



Lampiran 1. List Pelanggan Top 20 CV. Varia Usaha 2017

N o	Nama Pelanggan	Kategori Pelanggan	Status
1	PT. Bisi International	retail bisnis	Existing
2	Perhutani Jawa Timur	retail bisnis	Existing
3	PT. Payung Pusaka Jawa Timur	retail bisnis	Existing
4	Wonojati wijoyo	retail bisnis	Existing
5	Pemerintah Kabupaten Kediri	Instansi	Existing
6	Dinas Kesehatan Kab.Kediri (Puskesmas se wilayah Kediri)	Instansi	Existing
7	Rumah Sakit HVA Toeloengredjo	retail bisnis	Existing
8	Rumah Sakit Marzuki Mahdi Bogor	Instansi	Existing
9	Sekretaris Daerah wilayah 3 JawaBarat	Instansi	Existing
10	PT. Cipta Karya Bersama (Karoseri)	Bisnis to bisnis	Existing
11	PT. Cipta Karya Cemerlang	Bisnis to bisnis	Existing
12	PT Gudang Garam – Kediri	retail bisnis	Existing
13	Dinas Pendidikan Kabupaten Kediri	Instansi	Existing
14	Hotel Lotus in Kediri	retail bisnis	New
15	Hotel Royal Bogor	retail bisnis	Lost
16	CV. Berdikari	retail bisnis	Existing
17	Hotel Pesona Kesatria	retail bisnis	Lost
18	Bapenda Jawa barat	Instansi	Existing
19	Institut Pertanian Bogor	retail bisnis	New
20	Universitas Ibnu Kaldun Bogor	retail bisnis	New

Keterangan :

- Existing : merupakan pelanggan lama dan terus berlanjut
 New : merupakan pelanggan yang baru bekerjasama
 Lost : merupakan pelanggan yang putus kerjasama

Lampiran 2. Diagram Expert Choice Pembobotan Global per Responden

Responden 1

Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha
>Kelemahan CV.Varia Usaha



Priorities with respect to:
Goal: Faktor Eksternal CV.Varia Usaha
>Tantangan CV. Varia Usaha



Responden 2

Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha
>Kelemahan CV.Varia Usaha



Priorities with respect to:
Goal: Faktor Eksternal CV.Varia Usaha
>Peluang CV.Varia Usaha



Lampiran 2. Diagram Expert Choice Pembobotan Global per Responden (lanjutan)

Responden 3

Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha



Priorities with respect to:
Goal: Faktor Eksternal CV.Varia Usaha



Responden 4

Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha



Priorities with respect to:
Goal: Faktor Eksternal CV.Varia Usaha



Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha



Responden 5

Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha
>Kelemahan CV.Varia Usaha



Priorities with respect to:
Goal: Faktor Eksternal CV.Varia Usaha
>Tantangan CV.Varia Usaha



Responden 6

Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha
>Kelemahan CV.Varia Usaha



Priorities with respect to:
Goal: Faktor Eksternal CV.Varia Usaha
>Peluang CV.Varia Usaha



Responden 7

Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha
>Kelemahan CV.Varia Usaha



Priorities with respect to:
Goal: Faktor Eksternal CV.Varia Usaha
>Tantangan CV.Varia Usaha

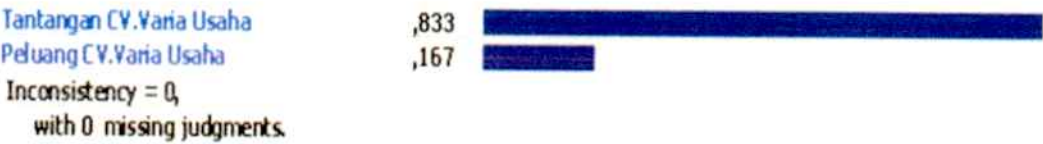


Responden 8

Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha
>Kelemahan CV.Varia Usaha



Priorities with respect to:
Goal: Faktor Eksternal CV.Varia Usaha
>Peluang CV.Varia Usaha



Responden 9

Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha
>Kelemahan CV.Varia Usaha



