

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 2003. *Ekspor Indonesia 2001- 2003*. Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan.
- Badan Pusat Statistik, 2003. *Impor Indonesia 2001- 2003*. Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan.
- Badan Pusat Statistik, 2003. *Makassar dalam Angka 2003*. Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan.
- Badan Pusat Statistik, 2003. *Sulsel dalam Angka 2003*. Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan.
- Cravens, D., 1996. *Pemasaran Strategis*. Edisi keempat Jilid 1. PT. Erlangga, Jakarta.
- Departemen Kesehatan RI, 2003. *Daftar Komposisi Makanan*. (<http://www.Depkes.go.id>, diakses : 30 Maret 2005).
- Engel, J dan Blackwell, R., 1993. *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Jannes, E W., 2002. *Memberdayakan Petani, atau Meningkatkan Impor*. (<http://www.Kompas.com>, diakses : 30 Maret 2005).
- Keegan, W., 2003. *Manajemen Pemasaran Global*. Jilid satu. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kohls, R.L dan J.N Uhl., 1990. *Marketing of Agricultural Products*. Seventh edition. MacMillan Publishing Company, New York.
- Kotler, P., 1986. *Manajemen Pemasaran, Perencanaan dan Pengendalian*. PT. Erlangga, Jakarta.
- _____, 1995. *Manajemen pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid 2 Edisi Keenam. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- _____, dan Amstrong, 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2 edisi kedelapan. Penerbit PT. Erlangga, Jakarta.
- Limbong, W.H dan P. Sitorus., 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.

- Mubyarto, 1991. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Edisi Ketiga, LP3S, Jakarta.
- Pearce dan Robinson, 1996. *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Rahardi, F., Yovita, H. dan Haryono., 2004. *Agribisnis Tanaman Buah*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rangkuti, F., 2000. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rubrik buah-buahan, 1997. *Makanlah Esktra Buah-buahan*. (<http://www.Kompas.com>, diakses : 30 Maret 2005)
- Rubrik buah-buahan, 2002. *Pemerintah akan Membuat Rakyat Membeli Buah Kualitas Rendah Dengan Harga Tinggi*. (<http://www.JakartaPost.com>, diakses : 30 Maret 2005).
- Rubrik buah-buahan, 2002. *Pemerintah Kembangkan 8 jenis Buah Unggulan*. (<http://www.Bisnis.com>, diakses : 30 Maret 2005).
- Rubrik Kesehatan, 2002. *Konsumen Hindari Jantung Koroner dan Penyakit Lainnya, Santaplah Makanan Berserat*. (<http://www.Kompas.com>, diakses : 30 Maret 2005).
- Sevilla, G., Jesus, O. dan Gabriel, U., 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Siagian, S., 1995. *Manajemen Strategi*. Edisi Satu, Sinar Grafika, Jakarta.
- Sun Tzu, 1992. *Seni Berperang*. Edisi Pertama. Gramedia, Jakarta.
- Swastha, B dan Irawan, 1990. *Azas-azas Marketing*. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 1995. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Tribun Timur, 30 April 2005. *Buah impor dan Lokal Beradu Segar*.
- Trioso, P., 2004. *Strategi Pemasaran dan Pengendalian Mutu Produk*. (<http://www.marketingplus.com>, diakses : 25 Agustus 2005).

Lampiran 1. Ekspor buah Indonesia menurut volume (ton) selama kurun waktu 2000-2004

No.	Jenis Buah	Tahun			
		2000	2001	2002	2003
1.	Pisang	2.105,654	2.062,873	512,569	10,615
2.	Nenas	2.976,675	2.020,442	3.734,414	2.284,432
3.	Alpukat	24,049	13,734	84,828	169,049
4.	Jambu	31,356	14,370	32,052	47,871
5.	Mangga	430,187	424,917	1.572,634	559,224
6.	Orange	58,207	291,925	156,437	85,920
7.	Jeruk Mandarin	28,861	78,470	856,374	7,898
8.	Lemon	537,516	935,993	7,220	724,776
9.	Anggur	408,414	424,372	856,374	143,946
10.	Melon	45,427	80,414	21,257	18,444
11.	Pepaya	18,110	4,934	152,921	187,972
12.	Apel	391,696	110,307	40,054	54,952
13.	Durian	8,409	2,602	89,479	14,241
14.	Duku	77,322	14,155	16,921	21,044
15.	Rambutan	233,055	202,934	366,435	604,006
16.	Buah Tropis lainnya	268,324	494.347	1.591,329	948,820
Jumlah		7.643,262	7.176,789	9.238,211	6.027,156

Sumber : Ekspor Indonesia, Badan Pusat Statistik.

