

2. Perlunya meningkatkan *knowledge* dan *cross selling* kepada tenaga pemasaran yakni dengan melakukan *training* mengenai teknik pemasaran rumput laut.
3. Dalam pengembangan usaha dalam membangun keunggulan bersaing maka sebaiknya perusahaan melakukan investasi dalam bentuk aktiva tetap seperti melakukan pembelian armada angkutan, peralatan dan mesin untuk keperluan produksi rumput laut guna menunjang peningkatan kinerja usaha yang dilaksanakan selama ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan Jogiyanto.2015. "*Partial Least Square (PLS) : Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*".Yogyakarta : Andi
- Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, 2015 *Manajemen Strategis (Kajian Manajemen Strategis Berdasar Perubahan Lingkungan Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politi*, Jakarta, Penerbit Mitra Wacana Media.
- Anoraga, Pandji. 2017 *Manajemen Bisnis*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Anshori Muslich, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pusat Penerbitan dan Percetakan Surabaya, UNAIR (AUP)
- Arifin,Johan. 2019. *Etika Bisnis*. Cetakan pertama, Semarang: Walisongo Press.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali-Gramedia Pustaka Utama.
- Baroto, T., & Purbohadiningrat, C. 2014. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis PPOB Kipo Menggunakan Analisis Swot dan QSPM. *Jurnal Teknik Industri*, 88-102.
- Bogdan dan Taylor. 2012. *Prosedur Penelitian*. Dalam Moleong, Pendekatan Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta
- David, Fred R. Dan Forest R. David. 2016. *Manajemen Strategik Konsep, Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djodjobo dan Tawas. 2014. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado". *Jurnal ISSN2303-1174*.
- Fahmi, Irham. 2013. *Manajemen Strategis, Teori dan Aplikasi*. Cetakan Kesatu. Bandung, Penerbit : Alfabeta

- Febrianti, Oei Venny., Marcellia Susan. 2014. Usulan ALternatif Strategi PT. X Menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix(QSPM). E-Journal Graduate Unpar. Volume 1 (1):1-12.
- Handayani, Sabtutik. 2016. Manajemen Strategis. Surakarta. Makalah Program Pascasarjana yang Tidak Dipublikasikan.
- Hajar Siti dan I Putu Gde Sukaatmadja. 2016. Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. E-Jurnal Manajemen Unud Vol 5 : 6580-6605
- Isnati, & Fajriansyah. 2019. Manajemen Strategik. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- James Daniel Willem Rompas 2018 Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Rumput Laut Dalam Meningkatkan Produksi di Pulau Nain Kabupaten Minahasa Utara. E-Journal Unstrat. ac.id
- Johan Arifin, 2019. Etika Bisnis Islami, Semarang: Walisongo Press; Cetakan pertama.
- Kasmir, 2012 Kewirausahaan, cetakan ketujuh, Jakarta, Raja Grafindo Persada
- Kristina Djoatmodjo, dkk 2020. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Hasil Perikanan Pada MEFs Foods and Snacks Palangka Raya. Journal of Environment and Management. E-ISSN 2722-6727 P-ISSN 2721-0812
- Leonardus Saiman, 2012. Kewirausahaan:Teori, Praktik dan Kasus-kasus Jakarta: Salemba Empat, 2012
- Linda Maryani dan Harmon Chaniago 2019 Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol. 5, No. 1, April 2019 48P-ISSN 2460-8211 E-ISSN 2684-706X
- Lucky Radi Rinandiyana, dkk 2016 Strategi Untuk Mencipta-kan Keunggulan Bersaing Melalui Pengembangan, Desain, dan Kualitas Produk (Kasus pada Industri Pakaian muslim di Kota Tasikmalaya. Jurnal Ekonomi Manajemen Volume 2 Nomor 2 (November 2016) 105-113 <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem> ISSN 2477-2275 (Print)
- Muhammad, Suwarsono. 2013. *Manajemen Strategik Konsep dan Alat Analisis*. Edisi Kelima. Yogyakarta, Penerbit : UPP STIM YKPN
- Muhammmad, Suwarsono. 2013. Manajemen Strategik. Konsep dan Alat Analisis. Jakarta: UPP STIM YKPN Rivai, Abdul dan Prawironegoro,
- Mona Tiorina Manurung (2016) Membangun keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja bisnis pada industri kecil menengah tenun ikat di troso, jepara. Jurnal Bisnis STRATEGI Vol. 25 No. 2 Juli 2016
- Nisak, Zuhrotun. (2013). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif, Dapat diakses di: <http://journal.unisla.ac.id/pdf/12922013/4.pdf>, Diakses pada tanggal 14 Januari 2016 pukul 15.02.
- Pauw Yunike Veronica 2017 Analisa Strategi Pengembangan Usaha Jasa Angkutan Laut pada PT. Sari Ampenan di Surabaya. AGORA Vol. 5, No. 1, 2017

