

LAMPIRAN

Lampiran 1: Hasil Wawancara

Hasil Wawancara

Nama Perusahaan : CV. Jaya Suka Asih
 Narasumber : Ghina Vanya selaku bagian pemasaran

Untuk melakukan wawancara, sebelumnya sudah melakukan perizinan untuk melakukan wawancara ini. Sebelumnya saya diberi informasi tentang profil CV. Jaya Suka Asih Di Bandung. Wawancara dilakukan hanya sebentar saja dikarenakan pada saat saya melakukan wawancara pihak perusahaan sangat sibuk karna sedang ada kunjungan tamu dari perusahaan kayu lain dan juga mengurus barang datang dan banyak pengiriman.

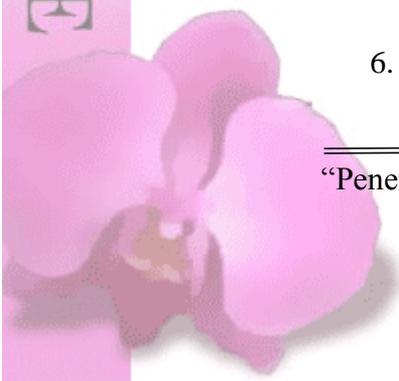
Topik : Mengenai Perusahaan
 Tujuan : Memperoleh informasi perusahaan CV. Jaya Suka Asih
 Narasumber : Ghina Vanya selaku bagian pemasaran

Daftar Pertanyaan

1. Daerah pemasaran mana sajakah yang telah dicapai/ dijangkau oleh perusahaan CV. Jaya Suka Asih ?
2. Bagaimana proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan kayu CV. Jaya Suka Asih ?
3. Apa tujuan yang akan dilakukan perusahaan untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan kayu CV. Jaya Suka Asih ?
4. Promosi seperti apa yang dilakukan oleh pihak pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan kayu CV. Jaya Suka Asih ?
5. Bagaimana struktur organisasi di dalam perusahaan kayu CV. Jaya Suka Asih?
6. Siapa sajakah pesaing perusahaan kayu CV. Jaya Suka Asih dan mengapa perusahaan anda merasa tersaingi?

“Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Kayu CV. Jaya Suka Asih Di Bandung”

Author: Angelita Claudia Agatha NPK: K.2014.4.32599



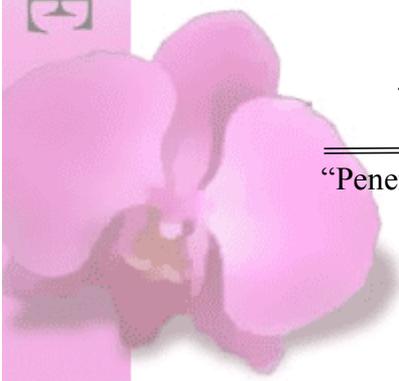
Hasil wawancara

CV. Jaya suka asih itu berdiri dari tahun 2007 lalu lokasinya di Taman Rahayu 3 NO.27 Bandung. Perusahaan ini adalah perusahaan pribadi milik sendiri yang dibangun oleh Ibu Ria Vani selaku pemilik sah CV. Jaya Suka Asih. Usaha ini awalnya dibangun karna melihat adanya peluang besar, maka dari itu Ibu Ria akhirnya bertekad untuk membangun usaha ini. Lalu waktu tahun 2007-2010 penjualan kita relatif stabil dengan masih menggunakan cara manual untuk memasarkan produknya. Tahun 2013-2014 perusahaan kita juga diambang masalah besar karna salah satu pesaing memfitnah kita dengan menjatuhkan nama perusahaan dengan mengatakan jika kayu2 yang kita jual kayu hasil curian yang berjumlah 1 kontainer makan seketika penjualan sempat menurun selama 2 mingguan tapi tak beberapa lama kemudian penjualan mulai stabil dan meningkat sampai sekarang dikarenakan kita bisa membuktikan jika kayu yang kita jual sudah mendapatkan izin resmi dari pihak BUMN. Sejauh ini kita mempunyai 48 karyawan.

1. Daerah pemasaran yang telah dicapai Perusahaan Kayu CV. Jaya Suka Asih meliputi Bandung, Madura, Jawa Tengah, DIY, Jakarta, Bali, Balikpapan, Ujung Pandang, Samarinda, Sulawesi, Sumatera, Papua, dan juga Surabaya.
2. Proses produksi perusahaan CV. Jaya Suka Asih sendiri dengan menggunakan sistem terus menerus dengan menggunakan semua jenis kayu yang digunakan perusahaan dari proses awal sampai dengan akhir. Lalu setelah proses satu kayu selesai maka akan diproduksi lagi kayu jenis lain.
3. Disini kita memiliki tujuan jangka panjang dan jangka pendek. Jangka pendeknya dengan Meningkatkan volume penjualan, Memaksimalkan profit, Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan konsumen, dan Pencapaian target perusahaan dan Jangka panjangnya yaitu Menjaga kelangsungan hidup perusahaan, Mengadakan ekspansi perusahaan dan juga Meningkatkan reputasi perusahaan.

“Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Kayu CV. Jaya Suka Asih Di Bandung”

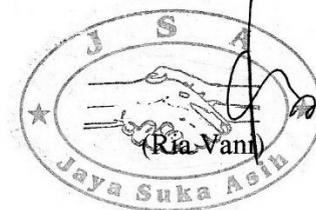
Author: Angelita Claudia Agatha NPK: K.2014.4.32599



4. Selama ini kita menggunakan promosi secara manual yaitu mendatangi langsung ke proyek-proyek pembangunan, toko-toko dan lainnya dan juga kita melakukan promosi melalui media sosial seperti whatsapp dan juga email.
5. Pimpinan kami yaitu pemilik Perusahaan Bernama Ibu Ria Vani lalu Direktur dengan Bapak Andry lalu kemudian bagian Pemasaran, Keuangan lalu karyawan pekerja bagian teknik, bagian gudang dan buruh.
6. PT. Sejati dan PT. Hojaya karena menurut kami diantara perusahaan yang lain kedua pesaing inilah yang sangat berbahaya. Pemasukan perusahaan kami saling kejar-kejaran dalam proses penjualannya. Entah karena pemasarannya mereka yang lebih unggul ataukah perusahaan kita yang lebih unggul.

Bandung, 29 Juli 2017

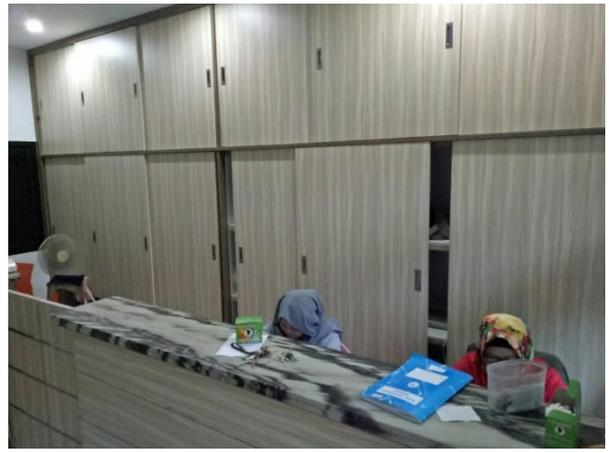
Pemilik Usaha



Lampiran 2: Dokumentasi

DOKUMENTASI

FOTO PERUSAHAAN



MICE

