superiority at the decisive point

The essence of great  
strategy is to  
concentrate superior  
strength at the  
weakest point

### Achieve the critical marketing mass

Concentrate energy to  
overcome the natural  
buying inertia

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

---

### Build winning teamwork

Kita itu selalu menanamkan hubungan kekeluargaan dalam perusahaan ini. Baik antar sesama karyawan maupun antara karyawan dan perusahaannya, salah satu upaya perusahaan untuk mensupport keluarga dari karyawan-karyawan kami adalah dengan memberikan reward dan dukungan dalam bidang akademik karyawan-karyawan kami yang memiliki prestasi disekolahnya ya

aa.. Lalu kalau misalnya ada karyawan kami yang mencapai target atau bahkan melebihi target tersebut, perusahaan kami pastinya memberikan reward biasanya seperti berupa insentif ya kepada mereka.

Fenny : aa.. yang tadi prestasinya akademik itu karyawannya atau anggota keluarganya ya Miss?

Miss : Anggota keluarganya dong.

Fenny : TIDAK JELAS ADA CAMPUR TERTAWA (Kirain ada yang masih sekolah gitu karyawannya)

Miss : eemm... ya kalau misalkan mereka memang berprestasi, dan mereka ingin melanjutkan sekolahnya mereka punya potensi gitu, misalnya untuk ee... dari tadinya D3 mau S1 atau S1 ke S2 pasti kami juga support kalau memang mereka menunjukkan potensi tersebut .

Fenny : Oh.. ok

Miss : Selain itu ya perusahaan kami juga menjamin keselamatan kerja karyawannya dengan memberikan fasilitas penunjang em.. untuk me

Emm alat-alat penunjang ini juga kami pastikan selalu dalam kondisi prima makanya kita memperbaharui fasilitas penunjang ini secara berkala. Eee selain itu selain ini juga kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS . Begitu

Speciality --> kita juga menspesialisasi bidang pekerjaan ya untuk karyawan kami

Teamwork wins

## Ninth Principle: Economy of Force

### Assess accurately where you employ your resources

Kita ini sangat.. Keunggulan kami ini sangat unggul dalam after sales services kalau customer kita bilang puas dengan servis kami ini, Kemudian mereka ini akan melakukan repeat order. Karena mereka ini kalau menghubungi kami sangat mudah kalau mereka mau transaksi atau mereka mau servis alat mereka. Jika mereka mau membeli produk kami pun kami akan dengan sangat bahagia melayani

---

---

## Sun Tzu Principle    Deputy Director Finance and Administration

---

Visi kami ini tu untuk menjadi perusahaan engineering yang terpercaya, handal, dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Lalu kalau untuk misi kami ini, kami ini ingin menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik serta tepat waktu

Kita itu selalu menanamkan hubungan kekeluargaan dalam perusahaan ini. Baik antar sesama karyawan maupun antara karyawan dan perusahaannya, salah satu upaya perusahaan untuk mensupport keluarga dari karyawan-karyawan kami adalah dengan memberikan reward dan dukungan dalam bidang akademik karyawan-karyawan kami yang memiliki prestasi disekolahnya ya

aa.. Lalu kalau misalnya ada karyawan kami yang mencapai target atau bahkan melebihi target tersebut, perusahaan kami pastinya memberikan reward biasanya seperti berupa insentif ya kepada mereka.

Fenny : aa.. yang tadi prestasinya akademik itu karyawannya atau anggota keluarganya ya Miss?

Miss : Anggota keluarganya dong.

Fenny : TIDAK JELAS ADA CAMPUR TERTAWA (Kirain ada yang masih sekolah gitu karyawannya)

Miss : eemm... ya kalau misalkan mereka memang berprestasi, dan mereka ingin melanjutkan sekolahnya mereka punya potensi gitu, misalnya untuk ee... dari tadinya D3 mau S1 atau S1 ke S2 pasti kami juga support kalau memang mereka menunjukkan potensi tersebut .

Fenny : Oh.. ok

Miss : Selain itu ya perusahaan kami juga menjamin keselamatan kerja karyawannya dengan memberikan fasilitas penunjang em.. untuk me

Emm alat-alat penunjang ini juga kami pastikan selalu dalam kondisi prima makanya kita memperbaharui fasilitas penunjang ini secara berkala. Eee selain itu selain ini juga kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

Kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggu-nunggu terus gitu.

Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu

Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait , kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah , kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

Jadi pertama-tama kami ini cetak catalog produk untuk dikirim ke pabrik-pabrik. Kemudian kita juga mengandalkan ee.. words of mouth ya, jadi customer lama kami yang sudah puas dengan servis kami, kami harapkan mereka dapat merekomendasikan produk kami ini ke rekan-rekan mereka, gitu. Ee kemudian kami juga punya telemarketing yang siap untuk memfollow-up para calon klien kami gitu

em.. metode promosi kami ini sebenarnya lebih cenderung kearah referensi dari customer lama ke customer baru, ee kita juga ada catalog ya dan tim telemarketing tadi. Ya hal ini karena kami hanya fokus mengerjakan pekerjaan dari kalangan konsumen tertentu saja, yang tadi sudah saya bilang lebih mengutamakan kualitas begitu

ee.. jadi yang pertama-tama itu yang paling penting ini ee.. lokasi pabrik kami ini harus jauh dengan lokasi rumah penduduk ya. Ini mengingat aktivitas kami ini dapat menimbulkan polusi suara juga ya membuat penduduk jadi terganggu gitu ya, selain itu kita juga butuh area yang luas untuk area bekerja gitu

---

## Sun Tzu Principle    Deputy Director Finance and Administration

---

Ya kita ini mementingkan kepuasan konsumen kami dengan cara memberikan pre dan after sales service yang mereka sukai gitu, contohnya kita punya ee jasa konsultasi yang cepat tanggap, responsive terus kita juga ada pengecekan untuk barang-barang yang sudah mereka beli gitu, kita juga siap menampung masukan dan keluhan yang mereka punya gitu tentang produk kami

itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

Kita ini awalnya selalu melakukan screening ya terhadap calon customer yang akan kita jadikan target. Kemudian hal yang menjadi bahan pertimbangan dalam proses screening ini adalah reputasi perusahaan, kesehatan financial perusahaan, attitude perusahaan terhadap para supplier mereka tu gimana kita lihat. Eem.. selain itu kami juga mempelajari karakteristik para pesaing dan supplier yang telah melayani perusahaan itu terlebih dahulu Iya, dengan mempelajari pesaing dan konsumen, secara otomatis tuh perusahaan kami dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan. Selain itu kita juga bisa dengan mudah melakukan pemetaan ya apakah mereka tuh masuk kedalam kategori focus dalam tujuan marketing kita atau nggak

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

---

Do not waste energy

Kita ini sangat.. Keunggulan kami ini sangat unggul dalam after sales services kalau customer kita bilang puas dengan servis kami ini, Kemudian mereka ini akan melakukan repeat order. Karena mereka ini kalau menghubungi kami sangat mudah kalau mereka mau transaksi atau mereka mau servis alat mereka. Jika mereka mau membeli produk kami pun kami akan dengan sangat bahagia melayani

jumlah klien kami ini terbatas ya , karena kami itu sebenarnya cenderung memilih untuk melayani klien-klien yang mengutamakan mutu serta kualitas barang dan jasa

Dasar segmentasi yang kami gunakan itu adalah segmentasi behavior. Perusahaan kami ini memilih pelanggan-pelanggan B2B yang rata-rata adalah PMA yang dimana mereka ini sangat mementingkan kualitas produknya.

Fenny : Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Miss : Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik.

Hal ini tu sesuai dengan prinsip perusahaan kami yaitu kami hanya mau memproduksi produk-produk dengan jaminan kualitas terbaik.

Fenny : Bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Miss : ee.. Karakteristik dari market kami sangat dinamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu. Eh tapi jangan khawatir kita ini selalu ee...

kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami

---

---

## Sun Tzu Principle    Deputy Director Finance and Administration

---

Kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggu-nunggu terus gitu.

Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu

Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait , kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah , kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

Kami ini memposisikan diri kami ini sebagai perusahaan engineering yang tidak hanya memproduksi produk-produk berkualitas tapi juga memberikan jasa pelayanan service dengan kualitas terbaik

Jadi pertama-tama kami ini cetak catalog produk untuk dikirim ke pabrik-pabrik. Kemudian kita juga mengandalkan ee.. words of mouth ya, jadi customer lama kami yang sudah puas dengan servis kami, kami harapkan mereka dapat merekomendasikan produk kami ini ke rekan-rekan mereka, gitu. Ee kemudian kami juga punya telemarketing yang siap untuk memfollow-up para calon klien kami gitu

---



## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

Eem Harga untuk produk dan jasa yang kami tawarkan ini sesuai ya dengan standart dan kualitas produk yang konsumen kami inginkan. Misalnya mereka mau eem.. contohnya pakai bahannya apa, atau mau ada fitur tambah atau fitur kurang, itu kami akan menyesuaikan harganya. Dengan catatan kami akan mempertahankan standard minimal ee dari ee perusahaan kami. Untuk selalu memastikan bahwa customer satisfaction itu nomor satu

Pertama-tama tentunya kita memastikan karyawan itu nggak bisa mengakses semua data dalam perusahaan ya, caranya ini salah satunya tu dengan memprotect computer di perusahaan kami. Jadi kita protect computer kita ee.. karyawan kami nggak bisa langsung colok USB terus ambil data itu gak bisa. Jadi ada securitynya dulu. Terus selain itu kita juga menspesialisasi bidang pekerjaan ya untuk karyawan kami

itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

---

Handling internal conflicts

Kita itu selalu menanamkan hubungan kekeluargaan dalam perusahaan ini. Baik antar sesama karyawan maupun antara karyawan dan perusahaannya, salah satu upaya perusahaan untuk mensupport keluarga dari karyawan-karyawan kami adalah dengan memberikan reward dan dukungan dalam bidang akademik karyawan-karyawan kami yang memiliki prestasi disekolahnya ya

aa.. Lalu kalau misalnya ada karyawan kami yang mencapai target atau bahkan melebihi target tersebut, perusahaan kami pastinya memberikan reward biasanya seperti berupa insentif ya kepada mereka.

Fenny : aa.. yang tadi prestasinya akademik itu karyawannya atau anggota keluarganya ya Miss?

Miss : Anggota keluarganya dong.

Fenny : TIDAK JELAS ADA CAMPUR TERTAWA (Kirain ada yang masih sekolah gitu karyawannya)

Miss : eemm... ya kalau misalkan mereka memang berprestasi, dan mereka ingin melanjutkan sekolahnya mereka punya potensi gitu, misalnya untuk ee... dari tadinya D3 mau S1 atau S1 ke S2 pasti kami juga support kalau memang mereka menunjukkan potensi tersebut .

Fenny : Oh.. ok

Miss : Selain itu ya perusahaan kami juga menjamin keselamatan kerja karyawannya dengan memberikan fasilitas penunjang em.. untuk me

Emm alat-alat penunjang ini juga kami pastikan selalu dalam kondisi prima makanya kita memperbaharui fasilitas penunjang ini secara berkala. Eee selain itu selain ini juga kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS

Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait , kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah , kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

Pertama-tama tentunya kita memastikan karyawan itu nggak bisa mengakses semua data dalam perusahaan ya, caranya ini salah satunya tu dengan memprotect computer di perusahaan kami. Jadi kita protect computer kita ee.. karyawan kami nggak bisa langsung colok USB terus ambil data itu gak bisa. Jadi ada securitynya dulu. Terus selain itu kita juga menspesialisasi bidang pekerjaan ya untuk karyawan kami

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

### Build internal strength

Kita itu selalu menanamkan hubungan kekeluargaan dalam perusahaan ini. Baik antar sesama karyawan maupun antara karyawan dan perusahaannya, salah satu upaya perusahaan untuk mensupport keluarga dari karyawan-karyawan kami adalah dengan memberikan reward dan dukungan dalam bidang akademik karyawan-karyawan kami yang memiliki prestasi disekolahnya ya

aa.. Lalu kalau misalnya ada karyawan kami yang mencapai target atau bahkan melebihi target tersebut, perusahaan kami pastinya memberikan reward biasanya seperti berupa insentif ya kepada mereka.

Fenny : aa.. yang tadi prestasinya akademik itu karyawannya atau anggota keluarganya ya Miss?

Miss : Anggota keluarganya dong.

Fenny : TIDAK JELAS ADA CAMPUR TERTAWA (Kirain ada yang masih sekolah gitu karyawannya)

Miss : eemm... ya kalau misalkan mereka memang berprestasi, dan mereka ingin melanjutkan sekolahnya mereka punya potensi gitu, misalnya untuk ee... dari tadinya D3 mau S1 atau S1 ke S2 pasti kami juga support kalau memang mereka menunjukkan potensi tersebut .

Fenny : Oh.. ok

Miss : Selain itu ya perusahaan kami juga menjamin keselamatan kerja karyawannya dengan memberikan fasilitas penunjang em.. untuk me

Emm alat-alat penunjang ini juga kami pastikan selalu dalam kondisi prima makanya kita memperbaharui fasilitas penunjang ini secara berkala. Eee selain itu selain ini juga kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS

Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait , kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah , kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

Ya kita ini mementingkan kepuasan konsumen kami dengan cara memberikan pre dan after sales service yang mereka sukai gitu, contohnya kita punya ee jasa konsultasi yang cepat tanggap, responsive terus kita juga ada pengecekan untuk barang-barang yang sudah mereka beli gitu, kita juga siap menampung masukan dan keluhan yang mereka punya gitu tentang produk kami

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

---

Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing-pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu

The jewel of the state

### Choose your battles

jumlah klien kami ini terbatas ya, karena kami itu sebenarnya cenderung memilih untuk melayani klien-klien yang mengutamakan mutu serta kualitas barang dan jasa

focus kami dalam menjalankan perusahaan ini, itu untuk memberikan jasa dan menghasilkan produk engineering yang berkualitas dan memenuhi standard PMA yang bonafit. Lalu untuk mendukung focus perusahaan tersebut kami menerapkan program 5 R. Selain itu para tim marketing kita juga memiliki focus target konsumen perusahaan-perusahaan PMA

Dasar segmentasi yang kami gunakan itu adalah segmentasi behavior. Perusahaan kami ini memilih pelanggan-pelanggan B2B yang rata-rata adalah PMA yang dimana mereka ini sangat mementingkan kualitas produknya.

Fenny : Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Miss : Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik.

Hal ini tu sesuai dengan prinsip perusahaan kami yaitu kami hanya mau memproduksi produk-produk dengan jaminan kualitas terbaik.

Fenny : Bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Miss : ee.. Karakteristik dari market kami sangat dinamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu. Eh tapi jangan khawatir kita ini selalu ee... kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami

---

---

## Sun Tzu Principle    Deputy Director Finance and Administration

---

Kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggu-nunggu terus gitu.

Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu

Kami ini memposisikan diri kami ini sebagai perusahaan engineering yang tidak hanya memproduksi produk-produk berkualitas tapi juga memberikan jasa pelayanan service dengan kualitas terbaik

em.. metode promosi kami ini sebenarnya lebih cenderung ke arah referensi dari customer lama ke customer baru, ee kita juga ada catalog ya dan tim telemarketing tadi. Ya hal ini karena kami hanya fokus mengerjakan pekerjaan dari kalangan konsumen tertentu saja, yang tadi sudah saya bilang lebih mengutamakan kualitas begitu

Kita ini awalnya selalu melakukan screening ya terhadap calon customer yang akan kita jadikan target . Kemudian hal yang menjadi bahan pertimbangan dalam proses screening ini adalah reputasi perusahaan, kesehatan financial perusahaan, attitude perusahaan terhadap para supplier mereka tu gimana kita lihat. Eem.. selain itu kami juga mempelajari karakteristik para pesaing dan supplier yang telah melayani perusahaan itu terlebih dahulu

Do not fight battles  
you cannot win-or  
win those that lose  
the war

### **Be efficient**

jumlah klien kami ini terbatas ya , karena kami itu sebenarnya cenderung memilih untuk melayani klien-klien yang mengutamakan mutu serta kualitas barang dan jasa

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggu-nunggu terus gitu.

Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu

Jadi pertama-tama kami ini cetak catalog produk untuk dikirim ke pabrik-pabrik. Kemudian kita juga mengandalkan ee.. words of mouth ya, jadi customer lama kami yang sudah puas dengan servis kami, kami harapkan mereka dapat merekomendasikan produk kami ini ke rekan-rekan mereka, gitu. Ee kemudian kami juga punya telemarketing yang siap untuk memfollow-up para calon klien kami gitu

Eem Harga untuk produk dan jasa yang kami tawarkan ini sesuai ya dengan standart dan kualitas produk yang konsumen kami inginkan. Misalnya mereka mau eem.. contohnya pakai bahannya apa, atau mau ada fitur tambah atau fitur kurang, itu kami akan menyesuaikan harganya. Dengan catatan kami akan mempertahankan standard minimal ee dari ee perusahaan kami. Untuk selalu memastikan bahwa customer satisfaction itu nomor satu

em.. metode promosi kami ini sebenarnya lebih cenderung kearah referensi dari customer lama ke customer baru, ee kita juga ada catalog ya dan tim telemarketing tadi. Ya hal ini karena kami hanya fokus mengerjakan pekerjaan dari kalangan konsumen tertentu saja, yang tadi sudah saya bilang lebih mengutamakan kualitas begitu

ee.. jadi yang pertama-tama itu yang paling penting ini ee.. lokasi pabrik kami ini harus jauh dengan lokasi rumah penduduk ya. Ini mengingat aktivitas kami ini dapat menimbulkan polusi suara juga ya membuat penduduk jadi terganggu gitu ya, selain itu kita

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

kan juga butuh area yang luas untuk area bekerja gitu

Profit is a requirement for survival

### Tenth Principle: Command Structure

Jadi gini dipaling atas itu kita punya Komisaris ya, dibawah Komisaris kita punya Direktur nah lalu dibawah Direktur ini kita punya 4 bagian lainnya yaitu Deputy Director Operasional, Deputy Director Marketing Training and Development, lalu Deputy Director General Support dan yang terakhir Deputy Director Finance and Administration.

Nah lalu dibawah Deputy Director Operasional kita ini punya Production dan Quality Control atau QC.

Lalu dibawah Deputy Director Marketing Training and Development kita ini punya Marketing dan Training... Training Development.

Lalu dibawah Deputy General Support kita ini punya Logistik dan HRD.

Nah yang terakhir dibawah Deputy Director Finance and Administration kita punya Accounting dan Purchasing

### The management process unleashes the power of human resources

Orders versus instructions

Power up front

The mission-oriented command system

Visi kami ini tu untuk menjadi perusahaan engineering yang terpercaya, handal, dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Lalu kalau untuk misi kami ini, kami ini ingin menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik serta tepat waktu

focus kami dalam menjalankan perusahaan ini, itu untuk memberikan jasa dan menghasilkan produk engineering yang berkualitas dan memenuhi standard PMA yang bonafit. Lalu untuk mendukung focus perusahaan tersebut kami menerapkan program 5 R . Selain itu para tim marketing kita juga memiliki focus target konsumen perusahaan-perusahaan PMA

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

### Build morale

Kita itu selalu menanamkan hubungan kekeluargaan dalam perusahaan ini. Baik antar sesama karyawan maupun antara karyawan dan perusahaannya, salah satu upaya perusahaan untuk mensupport keluarga dari karyawan-karyawan kami adalah dengan memberikan reward dan dukungan dalam bidang akademik karyawan-karyawan kami yang memiliki prestasi disekolahnya ya

aa.. Lalu kalau misalnya ada karyawan kami yang mencapai target atau bahkan melebihi target tersebut, perusahaan kami pastinya memberikan reward biasanya seperti berupa insentif ya kepada mereka.

Fenny : aa.. yang tadi prestasinya akademik itu karyawannya atau anggota keluarganya ya Miss?

Miss : Anggota keluarganya dong.

Fenny : TIDAK JELAS ADA CAMPUR TERTAWA (Kirain ada yang masih sekolah gitu karyawannya)

Miss : eemm... ya kalau misalkan mereka memang berprestasi, dan mereka ingin melanjutkan sekolahnya mereka punya potensi gitu, misalnya untuk ee... dari tadinya D3 mau S1 atau S1 ke S2 pasti kami juga support kalau memang mereka menunjukkan potensi tersebut .

Fenny : Oh.. ok

Miss : Selain itu ya perusahaan kami juga menjamin keselamatan kerja karyawannya dengan memberikan fasilitas penunjang em.. untuk me

Emm alat-alat penunjang ini juga kami pastikan selalu dalam kondisi prima makanya kita memperbaharui fasilitas penunjang ini secara berkala. Eee selain itu selain ini juga kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS . Begitu

untuk mendukung focus perusahaan tersebut kami menerapkan program 5 R

The human spirit can be the most important factor in success, but only when released by senior commanders

### Gain strength from victory

Seek cohesion

People cause acquisitions to succeed or fail



---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

### Back to basics

Kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggu-nunggu terus gitu.

Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu

Kalau dalam proses konsultasi perusahaan hanya memberikan beberapa saran mengenai ee tindakan untuk penanganan masalah yang sifatnya umum aja sie, jadi kita nggak begitu ngasih detailnya, nanti kalau misalnya mereka ingin tahu detailnya lebih lanjut itu setelah ada tanda tangan kontrak kerja sama gitu

Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait , kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah , kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

Eem Harga untuk produk dan jasa yang kami tawarkan ini sesuai ya dengan standart dan kualitas produk yang konsumen kami inginkan. Misalnya mereka mau eem.. contohnya pakai bahannya apa, atau mau ada fitur tambah atau fitur kurang, itu kami akan menyesuaikan harganya. Dengan catatan kami akan mempertahankan standard minimal ee dari ee perusahaan kami. Untuk selalu memastikan bahwa customer satisfaction itu nomor satu

---

---

## Sun Tzu Principle    Deputy Director Finance and Administration

---

Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing-pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu

itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita , dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

Play the fundamentals

Dasar segmentasi yang kami gunakan itu adalah segmentasi behavior. Perusahaan kami ini memilih pelanggan-pelanggan B2B yang rata-rata adalah PMA yang dimana mereka ini sangat mementingkan kualitas produknya.

Fenny : Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Miss : Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik.

Hal ini tu sesuai dengan prinsip perusahaan kami yaitu kami hanya mau memproduksi produk-produk dengan jaminan kualitas terbaik.

Fenny : Bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Miss : ee.. Karakteristik dari market kami sangat dinamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu. Eh tapi jangan khawatir kita ini selalu ee... kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami

Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait , kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah , kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

Eem Harga untuk produk dan jasa yang kami tawarkan ini sesuai ya dengan standart dan kualitas produk yang konsumen kami inginkan. Misalnya mereka mau eem.. contohnya pakai bahannya apa, atau mau ada fitur tambah atau fitur kurang, itu kami akan menyesuaikan harganya. Dengan catatan kami akan mempertahankan standard minimal ee dari ee perusahaan kami. Untuk selalu memastikan bahwa customer satisfaction itu nomor satu

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

---

Cara perusahaan kami untuk mengecoh pesaing itu dengan selalu melakukan inovasi dan improvement terhadap produk dan jasa yang kita tawarkan kepada konsumen. Gunanya itu untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan kami ya, sekaligus juga untuk mengecoh nih pesaing-pesaing yang berusaha untuk meniru apa sih yang sedang kita kerjakan, dan kita buat, kita rancang gitu

itu dengan cara konsistensi ya, konsistensi yang dimaksud nih konsistensi terhadap nilai dan prinsip perusahaan yang membantu kami untuk mengubah situasi dari yang tadi kurang menyenangkan kurang menguntungkan menjadi situasi lebih menguntungkan. Kami ini selalu mempertahankan kualitas, dan hal ini tuh yang membuat produk kami dapat diandalkan dalam kondisi apapun. Lalu kita juga punya sistem kerja yang responsive dan cepat, ya itu kan nilai poin plus ya, untuk membantu perusahaan kami mengubah situasi tersebut.

Fenny : Contoh-contoh situasinya apakah bisa diceritakan?