Priorities with respect to:
Goal: Faktor Eksternal CV.Varia Usaha
>Tantangan CV.Varia Usaha



Responden 10

Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha
>Kelemahan CV.Varia Usaha



Lampiran 3. Diagram Expert Choice Pembobotan lokal

a. Faktor Internal

Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha>Kelemahan CV.Varia Usaha



Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha>Kekuatan (Streight)

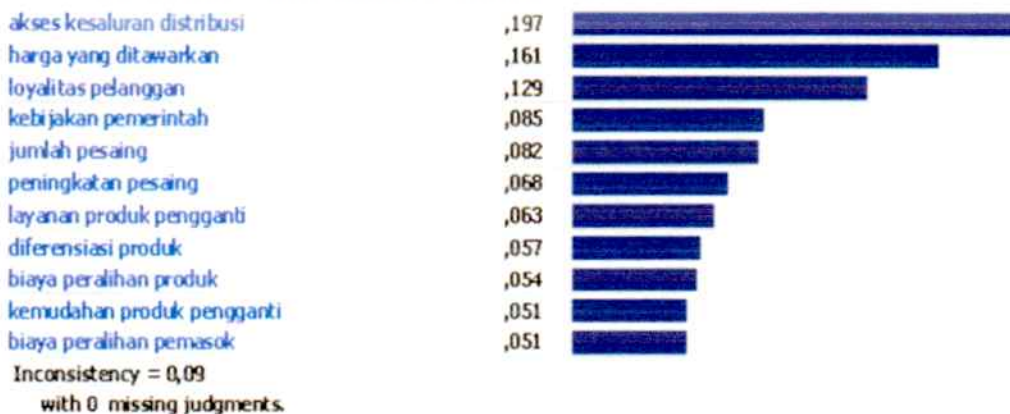


b. Faktor Eksternal

Priorities with respect to:
Goal: Faktor Internal CV.Varia Usaha



Priorities with respect to:
Goal: Faktor Eksternal CV. Varia Usaha(Threats)



Lampiran 4 Pembobotan dan Skor Internal – Ekstenal

Responden 1

Responden 1

IFE & EFE Matrix

Faktor Internal				
Kekuatan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat	Skor
Pengalaman Perusahaan	0,286	3	0,85833	
dominansi Pemasok	0,174	3	0,52326	
Alternative pemasok	0,138	2	0,2754	
kualitas pemasok	0,095	3	0,28458	
keahlian karyawan	0,072	4	0,28764	
Jumlah	0,765			
Kelemahan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat	Skor
Sumber dana	0,116	3	0,34757	
tawar menawar pembeli	0,073	4	0,29234	
dominansi pembeli	0,046	3	0,13818	
Jumlah	0,235			
Total Faktor Internal				3,007
Faktor Eksternal				
Peluang	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat	Skor
Pasar selain wilayah existing	0,286	1	0,286	
pasar selain retail	0,109	3	0,3276	
Pasar Pelatihan K3	0,125	4	0,4992	
Jumlah	0,52			
Tantangan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat	Skor
Layanan Produk Pengganti	0,03	1	0,03	
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	0,024	2	0,048	
Harga yang ditawarkan	0,077	3	0,231	
Biaya peralihan	0,026	4	0,104	
Tingkat loyalitas pelanggan	0,062	3	0,186	
Diferensiasi produk	0,027	4	0,108	
Biaya peralihan pemasok	0,024	4	0,096	
Akses kesaluran distribusi	0,095	3	0,285	
Kebijakan Pemerintah	0,041	2	0,082	
Jumlah Pesaing	0,039	2	0,078	
Peningkatan jumlah pesaing	0,033	3	0,099	
Jumlah	0,48			
Total Faktor Eksternal				2,460

Lampiran 4 Pembobotan dan Skor Internal – Ekstenal (lanjutan)

