

LAMPIRAN

ANALISIS SWOT PT. KUBOTA INDONESIA SEMARANG

Bauran Pemasaran		Faktor-faktor Internal		Faktor-faktor eksternal	
		Strength	Weakness	Opportunity	Threat
P	Meliputi :	<ul style="list-style-type: none"> Mutu produk bagus dan terjangkau Model sangat fleksibel Rancangan disesankan Mentor jaring pelayanan servis dan suku cadang 	<ul style="list-style-type: none"> Adanya tipe produk tertentu (traktor) yang sudah panas उससससस sehingga perlu penambahan pendanaan (radar) Belum ada produk mesin diesel untuk kapal menengah 	<ul style="list-style-type: none"> Adanya PP terdang penggunaan produk dalam negeri Adanya kekayaan alam yang melimpah Adanya kebutuhan akan teknologi oleh masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> Adanya produk sejenis yang dihasilkan oleh beberapa pesaing Adanya berbagai macam produk baru yang masuk ke pasar
R	nomi				
O	model				
D	rancangan				
U	pelayanan				
C					
T					
	Meliputi :	<ul style="list-style-type: none"> Harga jual yang tinggi tidak banyak berpengaruh terhadap konsumen, sebab perusahaan telah memiliki image yang kuat dan baik di kalangan konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> Potong harga sedikit Jangka waktu pembayaran pendek < 3 tahun Belum ada kredit untuk perorangan 	<ul style="list-style-type: none"> Perlu adanya kerjasama dengan pihak perbankan dalam rangka pemberian fasilitas kredit bagi kelompok tani dan nelayan ataupun perorangan (BRI) 	<ul style="list-style-type: none"> Harga jual yang ditetapkan oleh pesaing lebih rendah dan bersaing Jangka waktu pembayaran yang ditetapkan oleh pesaing lebih lama Adanya pemberian kredit untuk perorangan oleh pesaing Kondisi perekonomian negara secara keseluruhan
P	Jangka waktu				
R	pembayaran				
I	Syarat				
C	perbedaan				
E					

Bauran Pemasaran	Strength	Weakness	Opportunity	Threat
<p>P Melalui :</p> <p>L - Cakupan</p> <p>A - Jenis</p> <p>C - Lokasi</p> <p>E - Transportasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> Saluran distribusi luas meliputi seluruh Indonesia Langsung dan tidak langsung Melalui dealer-dealer yang ditunjuk di setiap kota besar yang terdapat di pusat perdagangan Transportasi dengan menggunakan kapal laut dan darat 	<ul style="list-style-type: none"> Saluran distribusi yang ada belum merata sampai ke kota kecil Belum adanya perwakilan outlet yang dibuka di dekat daerah pertanian dan nelayan dengan tujuan mendekatkan dan meniadakan konsumen Biaya distribusi yang dikeluarkan untuk biaya pengiriman dan pengemasan terlalu besar Kadang kala terjadi ketidak tepatan waktu pengiriman produk ke tempat tujuan 	<ul style="list-style-type: none"> Adanya peluang ekspor ke berbagai negara di kawasan Asia seperti ke Thailand, Vietnam, Myanmar yang memiliki banyak lahan pertanian Perlu adanya penambahan daerah pemasaran di luar negeri 	<ul style="list-style-type: none"> Adanya persaingan yang ketat di daerah pedesaan dan kampung nelayan meningkatkan daya besar, sedangkan mesin diesel merupakan produk yang tidak setiap hari dibeli
<p>P Melalui :</p> <p>R - Promosi</p> <p>O - penjualan</p> <p>M - Advertising atau iklan</p> <p>O - Pemasaran langsung</p> <p>T -</p> <p>I -</p> <p>O -</p> <p>N -</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sering mengadakan promosi penjualan melalui pameran-pameran dagang dan industri Memanfaatkan melalui media massa atau elektronik Mengembangkan service company di bagian pemasaran perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Biaya promosi yang dikeluarkan terlalu tinggi karena harus menyediakan produk untuk setiap kali pameran 	<ul style="list-style-type: none"> Adanya saluran informasi yang semakin modern sehingga memudahkan dalam promo penjualan Adanya Jurpen yang dapat dimanfaatkan untuk penyediaan penguasaan teknologi dalam bertani 	<ul style="list-style-type: none"> Adanya pola pikir konsumen yang berbeda sehingga menimbulkan penolakan terhadap produk yang dimaksud

VOLUME PRODUKSI

\ TAHUN MODEL \	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
KND 65	44									
KND 190 DI	450	868	850	598	342	448	400	350	150	
KND 220 DI	891	899	1194	903	1651		820	850	440	
KND 250 DI	521	1220	1367	981	601	245	650	884	100	
ER 190 DIN	45	100	97	199	143	161	150	51	100	
ER 220 DIN	99	200	100	199	104		50	52		
ER 250 DIN	103	130	130	250	178	92	200	150	50	
RD 45 H	432	410	1460	800	500	1400				
RD 50 H								550	450	
RD 55 H	900	975	1709	1407	1049		550	550	240	
RD 65 H	1350	1300	1878	1574	1353	1301	1051	1000	500	
RD 75 DIH	529	600	1098	1349	1200	1420	1400	569	500	
RD 85 DIH	540	400	1358	950	1220	4626	750	950	575	
RD 105 DIH	495	490	652	1009	909	720	600	300	250	
RD 115 DIH	720	906	619	750	850	800	750	350	200	
RD 160 DIH							277	176	150	
RD 45 N			480	700	800	1401				
RD 50 N								150	140	
RD 55 N	90	220	480	650	300		200		50	
RD 65 N	180	250	550	499	301	649	300	500	150	
RD 75 DIN	450	375	524	500	800	300	100	250	150	
RD 85 DIN	270	675	822	653	550	450	150	450	149	
RD 105 DIN	225	298		300	500	650	250	200	200	
RD 115 DIN		74		150	100	206	45	105	100	
RD 160 DIN							150	150	50	
RD 75 DI		400								
RD 85 DI	2893	3090	4201	6169	5793	3400	8550	11198	9000	
RD 65 L						649	86	797	600	
RD 105 DI							350	599	300	