Miss : Emm... gini ya kadang-kadang tu ada yah mungkin customer kami beli barang gitu beli alat ditempat lain gitu ya, mereka beli mungkin boleh dengan harga yang lebih murah tapi belum tentu dengan harga murah itu ya kualitasnya baik begitu ya, nanti kalau misal... ini cerita dari customer ya, jadi kalau mereka udah beli oh ya lebih murah tapi ternyata kok sering rusak, harus maintencenya ribet, seperti itu. Jadi nanti mereka mulai mengcompare-compare oh kalau beli ditempat kami, tempat kita itu walaupun misalnya pun harganya lebih tinggi tapi gak banyak masalah gitu seperti barang yang mereka sudah pernah beli gitu, jadi nanti akhirnya mereka sendiri yang menghubungi kita, dan begitu kita kasih penawaran harga ya mereka langsung mau gitu, gak ditawar lagi

### Organize for victory

The organization exists so that tasks can be managed, people supported, and results achieved

### Communicate clearly

Visi kami ini tu untuk menjadi perusahaan engineering yang terpercaya, handal, dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Lalu kalau untuk misi kami ini, kami ini ingin menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik serta tepat waktu

---

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

Dasar segmentasi yang kami gunakan itu adalah segmentasi behavior. Perusahaan kami ini memilih pelanggan-pelanggan B2B yang rata-rata adalah PMA yang dimana mereka ini sangat mementingkan kualitas produknya.

Fenny : Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Miss : Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik.

Hal ini tu sesuai dengan prinsip perusahaan kami yaitu kami hanya mau memproduksi produk-produk dengan jaminan kualitas terbaik.

Fenny : Bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Miss : ee.. Karakteristik dari market kami sangat dinamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu. Eh tapi jangan khawatir kita ini selalu ee... kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami

Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait , kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah , kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

Emotions cloud  
communications

Implement ways to  
get messages  
received and  
understood

### Do completed staff work

World war II letter of  
instructions

### Win battles and the war

Increase both human  
resources and  
material assets with  
each victory

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

### Eleventh Principle: Personal Leadership

**It requires the leader's faith in his or her people and their faith in the leader's ability to win**

#### **Leaders listen and learn**

Leading the leader

The higher the rank, the more important it is to learn

#### **Keep a balanced leadership**

Combine leadership strength with management strength

Kita itu selalu menanamkan hubungan kekeluargaan dalam perusahaan ini. Baik antar sesama karyawan maupun antara karyawan dan perusahaannya, salah satu upaya perusahaan untuk mensupport keluarga dari karyawan-karyawan kami adalah dengan memberikan reward dan dukungan dalam bidang akademik karyawan-karyawan kami yang memiliki prestasi disekolahnya ya

aa.. Lalu kalau misalnya ada karyawan kami yang mencapai target atau bahkan melebihi target tersebut, perusahaan kami pastinya memberikan reward biasanya seperti berupa insentif ya kepada mereka.

Fenny : aa.. yang tadi prestasinya akademik itu karyawannya atau anggota keluarganya ya Miss?

Miss : Anggota keluarganya dong.

Fenny : TIDAK JELAS ADA CAMPUR TERTAWA (Kirain ada yang masih sekolah gitu karyawannya)

Miss : eemm... ya kalau misalkan mereka memang berprestasi, dan mereka ingin melanjutkan sekolahnya mereka punya potensi gitu, misalnya untuk ee... dari tadinya D3 mau S1 atau S1 ke S2 pasti kami juga support kalau memang mereka menunjukkan potensi tersebut .

Fenny : Oh.. ok

Miss : Selain itu ya perusahaan kami juga menjamin keselamatan kerja karyawannya dengan memberikan fasilitas penunjang em.. untuk me

Emm alat-alat penunjang ini juga kami pastikan selalu dalam kondisi prima makanya kita memperbaharui fasilitas penunjang ini secara berkala. Eee selain itu selain ini juga kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS . Begitu

---

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

---

Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait , kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah , kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

### Improve your leadership ability

Keep a cool head

Change roles as you grow

### Keep a positive attitude

Have faith in your future

### Know the "arts" of leadership

Be professional; Be human

Kita itu selalu menanamkan hubungan kekeluargaan dalam perusahaan ini. Baik antar sesama karyawan maupun antara karyawan dan perusahaannya, salah satu upaya perusahaan untuk mensupport keluarga dari karyawan-karyawan kami adalah dengan memberikan reward dan dukungan dalam bidang akademik karyawan-karyawan kami yang memiliki prestasi disekolahnya ya

aa.. Lalu kalau misalnya ada karyawan kami yang mencapai target atau bahkan melebihi target tersebut, perusahaan kami pastinya memberikan reward biasanya seperti berupa insentif ya kepada mereka.

Fenny : aa.. yang tadi prestasinya akademik itu karyawannya atau anggota keluarganya ya Miss?

Miss : Anggota keluarganya dong.

Fenny : TIDAK JELAS ADA CAMPUR TERTAWA (Kirain ada yang masih sekolah gitu karyawannya)

Miss : eemm... ya kalau misalkan mereka memang berprestasi, dan mereka ingin melanjutkan sekolahnya mereka punya potensi gitu, misalnya untuk ee... dari tadinya D3 mau S1 atau S1 ke S2 pasti kami juga support kalau memang mereka menunjukkan potensi tersebut .

Fenny : Oh.. ok

Miss : Selain itu ya perusahaan kami juga menjamin keselamatan kerja karyawannya dengan memberikan fasilitas penunjang em.. untuk me

Emm alat-alat penunjang ini juga kami pastikan selalu dalam kondisi prima makanya kita memperbaharui fasilitas penunjang

## Sun Tzu Principle Deputy Director Finance and Administration

ini secara berkala. Eee selain itu selain ini juga kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS . Begitu

### Beware of your blind spots

Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait , kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah , kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

Flaws in the personal character of the commander will cause opportunities to be lost

### The role of discipline

Discipline your management style

### Avoid the road to defeat

Focus on what the customer wants and needs

Dasar segmentasi yang kami gunakan itu adalah segmentasi behavior. Perusahaan kami ini memilih pelanggan-pelanggan B2B yang rata-rata adalah PMA yang dimana mereka ini sangat mementingkan kualitas produknya.

Fenny : Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Miss : Target market perusahaan kita ini tu pasar B2B yang dapat menghargai kualitas produk dengan harga yang baik.

Hal ini tu sesuai dengan prinsip perusahaan kami yaitu kami hanya mau memproduksi produk-produk dengan jaminan kualitas terbaik.

Fenny : Bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Miss : ee.. Karakteristik dari market kami sangat dinamis ya, karena kami ini kan secara langsung berhubungan dengan perusahaan manufacture.

Eem.. Soalnya begini kalau misalnya perusahaan manufacture itu pakai mesinnya yang jelek, abal-abal begitu ya, itu akan menghambat proses produksi dan tentunya waktu yang terbuang ini itu menjadi cost untuk kita. Jadi biaya tambah untuk proses produksi begitu. Eh tapi jangan khawatir kita ini selalu ee... kualitas produk itu tetap menjadi concern utama dari semua pelanggan kami



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

---

### Earn loyalty

Internal loyalty --> Kita itu selalu menanamkan hubungan kekeluargaan dalam perusahaan ini. Baik antar sesama karyawan maupun antara karyawan dan perusahaannya, salah satu upaya perusahaan untuk mensupport keluarga dari karyawan-karyawan kami adalah dengan memberikan reward dan dukungan dalam bidang akademik karyawan-karyawan kami yang memiliki prestasi disekolahnya ya

aa.. Lalu kalau misalnya ada karyawan kami yang mencapai target atau bahkan melebihi target tersebut, perusahaan kami pastinya memberikan reward biasanya seperti berupa insentif ya kepada mereka.

Fenny : aa.. yang tadi prestasinya akademik itu karyawannya atau anggota keluarganya ya Miss?

Miss : Anggota keluarganya dong.

Fenny : TIDAK JELAS ADA CAMPUR TERTAWA (Kirain ada yang masih sekolah gitu karyawannya)

Miss : eemm... ya kalau misalkan mereka memang berprestasi, dan mereka ingin melanjutkan sekolahnya mereka punya potensi gitu, misalnya untuk ee... dari tadinya D3 mau S1 atau S1 ke S2 pasti kami juga support kalau memang mereka menunjukkan potensi tersebut .

Fenny : Oh.. ok

Miss : Selain itu ya perusahaan kami juga menjamin keselamatan kerja karyawannya dengan memberikan fasilitas penunjang em.. untuk me

Emm alat-alat penunjang ini juga kami pastikan selalu dalam kondisi prima makanya kita memperbaharui fasilitas penunjang ini secara berkala. Eee selain itu selain ini juga kita juga memberikan jaminan kesehatan sesuai dengan standar pemerintah misalnya ya BPJS . Begitu

Customer loyalty --> em.. metode promosi kami ini sebenarnya lebih cenderung kearah referensi dari customer lama ke customer baru, ee kita juga ada catalog ya dan tim telemarketing tadi. Ya hal ini karena kami hanya fokus mengerjakan pekerjaan dari kalangan konsumen tertentu saja, yang tadi sudah saya bilang lebih mengutamakan kualitas begitu

---

Develop a culture of integrity and service

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Finance and Administration

### Twelfth Principle: Simplicity

Kalau untuk customer baru itu biasanya kita itu awalnya nelpon dulu dan membuat appointment ya membuat janji dengan perusahaan. Baru setelah itu kita datang dan melakukan survey ke perusahaannya kunjungan gitu ya, kita bawain mereka catalog produk kita, kita kasih catalog produk kita ke mereka. Lalu kita juga aa.. melakukan survey gitu mereka ini butuhnya apa sih lalu kondisi keuangan mereka nih bagaimana sih, ee attitude mereka ke supplier ni bagaimana sih, ahm.. metode pembayaran mereka nih bagaimana bagaimana sih, gitu. Lalu setelah itu kita juga coba ya nanya-nanya ke satpam disana dan bagian purchasingnya untuk ya me... apa mengetahui info lebih lanjut ya seperti kaya mereka proses pembayarannya gimana, atau mereka kalau ngantri faktur seperti apa, mereka itu kalau bayar ee tepat waktu apa nunggu-nunggu terus gitu.

Eem.. tetapi kalau untuk customer lama kita tu ya membina hubungan baik lah dengan klien-klien kita, kita sering contact mereka untuk ngingetin oh ini mesinnya udah jadwalnya diservis nie. Juga selalu siap membantu sih kalau mereka itu mau konsultasi atau mau apa gitu

Kalau dalam proses konsultasi perusahaan hanya memberikan beberapa saran mengenai ee tindakan untuk penanganan masalah yang sifatnya umum aja sie, jadi kita nggak begitu ngasih detailnya, nanti kalau misalnya mereka ingin tahu detailnya lebih lanjut itu setelah ada tanda tangan kontrak kerja sama gitu

Pertama-tama tim development kita itu mengumpulkan info-info terkait , kemudian dari informasi atau data-data yang sudah dikumpulkan itu mereka olah , kemudian eem.. mereka ubah menjadi detail strategi per bagian dalam perusahaan kemudian nanti bagian training itu akan memberikan training sesuai dengan strategi yang telah disusun oleh tim development untuk setiap ee bagian-bagian kerja dalam perusahaan

Jadi pertama-tama kami ini cetak catalog produk untuk dikirim ke pabrik-pabrik. Kemudian kita juga mengandalkan ee.. words of mouth ya, jadi customer lama kami yang sudah puas dengan servis kami, kami harapkan mereka dapat merekomendasikan produk kami ini ke rekan-rekan mereka, gitu. Ee kemudian kami juga punya telemarketing yang siap untuk memfollow-up para calon klien kami gitu

---

---

**Sun Tzu Principle    Deputy Director Finance and Administration**

Eem Harga untuk produk dan jasa yang kami tawarkan ini sesuai ya dengan standart dan kualitas produk yang konsumen kami inginkan. Misalnya mereka mau eem.. contohnya pakai bahannya apa, atau mau ada fitur tambah atau fitur kurang, itu kami akan menyesuaikan harganya. Dengan catatan kami akan mempertahankan standard minimal ee dari ee perusahaan kami. Untuk selalu memastikan bahwa customer satisfaction itu nomor satu

**Even the simplest plans  
are difficult to execute**

---



---

**First Principle: Honor the Customer**

---

**If the customer doesn't purchase your product or service, nothing else matters****1**      **Serve your customer**

Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah  
kita lebih mengutamakan eee di apa, kualitas dan pelayanan bagus

Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA  
Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan

Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka

Karena memang kita apa istilahnya aa.. sangat membatasi customer kita, jadi customer kita adalah customer yang bonafit, ee istilahnya yang mementingkan kualitas kan kebanyakan perusahaan kan nggak begitu, banyak yang ah yang penting saya beli yang murah ya to, nggak peduli sama kualitas, nah kita membatasi ke arah sana, jadi.. ya lebih kearah inilah

**2**      **Target Customers**

Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya  
Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

3	Your business	Kemudian sekitar pada tahun 2009 ya, itu mulai merambah ke bisnis di bidang engineering
4	The benefits you offer customers	Jadi... yang kita tawarkan ke pelanggan yaitu adalah ya kita bergerak ke lebih ke arah bidang engineering, ya produknya ya produk dan jasanya adalah produk, jasa dalam bidang engineering, manufaktur ya sparepart-sparepart ya to, kita juga eee apa orang butuh aa.. mesin, butuh modifikasi, kita juga melakukan itu
5	Customer preference for your products and services	Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah harga kami yang lebih tinggi itu juga sebanding dengan kualitas dan pelayanan kami memberikan suatu barang atau produk yang berkualitas bagi para konsumen, barang, jasa ya yang berkualitas Jadi untuk memuaskan para pelanggan, ya kita eee istilahnya apa ya, after sales servisnya yang bagus ya memberikan pelayanan yang memuaskan ya, dengan hasil produksi atau jasa yang berkualitas
6	Simple ideas, executed with gusto, have a tendency to work	Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan
7	Are customers making sacrifices to purchase your brand?	Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi
6	Simple ideas, executed with gusto, have a tendency to work	kami tidak dapat memberikan harga yang lebih murah dibandingkan harga pasar

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

8 Find out what the customer thinks

Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan perusahaan kami memang memiliki pre dan after sales service yang sangat memuaskan ya to.. itu kan bukan dari omongan kita tapi dari omongan dari klien ya dari customer kita

## Second Principle: Organization of Intelligence

Know your market as well as you know yourself

Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi

Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan

---

---

**Sun Tzu Principle****Deputy Director Marketing Training  
and Development**

---

itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan





## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to

Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

Information processing systems

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

Eee Seperti yang tadi saya katakan, kita dapat data ya to, kemudian itu akan dianalisis datanya ya to, itu dikerjakan di bagian development ya. Kemudian akan kita tentukan ya to, eee dari analisisnya tersebut kita akan menentukan strategi apa sih yang akan kita eee laksanakan, ya kita olah dari data tersebut ya, makanya kalau datanya salah, ya outputnya pasti salah, makanya paling utama adalah bagian intelijennya, kemudian dari situ akan kita diskusikan dengan bagian training, kemudian bagian training akan menyiapkan materi pelatihan yang sesuai untuk penerapan strategi tersebut, baik itu di marketingnya maupun di operasionalnya

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to  
Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana

### Make a thorough assessment

Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart

mereka itu sangat tinggi

Jadi.. ehm.. ya kita ada sih ada lewat catalog ada ya to, tapi aaaa lebih, sebetulnya itu kita itu lebih ke arah apa ya, lebih ke arah aaa dapat informasi dari aaaa intelijen kita di bidang development.. oo pabrik itu bagus lha kita datang apa.. datang kesana door to door lah istilahnya untuk eee melakukan pendekatan agar bisa masuk arahnya lebih ke sana, dengan kita membawa catalog, jadi kita nggak kemudian nyebar catalog sebanyak-banyaknya gitu

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

1 Assess your marketing opportunity

Jadi.. ehm.. ya kita ada sih ada lewat catalog ada ya to, tapi aaaa lebih, sebetulnya itu kita itu lebih ke arah apa ya, lebih ke arah aaa dapat informasi dari aaaa intelijen kita di bidang development.. oo pabrik itu bagus lha kita datang apa.. datang kesana door to door lah istilahnya untuk eee melakukan pendekatan agar bisa masuk arahnya lebih ke sana, dengan kita membawa catalog, jadi kita nggak kemudian nyebar catalog sebanyak-banyaknya gitu

Jadi.. ehem.. ya, kita.. menerapkan aaa pricing itu berdasarkan kualitas ya kita kualitas produk dan kualitas jasa yang diberikan ya

Ya... kebanyakan sih promosinya itu ya dari.. apa ya ee.. justru dari klien-klien kami sendiri gitu lho, dari customer-customer kami.. ya to, ee.. kami datang ke perusahaan baru ya to.. kemudian kami memberikan catalog, kami memberikan data.. ee.. list ini lho customer kami yang pernah ini... anda bisa hubungi klien kami, bisa tanya ya to, seperti apa sih kami itu loh. Jadi istilahnya lebih kearah ee... ya dari mulut ke mulut lah words of mouth ya

Kalau lokasi karena kita... istilahnya bising ya to

Fenny : He'em..

Bapak : Pasti kita cari yang di area... apa.. bukan di pemukiman ya di area industry gitu lho.. jadi pertimbangannya ke sana, jadi nggak mengganggu, kemudian untuk daya listriknya segala macamnya kan sudah tersedia ya. Karena ya terus terang untuk seperti ini kan kita perlu area yang cukup luas gitu ya. Kira-kira kesana, jadi kita mengarahkan ke... ke memang yang memang apa, ee... yang sesuai dengan lokasinya ya, ke industry

2 Analyze strengths, weaknesses, opportunities, and threats

Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan

Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah

Kalau kelemahannya, kelemahannya eeeee, karena kita lebih mengutamakan eee di apa, kualitas dan pelayanan bagus , jadi kami tidak dapat memberikan harga yang harga yang lebih murah dibandingkan harga pasar

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

### Knowledge is marketing power

Jadi terus terang mungkin kalo ini apa.. kok ee.. keliatannya mahal tapi sebetulnya murah. Contohnya, misalnya orang membeli... aa... sparepart dari A yang harganya mungkin aaaa 20 persen atau 25 persen lebih murah dari kami.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi umurnya paling dipakai 3 bulan rusak sedangkan mereka beli dengan kita itu mungkin bisa sampe 2-3 tahun nggak ada masalah. Itu jadi sebenarnya kalau dilihat nominalnya betul kelihatannya lebih tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi kalau dilihat dari umur pakainya, lifetimenya sebetulnya harga kita sebenarnya jauh lebih murah

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to

Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

---



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

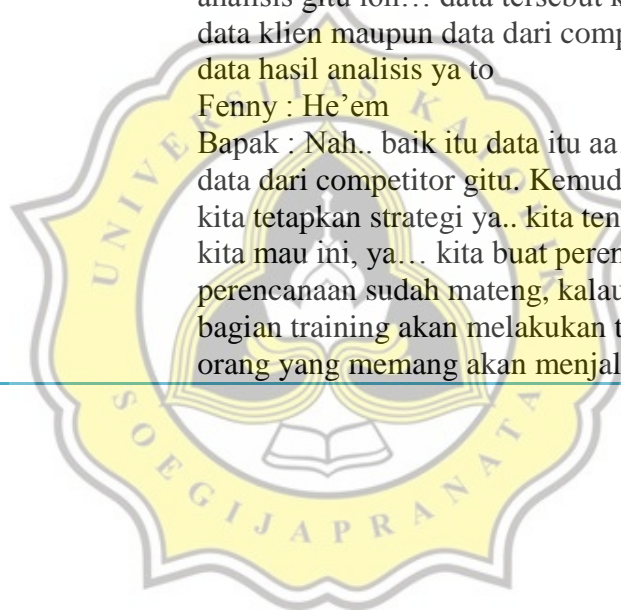
Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana

---



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

Learn from the  
experience of others

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, istilahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik

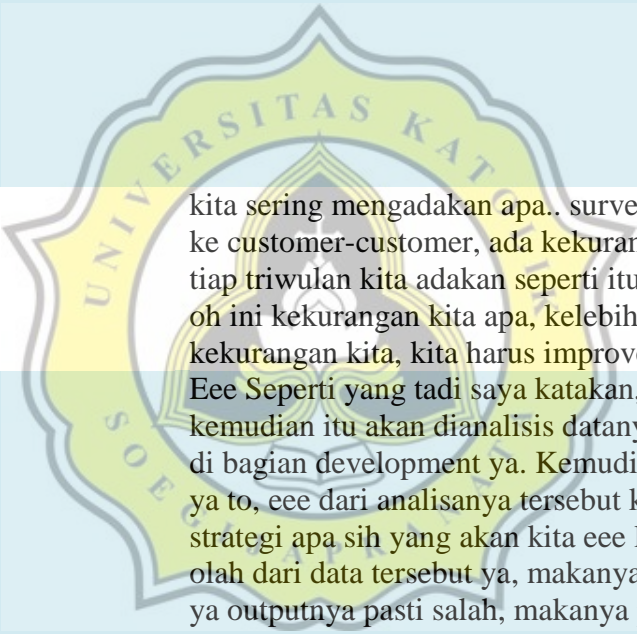
### Good research is critical

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik



kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya  
Eee Seperti yang tadi saya katakan, kita dapat data ya to, kemudian itu akan dianalisis datanya ya to, itu dikerjakan di bagian development ya. Kemudian akan kita tentukan ya to, eee dari analisis tersebut kita akan menentukan strategi apa sih yang akan kita eee laksanakan, ya kita olah dari data tersebut ya, makanya kalau datanya salah, ya outputnya pasti salah, makanya paling utama adalah bagian intelijennya, kemudian dari situ akan kita diskusikan dengan bagian training, kemudian bagian training akan menyiapkan materi pelatihan yang sesuai untuk penerapan strategi tersebut, baik itu di marketingnya maupun di operasionalnya

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan

---

---

**Sun Tzu Principle****Deputy Director Marketing Training  
and Development**

---

itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to

Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

A good research  
program keeps you  
informed

### Know your market

Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis

kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya

Ya... Kita selalu... memberikan reminder-lah, kepada... ee.. pelanggan-pelanggan kita, misalnya mengenai oh.. mungkin apa.. mereka sudah waktunya untuk apa, servis, ya toh. Kemudian kita juga melakukan kunjungan-kunjungan, ya toh. Discuss, mungkin ada yang apa.. perlu.. apa kami bantu gitu lho. Jadi ee.. dengan adanya program kunjungan-kunjungan, kita memang ee.. apa istilahnya menjalin itu apa ya.. ee.. hubungan dengan klien itu ya.. dengan kita sering melakukan kunjungan-

---



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

kunjungan ke.. ke klien kami walaupun mungkin klien kami pada saat itu tidak atau belum memerlukan kami, kami tetap datang bersay hello, ya kira-kira kesana

Know what your market wants today and tomorrow

### Prepare a competitive analysis

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik

Eee Seperti yang tadi saya katakan, kita dapat data ya to, kemudian itu akan dianalisis datanya ya to, itu dikerjakan di bagian development ya. Kemudian akan kita tentukan ya to, eee dari analisisnya tersebut kita akan menentukan strategi apa sih yang akan kita eee laksanakan, ya kita olah dari data tersebut ya, makanya kalau datanya salah,

ya outputnya pasti salah, makanya paling utama adalah bagian intelijennya, kemudian dari situ akan kita diskusikan dengan bagian training, kemudian bagian training akan menyiapkan materi pelatihan yang sesuai untuk penerapan strategi tersebut, baik itu di marketingnya maupun di operasionalnya

eemm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to

Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana



Take a look. Take a good look!

Know your competitors as organizations and as people

Hee.. (sedikit tertawa) kami tidak pernah menerapkan istilahnya banting-banting harga ya, kami tetap konsisten dengan kualitas, iya toh, eee kita tidak pernah menurunkan kualitas produk ya to, ya kita kualitasnya seperti ini ya harganya seperti ini gitu, jadi kita nggak kemudian oo.. competitor kita berani diskon sekian kita ngikutin, kita nggak kesana

Kita.. kadang kita lihat kalau ee.. kira-kira.. apa istilahnya.. tidak selalu, tapi ada ee.. beberapa yang kita lakukan juga ee.. kita dengan cara melakukan subcon

Fenny : Oh.

Bapak : Ya, ada pekerjaan yang kita dapat tendernya

Fenny : He'em

Bapak : Dan kita memang... apa... ee... ehem.. karena deadline nya yang penuh, dan kita sudah tahu bahwa kompetitor kita itu juga mampu mengerjakan... dengan kualitas yang cukup bagus, dan dia punya attitude yang baik, ya kita akan bagi ke mereka, sehingga kita sama-sama bisa apa.. sama-sama hiduplah gitu

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-

hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke kompetitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari kompetitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

### Study the signals

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to  
Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana

---



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

Match your personal observation with formal research

## Protect your secrets

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

kami tidak pernah membuka perhitungan, ya toh, design aa.. yang detail ya to selama belum ada tandatangan kontrak kerja sama atau belum ada PO

Berarti yang bagian bawah itu sudah menerima strategi dengan apa.. detail yang lebih sederhana, yang lebih mudah dipahami oleh mereka, begitukah pak?

