

DAFTAR PUSTAKA

- Baah, C., Opoku-Agyeman, D., Acquah, I. S. K., Agyabeng-Mensah, Y., Afum, E., Faibil, D., & Abdoulaye, F. A. M. (2021). Examining the correlations between stakeholder pressures, green production practices, firm reputation, environmental and financial performance: Evidence from manufacturing SMEs. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 100–114.
- Bakti, U., & Setiawan, R. (2021). Pengaruh Harga, Personal Selling, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Motor Pada Dealer PT. Yamaha Putera Langkapura. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(1), 1–16.
- Fatimah, S. (2019). *Pengantar transportasi*. Myria Publisher.
- Gavrikova, E., Volkova, I., & Burda, Y. (2020). Strategic aspects of asset management: An overview of current research. *Sustainability*, 12(15), 5955.
- Karim, H. A., Lis Lesmini, S. H., Sunarta, D. A., SH, M. E., Suparman, A., SI, S., Kom, M., Yunus, A. I., Khasanah, S. P., & Kom, M. (2023). *Manajemen transportasi*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Mazda, C. N., Kurniawati, D. A., & Setyaningsih, I. (2022). Analisis Triple Helix Peran Stakeholder Dalam Meningkatkan Penggunaan Motor Listrik Di Indonesia. *Jurnal Teknologi*, 15(2), 118–123.
- Mercyana, C., & Kurnianti, D. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Infrastruktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016–2020. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 101–113.
- Piantara, S., Hersona, S., Martini, N., & Suyaman, D. J. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi, Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Mitra Dinas Koperasi Dan UKM. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 5(2), 106–119.
- Sopacua, E. J., Sapari, L. S. J., & Timisela, Y. (2023). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT. ASTRA MOTOR SORONG: THE EFFECT OF MARKETING STRATEGY ON HONDA MOTORCYCLE SALES VOLUME AT PT. ASTRA MOTOR SORONG. *JURNAL MANAJEMEN DAN ENTREPRENEURSHIP*, 3(1), 1–24.

, Y., Hersusetiyati, H., & Priadi, M. D. (2023). Analisis Perencanaan Dan Pengendalian Produksi Injection Part New Model Pajero Sport 20 My Di PT. Sam Plus Industry Karawang. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*,



VS, R. S., Suriadi, S., & Pardana, D. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA RENDEZVOUZ COFFEE DI KOTA BAUBAU. *VALUE: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 71–85.



LAMPIRAN



Optimization Software:
www.balesio.com

Lampiran 1

Pertanyaan Wawancara (Tahap 1)

PERTANYAAN WAWANCARA
(GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN)

TANGGAL :

NARASUMBER :

JABATAN :

1. Bisakah Anda memberikan gambaran umum tentang sejarah dan latar belakang perusahaan?
2. Apa visi dan misi perusahaan Anda?
3. Bagaimana Anda menggambarkan budaya kerja di perusahaan Anda?
4. Bisakah Anda memberikan gambaran singkat tentang produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan?
5. Bagaimana perusahaan Anda memposisikan diri dalam pasar atau industri?
6. Apa strategi pertumbuhan perusahaan Anda dalam jangka pendek dan jangka panjang?
7. Bagaimana perusahaan Anda beradaptasi dengan perubahan pasar atau teknologi?



Lampiran 2. Pertanyaan Wawancara

**PERTANYAAN WAWANCARA
(SWOT)**

TANGGAL :

NARASUMBER :

JABATAN :

Kekuatan (Strengths):

1. Bagaimana Anda menilai kualitas mesin produk Anda dibandingkan dengan pesaing di industri ini?
2. Bagaimana perusahaan Anda mengelola produksi secara efisien untuk memastikan konsistensi dan kualitas dalam produk Anda?
3. Bagaimana citra merek Anda dipandang oleh konsumen dan bagaimana Anda mempertahankan atau meningkatkannya?
4. Bagaimana pengalaman jangka panjang perusahaan Anda memberikan keunggulan kompetitif dalam pasar?

Kelemahan (Weaknesses):

1. Bagaimana perusahaan menanggapi masalah desain yang kurang bersaing dan apa upaya yang telah dilakukan untuk meningkatkannya?
2. Bagaimana perusahaan menangani respons yang lambat terhadap pasar dan apa strategi yang akan diimplementasikan untuk mempercepat respons tersebut?
3. Bagaimana perusahaan mengatasi keterbatasan dalam inovasi produk dan apa langkah yang akan diambil untuk meningkatkan inovasi di masa mendatang?

Bagaimana perusahaan merencanakan untuk meningkatkan fleksibilitas manajemen agar lebih responsif terhadap perubahan pasar?