- Putri, Nyimas Ekinevita, Retno Astuti, dan Shyntia Atica Putri. 2014. Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks) (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang). *Jurnal Industria*, 3(2): 93-106.
- Rachmat, 2014. *Manajemen Strategik*, Bandung: Pustaka Setia
- Raeni Dwi Santy, 2016. *Market Orientation And Pruduct Innovation And The Effect On Competitive Advantage : (Survey On Angklung Craftsmen In Padasuka Bandung)*
- Rahmat Hidayat, dkk (2018) Analisis Swot Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Server Pulsa di Kota Batam (Studi Kasus pada CV. Star Pratama) *Journal of Applied Business Administration Vol 2, No 1, Maret 2018, hlm. 94-108. e-ISSN:2548-9909.*
- Rangkuti, Freddy.2017. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rival, Abdul dan Darsono Prawironegoro. 2015. *Manajemen Strategies. Kajian Keputusan Manajerial berdasarkan Perubahan Lingkungan Bisnis, Ekonomi, Sosial, dan Politik*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Risna Yusuf dan Rizky Muhartono 2017 Strategi Pengembangan Usaha Perikanan Tangkap di Kabupaten Kayong Utara. *Jurnal Kebijakan Sosek KP, Vol.7 No.2 Desember (2017) 103-114*
- Sari, Pusvita Devi dan Yusniar, Mefrina. 2014.*Prinsip-prinsip Bisnis*. Bogor: Rizeva Utama
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*. Cetakan Kesatu. Bandung, Penerbit : Refika Aditama.
- Supanto, Fajar. 2019. *Manajemen Strategi Organisasi Publik dan Privat*. Cetakan Pertama. Malang, Penerbit : Empat dua Media
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Setyorini, H. & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno-Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Siti Hajar Suryawati dan Mei Dwi Erlina. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Rumput Laut di Kabupaten Buton Selatan *Business Development Strategy of Seaweed in South Buton Regency. Jurnal. Sosek Kp. Vol.12 No.1 Juni 2017*
- Sofjan Assauri, 2013. *Strategik Management: Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Taufiqurokhman. 2016. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Prof. Moetopo Beragama

- Udaya, Jusuf, Luki Yunia Wennadi, dan Devi Angrahini Anni Lembana. 2013. *Manajemen Stratejik*, edisi pertama, cetakan pertama, Yogyakarta, Penerbit : Graha Ilmu
- Ulfa Diani Nasar, dkk 2016 Strategi Pengembangan Usaha Budidaya umput Laut di Desa Seriwe Kecamatan Jerowaru Kabupaten Lombok Timur. Artikel Penelitian Universitas Mataram
- Yulihar Diyanti 2018 Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Jurnal Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

Lampiran 1. Kuesioner SWOT

A. PROFIL RESPONDEN BAPAK / IBU/ SDR (I)

1. No. Kuesioner :
2. Nama Responden :
3. Divisi/Bagian :

B. BAGIAN INI TERDIRI DARI DUA BAGIAN, YAITU :

- 1) Kondisi internal, yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan PT Anugrah Sinar Laut, Kota Jambi.
- 2) Kondisi eksternal bertujuan adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan dalam pemasaran rumput laut