Bapak : Betul.. jadi kita.., ya mereka bisa memahami dengan lebih mudah

ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa

Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa

Kita spesialisasi untuk keahlian ya. Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik, skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho.

Nggak dapat semua, gitu loh. Kemudian untuk di office sendiri ya... semua computer di office semua terproteksi.

Fenny : Oooh..

Bapak : Jadi tidak aa.. kita sangat menjaga rahasia klien kami juga, customer kami juga ya to

Fenny : He'em

Bapak : Jadi data-data teknis segala macam kan mereka klien kami kan juga punya competitor.

Fenny : Oh.. ya ya ya...

Bapak : Ya, jadi kita jaga ya to, yang bisa membuka atau yang bisa mengambil data cuma level deputy director ke atas.

Fenny : Oh.. ya

Bapak : Selain itu nggak bisa, ya.. kita protects semuanya

Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukkan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to

Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana

There is no place where espionage is not possible

## Third Principle: Maintenance of the Objective

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

**A clear intention and a steady aim**

karena kita lebih mengutamakan eee di apa, kualitas dan pelayanan bagus , jadi kami tidak dapat memberikan harga yang harga yang lebih murah dibandingkan harga pasar

harga kami yang lebih tinggi itu juga sebanding dengan kualitas dan pelayanan kami

Karena kami selalu memakai bahan baku yang berkualitas

Kalau visinya... ya menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan ya Asia Tenggara dan sekitarnya.

Fenny : Hmm.

Bapak : Kalau misinya ya menghasilkan produk atau barang dan jasa di bidang engineering dengan kualitas yang baik dan delivery time yang tepat waktu

Fokus perusahaan yaitu jelas memberikan suatu barang atau produk yang berkualitas bagi para konsumen, barang, jasa ya yang berkualitas . Kemudian kita menerapkan juga program 5R untuk mendukung focus tersebut

Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya

Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

Jadi untuk memuaskan para pelanggan, ya kita eee istilahnya apa ya, after sales servisnya yang bagus ya.

Fenny : He'em.

Bapak : Positionnya ya kita benar-benar aa.. apa istilahnya aa.. memberikan pelayanan yang memuaskan ya, dengan hasil produksi atau jasa yang berkualitas Jadi... yang kita tawarkan ke pelanggan yaitu adalah ya kita bergerak ke lebih ke arah bidang engineering, ya produknya ya produk dan jasanya adalah produk, jasa dalam bidang engeneering, manufaktur ya sparepart-sparepart ya to, kita juga eee apa orang butuh aa.. mesin, butuh modifikasi, kita juga melakukan itu

Jadi.. ehem.. ya, kita.. menerapkan aaa pricing itu berdasarkan kualitas ya kita kualitas produk dan kualitas jasa yang diberikan ya. Jadi terus terang mungkin kalo ini apa.. kok ee.. keliatannya mahal tapi sebetulnya murah. Contohnya, misalnya orang membeli... aa... sparepart dari A yang harganya mungkin aaaa 20 persen atau 25 persen lebih murah dari kami.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi umurnya paling dipakai 3 bulan rusak sedangkan mereka beli dengan kita itu mungkin bisa sampe 2-3 tahun nggak ada masalah. Itu jadi sebenarnya kalau dilihat nominalnya betul kelihatannya lebih tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi kalau dilihat dari umur pakainya,

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

lifestimanya sebetulnya harga kita sebenarnya jauh lebih murah

Hee.. (sedikit tertawa) kami tidak pernah menerapkan istilahnya banting-banting harga ya, kami tetap konsisten dengan kualitas, iya toh, eee kita tidak pernah menurunkan kualitas produk ya to, ya kita kualitasnya seperti ini ya harganya seperti ini gitu, jadi kita nggak kemudian oo.. competitor kita berani diskon sekian kita ngikutin, kita nggak kesana

The objective is clearly defined

Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya  
Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagi target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

The objective is decisive

Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya

Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagi target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya





---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

The objective is attainable

Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya  
Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagi target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

The objective is clearly communicated

Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya  
Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagi target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

**Find a winning strategy**

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Strategy before tactics

ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

Fenny : He'em

Bapak : Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa.

Fenny : He'em

Bapak : Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa.

Fenny : Oh gitu...

Bapak : Kita spesialisasi untuk keahlian ya.

Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin

special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik,

skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi

keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho.

Nggak dapat semua, gitu loh. Kemudian untuk di office sendiri ya... semua computer di office semua terproteksi.

Fenny : Oooh..

Bapak : Jadi tidak aa.. kita sangat menjaga rahasia klien kami juga, customer kami juga ya to

Fenny : He'em

Bapak : Jadi data-data teknis segala macam kan mereka

klien kami kan juga punya competitor.

Fenny : Oh.. ya ya ya...

Bapak : Ya, jadi kita jaga ya to, yang bisa membuka atau yang bisa mengambil data cuma level deputy director ke atas.

Fenny : Oh.. ya

Bapak : Selain itu nggak bisa, ya.. kita protects semuanya

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

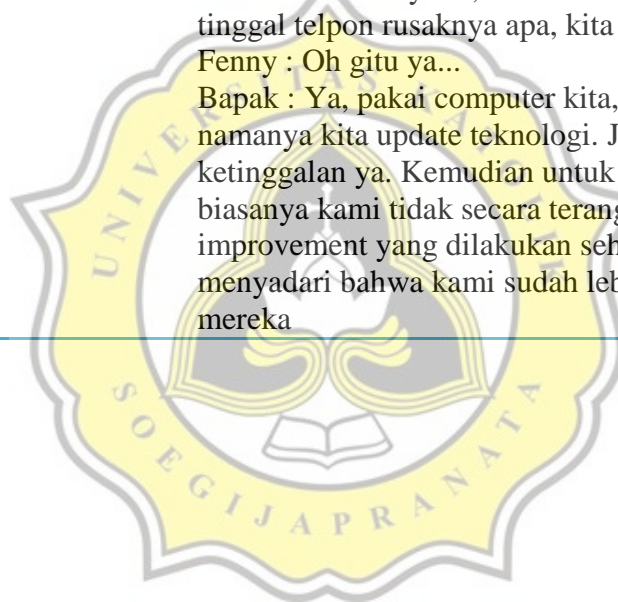
Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

---



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to

Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana

**The supreme excellence is to win  
without fighting**

Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukkan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

---

eemm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

The side that wins will probably be the side that has already won

### Look for strategic turns

Strategic turns change the course of history

Kemudian sekitar pada tahun 2009 ya, itu mulai merambah ke bisnis di bidang engineering

Markets evolve; New products emerge; The world moves on

### Establish strategic initiatives

Making strategic initiatives work

Select strategic initiatives that will make a difference

Customer Value --> Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan

Customer Value --> Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah

### Develop a plan of action

Use data to plan for overwhelming advantages

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan inteligennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa,

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

Hee.. (sedikit tertawa) kami tidak pernah menerapkan istilahnya banting-banting harga ya, kami tetap konsisten dengan kualitas, iya toh, eee kita tidak pernah menurunkan kualitas produk ya to, ya kita kualitasnya seperti ini ya harganya seperti ini gitu, jadi kita nggak kemudian oo.. competitor kita berani diskon sekian kita ngikutin, kita nggak kesana

---



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

Oh.. ya... apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai dan dapat ditingkatkan lagi?

Bapak : Yah... kalau menurut kita sih udah tepat, ya... tapi ya kita makanya kita selalu kreatif lah, orang-orang di kita itu.. selalu kita tekankan untuk kreatif,

Fenny : He'em

Bapak : Inovatif ya to... terus selalu harus improvement, harus update teknologi, update berita, update apa.. gitu lho.. intinya disana gitu.

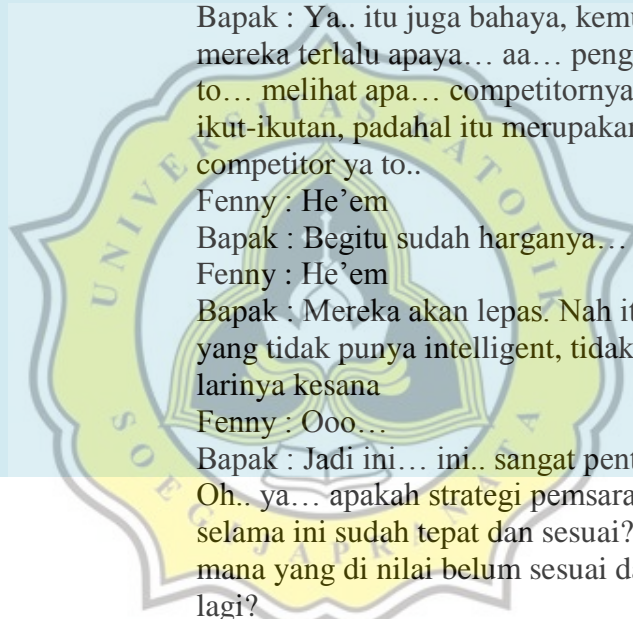
Fenny : Ooo..

Bapak : Ya kalau sistemnya sih udah tepat

Fenny : He'em

Bapak : Tinggal dalam aplikasinya kan... dari karyawan-karyawan itu kan harus selalu kreatif, kita rekrut orang-orang yang kreatif, inovatif gitu. Jadi nggak yang lelet, yang nggak... malas-malasan gitu

**Fight and find out**



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Let the market tell you what to do

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

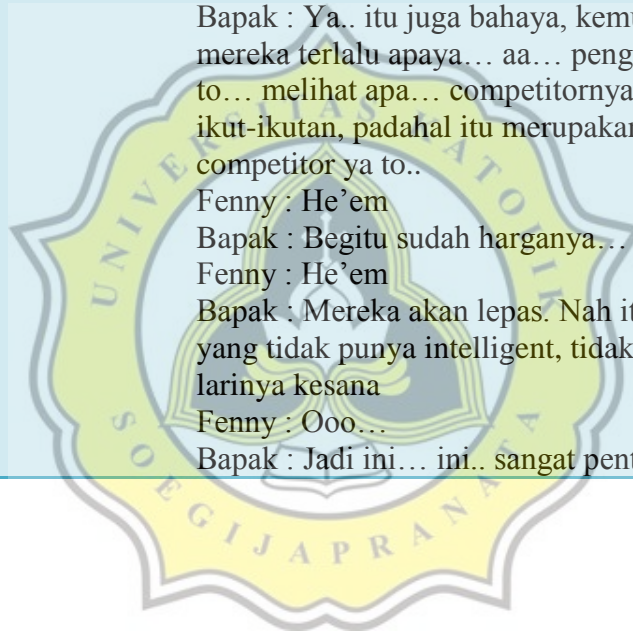
Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

### Do not underestimate

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

Do not reject new information; Consider your worst indicator

### Take calculated risks

perusahaan kami memang memiliki pre dan after sales service yang sangat memuaskan ya to.. itu kan bukan dari omongan kita tapi dari omongan dari klien ya dari customer kita , kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya.

Kemudian aa.. kami tidak pernah membuka perhitungan, ya toh, design aa.. yang detail ya to selama belum ada tandatangan kontrak kerja sama atau belum ada PO , ya itu untuk apa, itu strateginya kesana ya. Jadi ketika klien kami berkonsultasi sebelum adanya PO ya to, maka kita akan mengirimkan ya.. kita akan diskus lah, gitu lho kita akan diskus itu dalam garis besarnya ya, kita akan memberikan saran, report ya to tapi tidak aa... istilahnya

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

detail detailnya, ya setelah itu PO baru kita akan kasih detailnya. Karena itu kan merupakan rahasia perusahaan ya

Kita.. kadang kita lihat kalau ee.. kira-kira.. apa istilahnya.. tidak selalu, tapi ada ee.. beberapa yang kita lakukan juga ee.. kita dengan cara melakukan subcon  
Fenny : Oh.

Bapak : Ya, ada pekerjaan yang kita dapat tendernya  
Fenny : He'em

Bapak : Dan kita memang... apa... ee... ehem.. karena deadline nya yang penuh, dan kita sudah tahu bahwa kompetitor kita itu juga mampu mengerjakan... dengan kualitas yang cukup bagus, dan dia punya attitude yang baik, ya kita akan bagi ke mereka, sehingga kita sama-sama bisa apa.. sama-sama hiduplah gitu

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari kompetitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

---

Action precedes victory

**Survival drives victory**

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Survival is the ultimate objective of every enterprise

Kita.. kadang kita lihat kalau ee.. kira-kira.. apa istilahnya.. tidak selalu, tapi ada ee.. beberapa yang kita lakukan juga ee.. kita dengan cara melakukan subcon

Fenny : Oh.

Bapak : Ya, ada pekerjaan yang kita dapat tendernya

Fenny : He'em

Bapak : Dan kita memang... apa... ee... ehem.. karena deadline nya yang penuh, dan kita sudah tahu bahwa kompetitor kita itu juga mampu mengerjakan... dengan kualitas yang cukup bagus, dan dia punya attitude yang baik, ya kita akan bagi ke mereka, sehingga kita sama-sama bisa apa.. sama-sama hiduplah gitu

### Fourth Principle: A Secure Position

Occupy a position that cannot easily be taken by your opponents

Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami.

Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

eemm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

Kita.. kadang kita lihat kalau ee.. kira-kira.. apa istilahnya.. tidak selalu, tapi ada ee.. beberapa yang kita lakukan juga ee.. kita dengan cara melakukan subcon

Fenny : Oh.

Bapak : Ya, ada pekerjaan yang kita dapat tendernya

Fenny : He'em

Bapak : Dan kita memang... apa... ee... ehem.. karena deadline nya yang penuh, dan kita sudah tahu bahwa kompetitor kita itu juga mampu mengerjakan... dengan kualitas yang cukup bagus, dan dia punya attitude yang baik, ya kita akan bagi ke mereka, sehingga kita sama-sama bisa apa.. sama-sama hiduplah gitu

## Be Invincible

Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

The marketplace

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemmm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemmm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan

---



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

Invincibility lies in the defense; The possibility of victory in the attack

### Seize favorable positions

Preemptive strategies

Find the sweet spots

### Seek the advantages of natural positions

Natural features support your position

### Occupy the high ground

All armies prefer high ground to low

### The best defense is to plan a good offense

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemmm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemmm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to

Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana

Offensive thinking and action breeds victory

### Fifth Principle: Offensive Action

**Keep on the offensive to secure freedom of action**

Innovation offensive

Organizing the offensive

**Marshall adequate resources**

Determine your priorities

Preference --> Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan.

Fenny : Oke.

Bapak : Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Preference --> Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya

Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagi target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Taking action makes  
you master of the  
situation

### Enable momentum

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

Get momentum going

Strive for the continuous attack

### Go for a breakthrough

Use the normal to engage, the extraordinary to win

eemm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

**Have tactical flexibility**

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

No one victory is gained in the same manner as another

### Plan a speedy victory

Logistical mobility wins

The positive consequences of speed accrue to the offensive

## Sixth Principle: Surprise

**Surprise is the best way to gain psychological dominance and deny the initiative to your opponent**

The marketing surprise

---



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Secrecy is a partner of surprise

ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

Fenny : He'em

Bapak : Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa.

Fenny : He'em

Bapak : Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa.

Fenny : Oh gitu...

Bapak : Kita spesialisasi untuk keahlian ya.

Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik, skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho.

Nggak dapat semua, gitu loh. Kemudian untuk di office sendiri ya... semua computer di office semua terproteksi.

Fenny : Oooh..

Bapak : Jadi tidak aa.. kita sangat menjaga rahasia klien kami juga, customer kami juga ya to

Fenny : He'em

Bapak : Jadi data-data teknis segala macam kan mereka klien kami kan juga punya competitor.

Fenny : Oh.. ya ya ya...

Bapak : Ya, jadi kita jaga ya to, yang bisa membuka atau yang bisa mengambil data cuma level deputy director ke atas.

Fenny : Oh.. ya

Bapak : Selain itu nggak bisa, ya.. kita protects semuanya

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

### Plan surprise

A surprise move can shift the balance of power

### Generate the mismatch

Initiate the observation-orientation-decision-action time cycle

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

### Keep your opponent confused

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemmm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien

---

---

## Sun Tzu Principle

---

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

Some actions require  
stealth and deception

**Be disruptive and intrusive**

Merchandising gets  
attention

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Disrupt the mind and intrude into that disruption

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukkan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

eemm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

### Seventh Principle: Maneuver

**The easiest routes are often the most heavily defended; the longest way round can be the shortest way home**

Leverage opportunities

Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan.

Fenny : Oke.

Bapak : Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah harga kami yang lebih tinggi itu juga sebanding dengan kualitas dan pelayanan kami.

Fenny : Begitu ya.

Bapak : Karena kami selalu memakai bahan baku yang

berkualitas

Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan inteligennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari

customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendevlop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

perusahaan kami memang memiliki pre dan after sales service yang sangat memuaskan ya to.. itu kan bukan dari omongan kita tapi dari omongan dari klien ya dari customer kita, kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya.

Kemudian aa.. kami tidak pernah membuka perhitungan, ya toh, design aa.. yang detail ya to selama belum ada tandatangan kontrak kerja sama atau belum ada PO, ya itu untuk apa, itu strateginya kesana ya. Jadi ketika klien kami berkonsultasi sebelum adanya PO ya to, maka kita akan mengirimkan ya.. kita akan diskus lah, gitu lho kita akan diskus itu dalam garis besarnya ya, kita akan memberikan saran, report ya to tapi tidak aa... istilahnya detail detailnya, ya setelah itu PO baru kita akan kasih detailnya. Karena itu kan merupakan rahasia perusahaan ya

Jadi.. ehem.. ya, kita.. menerapkan aaa pricing itu berdasarkan kualitas ya kita kualitas produk dan kualitas jasa yang diberikan ya. Jadi terus terang mungkin kalo ini apa.. kok ee.. keliatannya mahal tapi sebetulnya murah. Contohnya, misalnya orang membeli... aa... sparepart dari A yang harganya mungkin aaaa 20 persen



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

atau 25 persen lebih murah dari kami.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi umurnya paling dipakai 3 bulan rusak sedangkan mereka beli dengan kita itu mungkin bisa sampe 2-3 tahun nggak ada masalah. Itu jadi sebenarnya kalau dilihat nominalnya betul kelihatannya lebih tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi kalau dilihat dari umur pakainya, lifetimenya sebetulnya harga kita sebenarnya jauh lebih murah

Ya... Kita selalu... memberikan reminder-lah, kepada... ee.. pelanggan-pelanggan kita, misalnya mengenai oh.. mungkin apa.. mereka sudah waktunya untuk apa, servis, ya toh. Kemudian kita juga melakukan kunjungan-kunjungan, ya toh. Discuss, mungkin ada yang apa..

perlu.. apa kami bantu gitu lho. Jadi ee.. dengan adanya program kunjungan-kunjungan, kita memang ee.. apa istilahnya menjalin itu apa ya.. ee.. hubungan dengan klien itu ya.. dengan kita sering melakukan kunjungan-kunjungan ke.. ke klien kami walaupun mungkin klien kami pada saat itu tidak atau belum memerlukan kami, kami tetap datang bersay hello, ya kira-kira kesana

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukkan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

Tactics for maneuvering

### Choose the best maneuvers

A lesson from Gideon

The right maneuver varies with the circumstances

Retreat --> Ee, awal mulanya, ee Perusahaan ini bergerak di bidang dubbing dan editing.

Fenny : Hmm.

Bapak : Kemudian sekitar pada tahun 2009 ya, itu mulai merambah ke bisnis di bidang engineering

### Flanking often wins

The indirect approach

Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan.

Fenny : Oke.

Bapak : Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah harga kami yang lebih tinggi itu juga sebanding dengan kualitas dan pelayanan kami.

Fenny : Begitu ya.

Bapak : Karena kami selalu memakai bahan baku yang berkualitas

Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan inteligennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

perusahaan kami memang memiliki pre dan after sales service yang sangat memuaskan ya to.. itu kan bukan dari omongan kita tapi dari omongan dari klien ya dari customer kita , kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya.

Kemudian aa.. kami tidak pernah membuka perhitungan, ya toh, design aa.. yang detail ya to selama belum ada tandatangan kontrak kerja sama atau belum ada PO , ya itu untuk apa, itu strateginya kesana ya. Jadi ketika klien kami berkonsultasi sebelum adanya PO ya to, maka kita akan mengirimkan ya.. kita akan diskus lah, gitu lho kita akan diskus itu dalam garis besarnya ya, kita akan memberikan saran, report ya to tapi tidak aa... istilahnya detail detailnya, ya setelah itu PO baru kita akan kasih detailnya. Karena itu kan merupakan rahasia perusahaan ya

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Jadi untuk memuaskan para pelanggan, ya kita eee istilahnya apa ya, after sales servisnya yang bagus ya.

Fenny : He'em.

Bapak : Positionnya ya kita benar-benar aa.. apa istilahnya aa.. memberikan pelayanan yang memuaskan ya, dengan hasil produksi atau jasa yang berkualitas

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukkan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

Flanking can be a short  
route to success

### Concentrate or divide

Think big; Work small

Kalau visinya... ya menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan ya Asia Tenggara dan sekitarnya.

Fenny : Hmmm.

Bapak : Kalau misinya ya menghasilkan produk atau barang dan jasa di bidang engineering dengan kualitas yang baik dan delivery time yang tepat waktu

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai

---

calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

---

perusahaan kami memang memiliki pre dan after sales service yang sangat memuaskan ya to.. itu kan bukan dari omongan kita tapi dari omongan dari klien ya dari customer kita , kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya.

Kemudian aa.. kami tidak pernah membuka perhitungan, ya toh, design aa.. yang detail ya to selama belum ada tandatangan kontrak kerja sama atau belum ada PO , ya itu untuk apa, itu strateginya kesana ya. Jadi ketika klien kami berkonsultasi sebelum adanya PO ya to, maka kita akan mengirimkan ya.. kita akan diskus lah, gitu lho kita akan diskus itu dalam garis besarnya ya, kita akan memberikan saran, report ya to tapi tidak aa... istilahnya detail detailnya, ya setelah itu PO baru kita akan kasih detailnya. Karena itu kan merupakan rahasia perusahaan ya

Eee Seperti yang tadi saya katakan, kita dapat data ya to, kemudian itu akan dianalisis datanya ya to, itu dikerjakan di bagian development ya. Kemudian akan kita tentukan ya to, eee dari analisisnya tersebut kita akan menentukan strategi apa sih yang akan kita eee laksanakan, ya kita olah dari data tersebut ya, makanya kalau datanya salah, ya outputnya pasti salah, makanya paling utama adalah bagian intelijennya, kemudian dari situ akan kita diskusikan dengan bagian training, kemudian bagian training akan menyiapkan materi pelatihan yang sesuai untuk penerapan strategi tersebut, baik itu di marketingnya maupun di operasionalnya ,

Fenny : Berarti yang bagian bawah itu sudah menerima strategi dengan apa.. detail yang lebih sederhana, yang lebih mudah dipahami oleh mereka, begitukah pak?

Bapak : Betul.. jadi kita.., ya mereka bisa memahami dengan lebih mudah

---



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

Fenny : He'em

Bapak : Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa.

Fenny : He'em

Bapak : Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa.

Fenny : Oh gitu...

Bapak : Kita spesialisasi untuk keahlian ya.

Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik, skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho.

Nggak dapat semua, gitu loh. Kemudian untuk di office sendiri ya... semua computer di office semua terproteksi.

Fenny : Oooh..

Bapak : Jadi tidak aa.. kita sangat menjaga rahasia klien kami juga, customer kami juga ya to

Fenny : He'em

Bapak : Jadi data-data teknis segala macam kan mereka klien kami kan juga punya competitor.

Fenny : Oh.. ya ya ya...

Bapak : Ya, jadi kita jaga ya to, yang bisa membuka atau yang bisa mengambil data cuma level deputy director ke atas.

Fenny : Oh.. ya

Bapak : Selain itu nggak bisa, ya.. kita protects semuanya

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

Centralize or  
decentralize

### Market from strength

Gaining leverage

Reinforce strength;  
Minimize weakness

harga kami yang lebih tinggi itu juga sebanding dengan kualitas dan pelayanan kami.

Fenny : Begitu ya.

Bapak : Karena kami selalu memakai bahan baku yang berkualitas

---

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

perusahaan kami memang memiliki pre dan after sales service yang sangat memuaskan ya to.. itu kan bukan dari omongan kita tapi dari omongan dari klien ya dari customer kita , kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya.