Lampiran 2. Ekspor buah Indonesia menurut FOB (Value US\$) selama kurun waktu 2000-2004

No.	Jenis Buah	Tahun			
		2000	2001	2002	2003
1.	Pisang	412,805	49,839	979,720	7,899
2.	Nenas	1.123,574	886,695	2.784,582	2.315,283
3.	Alpukat	16,785	3,108	49,864	53,892
4.	Jambu	26,048	8,354	28,859	49,843
5.	Mangga	401,623	289,049	2.671,995	460,674
6.	Orange	12,196	82,315	75,320	22,026
7.	Jeruk Mandarin	16,120	14,067	1,360	5,723
8.	Lemon	77,062	160,814	260,692	212,973
9.	Anggur	370,327	368,153	13,296	208,174
10.	Melon	49,107	374,878	545,954	8,072
11.	Pepaya	14,651	5,508	6,643	231,350
12.	Apel	164,723	38,974	31,114	62,880
13.	Durian	12,454	7,926	96,634	12,943
14.	Duku	37,232	19,977	6,313	12,662
15.	Rambutan	327,907	174,803	588,140	958,850
16.	Buah Tropis lainnya	159,973	145,616	1.451,391	523,031

Jumlah	3.222,587	2.630,076	9.591,916	5.146,275
--------	-----------	-----------	-----------	-----------

Sumber : Ekspor Indonesia, Badan Pusat Statistik

Lampiran 3. Impor buah Indonesia menurut volume (ton) selama kurun waktu 2000-2004

No.	Jenis Buah	Tahun			
		2000	2001	2002	2003
1.	Pisang	13,255	7,498	60,071	463,654
2.	Nenas	16,214	15,150	0,0169	0,536
3.	Alpukat	20,349	17,331	-	42,719
4.	Jambu	-	-	27,979	643,052
5.	Mangga	64,069	60.609	254,000	347,667
6.	Orange	19.438,082	19.450,081	21.514,168	24.224,697
7.	Jeruk Mandarin	58.422,889	57.435,876	53.270,455	31.278,854
8.	Lemon	152,712	150,769	288,846	95.058
9.	Anggur	9.633,369	9.712,378	16.218,263	14.468,697
10.	Melon	46,986	164,771	24,098	38,918
11.	Pepaya	-	7,498	-	298,834
12.	Apel	73.425,812	81.899,307	83.769,161	71.390,449
13.	Durian	834,923	3.779,662	7.266,934	3.098,939
14.	Duku	0,043	3,080	36,062	-
15.	Rambutan	22,030	3,961	1,209	0,895
16.	Pear	33.249,706	41.556,043	43.526,838	32.690,596
17.	Buah Tropis lainnya	18.092,463	12.259,754	19.846,442	18.377,988
Jumlah		213.432,902	226.513,728	246.104,695	197.471,563