Peluang (Opportunities):

1. Bagaimana perusahaan memanfaatkan pertumbuhan pasar sepeda motor untuk mengembangkan bisnisnya?
2. Apa langkah konkret yang akan diambil untuk mengikuti tren inovasi produk dalam industri sepeda motor?
3. Bagaimana perusahaan merencanakan untuk melakukan ekspansi pasar global dan apa strategi yang akan digunakan?
4. Bagaimana perusahaan menjalin kemitraan strategis dengan pemangku kepentingan atau perusahaan lain untuk memanfaatkan peluang pasar yang ada?

Ancaman (Threats):

1. Bagaimana perusahaan merespon persaingan yang semakin ketat dalam industri sepeda motor?
2. Apa upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi perubahan teknologi yang dapat memengaruhi operasi perusahaan?
3. Bagaimana perusahaan mengatasi tren konsumen yang berubah dan bagaimana strategi pemasaran akan disesuaikan dengan tren tersebut?
4. Bagaimana perusahaan merespon perubahan regulasi yang dapat mempengaruhi operasional perusahaan?



Lampiran 3

**PERTANYAAN WAWANCARA
(SWOT)**

TANGGAL :

NARASUMBER :

JABATAN :

Berilah nilai pada pilihan jawaban yang sesuai dengan pengetahuan atau pengalaman berdasarkan keterangan jawaban pilihan seperti di bawah ini:

Pembobotan

- 1 Tidak Penting
- 2 Kurang Penting
- 3 Penting
- 4 Sangat Penting
- 5 Sangat Penting Sekali

Rating

- 1 Tidak Kuat
- 2 Kurang Kuat
- 3 Kuat
- 4 Sangat Kuat

Kaitannya dengan analisis operasi bisnis PT. Sinar Galesong Mandiri Makassar, berikut disajikan pertanyaan terkait Faktor-Faktor Strategis Internal,

meliputi Kekuatan (Strength), Kelemahan dan (Weakness), dan Faktor-Faktor Eksternal, yang meliputi Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats).



	Bobot					Rating			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Faktor-Faktor Strategis Internal (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS</i>)									
Kekuatan (Strengths):									
Kualitas Mesin Unggul									
Pengelolaan Produksi yang Efisien									
Citra Merek yang Kuat									
Pengalaman Jangka Panjang									

	Bobot					Rating			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Faktor-Faktor Strategis Internal (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS</i>)									
Kelemahan (Weaknesses):									
Desain yang Kurang Bersaing									
Respons Lambat terhadap Pasar									
Terbatasnya Inovasi Produk									
Manajemen yang Kurang Fleksibel									



	Bobot					Rating			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Faktor-Faktor Strategis Eksternal (<i>Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS</i>)									
Peluang (Opportunities):									
Pertumbuhan Pasar Sepeda Motor									
Inovasi Produk									
Ekspansi Pasar Global									
Kemitraan Strategis									

	Bobot					Rating			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Faktor-Faktor Strategis Eksternal (<i>Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS</i>)									
Ancaman (Threats):									
Persaingan yang Ketat									
Perubahan Teknologi									
Tren Konsumen yang Berubah									
Perubahan Regulasi									



Lampiran 4 QSPM

Strategi 1 s.d. 8

	Bobot	1		2		3		4		5		6		7		8	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan (Strengths)																	
Kualitas mesin unggul	0.12	4.8	0.58	4.0	0.48	4.2	0.51	4.0	0.48	5.0	0.60	3.6	0.43	4.8	0.58	4.0	0.48
Pengelolaan produksi yang efisien	0.13	5.0	0.64	4.2	0.53	4.0	0.51	4.0	0.51	5.0	0.64	4.4	0.56	5.0	0.64	4.0	0.54
Citra merek yang kuat	0.14	5.0	0.72	4.0	0.57	4.2	0.60	4.0	0.57	5.0	0.72	5.0	0.72	5.0	0.72	4.0	0.57
Pengalaman jangka Panjang	0.15	4.8	0.7	4.0	0.59	3.6	0.53	4.2	0.62	5.0	0.73	4.0	0.59	4.0	0.59	4.2	0.62
	1.00																
Kelemahan (Weaknesses)																	
Desain yang kurang bersaing	0.12	4	0.50	4	0.50	4	0.50	4	0.50	4.0	0.50	4	0.50	4.4	0.54	4.6	0.57
Respons lambat terhadap pasar	0.10	5	0.50	4	0.40	4	0.40	4.0	0.40	5.0	0.50	4.4	0.44	4.4	0.44	4.0	0.40
Terbatasnya inovasi produk	0.12	3.4	0.41	4	0.48	4	0.48	4.0	0.48	5.0	0.60	3.4	0.41	3.4	0.41	4.0	0.48
Manajemen yang kurang flexible	0.12	3.4	0.40	4	0.47	3.6	0.42	3.2	0.38	4.8	0.56	4	0.47	4	0.47	3.2	0.38
	1.00																
Peluang (Opportunities)																	
Pertumbuhan pasar sepeda motor	0.12	4	0.50	4	0.50	4	0.50	4	0.50	5	0.62	4	0.50	3.6	0.45	4	0.50
Inovasi produk	0.14	5	0.70	4	0.56	4	0.56	4.6	0.64	4	0.56	3.8	0.53	4.4	0.62	4.6	0.64
Ekspansi pasar global	0.14	4	0.54	4	0.54	4	0.54	4	0.54	5	0.68	2.6	0.35	4.2	0.57	4	0.54
Kemitraan strategis	0.15	4	0.59	4	0.59	3.6	0.53	3.2	0.47	4.8	0.71	4	0.59	3.2	0.47	3.2	0.47
	1.00																
Ancaman (Threats)																	
Persaingan yang ketat	0.12	4	0.50	4	0.50	4.2	0.52	3.6	0.45	4.4	0.55	4	0.50	3.6	0.45	3.6	0.45
Perubahan teknologi	0.12	5	0.58	4.2	0.49	4	0.47	4	0.47	4	0.47	4	0.47	4.4	0.51	4	0.47
Tren konsumen yang berubah	0.10	4	0.40	4.6	0.47	3.4	0.34	4	0.40	4.8	0.49	3.2	0.32	3.4	0.34	4	0.40
Perubahan regulasi	0.11	4.2	0.46	4.8	0.52	3.6	0.39	3.2	0.35	4.8	0.52	4	0.44	3.2	0.35	3.2	0.35
	1.00																
			8.72		8.20		7.81		7.76		9.45		7.81		8.15		7.84