Kemudian aa.. kami tidak pernah membuka perhitungan, ya toh, design aa.. yang detail ya to selama belum ada tandatangan kontrak kerja sama atau belum ada PO , ya itu untuk apa, itu strateginya kesana ya. Jadi ketika klien kami berkonsultasi sebelum adanya PO ya to, maka kita akan mengirimkan ya.. kita akan diskus lah, gitu lho kita akan diskus itu dalam garis besarnya ya, kita akan memberikan saran, report ya to tapi tidak aa... istilahnya detail detailnya, ya setelah itu PO baru kita akan kasih detailnya. Karena itu kan merupakan rahasia perusahaan ya

Jadi.. ehem.. ya, kita.. menerapkan aaa pricing itu berdasarkan kualitas ya kita kualitas produk dan kualitas jasa yang diberikan ya. Jadi terus terang mungkin kalo ini apa.. kok ee.. keliatannya mahal tapi sebetulnya murah. Contohnya, misalnya orang membeli... aa... sparepart dari A yang harganya mungkin aaaa 20 persen atau 25 persen lebih murah dari kami.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi umurnya paling dipakai 3 bulan rusak sedangkan mereka beli dengan kita itu mungkin bisa sampe 2-3 tahun nggak ada masalah. Itu jadi sebenarnya kalau dilihat nominalnya betul kelihatannya lebih tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi kalau dilihat dari umur pakainya, lifetimenya sebetulnya harga kita sebenarnya jauh lebih murah

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

---

## Eighth Principle: Concentration of Resources

**Mass sufficiently superior force  
at the decisive place and time**

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Concentration of advertising

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

perusahaan kami memang memiliki pre dan after sales service yang sangat memuaskan ya to.. itu kan bukan dari omongan kita tapi dari omongan dari klien ya dari customer kita, kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Eee Seperti yang tadi saya katakan, kita dapat data ya to, kemudian itu akan dianalisis datanya ya to, itu dikerjakan di bagian development ya. Kemudian akan kita tentukan ya to, eee dari analisisnya tersebut kita akan menentukan strategi apa sih yang akan kita eee laksanakan, ya kita olah dari data tersebut ya, makanya kalau datanya salah, ya outputnya pasti salah, makanya paling utama adalah bagian intelijennya, kemudian dari situ akan kita diskusikan dengan bagian training, kemudian bagian training akan menyiapkan materi pelatihan yang sesuai untuk penerapan strategi tersebut, baik itu di marketingnya maupun di operasionalnya ,

Fenny : Berarti yang bagian bawah itu sudah menerima strategi dengan apa.. detail yang lebih sederhana, yang lebih mudah dipahami oleh mereka, begitukah pak?

Bapak : Betul.. jadi kita.., ya mereka bisa memahami dengan lebih mudah

Jadi.. ehm.. ya kita ada sih ada lewat catalog ada ya to, tapi aaaa lebih, sebetulnya itu kita itu lebih ke arah apa ya, lebih ke arah aaa dapat informasi dari aaaa intelijen kita di bidang development.. oo pabrik itu bagus lha kita datang apa.. datang kesana door to door lah istilahnya untuk eee melakukan pendekatan agar bisa masuk arahnya lebih ke sana, dengan kita membawa catalog, jadi kita nggak kemudian nyebar catalog sebanyak-banyaknya gitu

Ya... kebanyakan sih promosinya itu ya dari.. apa ya ee.. justru dari klien-klien kami sendiri gitu lho, dari customer-customer kami.. ya to, ee.. kami datang ke perusahaan baru ya to.. kemudian kami memberikan catalog, kami memberikan data.. ee.. list ini lho customer kami yang pernah ini... anda bisa hubungi klien kami, bisa tanya ya to, seperti apa sih kami itu loh. Jadi istilahnya lebih kearah ee... ya dari mulut ke mulut lah words of mouth ya

Ya... Kita selalu... memberikan reminder-lah, kepada... ee.. pelanggan-pelanggan kita, misalnya mengenai oh.. mungkin apa.. mereka sudah waktunya untuk apa, servis, ya toh. Kemudian kita juga melakukan kunjungan-kunjungan, ya toh. Discuss, mungkin ada yang apa.. perlu.. apa kami bantu gitu lho. Jadi ee.. dengan adanya program kunjungan-kunjungan, kita memang ee.. apa istilahnya menjalin itu apa ya.. ee.. hubungan dengan klien itu ya.. dengan kita sering melakukan kunjungan-

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Concentrate on concentrating

kunjungan ke.. ke klien kami walaupun mungkin klien kami pada saat itu tidak atau belum memerlukan kami, kami tetap datang bersay hello, ya kira-kira kesana

Services of quality --> Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan.

Fenny : Oke.

Bapak : Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah

Quality --> kita lebih mengutamakan eee di apa, kualitas dan pelayanan bagus

Quality --> Karena kami selalu memakai bahan baku yang berkualitas

Quality --> Fokus perusahaan yaitu jelas memberikan suatu barang atau produk yang berkualitas bagi para konsumen, barang, jasa ya yang berkualitas . Kemudian kita menerapkan juga program 5R untuk mendukung focus tersebut

Quality --> Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa.

Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA

Quality --> Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

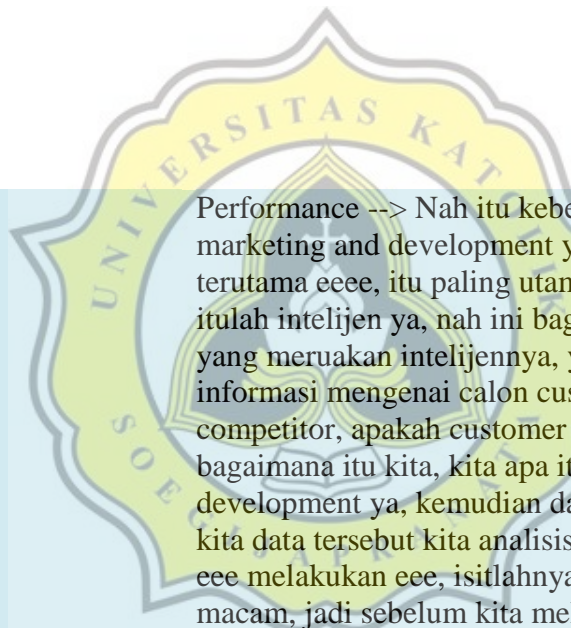
Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di

---



customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya



Performance --> Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita

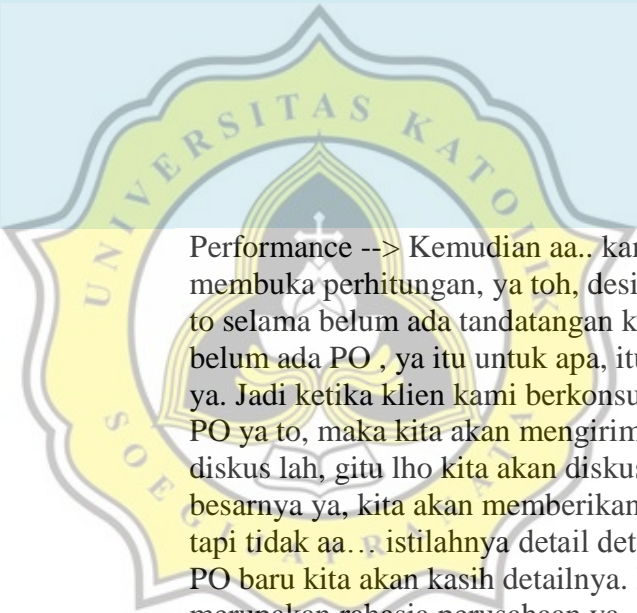
---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu



Performance --> Kemudian aa.. kami tidak pernah membuka perhitungan, ya toh, design aa.. yang detail ya to selama belum ada tandatangan kontrak kerja sama atau belum ada PO , ya itu untuk apa, itu strateginya kesana ya. Jadi ketika klien kami berkonsultasi sebelum adanya PO ya to, maka kita akan mengirimkan ya.. kita akan diskus lah, gitu lho kita akan diskus itu dalam garis besarnya ya, kita akan memberikan saran, report ya to tapi tidak aa... istilahnya detail detailnya, ya setelah itu PO baru kita akan kasih detailnya. Karena itu kan merupakan rahasia perusahaan ya

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Performance and simplicity --> Eee Seperti yang tadi saya katakan, kita dapat data ya to, kemudian itu akan dianalisis datanya ya to, itu dikerjakan di bagian development ya. Kemudian akan kita tentukan ya to, eee dari analisisnya tersebut kita akan menentukan strategi apa sih yang akan kita eee laksanakan, ya kita olah dari data tersebut ya, makanya kalau datanya salah, ya outputnya pasti salah, makanya paling utama adalah bagian intelijennya, kemudian dari situ akan kita diskusikan dengan bagian training, kemudian bagian training akan menyiapkan materi pelatihan yang sesuai untuk penerapan strategi tersebut, baik itu di marketingnya maupun di operasionalnya ,

Fenny : Berarti yang bagian bawah itu sudah menerima strategi dengan apa.. detail yang lebih sederhana, yang lebih mudah dipahami oleh mereka, begitukah pak?

Bapak : Betul.. jadi kita.., ya mereka bisa memahami dengan lebih mudah

Quality of services --> Jadi untuk memuaskan para pelanggan, ya kita eee istilahnya apa ya, after sales servisnya yang bagus ya.

Fenny : He'em.

Bapak : Positionnya ya kita benar-benar aa.. apa istilahnya aa.. memberikan pelayanan yang memuaskan ya, dengan hasil produksi atau jasa yang berkualitas

Quality --> Jadi.. ehem.. ya, kita.. menerapkan aaa pricing itu berdasarkan kualitas ya kita kualitas produk dan kualitas jasa yang diberikan ya. Jadi terus terang mungkin kalo ini apa.. kok ee.. keliatannya mahal tapi sebetulnya murah. Contohnya, misalnya orang membeli... aa... sparepart dari A yang harganya mungkin aaaa 20 persen atau 25 persen lebih murah dari kami.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi umurnya paling dipakai 3 bulan rusak sedangkan mereka beli dengan kita itu mungkin bisa sampe 2-3 tahun nggak ada masalah. Itu jadi sebenarnya kalau dilihat nominalnya betul kelihatannya lebih tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi kalau dilihat dari umur pakainya, lifetimenya sebetulnya harga kita sebenarnya jauh lebih murah

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Quality --> Hee.. (sedikit tertawa) kami tidak pernah menerapkan istilahnya banting-banting harga ya, kami tetap konsisten dengan kualitas, iya toh, eee kita tidak pernah menurunkan kualitas produk ya to, ya kita kualitasnya seperti ini ya harganya seperti ini gitu, jadi kita nggak kemudian oo.. competitor kita berani diskon sekian kita ngikutin, kita nggak kesana

Performance --> Kalau lokasi karena kita... istilahnya bising ya to

Fenny : He'em..

Bapak : Pasti kita cari yang di area... apa.. bukan di pemukiman ya di area industry gitu lho.. jadi pertimbangannya ke sana, jadi nggak mengganggu, kemudian untuk daya listriknya segala macamnya kan sudah tersedia ya. Karena ya terus terang untuk seperti ini kan kita perlu area yang cukup luas gitu ya. Kira-kira kesana, jadi kita mengarahkan ke... ke memang yang memang apa, ee... yang sesuai dengan lokasinya ya, ke industry

Performance --> Ya... Kita selalu... memberikan reminder-lah, kepada... ee.. pelanggan-pelanggan kita, misalnya mengenai oh.. mungkin apa.. mereka sudah waktunya untuk apa, servis, ya toh. Kemudian kita juga melakukan kunjungan-kunjungan, ya toh. Discuss, mungkin ada yang apa.. perlu.. apa kami bantu gitu lho. Jadi ee.. dengan adanya program kunjungan-kunjungan, kita memang ee.. apa istilahnya menjalin itu apa ya.. ee.. hubungan dengan klien itu ya.. dengan kita sering melakukan kunjungan-kunjungan ke.. ke klien kami walaupun mungkin klien kami pada saat itu tidak atau belum memerlukan kami, kami tetap datang bersay hello, ya kira-kira kesana

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Performance, simplicity and service quality --> ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

Fenny : He'em

Bapak : Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa.

Fenny : He'em

Bapak : Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa.

Fenny : Oh gitu...

Bapak : Kita spesialisasi untuk keahlian ya.

Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik, skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho.

Nggak dapat semua, gitu loh. Kemudian untuk di office sendiri ya... semua computer di office semua terproteksi.

Fenny : Oooh..

Bapak : Jadi tidak aa.. kita sangat menjaga rahasia klien kami juga, customer kami juga ya to

Fenny : He'em

Bapak : Jadi data-data teknis segala macam kan mereka klien kami kan juga punya competitor.

Fenny : Oh.. ya ya ya...

Bapak : Ya, jadi kita jaga ya to, yang bisa membuka atau yang bisa mengambil data cuma level deputy director ke atas.

Fenny : Oh.. ya

Bapak : Selain itu nggak bisa, ya.. kita protects semuanya Quality --> eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga..

ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu

jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

**Concentrate strength against weakness**

Kalau visinya... ya menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan ya Asia Tenggara dan sekitarnya.

Fenny : Hmmm.

Bapak : Kalau misinya ya menghasilkan produk atau barang dan jasa di bidang engineering dengan kualitas yang baik dan delivery time yang tepat waktu

---

Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan

Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

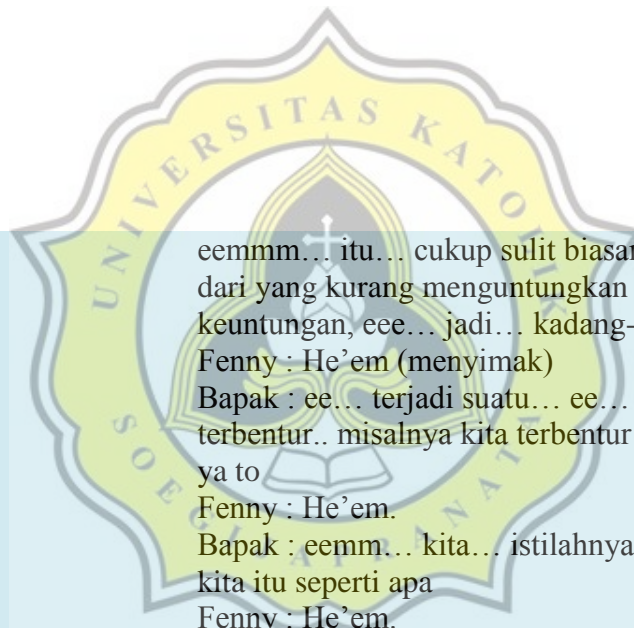
Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukkan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak

---

menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka



eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,  
Fenny : He'em.

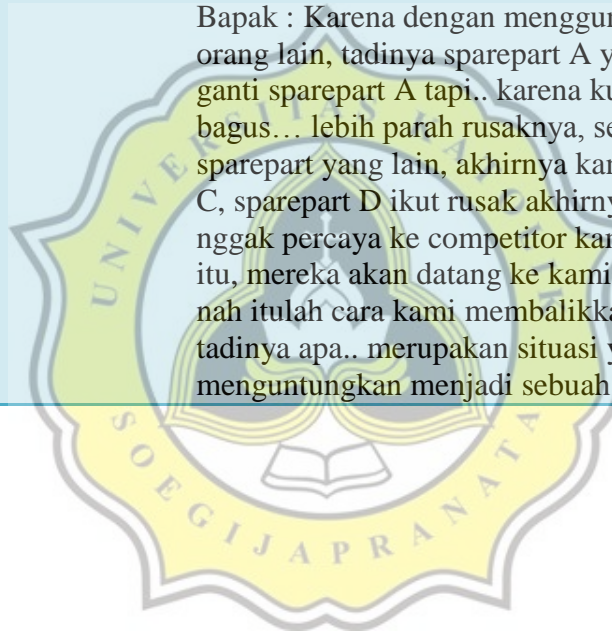
Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to

Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana

Find an overwhelming  
superiority

**Attain relative superiority at the  
decisive point**

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

The essence of great strategy is to concentrate superior strength at the weakest point

### Achieve the critical marketing mass

Concentrate energy to overcome the natural buying inertia

### Build winning teamwork

Eee iya eeee kita membangun loyalitas karyawan dengan menerapkan sistem reward dan punishment.

Fenny : Ya.

Bapak : Jadi ada reward dan punishment, selain itu juga kita membina hubungan kekeluargaan yang baik dengan para karyawan. Karyawan dianggap merupakan satu kesatuan keluarga, satu kesatuan badan. Perusahaan tidak hanya menuntut para karyawan untuk focus pada pekerjaan mereka

Fenny : He'em.

Bapak : Cuma menuntut doang, tapi perusahaan juga memperhatikan kesejahteraan keluarga mereka.

Perusahaan biasanya memberikan support untuk anak-anak para karyawan yang berprestasi di sekolah mereka, kita bantu apa ada beasiswa ada apa, kira-kira seperti itu. Sehingga ya dari karyawan ada merasa bahwa memang apa... ada merupakan satu keluarga lah, satu keluarga besar gitu

Teamwork wins

## Ninth Principle: Economy of Force

### Assess accurately where you employ your resources

Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan.

Fenny : Oke.

Bapak : Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah

Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya  
Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagi target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

---

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

Jadi.. ehm.. ya kita ada sih ada lewat catalog ada ya to, tapi aaaa lebih, sebetulnya itu kita itu lebih ke arah apa ya, lebih ke arah aaa dapat informasi dari aaaa intelijen kita di bidang development.. oo pabrik itu bagus lha kita datang apa.. datang kesana door to door lah istilahnya untuk eee melakukan pendekatan agar bisa masuk arahnya lebih ke sana, dengan kita membawa catalog, jadi kita nggak kemudian nyebar catalog sebanyak-

---

banyaknya gitu

Ya... Kita selalu... memberikan reminder-lah, kepada... ee.. pelanggan-pelanggan kita, misalnya mengenai oh.. mungkin apa.. mereka sudah waktunya untuk apa, servis, ya toh. Kemudian kita juga melakukan kunjungan-kunjungan, ya toh. Discuss, mungkin ada yang apa.. perlu.. apa kami bantu gitu lho. Jadi ee.. dengan adanya program kunjungan-kunjungan, kita memang ee.. apa istilahnya menjalin itu apa ya.. ee.. hubungan dengan klien itu ya.. dengan kita sering melakukan kunjungan-kunjungan ke.. ke klien kami walaupun mungkin klien kami pada saat itu tidak atau belum memerlukan kami, kami tetap datang bersay hello, ya kira-kira kesana ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

Fenny : He'em

Bapak : Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa.

Fenny : He'em

Bapak : Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa.

Fenny : Oh gitu...

Bapak : Kita spesialisasi untuk keahlian ya.

Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik, skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho.

Nggak dapat semua, gitu loh

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian

development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukkan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

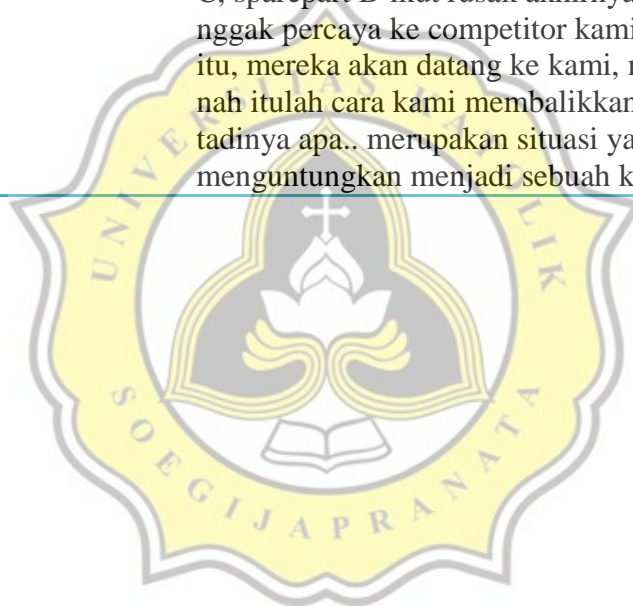
---

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

---





## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to

Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting.

Fenny : Oh.. ya... apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai dan dapat ditingkatkan lagi?

Bapak : Yah... kalau menurut kita sih udah tepat, ya... tapi ya kita makanya kita selalu kreatif lah, orang-orang di kita itu.. selalu kita tekankan untuk kreatif,

Fenny : He'em

Bapak : Inovatif ya to... terus selalu harus improvement, harus update teknologi, update berita, update apa.. gitu lho.. intinya disana gitu.

Fenny : Ooo..

Bapak : Ya kalau sistemnya sih udah tepat

Fenny : He'em

Bapak : Tinggal dalam aplikasinya kan... dari karyawan-karyawan itu kan harus selalu kreatif, kita rekrut orang-orang yang kreatif, inovatif gitu. Jadi nggak yang lelet, yang nggak... malas-malasan gitu

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Do not waste energy

Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan.

Fenny : Oke.

Bapak : Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah

Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya

Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa.

Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

Jadi.. ehm.. ya kita ada sih ada lewat catalog ada ya to, tapi aaaa lebih, sebetulnya itu kita itu lebih ke arah apa ya, lebih ke arah aaa dapat informasi dari aaaa intelijen kita di bidang development.. oo pabrik itu bagus lha kita datang apa.. datang kesana door to door lah istilahnya untuk eee melakukan pendekatan agar bisa masuk arahnya lebih ke sana, dengan kita membawa catalog, jadi kita nggak kemudian nyebar catalog sebanyak-banyaknya gitu

Karena memang kita apa istilahnya aa.. sangat membatasi customer kita, jadi customer kita adalah customer yang bonafit, ee istilahnya yang mementingkan kualitas kan kebanyakan perusahaan kan nggak begitu, banyak yang ah yang penting saya beli yang murah ya to, nggak peduli sama kualitas, nah kita membatasi ke arah sana, jadi.. ya lebih kearah inilah

Ya... Kita selalu... memberikan reminder-lah, kepada... ee.. pelanggan-pelanggan kita, misalnya mengenai oh.. mungkin apa.. mereka sudah waktunya untuk apa, servis, ya toh. Kemudian kita juga melakukan kunjungan-kunjungan, ya toh. Discuss, mungkin ada yang apa.. perlu.. apa kami bantu gitu lho. Jadi ee.. dengan adanya program kunjungan-kunjungan, kita memang ee.. apa istilahnya menjalin itu apa ya.. ee.. hubungan dengan klien itu ya.. dengan kita sering melakukan kunjungan-kunjungan ke.. ke klien kami walaupun mungkin klien kami pada saat itu tidak atau belum memerlukan kami, kami tetap datang bersay hello, ya kira-kira kesana eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemmm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemmm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to  
Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting.

Fenny : Oh.. ya... apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai dan dapat ditingkatkan lagi?

Bapak : Yah... kalau menurut kita sih udah tepat, ya... tapi ya kita makanya kita selalu kreatif lah, orang-orang di kita itu.. selalu kita tekankan untuk kreatif,

Fenny : He'em

Bapak : Inovatif ya to... terus selalu harus improvement, harus update teknologi, update berita, update apa.. gitu lho.. intinya disana gitu.

Fenny : Ooo..

Bapak : Ya kalau sistemnya sih udah tepat

Fenny : He'em

Bapak : Tinggal dalam aplikasinya kan... dari karyawan-karyawan itu kan harus selalu kreatif, kita rekrut orang-orang yang kreatif, inovatif gitu. Jadi nggak yang lelet, yang nggak... malas-malasan gitu

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Handling internal  
conflicts

Eee iya eeee kita membangun loyalitas karyawan dengan menerapkan sistem reward dan punishment.

Fenny : Ya.

Bapak : Jadi ada reward dan punishment, selain itu juga kita membina hubungan kekeluargaan yang baik dengan para karyawan. Karyawan dianggap merupakan satu kesatuan keluarga, satu kesatuan badan. Perusahaan tidak hanya menuntut para karyawan untuk focus pada pekerjaan mereka

Fenny : He'em.

Bapak : Cuma menuntut doang, tapi perusahaan juga memperhatikan kesejahteraan keluarga mereka.

Perusahaan biasanya memberikan support untuk anak-anak para karyawan yang berprestasi di sekolah mereka, kita bantu apa ada beasiswa ada apa, kira-kira seperti itu. Sehingga ya dari karyawan ada merasa bahwa memang apa... ada merupakan satu keluarga lah, satu keluarga besar gitu

ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

Fenny : He'em

Bapak : Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa.