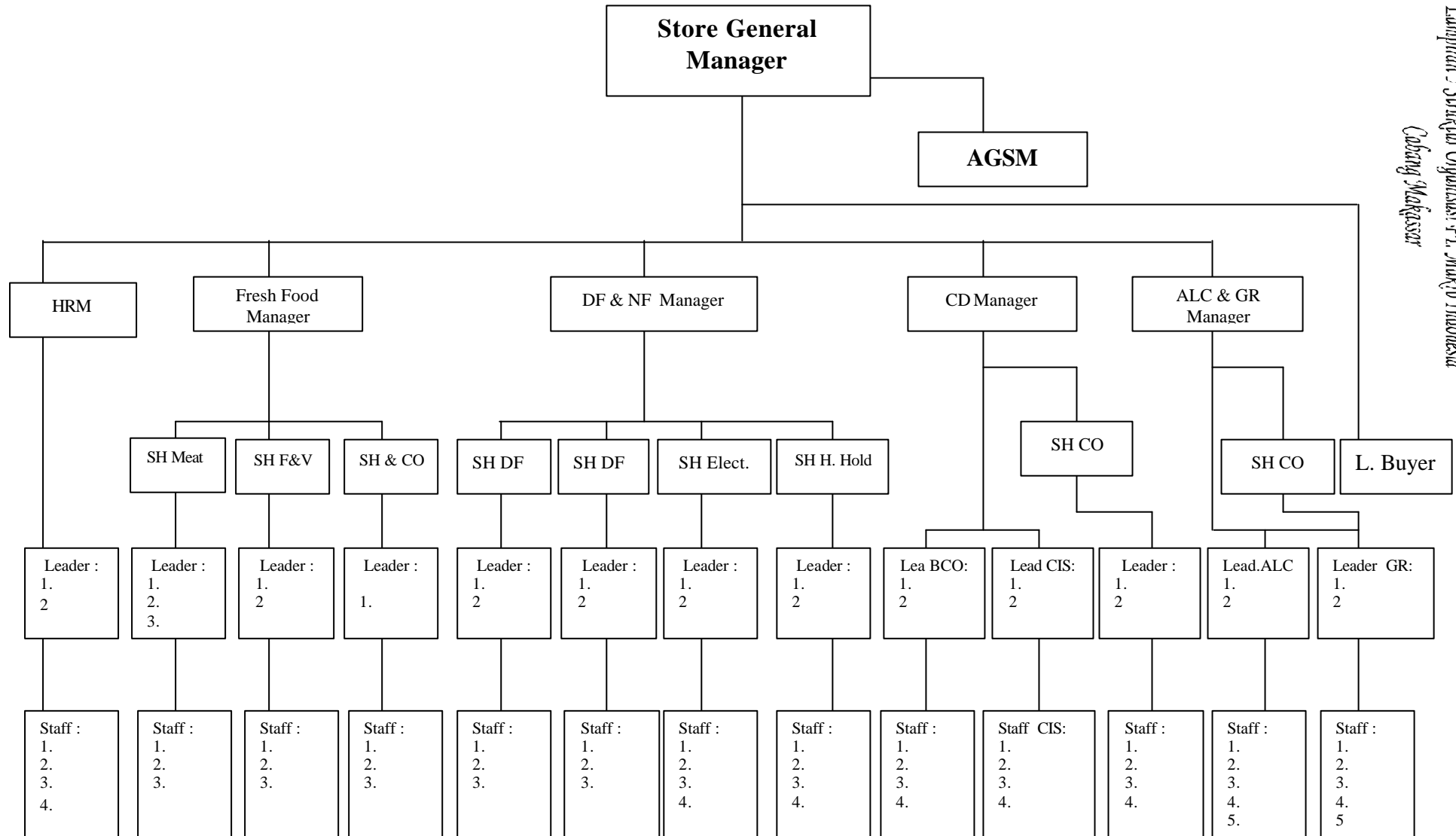
Sumber : Impor Indonesia, Badan Pusat Statistik.

Lampiran 4. Impor buah Indonesia menurut FOB (Value US\$) selama kurun waktu 2000-2004

No.	Jenis Buah	Tahun			
		2000	2001	2002	2003
1.	Pisang	31,359	14.665	48,894	214,552
2.	Nenas	0,952	0,837	0,283	1,236
3.	Alpukat	20,165	16,370	-	42,265
4.	Jambu	-	-	18,958	196,001
5.	Mangga	94,665	91,353	172,062	328,760
6.	Orange	10.855,931	10.931,859	13.838,883	17.611,385
7.	Jeruk Mandarin	30.042,483	29.051,242	35.802,276	27.986,296
8.	Lemon	98,410	96,138	235,079	99,886
9.	Anggur	10.961,347	11.006,251	18.640,054	18.090,321
10.	Melon	34,002	157,580	19,542	30,775
11.	Pepaya	-	0,998	-	79,573
12.	Apel	42.420,607	47.099,752	68.342,526	61.815,028

13.	Durian	1.097,236	4.055,039	10.072,842	4.041,705
14.	Duku	0,145	1,306	40,939	-
15.	Rambutan	13,741	4,376	1,762	1,776
16.	Pear	21.336,163	26.285,551	40.171,753	27.798,289
17.	Buah Tropis lainnya	11.890,750	7.705,234	14.894,495	15.802,966
	Jumlah	128.897,956	136.518,551	202.300,348	174.140,814

Sumber : Impor Indonesia, Badan Pusat Statistik



Lampiran 6. Identitas Responden konsumen buah-buahan lokal pada PT. Makro Indonesia Cabang Makassar.