Responden 2

Faktor Internal					
Kekuatan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat	Skor
Pengalaman Perusahaan	0,286	4	1,144		
dominansi Pemasok	0,174	2	0,349		
Alternative pemasok	0,138	2	0,275		
kualitas pemasok	0,095	3	0,285		
keahlian karyawan	0,072	4	0,288		
Jumlah	0,765				
Kelemahan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat	Skor
Sumber dana	0,115	3	0,345		
tawar menawar pembeli	0,074	4	0,296		
dominansi pembeli	0,046	2	0,092		
Jumlah	0,235				
Total Faktor Internal					3,074
Faktor Eksternal					
Peluang	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat	Skor
Pasar selain wilayah exsisting	0,286	3	0,858		
pasar selain retail	0,109	2	0,218		
Pasar Pelatihan K3	0,124	4	0,496		
Jumlah	0,519				
Tantangan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat	Skor
Layanan Produk Pengganti	0,03	1	0,030		
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	0,024	2	0,048		
Harga yang ditawarkan	0,077	3	0,231		
Biaya peralihan	0,026	1	0,026		
Tingkat loyalitas pelanggan	0,062	3	0,186		
Diferensiasi produk	0,027	2	0,054		
Biaya peralihan pemasok	0,024	2	0,048		
Akses kesaluran distribusi	0,095	4	0,380		
Kebijakan Pemerintah	0,041	3	0,123		
Jumlah Pesaing	0,039	2	0,078		
Peningkatan jumlah pesaing	0,033	2	0,066		
Jumlah	0,478				
Total Faktor Eksternal					2,842

Lampiran 4 Pembobotan dan Skor Internal – Ekstenal (Lanjutan)

Responden 3

Faktor Internal				
Kekuatan	Bobot	Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat Skor
Pengalaman Perusahaan	0,286		4	1,1444
dominansi Pemasok	0,174		2	0,3488
Alternative pemasok	0,138		3	0,4131
kualitas pemasok	0,095		3	0,2846
keahlian karyawan	0,072		4	0,2876
Jumlah	0,765			
Kelemahan	Bobot	Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat Skor
Sumber dana	0,115		3	0,345
tawar menawar pembeli	0,074		4	0,296
dominansi pembeli	0,046		3	0,138
Jumlah	0,235			
Total Faktor Internal				3,2576

Faktor Eksternal				
Peluang	Bobot	Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat Skor
Pasar selain wilayah	0,286			
existing			2	0,572
pasar selain retail	0,109		2	0,218
Pasar Pelatihan K3	0,124		4	0,496
Jumlah	0,519			
Tantangan	Bobot	Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat Skor
Layanan Produk Pengganti	0,03		2	0,06
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	0,024		2	0,048
Harga yang ditawarkan	0,077		4	0,308
Biaya peralihan	0,026		1	0,026
Tingkat loyalitas pelanggan	0,062		3	0,186
Diferensiasi produk	0,027		2	0,054
Biaya peralihan pemasok	0,024		2	0,048
Akses keseluruhan distribusi	0,095		4	0,38
Kebijakan Pemerintah	0,041		3	0,123
Jumlah Pesaing	0,039		2	0,078
Peningkatan jumlah pesaing	0,033		2	0,066
Jumlah	0,478			
Total Faktor Eksternal				2,663

Lampiran 4 Pembobotan dan Skor Internal – Ekstenal (Lanjutan)

Responden 4

Faktor Internal				
	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Kekuatan				
Pengalaman Perusahaan	0,286	3	0,8583	
dominansi Pemasok	0,174	2	0,3488	
Alternative pemasok	0,138	3	0,4131	
kualitas pemasok	0,095	3	0,2846	
keahlian karyawan	0,072	4	0,2876	
Jumlah	0,765			
Kelemahan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Sumber dana	0,115	3	0,345	
tawar menawar pembeli	0,074	4	0,296	
dominansi pembeli	0,046	2	0,092	
Jumlah	0,235			
Total Faktor Internal				2,93