Fenny : He'em

Bapak : Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa.

Fenny : Oh gitu...

Bapak : Kita spesialisasi untuk keahlian ya.

Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik, skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho.

Nggak dapat semua, gitu loh

---



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting.

Fenny : Oh.. ya... apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai dan dapat ditingkatkan lagi?

Bapak : Yah... kalau menurut kita sih udah tepat, ya... tapi ya kita makanya kita selalu kreatif lah, orang-orang di kita itu.. selalu kita tekankan untuk kreatif,

Fenny : He'em

Bapak : Inovatif ya to... terus selalu harus improvement, harus update teknologi, update berita, update apa.. gitu lho.. intinya disana gitu.

Fenny : Ooo..

Bapak : Ya kalau sistemnya sih udah tepat

Fenny : He'em

Bapak : Tinggal dalam aplikasinya kan... dari karyawan-karyawan itu kan harus selalu kreatif, kita rekrut orang-orang yang kreatif, inovatif gitu. Jadi nggak yang lelet, yang nggak... malas-malasan gitu

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

### Build internal strength

Eee iya eeee kita membangun loyalitas karyawan dengan menerapkan sistem reward dan punishment.

Fenny : Ya.

Bapak : Jadi ada reward dan punishment, selain itu juga kita membina hubungan kekeluargaan yang baik dengan para karyawan. Karyawan dianggap merupakan satu kesatuan keluarga, satu kesatuan badan. Perusahaan tidak hanya menuntut para karyawan untuk focus pada pekerjaan mereka

Fenny : He'em.

Bapak : Cuma menuntut doang, tapi perusahaan juga memperhatikan kesejahteraan keluarga mereka.

Perusahaan biasanya memberikan support untuk anak-anak para karyawan yang berprestasi di sekolah mereka, kita bantu apa ada beasiswa ada apa, kira-kira seperti itu. Sehingga ya dari karyawan ada merasa bahwa memang apa... ada merupakan satu keluarga lah, satu keluarga besar gitu

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan inteligennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

Fenny : He'em

Bapak : Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa.

Fenny : He'em

Bapak : Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa.

Fenny : Oh gitu...

Bapak : Kita spesialisasi untuk keahlian ya.

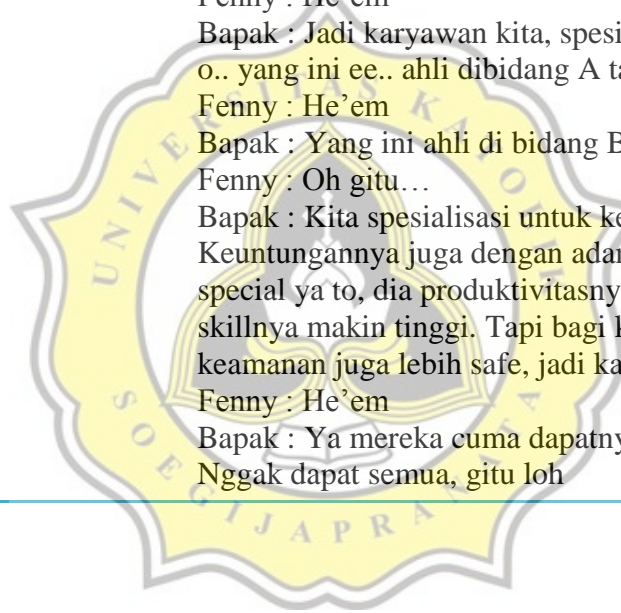
Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik, skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho.

Nggak dapat semua, gitu loh

---



## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

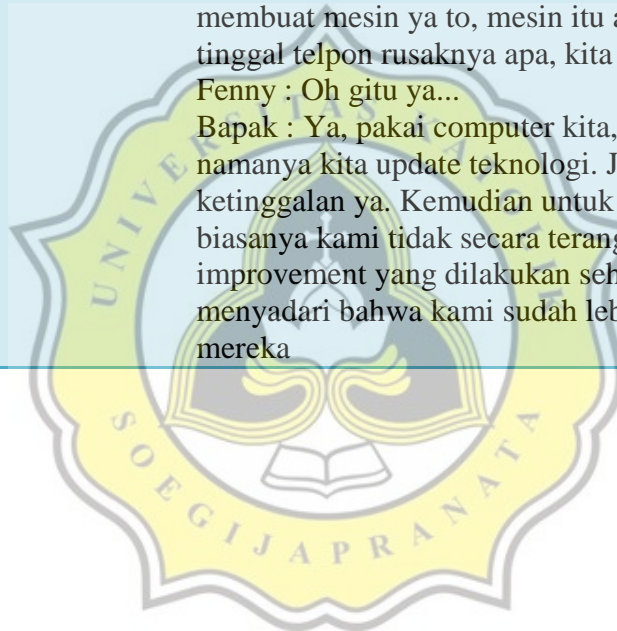
Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Eee jelas ya, apalagi di bidang saya yaitu development marketing itu jelas, kita menerapkan apa... strategi Sun Tzu yang tadi saya berkali-kali berkata kan intelijen ya to  
Fenny : Iya, he'em..

Bapak : Intelijen itu ee.. itu merupakan.. jadi kita mencari data, kalau apa... Sun Tzu itu kan istilahnya mencari data dulu

Fenny : He'em

Bapak : dan menganalisis data.. ya to.. sebelum maju perang itu kita siap.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Jadi, kemudian data yang kita dapatkan dari intelijen itu kita analisa ya to... kemudian kita mengatur strategi, ada perencanaan dulu, sebelum kita maju, itu direncanakan.

Fenny : Oh iya ya

Bapak : Jadi segala sesuatu itu terencana, ya to.

Fenny : He'em.

Bapak : Jadi dianalisis, mencari data, data dianalisis, kemudian direncanakan, kita bikin strategi baru kita akan bisa menang, kira-kira itu inti dari strategi Sun Tzu.

Fenny : Oh iya, kemudian bagaimana proses penyusunan strategi untuk marketing tersebut?

Bapak : Ya penyusunannya seperti yang tadi saya berulang-ulang kali katakan... Ya itu mulainya adalah dari intelligent ya.. kita cari data, cari apa data customer, klien, competitor... segala macamlah... gitu loh, ya setelah kita collect data tersebut... kemudian kita akan analisis gitu loh... data tersebut kita analisis, baik itu data klien maupun data dari competitor. Kemudian dari data hasil analisis ya to

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. baik itu data itu aa... data klien, maupun data dari competitor gitu. Kemudian dari analisis tersebut kita tetapkan strategi ya.. kita tentuin strategi apa yang kita mau ini, ya... kita buat perencanaan ya... dan perencanaan sudah mateng, kalau sudah seperti ini ya.. bagian training akan melakukan training untuk orang-orang yang memang akan menjalankan rencana

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting.

Fenny : Oh.. ya... apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai dan dapat ditingkatkan lagi?

Bapak : Yah... kalau menurut kita sih udah tepat, ya... tapi ya kita makanya kita selalu kreatif lah, orang-orang di kita itu.. selalu kita tekankan untuk kreatif,

Fenny : He'em

Bapak : Inovatif ya to... terus selalu harus improvement, harus update teknologi, update berita, update apa.. gitu lho.. intinya disana gitu.

Fenny : Ooo..

Bapak : Ya kalau sistemnya sih udah tepat

Fenny : He'em

Bapak : Tinggal dalam aplikasinya kan... dari karyawan-karyawan itu kan harus selalu kreatif, kita rekrut orang-orang yang kreatif, inovatif gitu. Jadi nggak yang lelet, yang nggak... malas-malasan gitu

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

The jewel of the state

### Choose your battles

Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan.

Fenny : Oke.

Bapak : Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah

Kalau visinya... ya menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan ya Asia Tenggara dan sekitarnya.

Fenny : Hmmm.

Bapak : Kalau misinya ya menghasilkan produk atau barang dan jasa di bidang engineering dengan kualitas yang baik dan delivery time yang tepat waktu

Fokus perusahaan yaitu jelas memberikan suatu barang atau produk yang berkualitas bagi para konsumen, barang, jasa ya yang berkualitas

Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya

Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagi target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen

---

dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan inteligennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

perusahaan kami memang memiliki pre dan after sales service yang sangat memuaskan ya to.. itu kan bukan dari omongan kita tapi dari omongan dari klien ya dari customer kita, kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya.

Kemudian aa.. kami tidak pernah membuka perhitungan, ya toh, design aa.. yang detail ya to selama belum ada tandatangan kontrak kerja sama atau belum ada PO, ya itu untuk apa, itu strateginya kesana ya. Jadi ketika klien kami berkonsultasi sebelum adanya PO ya to, maka kita akan mengirimkan ya.. kita akan diskus lah, gitu lho kita akan diskus itu dalam garis besarnya ya, kita akan memberikan saran, report ya to tapi tidak aa... istilahnya detail detailnya, ya setelah itu PO baru kita akan kasih detailnya. Karena itu kan merupakan rahasia perusahaan ya

Karena memang kita apa istilahnya aa.. sangat membatasi customer kita, jadi customer kita adalah customer yang bonafit, ee istilahnya yang mementingkan kualitas kan kebanyakan perusahaan kan nggak begitu, banyak yang ah yang penting saya beli yang murah ya to, nggak peduli sama kualitas, nah kita membatasi ke arah sana, jadi.. ya lebih kearah inilah eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting.

Fenny : Oh.. ya... apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai dan dapat ditingkatkan lagi?

Bapak : Yah... kalau menurut kita sih udah tepat, ya... tapi ya kita makanya kita selalu kreatif lah, orang-orang di kita itu.. selalu kita tekankan untuk kreatif,

Fenny : He'em

Bapak : Inovatif ya to... terus selalu harus improvement, harus update teknologi, update berita, update apa.. gitu lho.. intinya disana gitu.

Fenny : Ooo..

Bapak : Ya kalau sistemnya sih udah tepat

Fenny : He'em

Bapak : Tinggal dalam aplikasinya kan... dari karyawan-karyawan itu kan harus selalu kreatif, kita rekrut orang-orang yang kreatif, inovatif gitu. Jadi nggak yang lelet, yang nggak... malas-malasan gitu

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Do not fight battles you  
cannot win-or win those  
that lose the war

### Be efficient

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukkan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

eeeee... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting.

Fenny : Oh.. ya... apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sudah tepat dan sesuai? Jika belum, bagian mana yang di nilai belum sesuai dan dapat ditingkatkan lagi?

Bapak : Yah... kalau menurut kita sih udah tepat, ya... tapi ya kita makanya kita selalu kreatif lah, orang-orang di kita itu.. selalu kita tekankan untuk kreatif,

Fenny : He'em

Bapak : Inovatif ya to... terus selalu harus improvement, harus update teknologi, update berita, update apa.. gitu lho.. intinya disana gitu.

Fenny : Ooo..

Bapak : Ya kalau sistemnya sih udah tepat

Fenny : He'em

Bapak : Tinggal dalam aplikasinya kan... dari karyawan-karyawan itu kan harus selalu kreatif, kita rekrut orang-orang yang kreatif, inovatif gitu. Jadi nggak yang lelet, yang nggak... malas-malasan gitu

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Profit is a requirement for survival

### Tenth Principle: Command Structure

Struktur organisasi, bicara struktur organisasi pastinya paling tinggi adalah komisaris,  
Fenny : He'em.  
Bapak : Kemudian dibawahnya ada direktur.  
Fenny : He'em.  
Bapak : Kemudian dari direktur tadi dipecah ada empat bagian yaitu, direktur dibantu oleh empat deputy direktur. Yaitu satu deputy direktur bidang operasional, deputy direktur marketing, training and development, deputy direktur general support, deputy direktur finance and administration.

Fenny : He'em.

Bapak : Kemudian dibawah operational sendiri ada bagian produksi dan quality control.

Fenny : He'em.

Bapak : Sedangkan dibawah ee... marketing development itu ada marketing dan training development, ya. Kemudian eee dibawah general support ada logistic dan hrd. Sedangkan dibawah finance itu ada accounting sama purchasing. Kira-kira begitu ya

### The management process unleashes the power of human resources

Orders versus instructions

Power up front

The mission-oriented command system

Kalau visinya... ya menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan ya Asia Tenggara dan sekitarnya.

Fenny : Hmmm.

Bapak : Kalau misinya ya menghasilkan produk atau barang dan jasa di bidang engineering dengan kualitas yang baik dan delivery time yang tepat waktu

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

### Build morale

Eee iya eeee kita membangun loyalitas karyawan dengan menerapkan sistem reward dan punishment.

Fenny : Ya.

Bapak : Jadi ada reward dan punishment, selain itu juga kita membina hubungan kekeluargaan yang baik dengan para karyawan. Karyawan dianggap merupakan satu kesatuan keluarga, satu kesatuan badan. Perusahaan tidak hanya menuntut para karyawan untuk focus pada pekerjaan mereka

Fenny : He'em.

Bapak : Cuma menuntut doang, tapi perusahaan juga memperhatikan kesejahteraan keluarga mereka.

Perusahaan biasanya memberikan support untuk anak-anak para karyawan yang berprestasi di sekolah mereka, kita bantu apa ada beasiswa ada apa, kira-kira seperti itu. Sehingga ya dari karyawan ada merasa bahwa memang apa... ada merupakan satu keluarga lah, satu keluarga besar gitu

Fokus perusahaan yaitu jelas memberikan suatu barang atau produk yang berkualitas bagi para konsumen, barang, jasa ya yang berkualitas . Kemudian kita menerapkan juga program 5R untuk mendukung focus tersebut

Kemudian untuk di office sendiri ya... semua computer di office semua terproteksi.

Fenny : Oooh..

Bapak : Jadi tidak aa.. kita sangat menjaga rahasia klien kami juga, customer kami juga ya to

Fenny : He'em

Bapak : Jadi data-data teknis segala macam kan mereka klien kami kan juga punya competitor.

Fenny : Oh.. ya ya ya...

Bapak : Ya, jadi kita jaga ya to, yang bisa membuka atau yang bisa mengambil data cuma level deputy director ke atas.

Fenny : Oh.. ya

Bapak : Selain itu nggak bisa, ya.. kita protects semuanya

The human spirit can be the most important factor in success, but only when released by senior commanders

### Gain strength from victory

---



Seek cohesion

People cause  
acquisitions to succeed  
or fail

**Back to basics**

Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya  
Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang  
mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi  
bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami  
adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa.  
Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer  
kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa  
yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa  
perusahaan memilih criteria tersebut sebagi target  
market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah  
informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen  
perusahaan ini adalah manufacturing yang  
mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan,  
jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar  
dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang  
sangat dinamis,

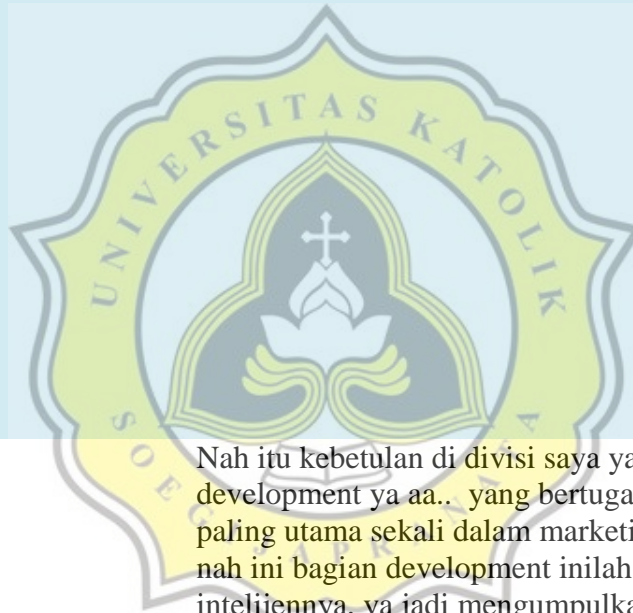
Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta  
kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen  
dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu  
masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang  
dihasilkan memenuhi standard, standard mereka,  
sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami  
hasilkan merupakan bagian penting dalam proses  
produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk  
menggunakan barang yang benar-benar berkualitas  
ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses  
produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya,  
mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya  
berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak  
mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau  
mereka terhambat di proses produksinya, delivery time

mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya



Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita

---

seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

Jadi.. ehm.. ya kita ada sih ada lewat catalog ada ya to, tapi aaaa lebih, sebetulnya itu kita itu lebih ke arah apa ya, lebih ke arah aaa dapat informasi dari aaaa intelijen kita di bidang development.. oo pabrik itu bagus lha kita datang apa.. datang kesana door to door lah istilahnya untuk eee melakukan pendekatan agar bisa masuk arahnya lebih ke sana, dengan kita membawa catalog, jadi kita nggak kemudian nyebar catalog sebanyak-banyaknya gitu.

Fenny : He'em.

Bapak : Karena memang kita apa istilahnya aa.. sangat membatasi customer kita, jadi customer kita adalah customer yang bonafit, ee istilahnya yang mementingkan kualitas kan kebanyakan perusahaan kan nggak begitu, banyak yang ah yang penting saya beli yang murah ya to, nggak peduli sama kualitas, nah kita membatasi ke arah sana, jadi.. ya lebih kearah inilah.

Fenny : Oke. Kemudian bagaimana cara menetapkan harga untuk produk atau jasa yang ditawarkan selama ini?

Bapak : Jadi.. ehem.. ya, kita.. menerapkan aaa pricing itu berdasarkan kualitas ya kita kualitas produk dan kualitas jasa yang diberikan ya. Jadi terus terang mungkin kalo ini apa.. kok ee.. keliatannya mahal tapi sebetulnya murah. Contohnya, misalnya orang

membeli... aa... sparepart dari A yang harganya mungkin aaaa 20 persen atau 25 persen lebih murah dari kami.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi umurnya paling dipakai 3 bulan rusak sedangkan mereka beli dengan kita itu mungkin bisa sampe 2-3 tahun nggak ada masalah. Itu jadi sebenarnya kalau dilihat nominalnya betul kelihatannya lebih tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi kalau dilihat dari umur pakainya, lifetimenya sebetulnya harga kita sebenarnya jauh lebih murah



Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

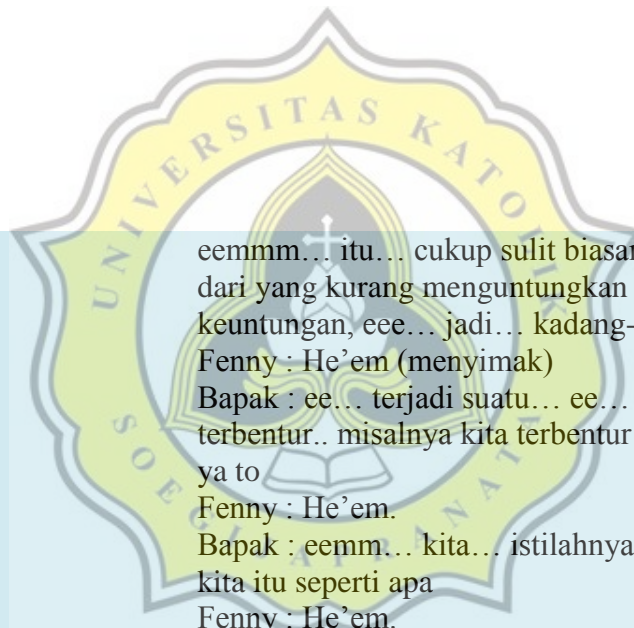
Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukkan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak

---

menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka



eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

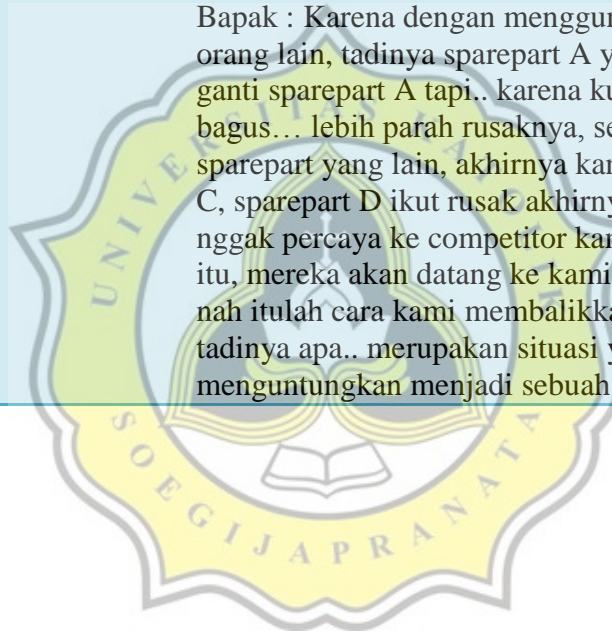
Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Play the fundamentals

Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya  
Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagi target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya

---

Nah itu kebetulan di divisi saya ya marketing and development ya aa.. yang bertugas terutama eeee, itu paling utama sekali dalam marketing itulah intelijen ya, nah ini bagian development inilah yang meruakan intelijennya, ya jadi mengumpulkan informasi mengenai calon customer, customer ee apa competitor, apakah customer itu.. apa istilah sehat apa bagaimana itu kita, kita apa itu, tugas dari bagian development ya, kemudian dari itu kita akan analisis ya kita data tersebut kita analisis, kemudian kita akan apa eee melakukan eee, isitlahnya aplikasi ya training segala macam, jadi sebelum kita melangkah kita selalu melakukan eee melakukan penelitian dulu ya to, kita mengumpulkan informasi tuh justru kuncinya itu disitu, kuncinya itu dalam bisnis itu kita harus mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang data customer, ya to karakteristiknya seperti apa, sehat dan tidaknya dari customer, kemudian competitor kita itu seperti apa, kelasnya seperti apa, kekuatannya seperti apa competitor kita, keunggulan dan kelemahan dari competitor kita seperti apa, jadi kalau kita ibaratnya mau maju perang itu kita udah siap, kira-kira begitu. Dan itu ee apa, bukan kemudian kita cuma sekali kita melakukan itu tapi kita terus menerus melakukan itu, disini makanya bagian development itu bukan tidur, ya itu terus kita update terus, walaupun itu customer udah.. customer kita langganan kita udah bertahun-tahun tetap kita harus selalu waspada, jadi kuncinya itu adalah kita harus ada fungsi intelijen, kemudian fungsi analisis ya, analisisnya harus tepat, ya toh. Kemudian perencanaan, segala sesuatu harus terencana. Baru kita bisa seattle kita bisa apa.. terapkan dengan baik.

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu



Eee Seperti yang tadi saya katakan, kita dapat data ya to, kemudian itu akan dianalisis datanya ya to, itu dikerjakan di bagian development ya. Kemudian akan kita tentukan ya to, eee dari analisisnya tersebut kita akan menentukan strategi apa sih yang akan kita eee laksanakan, ya kita olah dari data tersebut ya, makanya kalau datanya salah, ya outputnya pasti salah, makanya paling utama adalah bagian intelijennya, kemudian dari situ akan kita diskusikan dengan bagian training, kemudian bagian training akan menyiapkan materi pelatihan yang sesuai untuk penerapan strategi tersebut, baik itu di marketingnya maupun di operasionalnya ,

Fenny : Berarti yang bagian bawah itu sudah menerima strategi dengan apa.. detail yang lebih sederhana, yang lebih mudah dipahami oleh mereka, begitukah pak?

Bapak : Betul.. jadi kita.., ya mereka bisa memahami dengan lebih mudah

Jadi.. ehm.. ya kita ada sih ada lewat catalog ada ya to, tapi aaaa lebih, sebetulnya itu kita itu lebih ke arah apa ya, lebih ke arah aaa dapat informasi dari aaaa intelijen kita di bidang development.. oo pabrik itu bagus lha kita datang apa.. datang kesana door to door lah istilahnya untuk eee melakukan pendekatan agar bisa masuk arahnya lebih ke sana, dengan kita membawa catalog, jadi kita nggak kemudian nyebar catalog sebanyak-banyaknya gitu.

Fenny : He'em.

Bapak : Karena memang kita apa istilahnya aa.. sangat membatasi customer kita, jadi customer kita adalah customer yang bonafit, ee istilahnya yang mementingkan kualitas kan kebanyakan perusahaan kan nggak begitu, banyak yang ah yang penting saya beli yang murah ya to, nggak peduli sama kualitas, nah kita membatasi ke arah sana, jadi.. ya lebih kearah inilah.

Fenny : Oke. Kemudian bagaimana cara menetapkan harga untuk produk atau jasa yang ditawarkan selama ini?