No.	Jenis Kelamin (L/P)	Umur (Thn)	Tingkat pendidikan	Pekerjaan
1.	P	45	SMA	Ibu rumah tangga
2.	P	35	S-1	Pegawai Negeri
3.	P	51	S-1	Pegawai Negeri
4.	P	43	S-1	Ibu rumah tangga
5.	P	25	SMA	Mahasiswi
6.	P	27	Profesi Dokter	Dokter
7.	L	25	SMA	Mahasiswa
8.	P	34	S-1	Karyawan Swasta
9.	L	52	S-1	Karyawan swasta
10.	P	50	S-1	Pegawai negeri
11.	L	53	S-1	Pegawai negeri
12.	L	39	SMA	Karyawan Swasta
13.	P	38	S-1	Pegawai negeri
14.	P	21	SMA	Mahasiswi
15.	P	29	S-1	Karyawan swasta
16.	P	30	S-1	Pegawai negeri
17.	P	50	S-1	Pegawai negeri
18.	P	50	S-1	Guru
19.	P	50	SMA	Ibu rumah tangga
20.	L	44	S-1	Pegawai negeri
21.	P	41	S-1	Guru
22.	L	28	D-3	Karyawan Swasta
23.	P	19	SMA	Mahasiswi
24.	P	32	Profesi Dokter	Dokter
25.	P	38	S-1	Wiraswasta
26.	L	30	S-1	Guru
27.	L	28	S-1	Wiraswasta
28.	L	34	SMA	Pegawai negeri
29.	P	42	D-3	Ibu rumah tangga
30.	L	35	S-1	Pegawai negeri
31.	L	37	S-1	Wiraswasta
32.	P	48	D-3	Ibu rumah tangga
33.	P	36	SMA	Ibu rumah tangga
34.	L	36	S-1	Wiraswasta

Lanjutan Lampiran 6

No.	Jenis Kelamin (L/P)	Umur (Thn)	Tingkat pendidikan	Pekerjaan
35.	P	45	SMU	Tentara
36.	P	35	S-1	Ibu rumah tangga
37.	L	22	SMA	Mahasiswa
38.	L	35	SMA	Wiraswasta
39.	P	23	S-1	Ibu rumah tangga
40.	P	35	S-1	Ibu rumah tangga
41.	L	45	D-3	Wiraswasta
42.	L	40	S-1	Wiraswasta
43.	P	25	S-1	Ibu rumah tangga
44.	L	38	SMA	Pegawai negeri
45.	L	33	D-3	Pegawai negeri
46.	P	35	S-1	Pegawai negeri
47.	P	25	S-1	Pegawai negeri
48.	L	36	S-2	Pegawai negeri
49.	P	41	S-1	Pegawai negeri
50.	P	34	S-1	Dosen
51.	P	22	D-3	Ibu rumah tangga
52.	P	23	D-3	Karyawan swasta
53.	P	34	SMA	Wiraswasta
54.	L	36	SMP	Wiraswasta
55.	P	46	SMA	Ibu rumah tangga
56.	P	22	S-1	Ibu rumah tangga
57.	P	20	SMA	Ibu rumah tangga
58.	L	30	S-2	Pegawai negeri
59.	P	50	SMA	Pegawai negeri
60.	P	52	S-1	Ibu rumah tangga
61.	L	45	S-2	Pegawai negeri
62.	P	25	SMA	Ibu rumah tangga
63.	P	23	SMA	Mahasiswi
64.	L	35	S-1	Dosen
65.	L	40	S-1	Pegawai negeri
66.	L	36	S-1	Pegawai negeri
67.	L	53	S-1	Dosen
68.	L	27	S-1	Pegawai negeri