VOLUME PENJUALAN

MODEL	KG/TH	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
KND 65	100	42									
KND 190 DI	253	532	591	850	526	510	694	205	335	210	
KND 220 DI	261	882	883	840	981	1058	967	605	824	490	
KND 250 DI	262	614	987	1011	748	944	967	695	974	410	
ER 190 DIN	258	79	80	138	143	165	159	88	84	100	
ER 220 DIN	264	99	144		147	191	121	50	26	52	
ER 250 DIN	263	95	149	139	221	160	170	136	99	65	
RD 50 H	99							684	565	460	
RD 45 H	96	399	159	1449	791	619	1148				
RD 55 H	96	974	880	174	1142	1163	957	543	482	340	
RD 65 H	100	1190	1340	1832	1551	1482	1163	1229	936	650	
RD 75 DIH	121	651	407	1175	1293	999	1409	1286	656	490	
RD 85 DIH	126	588	638	1762	756	843	807	1296	895	470	
RD 105 DIH	142	405	407	775	893	949	715	409	405	240	
RD 115 DIH	145	893	815	678	833	799	664	615	403	210	
RD 160 DIH	253							232	223	200	
RD 50 N	99							161	159	125	
RD 45 N	99	78			583						
RD 55 N	99	199	297	481		438	257	223	134	130	
RD 65 N	103	287	303	520	458	443	397	274	402	170	
RD 75 DIN	117	334	365	525	542	860	248	463	276	150	
RD 85 DIN	122	380	577	688	706	746	307	226	331	190	
RD 105 DIN	144	72	199	125	489	458	586	290	249	175	
RD 115 DIN	144	140	80	46	110	142	86	86	95	87	
RD 160 DIN	255							111		70	
RD 75 DI	122		270	101							
RD 85 DI	122	2179	3817	4058	5874	4526	4381	8105	10100	9100	
RD 65 L	105						649	86	629	740	
RD 105 DI	146							367	452	340	

QUESTIONER

I. Daftar Pertanyaan :

Berilah bobot untuk masing-masing faktor dibawah ini dengan berdasarkan pada tingkat pengaruhnya bagi PT. Kubota Indonesia semakin besar angka yang diberikan semakin besar tingkat kepentingannya.

S	8	1	2	3	4	5
1	Daerah pemasaran					
2	Bentuk Produksi					
3	Kualitas Produksi					
4	Pengembangan Produksi					
5	Penetapan Harga					
6	Saluran Distribusi					
7	Ketepatan Pengiriman					
8	Promosi					
W	4					
1	Diferensiasi Produk					
2	Penetapan Harga					
3	Riset Pemasaran					
4	Saluran Distribusi					
O	6					
1	Kebutuhan Corak Masyarakat					
2	Kesadaran Masyarakat					
3	Kebutuhan Teknologi					
4	Kesadaran Masyarakat thd Lingkungan					
5	Faktor Alam yang Mendukung					
6	Peraturan Pemerintah/Kekuatan tawar menawar/segmen pasar					
T	7					
1	Produk Baru					
2	Produk Sejenis/Perusahaan					
3	Perusahaan Baru Sejenis					
4	Kekuatan Tawar Menawar					
5	Pangsa Pasar					
6	Kondisi Perekonomian					
7	Peraturan U M R					

II. Tentang gambaran objek yang diteliti :

1. Bagaimana sejarah berdirinya perusahaan ?
2. Apakah tujuan didirikannya perusahaan ?
3. Bagaimana struktur organisasi perusahaan ?

III. Tentang Sistem Pemasaran dan Strategi Pemasaran yang diterapkan PT.

Kubota Indonesia :

1. Daerah mana saja yang menjadi tujuan pemasaran perusahaan ?
2. Bagaimana sistem pemasaran yang diterapkan perusahaan dalam menyalurkan produknya ?
3. Perusahaan mana saja yang menjadi pesaing ?
4. Berapa pangsa pasar yang dikuasai oleh perusahaan ?
5. Siapa saja yang menjadi konsumen perusahaan ?
6. Strategi generik pemasaran apa yang diterapkan perusahaan ?
7. Jenis produk apa saja yang dihasilkan oleh perusahaan dan bagaimana kualifikasinya ?
8. Apa saja keunggulan yang dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan?
9. Bagaimana perusahaan menentukan harga jual produknya ? Dan apa yang menjadi pertimbangannya ?

10. Bagaimana saluran distribusi yang dipakai oleh perusahaan dan apa saja keuntungan yang diperoleh dari penerapan saluran distribusi tersebut ?
11. Bagaimana promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan permintaan konsumen ?
12. Kelemahan-kelemahan apa yang terdapat dalam perusahaan ?
13. Peluang apa saja yang dimiliki oleh perusahaan dalam memasarkan produknya ?
14. Ancaman/hambatan apa saja yang dihadapi oleh perusahaan dalam memasarkan produknya ?
15. Bagaimana cara perusahaan menghadapi ancaman tersebut ?
16. Langkah-langkah apa saja yang dilakukan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan ?
17. Bagaimana perkembangan volume penjualan produk dalam lima tahun terakhir ?