Bapak : Jadi.. ehem.. ya, kita.. menerapkan aaa pricing itu berdasarkan kualitas ya kita kualitas produk dan kualitas jasa yang diberikan ya. Jadi terus terang mungkin kalo ini apa.. kok ee.. keliatannya mahal tapi sebetulnya murah. Contohnya, misalnya orang membeli... aa... sparepart dari A yang harganya mungkin aaaa 20 persen atau 25 persen lebih murah dari

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

kami.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi umurnya paling dipakai 3 bulan rusak sedangkan mereka beli dengan kita itu mungkin bisa sampe 2-3 tahun nggak ada masalah. Itu jadi sebenarnya kalau dilihat nominalnya betul kelihatannya lebih tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi kalau dilihat dari umur pakainya, lifetimenya sebetulnya harga kita sebenarnya jauh lebih murah

Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukkan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

### Organize for victory

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

The organization exists  
so that tasks can be  
managed, people  
supported, and results

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

achived

### Communicate clearly

Kalau visinya... ya menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan ya Asia Tenggara dan sekitarnya.

Fenny : Hmm.

Bapak : Kalau misinya ya menghasilkan produk atau barang dan jasa di bidang engineering dengan kualitas yang baik dan delivery time yang tepat waktu

Fokus perusahaan yaitu jelas memberikan suatu barang atau produk yang berkualitas bagi para konsumen, barang, jasa ya yang berkualitas . Kemudian kita menerapkan juga program 5R untuk mendukung focus tersebut

Segmentasinya ya kita eeee, lebih kearah pasar B2B ya

Fenny : B2B, oh ok.

Bapak : Ya, B2B. dengan karakter konsumen yang mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa, jadi bukan yang mencari harga yang murah. Konsumen kami adalah mementingkan kualitas produk dan kualitas jasa. Oleh karena itu ya kebanyakan dari mereka itu customer kami itu adalah banyak perusahaan-perusahaan PMA.

Fenny : Oo. Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan selama ini? Dan kenapa perusahaan memilih criteria tersebut sebagai target market?

Bapak : Target marketnya seperti yang tadi saya sudah informasikan yaitu B2B, rata-rata target konsumen perusahaan ini adalah manufacturing yang mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jasa pelayanan.

Fenny : Iya. Kemudian bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini?

Bapak : Karakteristik pasar kami adalah ya pasar yang sangat dinamis,

Fenny : Hmm.

Bapak : Cepat, dan sibuk. Kecepatan dan ketepatan serta kualitas produk adalah yang dicari oleh para konsumen dalam market kami. Bagi mereka harga bukanlah suatu masalah selama pengerjaan dan kualitas produk yang dihasilkan memenuhi standard, standard mereka, sedangkan standart mereka itu sangat tinggi.

Fenny : He'em.

---

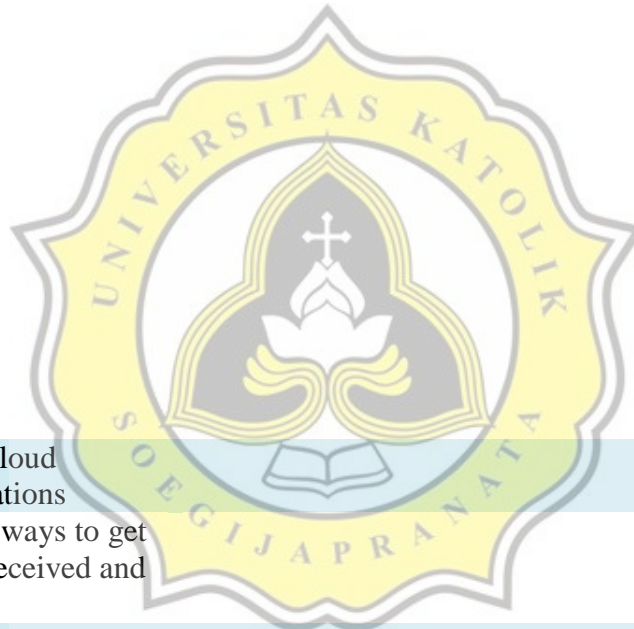
---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Bapak : Hal ini dikarenakan produk dan jasa yang kami hasilkan merupakan bagian penting dalam proses produksi mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan barang yang benar-benar berkualitas ketimbang menghadapi permasalahan dalam proses produksi yang mungkin akan menjadikan shutdown ya, mesin mereka shutdown dalam berapa lama, kerugiannya berapa banyak berapa besar, jadi mereka intinya tidak mau terhambat dalam proses produksinya karena kalau mereka terhambat di proses produksinya, delivery time mereka bermasalah, nama mereka pun akan hancur di customer mereka. Jadi ya segalanya terbaik ya



Emotions cloud  
communications

Implement ways to get  
messages received and  
understood

### Do completed staff work

World war II letter of  
instructions

### Win battles and the war

Increase both human  
resources and material  
assets with each victory

## Eleventh Principle: Personal Leadership

**It requires the leader's faith in his  
or her people and their faith in  
the leader's ability to win**

### Leaders listen and learn

Leading the leader

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

The higher the rank, the more important it is to learn

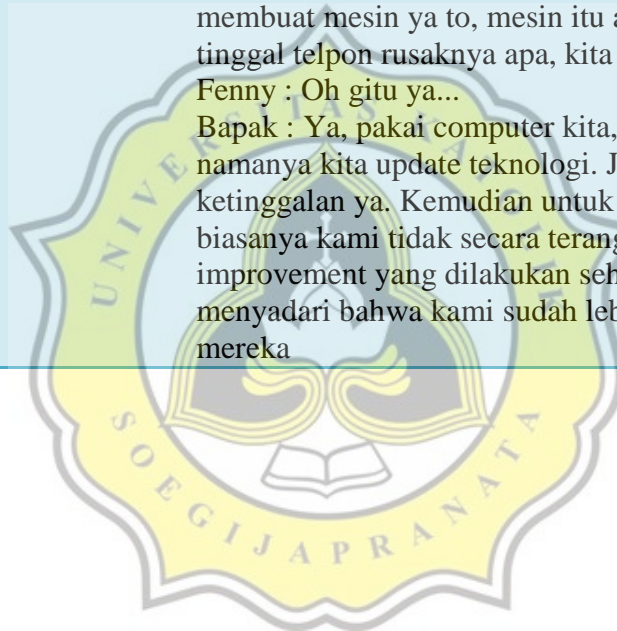
Jadi untuk memenangkan persaingan dipasar ya pastilah ee... kita selalu harus kreatif ya, harus selalu ada inovasi, improvement ya, jadi kita gak boleh tidur ya, kalau kita merasa wah udah diatas angin terus kita diam, ya kita akan kegiles.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Ya to, terus makanya disini ada bagian development ya ke sana, tujuannya ke sana. Ya, kita selalu menelurkan inovasi, improvement, ya.. itu sangat penting ya, kemudian kita update ya to, teknologi yang terbaru.. ya, jadi kita setiap saat selalu mengupdate ya to, oh sekarang ee.. misalnya contohnya kita.. ee... bisa kita membuat mesin ya to, mesin itu ada di klien, klien tinggal telpon rusaknya apa, kita bisa lihat dari sini.

Fenny : Oh gitu ya...

Bapak : Ya, pakai computer kita, kita bisa. Kita update namanya kita update teknologi. Jadi kita nggak boleh ketinggalan ya. Kemudian untuk mengecoh para pesaing, biasanya kami tidak secara terang-terangan menunjukan improvement yang dilakukan sehingga mereka tidak menyadari bahwa kami sudah lebih unggul dibandingkan mereka



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

### Keep a balanced leadership

Combine leadership strength with management strength

Eee iya eeee kita membangun loyalitas karyawan dengan menerapkan sistem reward dan punishment.

Fenny : Ya.

Bapak : Jadi ada reward dan punishment, selain itu juga kita membina hubungan kekeluargaan yang baik dengan para karyawan. Karyawan dianggap merupakan satu kesatuan keluarga, satu kesatuan badan. Perusahaan tidak hanya menuntut para karyawan untuk focus pada pekerjaan mereka

Fenny : He'em.

Bapak : Cuma menuntut doang, tapi perusahaan juga memperhatikan kesejahteraan keluarga mereka.

Perusahaan biasanya memberikan support untuk anak-anak para karyawan yang berprestasi di sekolah mereka, kita bantu apa ada beasiswa ada apa, kira-kira seperti itu. Sehingga ya dari karyawan ada merasa bahwa memang apa... ada merupakan satu keluarga lah, satu keluarga

---



---

**Sun Tzu Principle**

**Deputy Director Marketing Training  
and Development**

---

besar gitu



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

Fenny : He'em

Bapak : Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa.

Fenny : He'em

Bapak : Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa.

Fenny : Oh gitu...

Bapak : Kita spesialisasi untuk keahlian ya.

Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik, skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho.

Nggak dapat semua, gitu loh. Kemudian untuk di office sendiri ya... semua computer di office semua terproteksi.

Fenny : Oooh..

Bapak : Jadi tidak aa.. kita sangat menjaga rahasia klien kami juga, customer kami juga ya to

Fenny : He'em

Bapak : Jadi data-data teknis segala macam kan mereka klien kami kan juga punya competitor.

Fenny : Oh.. ya ya ya...

Bapak : Ya, jadi kita jaga ya to, yang bisa membuka atau yang bisa mengambil data cuma level deputy director ke atas.

Fenny : Oh.. ya

Bapak : Selain itu nggak bisa, ya.. kita protects semuanya

Yah... kalau menurut kita sih udah tepat, ya... tapi ya kita makanya kita selalu kreatif lah, orang-orang di kita itu.. selalu kita tekankan untuk kreatif,

Fenny : He'em

Bapak : Inovatif ya to... terus selalu harus improvement, harus update teknologi, update berita, update apa.. gitu lho.. intinya disana gitu.

Fenny : Ooo..

Bapak : Ya kalau sistemnya sih udah tepat

Fenny : He'em

Bapak : Tinggal dalam aplikasinya kan... dari karyawan-karyawan itu kan harus selalu kreatif, kita rekrut orang-orang yang kreatif, inovatif gitu. Jadi nggak yang lelet, yang nggak... malas-malasan gitu

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

### Improve your leadership ability

Keep a cool head

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... competitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

Change roles as you  
grow

### Keep a positive attitude

eemm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

---

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Have faith in your future

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

### Know the "arts" of leadership

Be professional; Be human

Eee iya eeee kita membangun loyalitas karyawan dengan menerapkan sistem reward dan punishment.

Fenny : Ya.

Bapak : Jadi ada reward dan punishment, selain itu juga kita membina hubungan kekeluargaan yang baik dengan para karyawan. Karyawan dianggap merupakan satu kesatuan keluarga, satu kesatuan badan. Perusahaan tidak hanya menuntut para karyawan untuk focus pada pekerjaan mereka

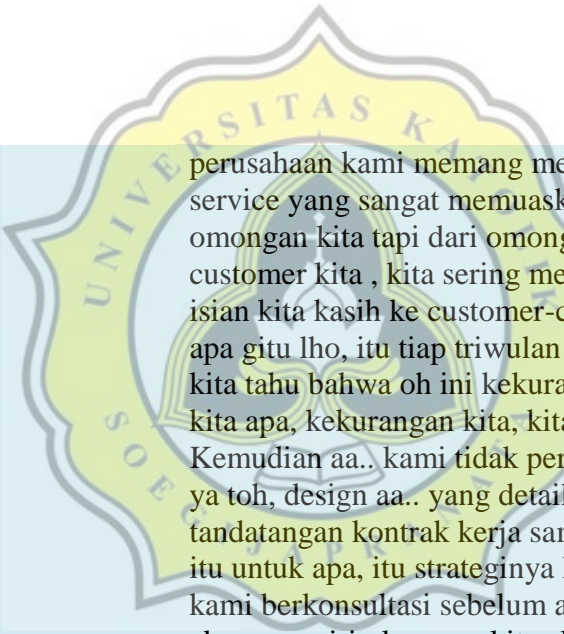
Fenny : He'em.

Bapak : Cuma menuntut doang, tapi perusahaan juga memperhatikan kesejahteraan keluarga mereka.

Perusahaan biasanya memberikan support untuk anak-anak para karyawan yang berprestasi di sekolah mereka, kita bantu apa ada beasiswa ada apa, kira-kira seperti itu. Sehingga ya dari karyawan ada merasa bahwa memang apa... ada merupakan satu keluarga lah, satu keluarga

---

besar gitu



perusahaan kami memang memiliki pre dan after sales service yang sangat memuaskan ya to.. itu kan bukan dari omongan kita tapi dari omongan dari klien ya dari customer kita , kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya. Kemudian aa.. kami tidak pernah membuka perhitungan, ya toh, design aa.. yang detail ya to selama belum ada tandatangan kontrak kerja sama atau belum ada PO , ya itu untuk apa, itu strateginya kesana ya. Jadi ketika klien kami berkonsultasi sebelum adanya PO ya to, maka kita akan mengirimkan ya.. kita akan diskus lah, gitu lho kita akan diskus itu dalam garis besarnya ya, kita akan memberikan saran, report ya to tapi tidak aa... istilahnya detail detailnya, ya setelah itu PO baru kita akan kasih detailnya. Karena itu kan merupakan rahasia perusahaan ya

---

## Sun Tzu Principle

---

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

Fenny : He'em

Bapak : Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa.

Fenny : He'em

Bapak : Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa.

Fenny : Oh gitu...

Bapak : Kita spesialisasi untuk keahlian ya.

Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik, skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho.

Nggak dapat semua, gitu loh. Kemudian untuk di office sendiri ya... semua computer di office semua terproteksi.

Fenny : Oooh..

Bapak : Jadi tidak aa.. kita sangat menjaga rahasia klien kami juga, customer kami juga ya to

Fenny : He'em

Bapak : Jadi data-data teknis segala macam kan mereka klien kami kan juga punya competitor.

Fenny : Oh.. ya ya ya...

Bapak : Ya, jadi kita jaga ya to, yang bisa membuka atau yang bisa mengambil data cuma level deputy director ke atas.

Fenny : Oh.. ya

Bapak : Selain itu nggak bisa, ya.. kita protects semuanya

Kita.. kadang kita lihat kalau ee.. kira-kira.. apa istilahnya.. tidak selalu, tapi ada ee.. beberapa yang kita lakukan juga ee.. kita dengan cara melakukan subcon

Fenny : Oh.

Bapak : Ya, ada pekerjaan yang kita dapat tendernya

Fenny : He'em

Bapak : Dan kita memang... apa... ee... ehem.. karena deadline nya yang penuh, dan kita sudah tahu bahwa kompetitor kita itu juga mampu mengerjakan... dengan kualitas yang cukup bagus, dan dia punya attitude yang baik, ya kita akan bagi ke mereka, sehingga kita sama-sama bisa apa.. sama-sama hiduplah gitu

---



---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Yah... kalau menurut kita sih udah tepat, ya... tapi ya kita makanya kita selalu kreatif lah, orang-orang di kita itu.. selalu kita tekankan untuk kreatif,

Fenny : He'em

Bapak : Inovatif ya to... terus selalu harus improvement, harus update teknologi, update berita, update apa.. gitu lho.. intinya disana gitu.

Fenny : Ooo..

Bapak : Ya kalau sistemnya sih udah tepat

Fenny : He'em

Bapak : Tinggal dalam aplikasinya kan... dari karyawan-karyawan itu kan harus selalu kreatif, kita rekrut orang-orang yang kreatif, inovatif gitu. Jadi nggak yang lelet, yang nggak... malas-malasan gitu

### Beware of your blind spots

Eee iya eeee kita membangun loyalitas karyawan dengan menerapkan sistem reward dan punishment.

Fenny : Ya.

Bapak : Jadi ada reward dan punishment, selain itu juga kita membina hubungan kekeluargaan yang baik dengan para karyawan. Karyawan dianggap merupakan satu kesatuan keluarga, satu kesatuan badan. Perusahaan tidak hanya menuntut para karyawan untuk focus pada pekerjaan mereka

Fenny : He'em.

Bapak : Cuma menuntut doang, tapi perusahaan juga memperhatikan kesejahteraan keluarga mereka.

Perusahaan biasanya memberikan support untuk anak-anak para karyawan yang berprestasi di sekolah mereka, kita bantu apa ada beasiswa ada apa, kira-kira seperti itu. Sehingga ya dari karyawan ada merasa bahwa memang apa... ada merupakan satu keluarga lah, satu keluarga besar gitu

eemmm... itu... cukup sulit biasanya ya merubah situasi dari yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan, eee... jadi... kadang-kadang...

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : ee... terjadi suatu... ee... istilahnya eemm... terbentur.. misalnya kita terbentur ee... masalah harga.. ya to

Fenny : He'em.

Bapak : eemm... kita... istilahnya... kita ukur ya lawan kita itu seperti apa

Fenny : He'em.

Bapak : Ya, kita lihat kalau lawan kita itu harganya itu

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

jauh sama kita, berarti bukan... kira-kira itu bukan apple to apple

Fenny : He'em.

Bapak : Ya to, materialnya... bahan bakunya... segala macem... dan kita lihat.. kita bisa ngelihat itu dari dasar perhitungannya, kita kan bisa ngitung pricing.. ya aa.. dan itu membahayakan

Fenny : He'em

Bapak : Sebetulnya membahayakan di produknya, justru hal tersebut kita lepas, sengaja kita dorong untuk klien itu mau PO ke mereka.

Fenny : Oh gitu.

Bapak : Dan kenyataannya kebanyakan dan seringkali terjadi, setelah kita mem PO ke mereka, biasanya 1-2 bulan kemudian mereka akan complain, bermasalah,

Fenny : He'em.

Bapak : ee... sparepartnya rusak.

Fenny : He'em.

Bapak : Mesinnya rusak, bahkan mungkin gara-gara aa... sparepart tersebut rusak, tambah mesinnya tambah di hal-hal yang lain ikut rusak ya, itu kita membalikkan keadaan ke sana, akhirnya klien kami akan datang lagi ke kami.. ya.. itulah yang akhirnya justru pekerjaan kami menjadi lebih... malah lebih besar.

Fenny : Oo...

Bapak : Karena dengan menggunakan sparepart dari orang lain, tadinya sparepart A yang rusak, dipasang.. di ganti sparepart A tapi.. karena kualitasnya nggak bagus... lebih parah rusaknya, sehingga menghantam sparepart yang lain, akhirnya kan sparepart B, sparepart C, sparepart D ikut rusak akhirnya si klien kan udah nggak percaya ke competitor kami, yang mengerjakan itu, mereka akan datang ke kami, minta tolong ke kami, nah itulah cara kami membalikkan keadaan dari yang tadinya apa.. merupakan situasi yang kurang menguntungkan menjadi sebuah keuntungan

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

Karena aaa... ya.. itu sangat... sangat apa.. aa.. terbukti sangat membantu, sangat baik sekali. Jadi istilahnya aa.. kita hampir, eeeee, jarang sekali kita sampai fail ya, istilahnya.. kan banyak perusahaan yang sampai bangkrut karena ditipu klien, ditipu customer, customer order sebanyak-banyaknya habis itu nggak bayar. Ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Nah.. itu... itu bahaya juga, jadi ter.. apa ya.. ter.. hehe.. terlalu naif ya to.. wah ini order banyak gini gini gini... padahal itu tidak melihat apakah kliennya sehat atau tidak

Fenny : He'em (menyimak)

Bapak : Ya.. itu juga bahaya, kemudian kadang juga aa... mereka terlalu apaya... aa... pengen dapat orderan ya to... melihat apa... kompetitornya banting-banting harga, ikut-ikutan, padahal itu merupakan strategi dari competitor ya to..

Fenny : He'em

Bapak : Begitu sudah harganya... sangat dasar

Fenny : He'em

Bapak : Mereka akan lepas. Nah itu... nah kalau orang yang tidak punya intelligent, tidak punya data, itu akan larinya kesana

Fenny : Ooo...

Bapak : Jadi ini... ini.. sangat penting

Flaws in the personal character of the commander will cause opportunities to be lost

### The role of discipline

Discipline your management style

### Avoid the road to defeat

Focus on what the customer wants and needs

---

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

### Earn loyalty

Customer loyalty --> Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan.

Fenny : Oke.

Bapak : Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah

Internal loyalty --> Eee iya eeee kita membangun loyalitas karyawan dengan menerapkan sistem reward dan punishment.

Fenny : Ya.

Bapak : Jadi ada reward dan punishment, selain itu juga kita membina hubungan kekeluargaan yang baik dengan para karyawan. Karyawan dianggap merupakan satu kesatuan keluarga, satu kesatuan badan. Perusahaan tidak hanya menuntut para karyawan untuk focus pada pekerjaan mereka

Fenny : He'em.

Bapak : Cuma menuntut doang, tapi perusahaan juga memperhatikan kesejahteraan keluarga mereka.

Perusahaan biasanya memberikan support untuk anak-anak para karyawan yang berprestasi di sekolah mereka, kita bantu apa ada beasiswa ada apa, kira-kira seperti itu. Sehingga ya dari karyawan ada merasa bahwa memang apa... ada merupakan satu keluarga lah, satu keluarga besar gitu

Customer loyalty --> Ya... kebanyakan sih promosinya itu ya dari.. apa ya ee.. justru dari klien-klien kami sendiri gitu lho, dari customer-customer kami.. ya to, ee.. kami datang ke perusahaan baru ya to.. kemudian kami memberikan catalog, kami memberikan data.. ee.. list ini lho customer kami yang pernah ini... anda bisa hubungi klien kami, bisa tanya ya to, seperti apa sih kami itu loh. Jadi istilahnya lebih kearah ee... ya dari mulut ke mulut lah words of mouth ya

Develop a culture of  
integrity and service

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

### Twelfth Principle: Simplicity

Customer-customer kita ya, pelanggan-pelanggan kita mengakui bahwa pre dan after sales service dari kami sangat bagus, mereka sangat puas dengan pelayanan yang kami berikan.

Fenny : Oke.

Bapak : Anytime mereka membutuhkan teknisi kami untuk melakukan pengecekan atau perbaikan, itu mereka dapat menghubungi kami dengan mudah

Eee iya eeee kita membangun loyalitas karyawan dengan menerapkan sistem reward dan punishment.

Fenny : Ya.

Bapak : Jadi ada reward dan punishment, selain itu juga kita membina hubungan kekeluargaan yang baik dengan para karyawan. Karyawan dianggap merupakan satu kesatuan keluarga, satu kesatuan badan. Perusahaan tidak hanya menuntut para karyawan untuk focus pada pekerjaan mereka

Fenny : He'em.

Bapak : Cuma menuntut doang, tapi perusahaan juga memperhatikan kesejahteraan keluarga mereka.

Perusahaan biasanya memberikan support untuk anak-anak para karyawan yang berprestasi di sekolah mereka, kita bantu apa ada beasiswa ada apa, kira-kira seperti itu. Sehingga ya dari karyawan ada merasa bahwa memang apa... ada merupakan satu keluarga lah, satu keluarga besar gitu

Eee dari hasil analisa itu nanti bagian training akan menterjemahkan strategi, untuk mendvelop step by step ya di marketingnya, di ee.. produksinya gitu, kira-kira seperti itu

perusahaan kami memang memiliki pre dan after sales service yang sangat memuaskan ya to.. itu kan bukan dari omongan kita tapi dari omongan dari klien ya dari customer kita , kita sering mengadakan apa.. survey, kita isian kita kasih ke customer-customer, ada kekurangan apa gitu lho, itu tiap triwulan kita adakan seperti itu, jadi kita tahu bahwa oh ini kekurangan kita apa, kelebihan kita apa, kekurangan kita, kita harus improve ya.

Kemudian aa.. kami tidak pernah membuka perhitungan, ya toh, design aa.. yang detail ya to selama belum ada tandatangan kontrak kerja sama atau belum ada PO , ya itu untuk apa, itu strateginya kesana ya. Jadi ketika klien kami berkonsultasi sebelum adanya PO ya to, maka kita akan mengirimkan ya.. kita akan diskus lah, gitu lho kita akan diskus itu dalam garis besarnya ya, kita akan memberikan saran, report ya to tapi tidak aa... istilahnya detail detailnya, ya setelah itu PO baru kita akan kasih detailnya. Karena itu kan merupakan rahasia perusahaan ya

Eee Seperti yang tadi saya katakan, kita dapat data ya to, kemudian itu akan dianalisis datanya ya to, itu dikerjakan di bagian development ya. Kemudian akan kita tentukan ya to, eee dari analisisnya tersebut kita akan menentukan strategi apa sih yang akan kita eee laksanakan, ya kita olah dari data tersebut ya, makanya kalau datanya salah, ya outputnya pasti salah, makanya paling utama adalah bagian intelijennya, kemudian dari situ akan kita diskusikan dengan bagian training, kemudian bagian training akan menyiapkan materi pelatihan yang sesuai untuk penerapan strategi tersebut, baik itu di marketingnya maupun di operasionalnya ,

Fenny : Berarti yang bagian bawah itu sudah menerima strategi dengan apa.. detail yang lebih sederhana, yang lebih mudah dipahami oleh mereka, begitukah pak?