Lanjutan Lampiran 6

No.	Jenis Kelamin (L/P)	Umur (Thn)	Tingkat pendidikan	Pekerjaan
69.	P	31	S-1	Pegawai negeri
70.	L	20	SMA	Wiraswasta
71.	P	46	SMA	Ibu rumah tangga
72.	P	44	SMP	Ibu rumah tangga
73.	P	34	S-1	Pegawai negeri
74.	P	45	SMA	Pegawai negeri
75.	L	32	S-1	Pegawai negeri
76.	L	38	S-1	Pegawai negeri
77.	L	36	S-1	Dosen
78.	P	45	SMA	Pegawai negeri
79.	P	20	SMA	Mahasiswi
80.	L	38	SMA	Pegawai negeri
81.	P	26	S-1	Ibu rumah tangga
82.	P	29	S-1	Pegawai negeri
83.	L	30	SMA	Karyawan swasta
84.	L	30	S-1	Polisi
85.	L	45	S-1	Pegawai negeri
86.	P	43	S-1	Pegawai negeri
87.	P	40	S-2	Dosen
88.	P	30	S-1	Karyawan Swasta
89.	P	36	S-1	Pegawai negeri
90.	P	24	D-3	Ibu rumah tangga
91.	L	25	S-1	Pegawai negeri
92.	L	29	S-1	Wiraswasta
93.	P	53	SMA	Ibu rumah tangga
94.	P	31	SMA	Ibu rumah tangga
95.	P	30	S-1	Ibu rumah tangga
96.	P	51	SMA	Pegawai negeri
97.	P	19	SMA	Mahasiswi
98.	P	19	SMA	Karyawan Swasta
99.	P	54	S-1	Pegawai negeri
100.	P	46	S-1	Pegawai negeri

Lampiran 7. Kuisisioner Bagi konsumen PT. Makro Indonesia

J. DAFTAR PERTANYAAN (KUISISIONER) PENELITIAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BUAH-BUAHAN LOKAL PADA
PT.MAKRO INDONESIA CABANG MAKASSAR**

KONSUMEN

K.

L. A. Pengantar

Pertanyaan ini dibuat dan disusun dalam rangka penyusunan tesis dengan judul “ Analisis Strategi Pemasaran buah-buahan lokal pada PT.Makro Indonesia cabang Makassar”. Kami meminta kesediaan anda untuk memberikan jawaban. Kerahasiaan identitas anda bagi kepentingan penelitian dijaga dan dijamin, serta hanya dimanfaatkan untuk keperluan dan sumbangan pemikiran bagi pemasaran buah-buahan lokal pada PT.Makro Indonesia cabang Makassar. Adapun petunjuk pengisian adalah sebagai berikut :

1. Jawablah pertanyaan mengenai preferensi konsumen dengan mengisi kolom jawaban yang telah disediakan.
2. Mengenai Strategi Pemasaran, pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing nomor pertanyaan dengan memberikan tanda silang pada jawaban yang dipilih.
3. Daftar pertanyaan diharapkan dijawab secara keseluruhan, sehingga dapat dipergunakan secara optimal.
4. Jawaban yang diberikan diharapkan seobyektif dan sejujur mungkin.

B. Identitas Responden :

Nama :

Alamat :

Pekerjaan :

Umur :

Jenis Kelamin : (Laki-laki/perempuan) coret tidak perlu

Pendidikan :

Telepon/fax :

C. Daftar Pertanyaan :

I. preferensi konsumen

Jenis buah-buahan lokal :

- | | |
|---|------------|
| <input type="checkbox"/> Apel malang & manalagi | - Mangga |
| <input type="checkbox"/> Jeruk Malangke & selayar | - Semangka |
| <input type="checkbox"/> Pisang | - Pepaya |
| <input type="checkbox"/> Nenas | - Melon |

Jenis buah-buahan impor :

- | | |
|--|----------------------|
| <input type="checkbox"/> Apel Fuji, Washington | - Jeruk Mandarin |
| <input type="checkbox"/> Pear | - Lengkeng Bangkok |
| <input type="checkbox"/> Anggur hijau & merah | -Jeruk baby Mandarin |
| <input type="checkbox"/> Durian Monthong | |
-

Adapun pertanyaan adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apakah yang menyebabkan anda mengkonsumsi buah-buahan lokal (Alasan memilih buah-buahan lokal) ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Faktor-faktor apakah yang menyebabkan anda mengkonsumsi buah-buahan impor (Alasan memilih buah-buahan impor) ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

M. II. Strategi Pemasaran

a. Produk (Product)

