



# Lampiran

## DAFTAR PERTANYAAN (1)

### Profil perusahaan

1. Nama perusahaan: PT Tiga Manunggal Textile
2. Alamat lengkap: Jl Jend Sudirman  
Kelurahan: Ledok  
Kecamatan: Argomulyo  
Salatiga.
3. Jenis usaha: Industri Textile Syntetic
4. Didirikan: 1975  
Diresmikan: 7 Agustus 1976
5. Jumlah karyawan: 1010. Laki-laki: 347. Perempuan: 663
6. Nama pemilik: The Ning King
7. Usia pemilik: 81
8. Asal / domisili: China / Jakarta
9. Pendidikan terakhir:
10. Kelas pasar: Menengah

### Profil nara sumber

1. Nama: Kuspono
2. Alamat: Jl Hasanudin No 740.  
Kelurahan: Mangunsari.

Kecamatan: Sidomukti.

RT 03 RW 06. Ngawen. Salatiga

3. Usia: 54
4. Asal / Domisili: Salatiga / Salatiga
5. Pendidikan terakhir: SMA
6. Jabatan: Kepala Departemen DPC (Planing Production Control)

### **Jaringan Bisnis**

1. Pihak mana saja yang terlibat dalam jaringan bisnis PT.TIMATEX?
2. Bagaimana cara PT.TIMATEX dalam membangun jaringan bisnis tersebut?
3. Kendala apa saja yang dihadapi PT.TIMATEX dalam proses membangun jaringan bisnis tersebut?
4. Bagaimana cara PT.TIMATEX dalam mengatasi kendala-kendala tersebut?
5. Siapa saja pihak yang menjadi pemasok bahan baku untuk proses produksi PT.TIMATEX?
6. Bagaimana cara PT.TIMATEX menjalin hubungan kerjasama dengan pihak pemasok tersebut?
7. Kendala apa yang PT.TIMATEX hadapi dalam menjalin hubungan kerjasama dengan pihak pemasok tersebut?
8. Jasa distribusi apa yang biasanya digunakan oleh PT.TIMATEX untuk mengantar barang sampai ke tangan pembeli?

9. Apakah biaya pengiriman barang ditanggung oleh perusahaan?
10. Siapa saja pelanggan PT.TIMATEX?
11. Bagaimana cara PT.TIMATEX memperoleh pelanggan anda tersebut?
12. Bagaimana cara PT.TIMATEX menjalin hubungan kerja sama dengan pelanggan anda tersebut?
13. Kendala apa yang PT.TIMATEX hadapi dalam menjalin hubungan kerjasama dengan pelanggan tersebut?
14. Siapa saja pesaing PT.TIMATEX?
15. Mengapa pesaing dalam negeri cuma ada di Bandung saja?
16. Apakah PT.TIMATEX menjalin hubungan kerjasama dengan pesaing PT.TIMATEX? Jika Ya, dalam bentuk apa? Apa alasan anda menjalin hubungan kerja sama tersebut?
17. Apakah PT.TIMATEX menjalin kemitraan dengan pihak-pihak seperti pemerintah (Pemda, Deperindagkop), lembaga keuangan (bank dan koperasi), atau mitra lainnya?
18. Bagaimana cara PT.TIMATEX menjalin hubungan kerjasama dengan mitra tersebut?
19. Kendala apa yang PT.TIMATEX hadapi dalam menjalin hubungan kerjasama dengan mitra anda tersebut?
20. Apakah anda memanfaatkan teknologi internet dalam mengembangkan jaringan bisnis usaha anda tersebut? Apa alasannya?

## Strategi Pemasaran

1. Apakah kualitas produk sangat penting menurut anda?
2. Bagaimana PT.TIMATEX menghasilkan produk yang berkualitas ?
3. Strategi harga apa yang diterapkan pada produk yang dihasilkan? Apa tujuan dari strategi penetapan harga yang dipilih tersebut ?
4. Bagaimana metode pembayaran yang dilakukan oleh para pembeli/pelanggan kepada PT.TIMATEX?

Jawab:

5. Bagaimana bentuk saluran distribusi yang PT.TIMATEX gunakan dalam memasarkan produk?
6. Dalam melakukan pengiriman produk, sarana angkutan apa yang digunakan ?
7. Bagaimana cara PT.TIMATEX mempromosikan produk? Bentuk atau alat promosi apa yang digunakan?

Mengapa bentuk promosi itu yang dipilih?

## DAFTAR PERTANYAAN (2)

1. Ketergantungan TIMATEX akan pasokan bahan baku benang kan sangat tinggi, mengingat besarnya skala produksi TIMATEX, order pada pemasok juga pasti tidak dalam jumlah sedikit. Jika sampai terjadi keterlambatan kan akan mengakibatkan kerugian besar bagi TIMATEX.  
Sebenarnya apa kiat-kiat TIMATEX untuk menjaga kerjasama yang sinergi dengan pihak pemasok benang itu?
2. Kemarin dijelaskan bahwa LCL yang mengatur pencampuran barang-barang dalam satu kontainer adalah pihak jasa kontainernya, itu kan berarti barang sempat berhenti di gudang kontainer agak lama. Jika sampai terjadi keterlambatan kan konsumen TIMATEX akan kecewa dan bisa berakibat merugikan TIMATEX.  
Lalu kiat-kiat apa yang dilakukan untuk bekerja sama dengan pihak kontainer agar tidak terjadi keterlambatan pengiriman barang kepada konsumen?
3. Kemarin dijelaskan bahwa penetapan harga TIMATEX adalah dari *biaya bahan-bahan yang dipakai + biaya proses + komisi ke agen + laba yang ditentukan atau ditetapkan*. Berarti kan tidak berdasarkan atau berpatokan pada harga pesaing. Mengapa TIMATEX seolah-olah sangat percaya diri menetapkan harga tanpa memikirkan harga jual dari pesaing?
4. Bisa diceritakan Pak mekanisme bisnis trip mulai perencanaan – perjalanan – hasil.

Baik itu terkait perencanaan jadwal, perencanaan tujuan.

Perjalanan ke mana saja, apa selain mencari pelanggan baru juga mengunjungi pelanggan lama?

Apa dalam melakukan bisnis trip selalu mendapatkan pelanggan baru?

5. Terkait dengan KLH atau lingkungan hidup. Kemarin dijelaskan TIMATEX jarang terkendala dengan departemen pemerintah atau lembaga-lembaga sejenis kecuali dengan KLH.

Lalu bagaimana TIMATEX mengatasi apabila terlibat urusan dengan KLH?

Apa ada koneksi dengan orang-orang dalam lembaga?