Bapak : Betul.. jadi kita.., ya mereka bisa memahami dengan lebih mudah

---

## Sun Tzu Principle

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

Jadi.. ehem.. ya, kita.. menerapkan aaa pricing itu berdasarkan kualitas ya kita kualitas produk dan kualitas jasa yang diberikan ya. Jadi terus terang mungkin kalo ini apa.. kok ee.. keliatannya mahal tapi sebetulnya murah. Contohnya, misalnya orang membeli... aa... sparepart dari A yang harganya mungkin aaaa 20 persen atau 25 persen lebih murah dari kami.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi umurnya paling dipakai 3 bulan rusak sedangkan mereka beli dengan kita itu mungkin bisa sampe 2-3 tahun nggak ada masalah. Itu jadi sebenarnya kalau dilihat nominalnya betul kelihatannya lebih tinggi.

Fenny : He'em.

Bapak : Tapi kalau dilihat dari umur pakainya, lifetimenya sebetulnya harga kita sebenarnya jauh lebih murah

Ya... Kita selalu... memberikan reminder-lah, kepada... ee.. pelanggan-pelanggan kita, misalnya mengenai oh.. mungkin apa.. mereka sudah waktunya untuk apa, servis, ya toh. Kemudian kita juga melakukan kunjungan-kunjungan, ya toh. Discuss, mungkin ada yang apa.. perlu.. apa kami bantu gitu lho. Jadi ee.. dengan adanya program kunjungan-kunjungan, kita memang ee.. apa istilahnya menjalin itu apa ya.. ee.. hubungan dengan klien itu ya.. dengan kita sering melakukan kunjungan-kunjungan ke.. ke klien kami walaupun mungkin klien kami pada saat itu tidak atau belum memerlukan kami, kami tetap datang bersay hello, ya kira-kira kesana

---

---

## Sun Tzu Principle

---

## Deputy Director Marketing Training and Development

---

ehem.. ee.. strategi kita, aa.. pertama kita terapkan di bagian operasional yaitu spesialisasi

Fenny : He'em

Bapak : Jadi karyawan kita, spesialisasi ya ee.. misalnya o.. yang ini ee.. ahli dibidang A tapi untuk B nggak bisa.

Fenny : He'em

Bapak : Yang ini ahli di bidang B dibidang C nggak bisa.

Fenny : Oh gitu...

Bapak : Kita spesialisasi untuk keahlian ya.

Keuntungannya juga dengan adanya spesialisasi makin special ya to, dia produktivitasnya juga makin baik, skillnya makin tinggi. Tapi bagi kita kalau dari segi keamanan juga lebih safe, jadi kalau orang hijack mereka

Fenny : He'em

Bapak : Ya mereka cuma dapatnya itu doang gitu lho.

Nggak dapat semua, gitu loh. Kemudian untuk di office sendiri ya... semua computer di office semua terproteksi.

Fenny : Oooh..

Bapak : Jadi tidak aa.. kita sangat menjaga rahasia klien kami juga, customer kami juga ya to

Fenny : He'em

Bapak : Jadi data-data teknis segala macam kan mereka klien kami kan juga punya competitor.

Fenny : Oh.. ya ya ya...

Bapak : Ya, jadi kita jaga ya to, yang bisa membuka atau yang bisa mengambil data cuma level deputy director ke atas.

Fenny : Oh.. ya

Bapak : Selain itu nggak bisa, ya.. kita protects semuanya

---

**Even the simplest plans are  
difficult to execute**

---



## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

### First Principle: Honor the Customer

If the customer doesn't purchase your product or service, nothing else matters

1	Serve your customer	Keunggulannya dari perusahaan kita adalah customer satisfaction atas pelayanan yang baik  kita hanya melayani customer-customer dengan standart yang tinggi sehingga pangsa pasar kita terbatas, rata-rata hanya perusahaan PMA. Karena kita tidak pernah menurunkan kualitas perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk
2	Target Customers	perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk  Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik
3	Your business	pada tahun 2009 akhirnya perusahaan memperluas area cakupan bisnisnya dengan merambah di bidang engineering  Perusahaan ini menjual mesin industry dan sparepart mesin industry dan melayani jasa perbaikan mesin industry
4	The benefits you offer customers	menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering yang berkualitas baik dan tepat waktu khususnya untuk perusahaan-perusahaan PMA
5	Customer preference for your products and services	Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik  Pertama dengan melakukan after sales services dengan baik. Responsible terhadap keluhan customer (cepat dan tanggap ya). Sehingga kita juga sering berkomunikasi dengan para pelanggan dan mengingatkan jadwal services mesin bagi para pelanggan
6	Simple ideas, executed with gusto, have a tendency to work	
7	Are customers making sacrifices to purchase your brand?	
8	Find out what the customer thinks	

### Second Principle: Organization of Intelligence

---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

**Know your market as well as you know yourself**

Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor

Information processing systems

Dengan adanya bagian development and training yang merupakan intelligent perusahaan, bagian tersebut bertugas mencari dan mengumpulkan informasi tentang calon customers dan juga competitors kemudian menganalisa dan melakukan training ke orang-orang marketing

Analisa data atau informasi diolah oleh bagian development, kemudian hasil pengolahan data yang berupa strategi akan di trainingkan ke bagian operational yaitu marketing, produksi dan QC

Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

**Make a thorough assessment**

Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor

Karena dengan mempelajari... customer dan supplier, competitor maka kita dapat melakukan pemetaan yang jelas sehingga memudahkan kita untuk masuk menjadi supplier ke perusahaan tersebut atau tidak, karena jika kita salah masuk ke perusahaan yang karakternya tidak sesuai dengan focus kita maka hasilnya tidak akan maksimal dan akan banyak kendalanya

---

<b>Sun Tzu Principle</b>	<b>Director of PT X</b>
<p><b>1</b> Assess your marketing opportunity</p>	<p>Promosinya dengan menjual dan menjaga kualitas produk sehingga customer justru mempromosikan kita dari mulut ke mulut ke orang lain atau ke perusahaan lain</p> <p>Hal yang menjadi focus utama dalam pemilihan lokasi pabrik adalah berada jauh dari rumah penduduk karena aktivitas yang dilakukan oleh pabrik menimbulkan polusi suara yang dapat mengganggu warga sekitar. Selain itu, lahan yang luas juga dibutuhkan untuk menjadi working area dalam bisnis ini</p>
<p><b>2</b> Analyze strengths, weaknesses, opportunities, and threats</p>	<p>Keunggulannya dari perusahaan kita adalah customer satisfaction atas pelayanan yang baik</p> <p>Kelemahannya kita hanya melayani customer-customer dengan standart yang tinggi sehingga pangsa pasar kita terbatas, rata-rata hanya perusahaan PMA. Karena kita tidak pernah menurunkan kualitas</p>
<p><b>Knowledge is marketing power</b></p>	<p>Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru. Cara mengubah pesaing menjadi rekan kerja ya.. itu dengan memberikan sub kontrak kerja</p> <p>Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari competitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita</p>
<p>Learn from the experience of others</p>	<p>Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor</p>

---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

---

### Good research is critical

Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik. Alasan memilih criteria tersebut, karena perusahaan memang focus hanya membuat produk-produk yang berkualitas tinggi, tidak menjual produk KW. Sebagai contoh dipasaran selain ada produk original juga ada produk imitasi KW1, KW2, KW3 dst. Hal tersebut dapat dijumpai jika kita mencari suku cadang kendaraan.

Fenny : Ya... ee... kira-kira bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini, pak?

Bapak : karakteristik pasar dari perusahaan adalah Pasar B2B yang bisa menghargai kualitas dengan harga yang baik

Dengan adanya bagian development and training yang merupakan intelligent perusahaan, bagian tersebut bertugas mencari dan mengumpulkan informasi tentang calon customers dan juga competitors kemudian menganalisa dan melakukan training ke orang-orang marketing

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru.

Cara mengubah pesaing menjadi rekan kerja ya.. itu dengan memberikan sub kontrak kerja

Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan

---

---

## Sun Tzu Principle

---

## Director of PT X

---

kekuatan financial para competitor

Karena dengan mempelajari... customer dan supplier, competitor maka kita dapat melakukan pemetaan yang jelas sehingga memudahkan kita untuk masuk menjadi supplier ke perusahaan tersebut atau tidak, karena jika kita salah masuk ke perusahaan yang karakternya tidak sesuai dengan focus kita maka hasilnya tidak akan maksimal dan akan banyak kendalanya

A good research program  
keeps you informed

### Know your market

Yang menjadi segmentasinya... adalah perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk . Yang menjadi Dasar segmentasi adalah... segmentasi pasar yang digunakan adalah behavior segmentation

Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik. Alasan memilih criteria tersebut, karena perusahaan memang focus hanya membuat produk-produk yang berkualitas tinggi, tidak menjual produk KW. Sebagai contoh dipasaran selain ada produk original juga ada produk imitasi KW1, KW2, KW3 dst. Hal tersebut dapat dijumpai jika kita mencari suku cadang kendaraan.

Fenny : Ya... ee... kira-kira bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini, pak?

Bapak : karakteristik pasar dari perusahaan adalah Pasar B2B yang bisa menghargai kualitas dengan harga yang baik

Pertama dengan melakukan after sales services dengan baik. Responsible terhadap keluhan customer (cepat dan tanggap ya). Sehingga kita juga sering berkomunikasi dengan para pelanggan dan mengingatkan jadwal services mesin bagi para pelanggan

Know what your market  
wants today and tomorrow

### Prepare a competitive analysis

Dengan adanya bagian development and training yang merupakan intelligent perusahaan, bagian tersebut bertugas mencari dan mengumpulkan informasi tentang calon customers dan juga competitors kemudian menganalisa dan melakukan training ke orang-orang marketing

---

---

## Sun Tzu Principle

---

## Director of PT X

---

Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor

Take a look. Take a good look!

Know your competitors as organizations and as people

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru. Cara mengubah pesaing menjadi rekan kerja ya.. itu dengan memberikan sub kontrak kerja

Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor

**Study the signals**

Karena dengan mempelajari... customer dan supplier, competitor maka kita dapat melakukan pemetaan yang jelas sehingga memudahkan kita untuk masuk menjadi supplier ke perusahaan tersebut atau tidak, karena jika kita salah masuk ke perusahaan yang karakternya tidak sesuai dengan focus kita maka hasilnya tidak akan maksimal dan akan banyak kendalanya

Match your personal observation with formal

---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

research

### Protect your secrets

Dengan adanya bagian development and training yang merupakan intelligent perusahaan, bagian tersebut bertugas mencari dan mengumpulkan informasi tentang calon customers dan juga competitors kemudian menganalisa dan melakukan training ke orang-orang marketing

Perusahaan tidak pernah memberikan detail gambar dan detail spesifikasi kepada customer sebelum kontrak di tandatangani, yang dilampirkan dalam penawaran hanya garis besarnya saja

Analisa data atau informasi diolah oleh bagian development, kemudian hasil pengolahan data yang berupa strategi akan di trainingkan ke bagian operational yaitu marketing, produksi dan QC

Cara kita melindungi rahasia perusahaan dari pesaing yaitu dengan memprotect seluruh computer di perusahaan, hanya deputy director ke atas yang memiliki akses untuk membuka dan mengambil data. Yang kedua dengan menerapkan spesialisasi karyawan di bidang masing-masing, 1 karyawan hanya dapat mengakses 1 bidang pekerjaan saja

There is no place where espionage is not possible

### Third Principle: Maintenance of the Objective

#### A clear intention and a steady aim

Keunggulannya dari perusahaan kita adalah customer satisfaction atas pelayanan yang baik .

Fenny : Kemudian apa yang apa yang menjadi visi dan misi..

Bapak : Kelemahan..

Fenny : Oh iya. Kelemahannya pak?

Bapak : Kelemahannya kita hanya melayani customer-customer dengan standart yang tinggi sehingga pangsa pasar kita terbatas, rata-rata hanya perusahaan PMA.

Karena kita tidak pernah menurunkan kualitas

Yang menjadi visi dan misi perusahaan kita adalah... visi menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Misinya menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik dan tepat waktu

---

## Sun Tzu Principle

---

## Director of PT X

---

focus kita adalah menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering yang berkualitas baik dan tepat waktu khususnya untuk perusahaan-perusahaan PMA. Untuk mempertahankan focus tersebut dengan menerapkan program 5R. Dan penerapan focus dalam pemasaran, marketing lebih difokuskan untuk membidik perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit Yang menjadi segmentasinya... adalah perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk . Yang menjadi Dasar segmentasi adalah... segmentasi pasar yang digunakan adalah behavior segmentation.

Fenny : Kemudian ee... Bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing? Oh... sebentar-sebentar pak, maaf.

Aaa Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan ini selama ini? Kenapa memilih criteria tersebut sebagi target market pak? Maaf tadi pertanyaannya kelompatan.

Bapak : Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik. Alasan memilih criteria tersebut, karena perusahaan memang focus hanya membuat produk-produk yang berkualitas tinggi, tidak menjual produk KW. Sebagai contoh dipasaran selain ada produk original juga ada produk imitasi KW1, KW2, KW3 dst. Hal tersebut dapat dijumpai jika kita mencari suku cadang kendaraan.

Fenny : Ya... ee... kira-kira bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini, pak?

Bapak : karakteristik pasar dari perusahaan adalah Pasar B2B yang bisa menghargai kualitas dengan harga yang baik

Perusahaan ini menjual mesin industry dan sparepart mesin industry dan melayani jasa perbaikan mesin industry

Harga ditetapkan berdasarkan kualitas produk

Karena dengan mempelajari... customer dan supplier, competitor maka kita dapat melakukan pemetaan yang jelas sehingga memudahkan kita untuk masuk menjadi supplier ke perusahaan tersebut atau tidak, karena jika kita salah masuk ke perusahaan yang karakternya tidak sesuai dengan focus kita maka hasilnya tidak

---



## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

akan maksimal dan akan banyak kendalanya

The objective is clearly defined

The objective is decisive

The objective is attainable

The objective is clearly communicated

### Find a winning strategy

Strategy before tactics

Yang menjadi segmentasinya... adalah perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk . Yang menjadi Dasar segmentasi adalah... segmentasi pasar yang digunakan adalah behavior segmentation.

Fenny : Kemudian ee... Bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing?

Oh... sebentar-sebentar pak, maaf.

Aaa Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan ini selama ini? Kenapa memilih criteria tersebut sebagi target market pak?

Maaf tadi pertanyaannya kelompatan.

Bapak : Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik. Alasan memilih criteria tersebut, karena perusahaan memang focus hanya membuat produk-produk yang berkualitas tinggi, tidak menjual produk KW. Sebagai contoh dipasaran selain ada produk original juga ada produk imitasi KW1, KW2, KW3 dst. Hal tersebut dapat dijumpai jika kita mencari suku cadang kendaraan.

Fenny : Ya... ee... kira-kira bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini, pak?

Bapak : karakteristik pasar dari perusahaan adalah Pasar B2B yang bisa menghargai kualitas dengan harga yang baik

Analisa data atau informasi diolah oleh bagian development, kemudian hasil pengolahan data yang berupa strategi akan di trainingkan ke bagian operational yaitu marketing, produksi dan QC

---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

---

**The supreme excellence is to win without fighting**

Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari competitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

The side that wins will probably be the side that has already won

### Look for strategic turns

Strategic turns change the course of history

Pada tahun 2005 perusahaan ini bergerak di bidang usaha studio dubbing dan editing, namun dalam perkembangannya kurang bagus sehingga pada tahun 2009 akhirnya perusahaan memperluas area cakupan bisnisnya dengan merambah di bidang engineering

Markets evolve; New products emerge; The world moves on

### Establish strategic initiatives

Making strategic initiatives work

Select strategic initiatives that will make a difference

### Develop a plan of action

Use data to plan for overwhelming advantages

Dengan adanya bagian development and training yang merupakan intelligent perusahaan, bagian tersebut bertugas mencari dan mengumpulkan informasi tentang calon customers dan juga competitors kemudian menganalisa dan melakukan training ke orang-orang marketing

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru. Cara mengubah pesaing menjadi rekan kerja ya.. itu dengan memberikan sub kontrak kerja

---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor.

Fenny : Oh ya, berarti aa... kaya ee... survey terlebih dahulu itu sangat... sangat diutamakan dalam perusahaan ini ya pak?

Bapak : Oh ya, jelas

Karena dengan mempelajari... customer dan supplier, competitor maka kita dapat melakukan pemetaan yang jelas sehingga memudahkan kita untuk masuk menjadi supplier ke perusahaan tersebut atau tidak, karena jika kita salah masuk ke perusahaan yang karakternya tidak sesuai dengan focus kita maka hasilnya tidak akan maksimal dan akan banyak kendalanya

### Fight and find out

Let the market tell you  
what to do

### Do not underestimate

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk, Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru. Cara mengubah pesaing menjadi rekan kerja ya.. itu dengan memberikan sub kontrak kerja

Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor.

Fenny : Oh ya, berarti aa... kaya ee... survey terlebih dahulu itu sangat... sangat diutamakan dalam perusahaan ini ya pak?

Bapak : Oh ya, jelas

Do not reject new  
information; Consider

---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

---

your worst indicator

### Take calculated risks

Perusahaan tidak pernah memberikan detail gambar dan detail spesifikasi kepada customer sebelum kontrak di tandatangani, yang dilampirkan dalam penawaran hanya garis besarnya saja

Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor.

Fenny : Oh ya, berarti aa... kaya ee... survey terlebih dahulu itu sangat... sangat diutamakan dalam perusahaan ini ya pak?

Bapak : Oh ya, jelas

Action precedes victory

### Survival drives victory

Survival is the ultimate objective of every enterprise

## Fourth Principle: A Secure Position

### Occupy a position that cannot easily be taken by your opponents

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

The marketplace

Cara mengubah pesaing menjadi rekan kerja ya.. itu dengan memberikan sub kontrak kerja

### Be Invincible

Invincibility lies in the

---

---

## Sun Tzu Principle

---

## Director of PT X

---

defense; The possibility of victory in the attack

### Seize favorable positions

Preemptive strategies

Find the sweet spots

### Seek the advantages of natural positions

Natural features support your position

### Occupy the high ground

All armies prefer high ground to low

### The best defense is to plan a good offense

Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk kompetitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita. Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari kompetitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para kompetitor dan kekuatan financial para kompetitor.

Fenny : Oh ya, berarti aa... kaya ee... survey terlebih dahulu itu sangat... sangat diutamakan dalam perusahaan ini ya pak?

Bapak : Oh ya, jelas

Karena dengan mempelajari... customer dan supplier, kompetitor maka kita dapat melakukan pemetaan yang jelas sehingga memudahkan kita untuk masuk menjadi supplier ke perusahaan tersebut atau tidak, karena jika kita salah masuk ke perusahaan yang karakternya tidak sesuai dengan focus kita maka hasilnya tidak akan maksimal dan akan banyak kendalanya

Offensive thinking and action breeds victory

## Fifth Principle: Offensive Action

### Keep on the offensive to secure

---

Sun Tzu Principle	Director of PT X
<b>freedom of action</b>	
Innovation offensive	
Organizing the offensive	
<b>Marshall adequate resources</b>	
Determine your priorities	Preference --> Pelanggan puas dengan pelayanan dan dibuktikan dengan adanya repeat order dari para customer selama bertahun-tahun
<b>Seize the initiative</b>	
Taking action makes you master of the situation	
<b>Enable momentum</b>	
Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk kompetitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita	
<b>Get momentum going</b>	
Strive for the continuous attack	
<b>Go for a breakthrough</b>	
Use the normal to engage, the extraordinary to win	Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk kompetitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita
<b>Have tactical flexibility</b>	
No one victory is gained in the same manner as another	
<b>Plan a speedy victory</b>	
Logistical mobility wins	
The positive consequences of speed accrue to the offensive	
<b>Sixth Principle: Surprise</b>	
<b>Surprise is the best way to gain</b>	

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

### psychological dominance and deny the initiative to your opponent

The marketing surprise

Secrecy is a partner of surprise

Cara kita melindungi rahasia perusahaan dari pesaing yaitu dengan memprotect seluruh computer di perusahaan, hanya deputy director ke atas yang memiliki akses untuk membuka dan mengambil data. Yang kedua dengan menerapkan spesialisasi karyawan di bidang masing-masing, 1 karyawan hanya dapat mengakses 1 bidang pekerjaan saja

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru

### Plan surprise

A surprise move can shift the balance of power

### Generate the mismatch

Initiate the observation-orientation-decision-action time cycle

### Keep your opponent confused

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari competitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

Some actions require stealth and deception

### Be disruptive and intrusive

Merchandising gets

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

attention

Disrupt the mind and intrude into that disruption

Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

## Seventh Principle: Maneuver

**The easiest routes are often the most heavily defended; the longest way round can be the shortest way home**

Leverage opportunities

Keunggulannya dari perusahaan kita adalah customer satisfaction atas pelayanan yang baik

Pertama dengan melakukan after sales services dengan baik. Responsible terhadap keluhan customer (cepat dan tanggap ya). Sehingga kita juga sering berkomunikasi dengan para pelanggan dan mengingatkan jadwal services mesin bagi para pelanggan

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru  
Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

Tactics for maneuvering

**Choose the best maneuverers**

A lesson from Gideon



<b>Sun Tzu Principle</b>	<b>Director of PT X</b>
The right maneuver varies with the circumstances	Retreat --> Pada tahun 2005 perusahaan ini bergerak di bidang usaha studio dubbing dan editing, namun dalam perkembangannya kurang bagus sehingga pada tahun 2009 akhirnya perusahaan memperluas area cakupan bisnisnya dengan merambah di bidang engineering
<b>Flanking often wins</b>	
The indirect approach	Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk kompetitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita
Flanking can be a short route to success	
<b>Concentrate or divide</b>	
Think big; Work small	Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk kompetitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita
Centralize or decentralize	
<b>Market from strength</b>	
Gaining leverage	
Reinforce strength; Minimize weakness	Analisa data atau informasi diolah oleh bagian development, kemudian hasil pengolahan data yang berupa strategi akan di trainingkan ke bagian operational yaitu marketing, produksi dan QC

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

Pertama dengan melakukan after sales services dengan baik. Responsible terhadap keluhan customer (cepat dan tanggap ya). Sehingga kita juga sering berkomunikasi dengan para pelanggan dan mengingatkan jadwal services mesin bagi para pelanggan

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari competitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

## Eighth Principle: Concentration of Resources

**Mass sufficiently superior force at the decisive place and time**

Concentration of advertising

focus kita adalah menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering yang berkualitas baik dan tepat waktu khususnya untuk perusahaan-perusahaan PMA. Untuk mempertahankan focus tersebut dengan menerapkan program 5R. Dan penerapan focus dalam pemasaran, marketing lebih difokuskan untuk membidik perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit

Door to door atas arahan dari bagian development tentang perusahaan yang akan dituju. Words of Mouth, berdasarkan referensi dari para pelanggan yang puas

Promosinya dengan menjual dan menjaga kualitas produk sehingga customer justru mempromosikan kita dari mulut ke mulut ke orang lain atau ke perusahaan lain

Concentrate on concentrating

Quality --> Keunggulannya dari perusahaan kita adalah customer satisfaction atas pelayanan yang baik

Quality --> Karena kita tidak pernah menurunkan

---

## Sun Tzu Principle

---

## Director of PT X

---

kualitas

Quality --> focus kita adalah menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering yang berkualitas baik dan tepat waktu khususnya untuk perusahaan-perusahaan PMA. Untuk mempertahankan focus tersebut dengan menerapkan program 5R. Dan penerapan focus dalam pemasaran, marketing lebih difokuskan untuk membidik perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit

Quality --> Harga ditetapkan berdasarkan kualitas produk

Quality --> Tidak, kita sangat menjaga harga pasar produk berdasarkan kualitas produk.

Fenny : oh... ya ya ya... jadi lebih.. lebih berfokus pada kualitas ketimbang harga.

Bapak : betul

Performance and services quality --> Pertama dengan melakukan after sales services dengan baik.