Faktor Eksternal				
	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Peluang				
Pasar selain wilayah existing	0,286	3	0,858	
pasar selain retail	0,109	3	0,327	
Pasar Pelatihan K3	0,124	3	0,372	
Jumlah	0,519			
Tantangan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Layanan Produk Pengganti	0,03	1	0,03	
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	0,024	2	0,048	
Harga yang ditawarkan	0,077	3	0,231	
Biaya peralihan	0,026	1	0,026	
Tingkat loyalitas pelanggan	0,062	3	0,186	
Diferensiasi produk	0,027	2	0,054	
Biaya peralihan pemasok	0,024	2	0,048	
Akses kesaluran distribusi	0,095	4	0,38	
Kebijakan Pemerintah	0,041	3	0,123	
Jumlah Pesaing	0,039	2	0,078	
Peningkatan jumlah pesaing	0,033	2	0,066	
Jumlah	0,478			
Total Faktor Eksternal				2,83

Lampiran 4 Pembobotan dan Skor Internal – Ekstenal (Lanjutan)

Responden 5

Faktor Internal				
	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Kekuatan				
Pengalaman Perusahaan	0,286	3	0,8583	
dominansi Pemasok	0,174	2	0,3488	
Alternative pemasok	0,138	3	0,4131	
kualitas pemasok	0,095	3	0,2846	
keahlian karyawan	0,072	4	0,2876	
Jumlah	0,765			
Kelemahan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Sumber dana	0,115	3	0,345	
tawar menawar pembeli	0,074	4	0,296	
dominansi pembeli	0,046	2	0,092	
Jumlah	0,235			
Total Faktor Internal				2,93

Faktor Eksternal				
	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Peluang				
Pasar selain wilayah existing	0,286	3	0,858	
pasar selain retail	0,109	3	0,327	
Pasar Pelatihan K3	0,124	3	0,372	
Jumlah	0,519			
Tantangan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Layanan Produk Pengganti	0,03	1	0,03	
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	0,024	2	0,048	
Harga yang ditawarkan	0,077	3	0,231	
Biaya peralihan	0,026	1	0,026	
Tingkat loyalitas pelanggan	0,062	3	0,186	
Diferensiasi produk	0,027	2	0,054	
Biaya peralihan pemasok	0,024	2	0,048	
Akses kesaluran distribusi	0,095	4	0,38	
Kebijakan Pemerintah	0,041	3	0,123	
Jumlah Pesaing	0,039	2	0,078	
Peningkatan jumlah pesaing	0,033	2	0,066	
Jumlah	0,478			
Total Faktor Eksternal				2,83

Lampiran 4 Pembobotan dan Skor Internal – Ekstenal (Lanjutan)

Responden 6

Faktor Internal					
	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat	Skor
Kekuatan					
Pengalaman Perusahaan	0,286	3	0,8583		
dominansi Pemasok	0,174	3	0,5233		
Alternative pemasok	0,138	2	0,2754		
kualitas pemasok	0,095	4	0,3794		
keahlian karyawan	0,072	4	0,2876		
Jumlah	0,765				
Kelemahan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat	Skor
Sumber dana	0,115	3	0,345		
tawar menawar pembeli	0,074	4	0,296		
dominansi pembeli	0,046	3	0,138		
Jumlah	0,235				
Total Faktor Internal					3,1

Faktor Eksternal					
	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat	Skor
Peluang					
Pasar selain wilayah existing	0,286	4	1,144		
pasar selain retail	0,109	2	0,218		
Pasar Pelatihan K3	0,124	3	0,372		
Jumlah	0,519				
Tantangan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat	Skor
Layanan Produk Pengganti	0,03	1	0,03		
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	0,024	2	0,048		
Harga yang ditawarkan	0,077	4	0,308		
Biaya peralihan	0,026	2	0,052		
Tingkat loyalitas pelanggan	0,062	3	0,186		
Diferensiasi produk	0,027	2	0,054		
Biaya peralihan pemasok	0,024	2	0,048		
Akses kesaluran distribusi	0,095	4	0,38		
Kebijakan Pemerintah	0,041	3	0,123		
Jumlah Pesaing	0,039	2	0,078		
Peningkatan jumlah pesaing	0,033	1	0,033		
Jumlah	0,478				
Total Faktor Eksternal					3,07

Lampiran 4 Pembobotan dan Skor Internal – Ekstenal (Lanjutan)