C. CARA PENGISIAN

- 1) Penilaian kondisi saat ini, responden diminta untuk menilai kinerja pemasaran rumput laut pada PT Anugrah Sinar Laut, Kota Jambi
- 2) Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

D. ACUAN PENGISIAN KUESIONER INI ADALAH SEBAGAI BERIKUT :

- | | |
|--|--|
| <p>1) Penilaian kondisi saat ini :
Penanganan:</p> <p>Angka 1 = Sangat Kurang/sangat rendah</p> <p>Angka 2 = Kurang/rendah
urgen</p> <p>Angka 3 = Cukup tinggi
Urgen</p> <p>Angka 4 = Tinggi</p> <p>Angka 5 = Sangat Baik/Sangattinggi
Urgen</p> | <p>2) Penilaian Urgensi</p> <p>Angka 1 = Tidak urgen</p> <p>Angka 2 = Kurang</p> <p>Angka 3 = Cukup</p> <p>Angka 4 = Urgen</p> <p>Angka 5 = Sangat</p> |
|--|--|

1. Penilaian Faktor Kekuatan dalam Analisis SWOT

No.	Pernyataan	Penilaian Kondisi Saat ini					Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	Rumput laut yang berkualitas/bermutu										
2.	Memiliki sumber daya manusia yang trampil										
3.	Harga jual rumput laut yang bersaing										
4.	Memiliki lokasi kantor yang strategis										

**Lampiran 2. Kuesioner Penilaian Faktor-faktor Strategi Internal
(Kekuatan Keuangan, Keunggulan Kompetitif dan Faktor-
Faktor Eksternal (Stabilitas Lingkungan Bisnis dan
Kekuatan Industri)**

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

- 1) Berikan nilai rating masing-masing faktor internal-kekuatan keuangan (FS) dan keunggulan kompetitif (CA) mulai dari -1 (Tidak baik) sampai 6 (sangat baik)
- 2) Berikan nilai masing masing faktor eksternal- stabilitas lingkungan (ES) dan kekuatan industri (IS) mulai dari -1 (Tidak baik) sampai 6 (Sangat baik)

1. Faktor Strategi Internal

Faktor-Faktor Strategi Internal	Rating
A. Kekuatan Keuangan (FS) <ol style="list-style-type: none"> 1. ROA 2. ROE 3. Net Profit Margin B. Keunggulan Kompetitif (CA) <ol style="list-style-type: none"> 1. Aspek permodalan kuat 2. Loyalitas pelanggan 3. Penguasaan sistem teknologi informasi 	

2. Faktor Strategi Eksternal

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Rating
A. Stabilitas Lingkungan Bisnis (ES) <ol style="list-style-type: none"> 1. Inflasi 2. Persaingan yang tinggi 3. Perkembangan teknologi 4. Stabilitas politik B. Kekuatan Industri (IS) <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan pasar tinggi 2. Kompetensi SDM 3. Kondisi keuangan perusahaan 	

**Kuesioner 3 : Penilaian Daya Tarik Faktor-faktor Strategi Internal
(Kekuatan dan Ancaman) dan Faktor Eksternal (Peluang
dan Ancaman)**

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

- 1) Berikan nilai rating masing-masing faktor internal kekuatan dan kelemahan mulai dari 1 (Tidak Menarik) sampai 5 (Sangat Menarik)
- 2) Berikan nilai rating masing-masing faktor eksternal peluang dan ancaman mulai dari 1 (Tidak Menarik) sampai 5 (Sangat Menarik)

1. Faktor Strategi Internal

No.	Faktor-faktor Strategi Internal	Pengembangan pasar					Pengembangan produk					Penetrasi pasar				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	A. Kekuatan (Strengths)															
1.	Rumput laut yang berkualitas/bermutu															
2.	Memiliki sumber daya manusia yang trampil															
3.	Harga jual rumput laut bersaing															
4.	Memiliki lokasi kantor yang strategis															
5.	Memiliki reputasi perusahaan dimata pelanggan															
5.	Memiliki modal yang besar															
	B. Kelemahan (Weaknesses)															
1.	Kurangnya Kegiatan promosi															
2.	Armada angkutan yang masih kurang															
3.	Kurangnya peralatan mesin															
4.	Terbatasnya bahan baku untuk kegiatan produksi rumput laut															
5.	Terlambatnya pengiiriman rumput laut ke lokasi pelanggan															