3. Jenis buah-buahan lokal yang digemari konsumen ?
 - a. Apel malang / rome beauty
 - b. Jeruk Pontianak / malangke
 - c. Pepaya
 - d. Lain-lain, jenis buah-buahan
4. Bagaimana ketersediaan buah-buahan lokal pada PT. Makro Indonesia cabang Makassar ?
 - a. Tersedia setiap saat
 - b. Biasa aja
 - c. Kadang-kadang
 - d. Tidak tersedia
5. Buah apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen yang ketersediaannya tidak menentu
 - a.
 - b.
 - c.

b. Harga (Price)

6. Dibandingkan dengan perusahaan sejenis, bagaimana harga yang ditawarkan oleh PT. Makro Indonesia cabang Makassar?
 - a. Lebih tinggi
 - b. Relatif sama
 - c. Lebih rendah
7. Apakah perusahaan memberikan potongan harga kepada konsumen ?
 - a. Ya
 - b. tidak
8. Jika ya, Dalam bentuk apakah perusahaan memberikan potongan harga kepada pelanggan ?
 - a. Jika membeli dalam jumlah banyak
 - b. Membeli buah dalam jumlah banyak maupun sedikit
 - c. Jika membeli buah lokal jenis tertentu

C. Lokasi (Place)

9. Bagaimana pendapat anda mengenai lokasi perusahaan ?
 - a. Strategis
 - b. Kurang strategis
 - c. Tidak strategi
10. Apakah lokasi perusahaan tepat terhadap kegiatan pemasaran buah-buahan ?
 - a. Tepat

- b. Cukup tepat
- c. Tidak tepat

d. Promosi (Promotion)

11. Apakah perusahaan melakukan promosi penjualan ?

- a. Ya
- b. Kadang-kadang
- c. Tidak

12. Bagaimana bentuk promosi yang diberlakukan / diterapkan pada perusahaan ?

- a. Menerbitkan buletin harga buah dan produk lain
- b. Melalui iklan di media cetak; Surat Kabar & Majalah
- c. Melalui media elektronik; TV, Radio
- d. Melalui buletin, media cetak, media elektronik

13. Bentuk promosi apakah yang paling tepat menurut konsumen?

- a. Buletin
- b. Media elektronik
- c. Media cetak

14. Apakah promosi yang dilakukan telah sesuai dengan harapan konsumen ?

- a. Sesuai
- b. Kurang sesuai
- c. Tidak sesuai

e. Hubungan Pemasaran (Relationship Marketing)

15. Apakah terjalin hubungan khusus antara perusahaan dengan pelanggan ?

- a. Ya, cukup erat
- b. Kadang-kadang
- c. Tidak

16. Apakah pelanggan ditempatkan sebagai mitra terpenting oleh perusahaan ?

- a. Ya, cukup erat
- b. Kadang-kadang
- c. Tidak sama sekali

17. Bagaimana menempatkan pelanggan sebagai mitra terpenting bagi perusahaan ?

- a. Memberikan fasilitas keanggotaan dengan menerbitkan kartu anggota (Member Card)
- b. Memberikan fasilitas waktu lebih awal untuk berbelanja bagi konsumen dibandingkan dengan perusahaan sejenis
- c. Memberikan fasilitas buletin berupa panduan berbelanja
- d. Memberikan ketiga fasilitas diatas

Lampiran 8. Kuisisioner untuk Perusahaan

DAFTAR PERTANYAAN (KUISISIONER) PENELITIAN
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BUAH-BUAHAN LOKAL PADA
PT.MAKRO INDONESIA CABANG MAKASSAR

PERUSAHAAN

N.

O. A. Pengantar

Pertanyaan ini dibuat dan disusun dalam rangka penyusunan tesis dengan judul “ Analisis Strategi Pemasaran buah-buahan lokal pada PT.Makro Indonesia cabang Makassar”. Kami meminta kesediaan anda untuk memberikan jawaban. Kerahasiaan identitas anda bagi kepentingan penelitian dijaga dan dijamin, serta hanya dimanfaatkan untuk keperluan dan sumbangan pemikiran bagi pemasaran buah-buahan lokal pada PT.Makro Indonesia cabang Makassar. Adapun petunjuk pengisian adalah sebagai berikut :

1. Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing nomor pertanyaan dengan memberikan tanda silang pada jawaban yang dipilih.
2. Daftar pertanyaan diharapkan dijawab secara keseluruhan, sehingga dapat dipergunakan secara optimal.
3. Jawaban yang diberikan diharapkan seobyektif dan sejujur mungkin.