Responden 7

Faktor Internal				
	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Kekuatan				
Pengalaman Perusahaan	0,286	3	0,8583	
dominansi Pemasok	0,174	3	0,5233	
Alternative pemasok	0,138	3	0,4131	
kualitas pemasok	0,095	4	0,3794	
keahlian karyawan	0,072	4	0,2876	
Jumlah	0,765			
Kelemahan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Sumber dana	0,115	4	0,46	
tawar menawar pembeli	0,074	4	0,296	
dominansi pembeli	0,046	3	0,138	
Jumlah	0,235			
Total Faktor Internal				3,36

Faktor Eksternal				
	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Peluang				
Pasar selain wilayah existing	0,286	3	0,858	
pasar selain retail	0,109	2	0,218	
Pasar Pelatihan K3	0,124	2	0,248	
Jumlah	0,519			
Tantangan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Layanan Produk Pengganti	0,03	1	0,03	
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	0,024	1	0,024	
Harga yang ditawarkan	0,077	3	0,231	
Biaya peralihan	0,026	2	0,052	
Tingkat loyalitas pelanggan	0,062	3	0,186	
Diferensiasi produk	0,027	2	0,054	
Biaya peralihan pemasok	0,024	1	0,024	
Akses kesaluran distribusi	0,095	3	0,285	
Kebijakan Pemerintah	0,041	2	0,082	
Jumlah Pesaing	0,039	3	0,117	
Peningkatan jumlah pesaing	0,033	2	0,066	
Jumlah	0,478			
Total Faktor Eksternal				2,65

Lampiran 4 Pembobotan dan Skor Internal – Ekstenal (Lanjutan)

Faktor Internal				
	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat	Skor
Kekuatan				
Pengalaman Perusahaan	0,286	3	0,8583	
dominansi Pemasok	0,174	2	0,3488	
Alternative pemasok	0,138	3	0,4131	
kualitas pemasok	0,095	4	0,3794	
keahlian karyawan	0,072	4	0,2876	
Jumlah	0,765			
Kelemahan				
Sumber dana	0,115	3	0,345	
tawar menawar pembeli	0,074	4	0,296	
dominansi pembeli	0,046	3	0,138	
Jumlah	0,235			
Total Faktor Internal				3,07

Faktor Eksternal				
	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat	Skor
Peluang				
Pasar selain wilayah exsisting	0,286	2	0,572	
pasar selain retail	0,109	3	0,327	
Pasar Pelatihan K3	0,124	3	0,372	
Jumlah	0,519			
Tantangan				
Layanan Produk Pengganti	0,03	2	0,06	
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	0,024	2	0,048	
Harga yang ditawarkan	0,077	3	0,231	
Biaya peralihan	0,026	1	0,026	
Tingkat loyalitas pelanggan	0,062	3	0,186	
Diferensiasi produk	0,027	1	0,027	
Biaya peralihan pemasok	0,024	2	0,048	
Akses kesaluran distribusi	0,095	3	0,285	
Kebijakan Pemerintah	0,041	4	0,164	
Jumlah Pesaing	0,039	2	0,078	
Peningkatan jumlah pesaing	0,033	2	0,066	
Jumlah	0,478			
Total Faktor Eksternal				2,49

Lampiran 4 Pembobotan dan Skor Internal – Ekstenal (Lanjutan)

Responden 9

Faktor Internal				
Kekuatan	Bobot	Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat Skor
Pengalaman Perusahaan	0,286		3	0,8583
dominansi Pemasok	0,174		3	0,5233
Alternative pemasok	0,138		3	0,4131
kualitas pemasok	0,095		4	0,3794
keahlian karyawan	0,072		4	0,2876
Jumlah	0,765			
Kelemahan	Bobot	Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat Skor
Sumber dana	0,115		4	0,46
tawar menawar pembeli	0,074		3	0,222
dominansi pembeli	0,046		2	0,092
Jumlah	0,235			
Total Faktor Internal				3,23577
Faktor Eksternal				
Peluang	Bobot	Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat Skor
Pasar selain wilayah existing	0,286		3	0,858
pasar selain retail	0,109		3	0,327
Pasar Pelatihan K3	0,124		3	0,372
Jumlah	0,519			
Tantangan	Bobot	Expert choice	peringkat	Bobot X peringkat Skor
Layanan Produk Pengganti	0,03		2	0,06
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	0,024		1	0,024
Harga yang ditawarkan	0,077		3	0,231
Biaya peralihan	0,026		1	0,026
Tingkat loyalitas pelanggan	0,062		3	0,186
Diferensiasi produk	0,027		2	0,054
Biaya peralihan pemasok	0,024		2	0,048
Akses kesaluran distribusi	0,095		4	0,38
Kebijakan Pemerintah	0,041		3	0,123
Jumlah Pesaing	0,039		2	0,078
Peningkatan jumlah pesaing	0,033		2	0,066
Jumlah	0,478			
Total Faktor Eksternal				2,833