Responsible terhadap keluhan customer (cepat dan tanggap ya). Sehingga kita juga sering berkomunikasi dengan para pelanggan dan mengingatkan jadwal services mesin bagi para pelanggan

Performance and simplicity --> Cara kita melindungi rahasia perusahaan dari pesaing yaitu dengan memprotect seluruh computer di perusahaan, hanya deputy director ke atas yang memiliki akses untuk membuka dan mengambil data. Yang kedua dengan menerapkan spesialisasi karyawan di bidang masing-masing, 1 karyawan hanya dapat mengakses 1 bidang pekerjaan saja

Quality --> Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

### Concentrate strength against weakness

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru

Find an overwhelming superiority

### Attain relative superiority at the decisive point

The essence of great strategy is to concentrate superior strength at the weakest point

### Achieve the critical marketing mass

Concentrate energy to overcome the natural buying inertia

### Build winning teamwork

Perusahaan ini membangun loyalitas dan kedisiplinan para karyawan dengan menerapkan sistem reward and punishment. Perusahaan kami secara konsisten memberikan reward kepada para karyawan yang berprestasi dan dapat mencapai target yang telah kami berikan. Bentuk dari reward yang kami berikan juga berbeda-beda dari waktu ke waktu. Dengan sistem reward dan punishment

Teamwork wins

## Ninth Principle: Economy of Force

### Assess accurately where you employ your resources

Yang menjadi visi dan misi perusahaan kita adalah... visi menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Misinya menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik dan tepat waktu focus kita adalah menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering yang berkualitas baik dan tepat waktu khususnya untuk perusahaan-perusahaan PMA. Untuk mempertahankan focus tersebut dengan menerapkan program 5R. Dan penerapan focus dalam pemasaran, marketing lebih difokuskan untuk membidik perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit

---

## Sun Tzu Principle

---

## Director of PT X

---

Yang menjadi segmentasinya... adalah perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk . Yang menjadi Dasar segmentasi adalah... segmentasi pasar yang digunakan adalah behavior segmentation.

Fenny : Kemudian ee... Bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing? Oh... sebentar-sebentar pak, maaf.

Aaa Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan ini selama ini? Kenapa memilih criteria tersebut sebagi target market pak? Maaf tadi pertanyaannya kelompatan.

Bapak : Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik. Alasan memilih criteria tersebut, karena perusahaan memang focus hanya membuat produk-produk yang berkualitas tinggi, tidak menjual produk KW. Sebagai contoh dipasaran selain ada produk original juga ada produk imitasi KW1, KW2, KW3 dst. Hal tersebut dapat dijumpai jika kita mencari suku cadang kendaraan.

Fenny : Ya... ee... kira-kira bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini, pak?

Bapak : karakteristik pasar dari perusahaan adalah Pasar B2B yang bisa menghargai kualitas dengan harga yang baik

Door to door atas arahan dari bagian development tentang perusahaan yang akan dituju. Words of Mouth, berdasarkan referensi dari para pelanggan yang puas

Pertama dengan melakukan after sales services dengan baik. Responsible terhadap keluhan customer (cepat dan tanggap ya). Sehingga kita juga sering berkomunikasi dengan para pelanggan dan mengingatkan jadwal services mesin bagi para pelanggan

Cara kita melindungi rahasia perusahaan dari pesaing yaitu dengan memprotect seluruh computer di perusahaan, hanya deputy director ke atas yang memiliki akses untuk membuka dan mengambil data. Yang kedua dengan menerapkan spesialisasi karyawan di bidang masing-masing, 1 karyawan hanya dapat mengakses 1 bidang pekerjaan saja

---

---

## Sun Tzu Principle

---

## Director of PT X

---

Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor.

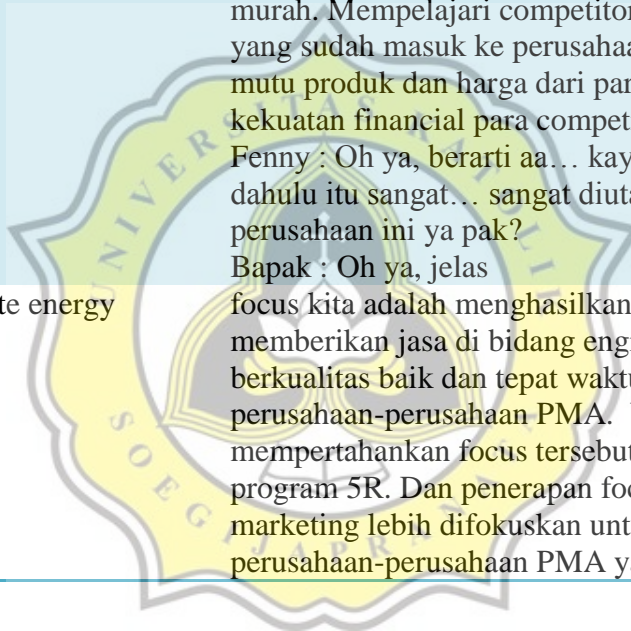
Fenny : Oh ya, berarti aa... kaya ee... survey terlebih dahulu itu sangat... sangat diutamakan dalam perusahaan ini ya pak?

Bapak : Oh ya, jelas

focus kita adalah menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering yang berkualitas baik dan tepat waktu khususnya untuk perusahaan-perusahaan PMA. Untuk mempertahankan focus tersebut dengan menerapkan program 5R. Dan penerapan focus dalam pemasaran, marketing lebih difokuskan untuk membidik perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit

---

Do not waste energy



---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

Yang menjadi segmentasinya... adalah perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk . Yang menjadi Dasar segmentasi adalah... segmentasi pasar yang digunakan adalah behavior segmentation.

Fenny : Kemudian ee... Bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing? Oh... sebentar-sebentar pak, maaf.

Aaa Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan ini selama ini? Kenapa memilih criteria tersebut sebagai target market pak? Maaf tadi pertanyaannya kelompatan.

Bapak : Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik. Alasan memilih criteria tersebut, karena perusahaan memang focus hanya membuat produk-produk yang berkualitas tinggi, tidak menjual produk KW. Sebagai contoh dipasaran selain ada produk original juga ada produk imitasi KW1, KW2, KW3 dst. Hal tersebut dapat dijumpai jika kita mencari suku cadang kendaraan.

Fenny : Ya... ee... kira-kira bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini, pak?

Bapak : karakteristik pasar dari perusahaan adalah Pasar B2B yang bisa menghargai kualitas dengan harga yang baik

Door to door atas arahan dari bagian development tentang perusahaan yang akan dituju. Words of Mouth, berdasarkan referensi dari para pelanggan yang puas

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat

---

---

## Sun Tzu Principle

---

## Director of PT X

---

berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor.

Fenny : Oh ya, berarti aa... kaya ee... survey terlebih dahulu itu sangat... sangat diutamakan dalam perusahaan ini ya pak?

Bapak : Oh ya, jelas

### Handling internal conflicts

Perusahaan ini membangun loyalitas dan kedisiplinan para karyawan dengan menerapkan sistem reward and punishment. Perusahaan kami secara konsisten memberikan reward kepada para karyawan yang berprestasi dan dapat mencapai target yang telah kami berikan. Bentuk dari reward yang kami berikan juga berbeda-beda dari waktu ke waktu. Dengan sistem reward dan punishment

Cara kita melindungi rahasia perusahaan dari pesaing yaitu dengan memprotect seluruh computer di perusahaan, hanya deputy director ke atas yang memiliki akses untuk membuka dan mengambil data. Yang kedua dengan menerapkan spesialisasi karyawan di bidang masing-masing, 1 karyawan hanya dapat mengakses 1 bidang pekerjaan saja

### Build internal strength

Perusahaan ini membangun loyalitas dan kedisiplinan para karyawan dengan menerapkan sistem reward and punishment. Perusahaan kami secara konsisten memberikan reward kepada para karyawan yang berprestasi dan dapat mencapai target yang telah kami berikan. Bentuk dari reward yang kami berikan juga berbeda-beda dari waktu ke waktu. Dengan sistem reward dan punishment

Dengan adanya bagian development and training yang merupakan intelligent perusahaan, bagian tersebut bertugas mencari dan mengumpulkan informasi tentang calon customers dan juga competitors kemudian menganalisa dan melakukan training ke orang-orang marketing

---



---

## Sun Tzu Principle

---

## Director of PT X

---

Analisa data atau informasi diolah oleh bagian development, kemudian hasil pengolahan data yang berupa strategi akan di trainingkan ke bagian operational yaitu marketing, produksi dan QC

Cara kita melindungi rahasia perusahaan dari pesaing yaitu dengan memprotect seluruh computer di perusahaan, hanya deputy director ke atas yang memiliki akses untuk membuka dan mengambil data. Yang kedua dengan menerapkan spesialisasi karyawan di bidang masing-masing, 1 karyawan hanya dapat mengakses 1 bidang pekerjaan saja

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru

The jewel of the state

### Choose your battles

kita hanya melayani customer-customer dengan standart yang tinggi sehingga pangsa pasar kita terbatas, rata-rata hanya perusahaan PMA. Karena kita tidak pernah menurunkan kualitas

focus kita adalah menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering yang berkualitas baik dan tepat waktu khususnya untuk perusahaan-perusahaan PMA. Untuk mempertahankan focus tersebut dengan menerapkan program 5R. Dan penerapan focus dalam pemasaran, marketing lebih difokuskan untuk membidik perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit

---

## Sun Tzu Principle

---

## Director of PT X

---

Yang menjadi segmentasinya... adalah perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk . Yang menjadi Dasar segmentasi adalah... segmentasi pasar yang digunakan adalah behavior segmentation.

Fenny : Kemudian ee... Bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing? Oh... sebentar-sebentar pak, maaf.

Aaa Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan ini selama ini? Kenapa memilih criteria tersebut sebagai target market pak? Maaf tadi pertanyaannya kelompatan.

Bapak : Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik. Alasan memilih criteria tersebut, karena perusahaan memang focus hanya membuat produk-produk yang berkualitas tinggi, tidak menjual produk KW. Sebagai contoh dipasaran selain ada produk original juga ada produk imitasi KW1, KW2, KW3 dst. Hal tersebut dapat dijumpai jika kita mencari suku cadang kendaraan.

Fenny : Ya... ee... kira-kira bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini, pak?

Bapak : karakteristik pasar dari perusahaan adalah Pasar B2B yang bisa menghargai kualitas dengan harga yang baik

Perusahaan ini menjual mesin industry dan sparepart mesin industry dan melayani jasa perbaikan mesin industry

Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

Do not fight battles you cannot win-or win those that lose the war

---

<b>Sun Tzu Principle</b>	<b>Director of PT X</b>
<b>Be efficient</b>	Door to door atas arahan dari bagian development tentang perusahaan yang akan dituju. Words of Mouth, berdasarkan referensi dari para pelanggan yang puas
Profit is a requirement for survival	
<b>Tenth Principle: Command Structure</b>	Strukturnya... adalah pertama komisaris, dibawah komisaris ada direktur Fenny : He'em (menyimak) Bapak : Direktur membidangi... eee... Deputy director operational, Deputy director marketing and training development, deputy director general support, deputy director finance and administration. Deputy director operational itu membawahi production dan QC. Deputy director marketing and training development membidangi marketing dan Training development. Deputy director general support membidangi logistic dan hrd. Deputy director finance and administration membidangi Accounting dan Purchasing
<b>The management process unleashes the power of human resources</b>	
Orders versus instructions	
Power up front	
The mission-oriented command system	focus kita adalah menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering yang berkualitas baik dan tepat waktu khususnya untuk perusahaan-perusahaan PMA. Untuk mempertahankan focus tersebut dengan menerapkan program 5R. Dan penerapan focus dalam pemasaran, marketing lebih difokuskan untuk membidik perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

Yang menjadi segmentasinya... adalah perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk . Yang menjadi Dasar segmentasi adalah... segmentasi pasar yang digunakan adalah behavior segmentation.

Fenny : Kemudian ee... Bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing? Oh... sebentar-sebentar pak, maaf.

Aaa Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan ini selama ini? Kenapa memilih criteria tersebut sebagai target market pak? Maaf tadi pertanyaannya kelompatan.

Bapak : Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik. Alasan memilih criteria tersebut, karena perusahaan memang focus hanya membuat produk-produk yang berkualitas tinggi, tidak menjual produk KW. Sebagai contoh dipasaran selain ada produk original juga ada produk imitasi KW1, KW2, KW3 dst. Hal tersebut dapat dijumpai jika kita mencari suku cadang kendaraan.

Fenny : Ya... ee... kira-kira bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini, pak?

Bapak : karakteristik pasar dari perusahaan adalah Pasar B2B yang bisa menghargai kualitas dengan harga yang baik

### Build morale

Perusahaan ini membangun loyalitas dan kedisiplinan para karyawan dengan menerapkan sistem reward and punishment. Perusahaan kami secara konsisten memberikan reward kepada para karyawan yang berprestasi dan dapat mencapai target yang telah kami berikan. Bentuk dari reward yang kami berikan juga berbeda-beda dari waktu ke waktu. Dengan sistem reward dan punishment

Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

---

## Sun Tzu Principle

---

## Director of PT X

---

The human spirit can be the most important factor in success, but only when released by senior commanders

### Gain strength from victory

Seek cohesion

People cause acquisitions to succeed or fail

### Back to basics

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

### Play the fundamentals

Yang menjadi segmentasinya... adalah perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk . Yang menjadi Dasar segmentasi adalah... segmentasi pasar yang digunakan adalah behavior segmentation.

Fenny : Kemudian ee... Bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing? Oh... sebentar-sebentar pak, maaf.

Aaa Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan ini selama ini? Kenapa memilih criteria tersebut sebagai target market pak? Maaf tadi pertanyaannya kelompatan.

Bapak : Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik. Alasan memilih criteria tersebut, karena perusahaan memang focus hanya membuat produk-produk yang berkualitas tinggi, tidak menjual produk KW. Sebagai contoh

---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

dipasaran selain ada produk original juga ada produk imitasi KW1, KW2, KW3 dst. Hal tersebut dapat dijumpai jika kita mencari suku cadang kendaraan.

Fenny : Ya... ee... kira-kira bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini, pak?

Bapak : karakteristik pasar dari perusahaan adalah Pasar B2B yang bisa menghargai kualitas dengan harga yang baik

Cara perusahaan memenangkan persaingan di pasar adalah dengan selalu melakukan inovasi design untuk improve kualitas produk dan optimalisasi fungsi produk. Cara mengecoh, dengan membuat trobosan-trobosan dengan produk-produk baru yang mempunyai kemampuan yang lebih bagus, seperti contohnya HP dan computer, selalu ada inovasi baru Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga.

Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk competitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

Kita selalu mempelajari calon customer terlebih dahulu berupa kesehatan dalam financial, bonafitnya, behaviornya, penghargaan customer terhadap produk mengutamakan kualitas atau mengutamakan harga murah. Mempelajari competitor dan supplier-supplier yang sudah masuk ke perusahaan tersebut meliputi mutu produk dan harga dari para competitor dan kekuatan financial para competitor.

Fenny : Oh ya, berarti aa... kaya ee... survey terlebih dahulu itu sangat... sangat diutamakan dalam perusahaan ini ya pak?

Bapak : Oh ya, jelas

Karena dengan mempelajari... customer dan supplier, competitor maka kita dapat melakukan pemetaan yang jelas sehingga memudahkan kita untuk masuk menjadi supplier ke perusahaan tersebut atau tidak, karena jika kita salah masuk ke perusahaan yang karakternya tidak sesuai dengan focus kita maka hasilnya tidak akan maksimal dan akan banyak kendalanya

---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

---

The organization exists so that tasks can be managed, people supported, and results achieved

### Communicate clearly

Yang menjadi visi dan misi perusahaan kita adalah... visi menjadi salah satu perusahaan engineering yang terpercaya, handal dan dapat berkiprah di kawasan Asia Tenggara dan sekitarnya. Misinya menghasilkan produk dan memberikan jasa di bidang engineering dengan mutu yang baik dan tepat waktu

Yang menjadi segmentasinya... adalah perusahaan-perusahaan PMA yang bonafit yang mementingkan kualitas produk . Yang menjadi Dasar segmentasi adalah... segmentasi pasar yang digunakan adalah behavior segmentation.

Fenny : Kemudian ee... Bagaimana cara perusahaan mengumpulkan data atau informasi terkait dengan calon customer atau customer lama dan juga pesaing?

Oh... sebentar-sebentar pak, maaf.

Aaa Target market dengan criteria seperti apa yang di layani oleh perusahaan ini selama ini? Kenapa memilih criteria tersebut sebagi target market pak?

Maaf tadi pertanyaannya kelompatan.

Bapak : Target marketnya adalah Perusahaan yang menghargai kualitas produk dan bisa menghargai kualitas tersebut dengan harga yang baik. Alasan memilih criteria tersebut, karena perusahaan memang focus hanya membuat produk-produk yang berkualitas tinggi, tidak menjual produk KW. Sebagai contoh dipasaran selain ada produk original juga ada produk imitasi KW1, KW2, KW3 dst. Hal tersebut dapat dijumpai jika kita mencari suku cadang kendaraan.

Fenny : Ya... ee... kira-kira bagaimana karakteristik pasar dari perusahaan ini, pak?

Bapak : karakteristik pasar dari perusahaan adalah Pasar B2B yang bisa menghargai kualitas dengan harga yang baik

Emotions cloud communications

Implement ways to get messages received and understood

### Do completed staff work

World war II letter of instructions

---

---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

---

### Win battles and the war

Increase both human resources and material assets with each victory

### Eleventh Principle: Personal Leadership

**It requires the leader's faith in his or her people and their faith in the leader's ability to win**

### Leaders listen and learn

Leading the leader

The higher the rank, the more important it is to learn

Dengan adanya bagian development and training yang merupakan intelligent perusahaan, bagian tersebut bertugas mencari dan mengumpulkan informasi tentang calon customers dan juga competitors kemudian menganalisa dan melakukan training ke orang-orang marketing

### Keep a balanced leadership

Combine leadership strength with management strength

Perusahaan ini membangun loyalitas dan kedisiplinan para karyawan dengan menerapkan sistem reward and punishment. Perusahaan kami secara konsisten memberikan reward kepada para karyawan yang berprestasi dan dapat mencapai target yang telah kami berikan. Bentuk dari reward yang kami berikan juga berbeda-beda dari waktu ke waktu. Dengan sistem reward dan punishment

### Improve your leadership ability

Keep a cool head

Dengan adanya bagian development and training yang merupakan intelligent perusahaan, bagian tersebut bertugas mencari dan mengumpulkan informasi tentang calon customers dan juga competitors kemudian menganalisa dan melakukan training ke orang-orang marketing

Change roles as you grow

### Keep a positive attitude

Have faith in your future

### Know the "arts" of leadership

Be professional; Be human

Perusahaan ini membangun loyalitas dan kedisiplinan para karyawan dengan menerapkan sistem reward and punishment. Perusahaan kami secara konsisten memberikan reward kepada para karyawan yang berprestasi dan dapat mencapai target yang telah kami berikan. Bentuk dari reward yang kami berikan juga berbeda-beda dari waktu ke waktu. Dengan sistem reward dan punishment

---



---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

Cara kita melindungi rahasia perusahaan dari pesaing yaitu dengan memprotect seluruh computer di perusahaan, hanya deputy director ke atas yang memiliki akses untuk membuka dan mengambil data. Yang kedua dengan menerapkan spesialisasi karyawan di bidang masing-masing, 1 karyawan hanya dapat mengakses 1 bidang pekerjaan saja

### Beware of your blind spots

Flaws in the personal character of the commander will cause opportunities to be lost

### The role of discipline

Discipline your management style

### Avoid the road to defeat

Focus on what the customer wants and needs

### Earn loyalty

Internal loyalty --> Perusahaan ini membangun loyalitas dan kedisiplinan para karyawan dengan menerapkan sistem reward and punishment. Perusahaan kami secara konsisten memberikan reward kepada para karyawan yang berprestasi dan dapat mencapai target yang telah kami berikan. Bentuk dari reward yang kami berikan juga berbeda-beda dari waktu ke waktu. Dengan sistem reward dan punishment

Develop a culture of integrity and service

### Twelfth Principle: Simplicity

Dengan adanya bagian development and training yang merupakan intelligent perusahaan, bagian tersebut bertugas mencari dan mengumpulkan informasi tentang calon customers dan juga competitors kemudian menganalisa dan melakukan training ke orang-orang marketing

Perusahaan tidak pernah memberikan detail gambar dan detail spesifikasi kepada customer sebelum kontrak di tandatangani, yang dilampirkan dalam penawaran hanya garis besarnya saja

Analisa data atau informasi diolah oleh bagian development, kemudian hasil pengolahan data yang berupa strategi akan di trainingkan ke bagian operational yaitu marketing, produksi dan QC

---

## Sun Tzu Principle

## Director of PT X

Door to door atas arahan dari bagian development tentang perusahaan yang akan dituju. Words of Mouth, berdasarkan referensi dari para pelanggan yang puas

Harga ditetapkan berdasarkan kualitas produk

Yang kedua dengan menerapkan spesialisasi karyawan di bidang masing-masing, 1 karyawan hanya dapat mengakses 1 bidang pekerjaan saja

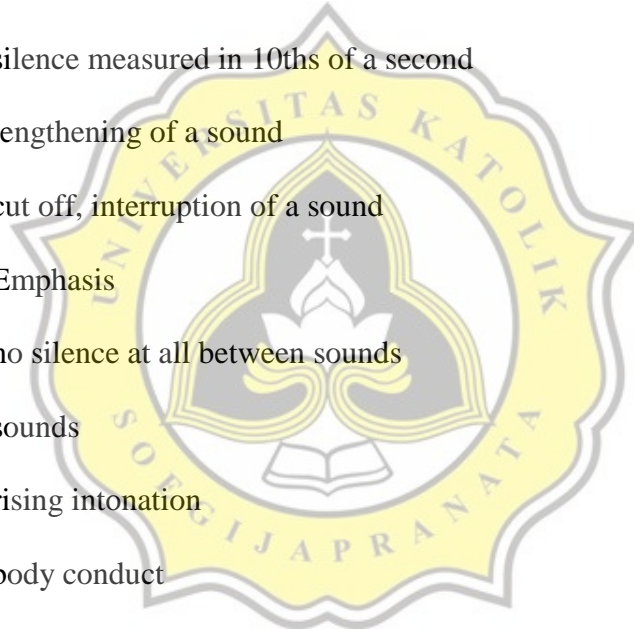
Yaitu dengan konsisten terhadap kualitas dan harga yang ditawarkan, jadi tidak melakukan banting harga. Seringkali customer akan mencoba menggunakan produk kompetitor yang harganya sangat murah, tetapi kita tetap konsisten dengan harga yang sesuai standar kita dan kualitas kita. Sehingga pada saat barang dari kompetitor yang dikirim ke customer tidak dapat berfungsi dengan baik maka customer akan kembali mengorder barang tersebut ke perusahaan kita

**Even the simplest plans are difficult to execute**



## TRANSCRIPTION CONVENTIONS

(?)	talk too obscure to transcribe.
Emmm	audible out-breath
.hhh	in-breath
[	overlapping talk begins
]	overlapping talk ends
(.)	silence, less than half a second
(..)	silence, less than one second
(2.8)	silence measured in 10ths of a second
:::	lengthening of a sound
Beacu-	cut off, interruption of a sound
he says.	Emphasis
=	no silence at all between sounds
LOUD	sounds
?	rising intonation
(left hand on neck)	body conduct
[notes, comments]	





**1.97%** PLAGIARISM  
APPROXIMATELY

**70.34%** IN QUOTES

## Report #11024576

CHAPTER I INTRODUCTION Background of the Research Marketing strategy is essential to achieve the company goal in the market. Marketing strategy is the foundation for every company's marketing activities. Marketing strategy usually is a long-term strategy that has correlations with product, price, place, promotion (4Ps) ADDIN (Mongay, 2006). Marketing strategy needs to be analyzed and evaluated continuously because the markets and consumers are changing. Winning the competition in the globalized market is not easy for marketers to do. It means that to win the competition in the market, a marketer needs to know not only their strengths and weaknesses but also their competitors. Therefore, marketers can calculate their capacity and construct a powerful marketing strategy. According to Kotler (1997) and McDonald (1999), a marketing strategy is related to organizing marketing functions and marketing activities to achieve profit ADDIN (Mongay, 2006). The function of marketing strategy is to design the selling process of products and services to achieve a sustainable long-term profit for the company. A marketing strategy can help marketers choose the best way to achieve their goals ADDIN (Nimble Division, n.d. ). In order to achieve the goals in business, some experts develop and combine marketing strategy with other principles. One principle that gains