2. Faktor Strategi Eksternal

No.	Faktor-faktor Strategi Eksternal
	C. Peluang (<i>Opportunities</i>)
1.	Kebutuhan konsumen akan produk rumput laut meningkat
2.	Potensi pasar ekspor rumput laut tinggi
3.	Kondisi ekonomi yang stabil
4.	Daya beli masyarakat cukup tinggi
5.	Tingginya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan
	D. Ancaman (<i>Threath</i>)
1.	Ketatnya persaingan pemasaran rumput laut
2.	Terbatasnya petani pembudidaya dalam produksi rumput laut
3.	Perubahan harga rumput laut yang tidak menentu
4.	Nilai tukar rupiah terhadap dollar amerika yang berfluktuas
5.	Ketatnya peraturan pemerintah terkait rumput laut

Lampiran 2 : Hasil rekap jawaban responden dalam penilaian kondisi IFAS yang dihadapi oleh PT. Anugrah Sinar Laut, Kota Jambi

Kode resp	Faktor kekuatan						Faktor kelemahan					Tot skor IFAS
	FKT.1	FKT.2	FKT.3	FKT.4	FKT.5	FKT.6	FKL.1	FKL.2	FKL.3	FKL.4	FKL5	
1	1	2	3	4	2	4	1	1	2	2	2	24
2	2	1	1	1	1	5	2	2	1	1	1	18
3	3	3	2	2	2	5	3	3	2	2	3	30
4	4	4	3	3	3	5	3	3	2	1	4	35
5	5	5	3	4	5	4	3	3	5	4	5	46
6	4	4	4	3	4	5	2	5	4	5	4	44
7	4	4	3	4	4	1	1	3	1	4	1	30
8	5	5	4	4	4	2	3	4	2	1	2	36
9	4	4	3	3	5	2	5	1	1	2	2	32
10	4	5	3	2	4	3	4	1	1	2	1	30
Tot Skor	36	37	29	30	34	36	27	26	21	24	25	325
Bobot	0,111	0,114	0,089	0,092	0,105	0,111	0,083	0,080	0,065	0,074	0,077	

Lampiran 3 : Hasil rekap jawaban responden dalam penilaian kondisi EFAS yang dihadapi oleh PT Anugrah Sinar Laut, Kota Jambi

Kode resp	Faktor Peluang					Faktor Ancaman					Tot_Skor EFAS
	FP.1	FP.2	FP.3	FP.4	FP.5	FA.1	FA.2	FA.3	FA.4	FA.5	
1	3	4	2	1	2	1	2	1	1	2	19
2	5	5	3	2	1	2	3	2	2	1	26
3	5	4	1	3	3	2	1	3	3	4	29
4	4	1	3	4	3	3	1	4	4	3	30
5	4	2	4	4	4	4	2	5	1	5	35
6	5	3	5	5	4	3	3	1	2	1	32
7	4	4	4	4	5	5	3	2	2	2	35
8	5	5	5	4	5	1	5	2	2	1	35
9	1	4	4	5	4	2	1	1	1	2	24
10	2	5	4	4	4	3	1	1	1	2	27
Tot Skor	38	37	35	36	35	26	22	21	19	23	292
Bobot	0,130	0,127	0,120	0,123	0,120	0,089	0,075	0,072	0,065	0,079	

Lampiran 4 : Hasil rekap jawaban responden dalam penilaian urgensi IFAS pada PT Anugrah Sinar Laut, Kota Jambi