Lampiran 4 Pembobotan dan Skor Internal – Ekstenal (Lanjutan)

Responden 10

Faktor Internal				
	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Kekuatan				
Pengalaman Perusahaan	0,286	4	1,1444	
dominansi Pemasok	0,174	2	0,3488	
Alternative pemasok	0,138	3	0,4131	
kualitas pemasok	0,095	3	0,2846	
keahlian karyawan	0,072	4	0,2876	
Jumlah	0,765			
Kelemahan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Sumber dana	0,115	2	0,23	
tawar menawar pembeli	0,074	4	0,296	
dominansi pembeli	0,046	3	0,138	
Jumlah	0,235			
Total Faktor Internal				3,14
Faktor Eksternal				
Peluang	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Pasar selain wilayah exsisting	0,286	3	0,858	
pasar selain retail	0,109	3	0,327	
Pasar Pelatihan K 3	0,124	3	0,372	
Jumlah	0,519			
Tantangan	Bobot Expert choice	peringkat	Bobot X	peringkat Skor
Layanan Produk Pengganti	0,03	1	0,03	
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	0,024	1	0,024	
Harga yang ditawarkan	0,077	4	0,308	
Biaya peralihan	0,026	1	0,026	
Tingkat loyalitas pelanggan	0,062	3	0,186	
Diferensiasi produk	0,027	3	0,081	
Biaya peralihan pemasok	0,024	2	0,048	
Akses kesaluran distribusi	0,095	4	0,38	
Kebijakan Pemerintah	0,041	3	0,123	
Jumlah Pesaing	0,039	2	0,078	
Peningkatan jumlah pesaing	0,033	2	0,066	
Jumlah	0,478			
Total Faktor Eksternal				2,91

Lampiran 5. Hasil Scoring QSPM

Strategi dilihat dari Matriks SWOT (1)

Pembobotan	kod e	Bobo t	Strategi S -O (1)		Strategi S- O(2)	
			AS	TAS	AS	TAS
Faktor Internal						
Kekuatan						
Pengalaman Perusahaan	S1	0,286	3	0,858	2	0,572
dominansi Pemasok	S2	0,174	3	0,523	2	0,349
Alternative pemasok	S3	0,138	3	0,413	2	0,275
kualitas pemasok	S4	0,095	3	0,285	3	0,285
keahlian karyawan	S5	0,072	2	0,144	3	0,216
Kelemahan						
Sumber dana	W1	0,115	2	0,230	2	0,230
tawar menawar pembeli	W2	0,074	3	0,222	4	0,296
dominansi pembeli	W3	0,046	2	0,092	3	0,138
Faktor Eksternal						
Peluang						
Pasar selain wilayah exsisting	O1	0,286	3	0,858	3	0,858
pasar selain retail	O2	0,109	3	0,327	2	0,218
Pasar Pelatihan K3	O3	0,124	4	0,496	4	0,496
Tantangan						
Layanan Produk Pengganti	T1	0,03	1	0,030	1	0,030
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	T2	0,024	1	0,024	1	0,024
Harga yang ditawarkan	T3	0,077	3	0,231	3	0,231
Biaya peralihan	T4	0,026	1	0,026	1	0,026
Tingkat loyalitas pelanggan	T5	0,062	4	0,248	3	0,186
Diferensiasi produk	T6	0,027	3	0,081	2	0,054
Biaya peralihan pemasok	T7	0,024	2	0,048	2	0,048
Akses kesaluran distribusi	T8	0,095	3	0,285	3	0,285
Kebijakan Pemerintah	T9	0,041	3	0,123	4	0,164
Jumlah Pesaing	T10	0,039	2	0,078	2	0,078
Peningkatan jumlah pesaing	T11	0,033	2	0,066	1	0,033
Jumlah		2,00		5,69		5,09