B. Identitas Responden :

Nama :

Alamat :

Pekerjaan :

Umur :

Jenis Kelamin : (Laki-laki/perempuan) coret tidak perlu

Pendidikan :

Telepon/fax :

C. Daftar Pertanyaan :

I. Produk (Product)

9. Bagaimana pihak perusahaan memperoleh buah-buahan lokal ?
 - a. Bekerja sama dengan pihak supplier (Sulawesi Selatan)
 - b. Membeli langsung dari petani
 - c. Bekerja sama dengan pihak supplier (Sulawesi Selatan + Jawa)
 - d. Dan lain-lain (.....)

10. Upaya apa yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kualitas terhadap produk yang ditawarkan ?

.....

II. Harga (Price)

11. Bagaimana strategi penetapan harga oleh pihak perusahaan?

.....

III. Segmentasi (Segmentation)

12. Sesuikah pembagian pasar tentang produk yang ditawarkan perusahaan ?

- a. Ya
- b. Kadang-kadang
- c. Tidak

13. Apakah perusahaan mengembangkan suatu strategi pemasaran buah-buahan lokal ditujukan pada suatu segmen pasar tertentu ?

- a. Ya
- b. Kadang-kadang
- c. Tidak

14. Jika pada segmen tertentu, siapakah yang termasuk dalam segmen tersebut ?

.....

IV. Pelayanan (Service)

15. Apakah perusahaan telah berhasil menetapkan sebuah citra dalam benak konsumen tentang produk buah-buahan lokal ?

- a. Ya, berhasil
- b. Belum sepenuhnya berhasil
- c. Gagal

16. Bagaimana perusahaan menurut pengamatan anda menanamkan sebuah citra pada konsumen ?

- a. Harga yang murah
- b. Menampilkan produk buah-buahan lokal yang berbeda dengan pesaing
- c. Memfokuskan kepada konsumen yang berpenghasilan menengah keatas
- d. Menjual produk buah-buahan lokal yang bersifat variatif

V. Proses (Process)

17. Dari beragam jenis buah-buahan lokal yang ditawarkan perusahaan, manakah menurut anda yang layak diandalkan?

- a. Apel malang / rome beauty
- b. Jeruk mlangka / pontianak

- c. Pepaya
- d. Dan lain-lain diatas sebutkan :

Lampiran 9. Kuisisioner untuk Pihak Supplier

DAFTAR PERTANYAAN (KUISISIONER) PENELITIAN ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BUAH-BUAHAN LOKAL PADA PT.MAKRO INDONESIA CABANG MAKASSAR

SUPPLIER (jika bekerjasama dengan pihak supplier dalam distribusi / pemasaran buah-buahan lokal)

A. Pengantar

Pertanyaan ini dibuat dan disusun dalam rangka penyusunan tesis dengan judul “ Analisis Strategi Pemasaran buah-buahan lokal pada PT.Makro Indonesia cabang Makassar”. Kami meminta kesediaan anda untuk memberikan jawaban. Kerahasiaan identitas anda bagi kepentingan penelitian dijaga dan dijamin, serta hanya dimanfaatkan untuk keperluan dan sumbangan pemikiran bagi pemasaran buah-buahan lokal pada PT.Makro Indonesia cabang Makassar. Adapun petunjuk pengisian adalah sebagai berikut :

1. Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing nomor pertanyaan dengan memberikan tanda silang pada jawaban yang dipilih.
2. Daftar pertanyaan diharapkan dijawab secara keseluruhan, sehingga dapat dipergunakan secara optimal.
3. Jawaban yang diberikan diharapkan seobyektif dan sejujur mungkin.

B. Identitas Responden :

Nama :

Alamat :

Pekerjaan :

Umur :

Jenis Kelamin : (Laki-laki/perempuan) coret tidak perlu

Pendidikan :

Telepon/fax :

C. Daftar Pertanyaan :

I. Produk (Product)

1. Apakah supplier buah-buahan lokal yang telah menjadi pemasok buah-buahan, hanya menyalurkan buah-buahan lokal pada PT. Makro Indonesia cabang Makassar ?
 - a. Ya
 - b. Tidak

2. Bagaimana sistem kerjasama yang berlaku antara pihak perusahaan dengan supplier ?
 - a.
 - b.