Kode resp	Faktor kekuatan						Faktor kelemahan				Tot skor IFAS
	FKT.1	FKT.2	FKT.3	FKT.4	FKT.5	FKT.6	FKL.1	FKL.2	FKL.3	FKL.4	
1	3	3	3	2	4	3	3	4	3	1	29
2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	1	23
3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	2	24
4	3	3	5	3	3	3	4	2	2	2	30
5	3	3	2	3	4	4	4	1	2	2	28
6	4	5	3	4	4	4	4	2	3	3	36
7	4	5	5	4	3	3	3	4	3	3	37
8	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	35
9	4	4	4	5	3	3	3	3	2	4	35
10	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	31
Rating	3,20	3,40	3,50	3,10	3,30	3,30	3,40	2,70	2,50	2,40	

Lampiran 5 : Hasil rekap jawaban responden dalam penilaian urgensi EFAS pada
PT Anugrah Sinar Laut, Kota Jambi

Kode resp	Faktor Peluang					Faktor ancaman					Tot_Skor EFAS
	FP.1	FP.2	FP.3	FP.4	FP.5	FA.1	FA.2	FA.3	FA.4	FA.5	
1	3	2	4	5	4	1	2	4	3	2	30
2	4	1	5	4	5	2	1	3	2	3	30
3	4	2	2	4	4	1	1	2	1	3	24
4	5	3	3	5	4	1	2	1	2	4	30
5	1	4	4	5	2	1	2	2	3	4	28
6	2	4	5	4	5	1	3	3	3	5	35
7	3	5	5	3	3	2	4	4	4	4	37
8	4	4	4	1	2	3	5	4	4	1	32
9	5	4	1	2	3	4	1	5	5	2	32
10	5	5	2	3	1	5	1	4	4	1	31
Rating	3,60	3,40	3,50	3,60	3,30	2,10	2,20	3,20	3,10	2,90	

Lampiran 6 : Hasil rekap jawaban responden Mengenai Faktor Strategi
Internal (Kekuatan keuangan dan Keunggulan Kompetitif

Kode resp	Kekuatan Keuangan (FS)			Keunggulan Kompetitif (CA)		
	ROA	ROE	NPM	APK	LP	STI
1	4	4	5	-4	-4	-3
2	5	5	4	-5	-5	-4
3	6	4	4	-3	-6	2
4	3	4	3	-3	-4	-1
5	4	4	3	-3	-3	-3
6	5	3	4	-4	-2	-4
7	6	3	4	-3	-1	-5
8	5	3	5	-3	-3	-6
9	5	4	4	-6	-4	-4
10	4	4	6	-5	-5	-3
Total	47	38	42	-39	-37	-31
Rata Rata	4,70	3,80	4,20	-3,90	-3,70	-3,10

Lampiran 7 : Hasil rekap jawaban responden faktor strategi eksternal (Stabilitas lingkungan bisnis dan kekuatan industri)

Kode resp	Stabilitas lingkungan bisnis (ES)				Kekuatan Industri (IS)		
	Inflasi	P-tinggi	Tknlogi	S-P	PPT-T	K-SDM	KK
1	-4	-1	-2	-4	4	5	4
2	-6	-3	-3	-4	4	4	4
3	-2	-3	-1	-3	5	5	5
4	-4	-2	-3	-3	6	5	5
5	-4	-2	-3	-4	6	5	6
6	-5	-1	-4	-5	6	5	6
7	-6	-1	-4	-2	5	6	6
8	-2	-2	-3	-1	4	6	5
9	-1	-3	-3	-3	5	4	6
10	-2	-3	-4	-1	4	5	6
Total	-36	-21	-30	-30	49	50	53
Rata Rata	-3,60	-2,10	-3,00	-3,00	4,90	5,00	5,30

Lampiran 8 : Rekap Jawaban responden mengenai daya tarik faktor internal dalam pengembangan pasar

Kode Resp	IFAS										
	FKT.1	FKT.2	FKT.3	FKT.4	FKT.5	FKT.6	FKL.1	FKL.2	FKL.3	FKL.4	FKL5
1	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	4
2	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4
3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5
5	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5
6	1	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4
7	3	4	3	4	4	3	4	5	5	3	4
8	3	3	3	4	4	4	3	5	5	3	4
9	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3
10	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	5
Rating	3,10	3,30	3,50	3,70	3,40	3,20	3,40	3,80	3,90	3,50	4,20