Strategi dilihat dari Matriks SWOT (2)

Lanjutan

Pembobotan	kod e	Bobo t	Strategi S -O (3)		Strategi W- O(1)	
			AS	TAS	AS	TAS
Faktor Internal						
Kekuatan						
Pengalaman Perusahaan	S1	0,286	3	0,858	4	1,144
dominansi Pemasok	S2	0,174	3	0,523	1	0,174
Alternative pemasok	S3	0,138	3	0,413	2	0,275
kualitas pemasok	S4	0,095	4	0,379	3	0,285
keahlian karyawan	S5	0,072	4	0,288	3	0,216
Kelemahan						
Sumber dana	W1	0,115	4	0,460	2	0,230
tawar menawar pembeli	W2	0,074	3	0,222	3	0,222
dominansi pembeli	W3	0,046	3	0,138	3	0,138
Faktor Eksternal						
Peluang						
Pasar selain wilayah exsisting	O1	0,286	4	1,144	4	1,144
pasar selain retail	O2	0,109	3	0,327	2	0,218
Pasar Pelatihan K3	O3	0,124	4	0,496	3	0,372
Tantangan						
Layanan Produk Pengganti	T1	0,03	2	0,060	1	0,030
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	T2	0,024	1	0,024	1	0,024
Harga yang ditawarkan	T3	0,077	4	0,308	3	0,231
Biaya peralihan	T4	0,026	2	0,052	1	0,026
Tingkat loyalitas pelanggan	T5	0,062	3	0,186	2	0,124
Diferensiasi produk	T6	0,027	3	0,081	1	0,027
Biaya peralihan pemasok	T7	0,024	2	0,048	1	0,024
Akses kesaluran distribusi	T8	0,095	4	0,380	3	0,285
Kebijakan Pemerintah	T9	0,041	3	0,123	4	0,164
Jumlah Pesaing	T10	0,039	3	0,117	3	0,117
Peningkatan jumlah pesaing	T11	0,033	2	0,066	3	0,099
Jumlah		2,00		6,69		5,57

Strategi Dilihat dari Matriks SWOT (3)

Lanjutan

Pembobotan	kode	Bobot	Strategi S -T(1)		Strategi W-T(1)	
			AS	TAS	AS	TAS
Faktor Internal						
Kekuatan						
Pengalaman Perusahaan	S1	0,286	4	1,144	4	1,144
dominansi Pemasok	S2	0,174	3	0,523	2	0,349
Alternative pemasok	S3	0,138	3	0,413	2	0,275
kualitas pemasok	S4	0,095	4	0,379	3	0,285
keahlian karyawan	S5	0,072	4	0,288	3	0,216
Kelemahan						
Sumber dana	W1	0,115	3	0,345	3	0,345
tawar menawar pembeli	W2	0,074	3	0,222	4	0,296
dominansi pembeli	W3	0,046	3	0,138	3	0,138
Faktor Eksternal						
Peluang						
Pasar selain wilayah	O1	0,286	3	0,858	3	0,858
exsisting						
pasar selain retail		O2	0,109	4	0,436	2
Pasar Pelatihan K3	O3	0,124	4	0,496	3	0,372
Tantangan						
Layanan Produk Pengganti	T1	0,03	2	0,060	2	0,060
Kemudahan mendapatkan	T2	0,024				
produk pengganti			1	0,024	2	0,048
Harga yang ditawarkan	T3	0,077	4	0,308	3	0,231
Biaya peralihan	T4	0,026	2	0,052	1	0,026
Tingkat loyalitas pelanggan	T5	0,062	4	0,248	2	0,124
Diferensiasi produk	T6	0,027	4	0,108	1	0,027
Biaya peralihan pemasok	T7	0,024	2	0,048	1	0,024
Akses kesaluran distribusi	T8	0,095	4	0,380	4	0,380
Kebijakan Pemerintah	T9	0,041	4	0,164	4	0,164
Jumlah Pesaing	T10	0,039	2	0,078	2	0,078
Peningkatan jumlah	T11	0,033				
pesaing			2	0,066	3	0,099
Jumlah		2,00		6,78		5,76