Strategi 9 s.d. 16

	Bobot	9		10		11		12		13		14		15		16	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan (Strengths)																	
Kualitas mesin unggul	0.12	4.0	0.48	4.6	0.55	5.0	0.60	4.0	0.48	4.2	0.51	3.6	0.43	4.8	0.58	4.0	0.48
Pengelolaan produksi yang efisien	0.13	4.0	0.51	4.6	0.58	5.0	0.64	4.0	0.51	4.0	0.51	4.4	0.56	5.0	0.64	4.0	0.51
Citra merek yang kuat	0.14	4.0	0.57	4.0	0.57	5.0	0.72	4.0	0.57	4.2	0.60	5.0	0.72	5.0	0.72	4.0	0.57
Pengalaman jangka Panjang	0.15	4.2	0.62	3.2	0.47	4.8	0.70	4.2	0.62	3.6	0.53	4.0	0.59	4.0	0.59	4.2	0.62
	1.00																
Kelemahan (Weaknesses)																	
Desain yang kurang bersaing	0.12	4	0.50	4	0.50	4.0	0.50	4	0.50	4	0.50	4	0.50	4.4	0.54	4.6	0.57
Respons lambat terhadap pasar	0.10	4.0	0.40	4.0	0.40	5.0	0.50	4.0	0.40	4	0.40	4.4	0.44	4.4	0.44	4.6	0.46
Terbatasnya inovasi produk	0.12	4.0	0.48	4.0	0.48	5.0	0.60	4.0	0.48	4	0.48	3.4	0.41	3.4	0.41	4.6	0.55
Manajemen yang kurang flexible	0.12	3.2	0.38	3.2	0.38	4.8	0.56	3.2	0.38	3.6	0.42	4	0.47	4	0.47	3.2	0.38
	1.00																
Peluang (Opportunities)																	
Pertumbuhan pasar sepeda motor	0.12	4	0.50	4	0.50	5	0.62	4	0.50	4	0.50	4	0.50	3.6	0.45	4	0.50
Inovasi produk	0.14	4.6	0.64	4.6	0.64	4	0.56	4.6	0.64	4	0.56	3.8	0.53	4.4	0.62	4.6	0.64
Ekspansi pasar global	0.14	4	0.54	4	0.54	5	0.68	4	0.54	4	0.54	2.6	0.35	4.2	0.57	4	0.54
Kemitraan strategis	0.15	3.2	0.47	3.2	0.47	4.8	0.71	3.2	0.47	3.6	0.53	4	0.59	3.2	0.47	4.6	0.68
	1.00																
Ancaman (Threats)																	
Persaingan yang ketat	0.12	3.6	0.45	3.6	0.45	4.4	0.55	3.6	0.45	4.2	0.52	4	0.50	3.6	0.45	3.6	0.45
Perubahan teknologi	0.12	4	0.47	4	0.47	4	0.47	4	0.47	4	0.47	4	0.47	4.4	0.51	4	0.47
Tren konsumen yang berubah	0.10	4	0.40	4	0.40	4.8	0.49	4	0.40	3.4	0.34	3.2	0.32	3.4	0.34	4	0.40
Perubahan regulasi	0.11	3.2	0.35	3.2	0.35	4.8	0.52	3.2	0.35	3.6	0.39	4	0.44	3.2	0.35	3.2	0.35
	1.00		7.76		7.77		9.42		7.76		7.81		7.81		8.15		8.18