Lampiran 9 : Rekap Jawaban responden mengenai daya tarik faktor eksternal dalam pengembangan pasar

Kode Resp	EFAS									
	FP.1	FP.2	FP.3	FP.4	FP.5	FA.1	FA.2	FA.3	FA.4	FA.5
1	3	4	3	5	4	3	4	3	5	4
2	4	5	3	4	4	3	4	3	2	4
3	4	5	4	4	5	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3
5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3
6	4	4	5	3	4	4	5	4	4	3
7	4	3	5	3	4	5	4	4	3	4
8	3	3	4	3	3	5	4	4	3	4
9	3	4	4	4	3	4	4	3	3	5
10	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4
Rating	3,80	4,00	3,90	3,60	3,90	3,80	4,20	3,40	3,50	3,70

Lampiran 10 : Rekap Jawaban responden mengenai daya tarik faktor internal dalam pengembangan produk

Kode Resp	IFAS										
	FKT.1	FKT.2	FKT.3	FKT.4	FKT.5	FKT.6	FKL.1	FKL.2	FKL.3	FKL.4	FKL5
1	4	4	3	4	5	3	3	4	3	4	3
2	4	3	3	4	5	2	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	2	3	2	3	2	3
4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
5	5	5	3	4	4	3	4	2	4	5	3
6	2	5	2	4	3	3	3	4	4	4	4
7	3	4	3	4	3	2	2	3	4	4	4
8	2	4	5	3	2	4	3	3	3	4	3
9	3	2	4	3	2	4	5	3	3	3	2
10	2	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4
Rating	3,40	3,60	3,30	3,70	3,50	3,00	3,30	3,10	3,40	3,50	3,20

Lampiran 11 : Rekap Jawaban responden mengenai daya tarik faktor eksternal dalam pengembangan produk

Kode Resp	EFAS									
	FP.1	FP.2	FP.3	FP.4	FP.5	FA.1	FA.2	FA.3	FA.4	FA.5
1	3	4	3	3	5	4	4	3	4	3
2	3	4	2	2	4	4	5	3	4	2
3	3	4	3	3	4	4	5	3	4	3
4	3	4	2	4	4	3	5	3	4	4
5	4	3	4	4	4	3	5	3	4	4
6	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
7	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4
8	4	3	3	3	3	4	3	4	2	4
9	4	3	3	3	3	5	3	4	3	3
10	4	4	3	4	3	5	3	4	3	3
Rating	3,60	3,70	3,10	3,30	3,80	3,90	4,10	3,50	3,40	3,40

Lampiran 12 : Rekap Jawaban responden mengenai daya tarik faktor internal dalam penetrasi pasar

Kode Resp	IFAS										
	FKT.1	FKT.2	FKT.3	FKT.4	FKT.5	FKT.6	FKL.1	FKL.2	FKL.3	FKL.4	FKL5
1	3	4	5	4	4	4	3	3	5	4	5
2	3	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5
3	3	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4
4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4
5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4
6	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4
7	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3
8	4	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3
9	4	3	3	4	3	5	3	5	3	4	3
10	3	3	3	4	3	5	3	4	4	5	4
Rating	3,50	4,00	3,70	3,60	3,80	3,90	3,50	3,80	3,70	3,60	3,90

Lampiran 13 : Rekap Jawaban responden mengenai daya tarik faktor eksternal dalam penetrasi pasar

Kode Resp	EFAS									
	FP.1	FP.2	FP.3	FP.4	FP.5	FA.1	FA.2	FA.3	FA.4	FA.5
1	4	3	5	4	3	4	5	4	3	4
2	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5
3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	5
4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4
6	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
7	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4
8	4	3	3	4	4	3	3	5	4	4
9	3	3	4	4	4	3	3	4	5	5
10	4	3	5	4	5	3	3	4	4	5
Rating	4,10	3,60	4,20	4,30	3,60	3,70	3,80	4,40	3,90	4,50