Strategi Dilihat dari Matriks SWOT (4)

Lanjutan

Pembobotan	kode	Bobot	Strategi W -T(2)		Strategi W-T(3)	
			AS	TAS	AS	TAS
Faktor Internal						
Kekuatan						
Pengalaman Perusahaan	S1	0,286	4	1,144	3	0,858
dominansi Pemasok	S2	0,174	3	0,523	3	0,523
Alternative pemasok	S3	0,138	3	0,413	3	0,413
kualitas pemasok	S4	0,095	4	0,379	3	0,285
keahlian karyawan	S5	0,072	4	0,288	3	0,216
Kelemahan						
Sumber dana	W1	0,115	2	0,230	3	0,345
tawar menawar pembeli	W2	0,074	4	0,296	3	0,222
dominansi pembeli	W3	0,046	3	0,138	3	0,138
Faktor Eksternal						
Peluang						
Pasar selain wilayah exsisting	O1	0,286	3	0,858	3	0,858
pasar selain retail	O2	0,109	4	0,436	3	0,327
Pasar Pelatihan K3	O3	0,124	4	0,496	3	0,372
Tantangan						
Layanan Produk Pengganti	T1	0,03	2	0,060	1	0,030
Kemudahan mendapatkan produk pengganti	T2	0,024	1	0,024	1	0,024
Harga yang ditawarkan	T3	0,077	3	0,231	3	0,231
Biaya peralihan	T4	0,026	1	0,026	1	0,026
Tingkat loyalitas pelanggan	T5	0,062	4	0,248	2	0,124
Diferensiasi produk	T6	0,027	3	0,081	2	0,054
Biaya peralihan pemasok	T7	0,024	2	0,048	1	0,024
Akses kesaluran distribusi	T8	0,095	4	0,380	3	0,285
Kebijakan Pemerintah	T9	0,041	3	0,123	3	0,123
Jumlah Pesaing	T10	0,039	3	0,117	2	0,078
Peningkatan jumlah pesaing	T11	0,033	3	0,099	3	0,099
Jumlah		2,00		6,64		5,66

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I Data Pribadi

Nama : Annisa Cholirohmani,SP
Tempat/Tanggal Lahir : Majalengka, 12 November 1980
Agama : Islam
Status : Menikah
Alamat : Mutiara Pare Residance B56, Kec.Pare, Kediri - Jawa Timur
Telpon : 81281980078
Email : enza.sulingbambu@gmail.com

II Latar Belakang Pendidikan

Formal
1987-1993 : SDN 1 Gandasari, Dawuan Kab Majalengka, Jawa Barat
1993- 1996 : SMPN 1 Jatiwangi, Majalengka, Jawa Barat
1996-1999 : SMUN 1 Jatiwangi, Majalengka, Jawa Barat
1999-2003 : Sosial Ekonomi Pertanian, IPB, Bogor, Jawa Barat

Pengalaman

III Bekerja

2002 - 2003 : Peneliti dalam Project Pengembangan Pertanian
Kerjasama IPB - Kementrian Pertanian
2003 - 2004 : Account Officer
April 2004 - Nov 2004 : Manager in training General Merchandise PT. Hero Spm
Des 2004 - Juni 2005 : Asisten Departemen Head Fresh Giant Hypermarket
Juni 2005 - Juni 2006 : Departement Head Instore Promo Giant Hypermarket
Juni 2006 - Juni 2008 : Departement Head Finance Giant Hypermarket
Juni 2008 - Jan 2015 : Divisi Manager Sales Support Giant Hypermarket
2015-sekarang : Manager Operasional PT. Weid Jaya Abadi

IV Skill/Kemampuan

1. Menguasai Managemen Operasional industri retail dan Building management
2. Menguasai & trainer pelatihan K3 dan risk Management, bersertifikat
- 3.SAP program