

BAB V
:
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. PT. KGBI merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri makanan ringan dengan produk utamanya adalah biskuit. Secara hukum sah berdiri menjadi perusahaan berbadan hukum Perseroan Terbatas pada tanggal 19 Juli 1972 di Surabaya dan dipindahkan ke Jakarta pada tanggal 2 Maret 1976. PT. KGBI samapi tahun 1994 menghasilkan 60 jenis produk dengan tenaga kerja \pm 1000 orang. Distribusi pemasaran produk-produknya mencakup seluruh wilayah Indonesia. Struktur organisasi PT. KGBI adalah berkesan ramping dengan bentuk organisasinya adalah Organisasi Garis dan Staf.
2. Jenis Biskuit yang diproduksi PT. KGBI termasuk golongan Convenience Goods atau termasuk pula produk yang sering dibeli konsumen tanpa mengeluarkan terlalu banyak pengorbanan (waktu dan usaha) dan produknya bisa didapat dengan mudah. Jika dilihat dari penggolongan barang berdasarkan kesejahteraan konsumen serta tingkat kepuasan, produk biskuit yang dihasilkan PT. KGBI tergolong pada Salutary Product yaitu barang yang bermanfaat karena produknya sederhana berbentuk makanan ringan serta praktis dan bergizi tinggi, aman dan higienis. Hal ini tentu saja sangat bermanfaat bagi konsumen. Produk biskuit PT. KGBI juga tergolong Desirable Product karena meskipun biskuit adalah makanan ringan tapi mampu memberikan kepuasan dengan segera yaitu rasa kenyang. Target utama dari PT. KGBI adalah keluarga (*family*) kelas menengah ke bawah.

3. PT. KGBI adalah perusahaan besar sebagai penantang pasar atau *market challenger*. Dengan menguasai 30% dari pangsa pasar. Konsep yang mendasari PT. KGBI dalam menentukan sasaran strategisnya sebagai *market challenger* adalah peningkatan bagian pasar dan terutama meningkatkan penjualan dan memilih *market leader* sebagai sasarannya. PT. KGBI menghadapi saingannya melalui strategi produk baru (proses pengembangan produk) yaitu Serangan Frontal (strategi produk yang lebih murah), Serangan Sisi (Mencari kelemahan pesaing), Serangan Mengepung (Strategi produk prestise, Strategi pengembang-biakan produk, Strategi inovasi produk).
4. PT. KGBI mempunyai kebijakan produk sebagai **Company Policy** yang menjadi pedoman dasar dalam melaksanakan proses pengembangan produk, yaitu pertimbangan mengenai bentuk penawaran fisik, pembungkus/kemasan, cap dagang/merk, kualitas produk, garansi/jaminan. Selain itu dalam melaksanakan pengembangan produk, PT. KGBI menetapkan strategi produk terlebih dahulu. Strategi produk ini merinci rangkaian tindakan yang harus diambil sehubungan dengan produk yang akan dikembangkan serta berguna sebagai panduan untuk masuk dalam proses pengembangan produk yang akan dipasarkan atau ditawarkan pada konsumen. Strategi produk PT. KGBI sebelum masuk tahap pengembangan produk adalah: Strategi perbaikan produk, Strategi *product line*, strategi inovatif produk, strategi imitatif produk dan strategi penambahan produk. Produk-produk PT. KGBI dinyatakan gagal bila spesifikasi atau standar prestasinya tay kualitasnya tidak cocok dengan kebutuhan pelanggan atau tidak setaraf dengan yang dihasilkan oleh para pesaing bisnis dan juga ada kesalahan pada konsepsi dasarnya dengan kata lain spesifikasinya salah.

5. Tujuan PT. KGBI melaksanakan proses pengembangan produk adalah untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Proses pengembangan produk ini dilakukan dengan 7 tahap yaitu: **pertama**, Penciptaan Gagasan (yang bersumber dari luar yaitu: para pelanggan, wiraniaga, produk pesaing, publikasi di dalam/luar negeri, majalah dan asosiasi dagang dan yang bersumber dari dalam yaitu: staf produksi, pemasaran dan riset) **kedua**, Penyaringan Gagasan **ketiga**, Pengembangan dan Pengujian Konsep (yang terdiri dari: tingkat pengembangan, pengembangan konsep, penempatan produk, pengujian konsep, pengembangan strategi pemasaran) **keempat**, Analisa Bisnis (PT. KGBI mengukur kemampuan laba dari proyek pengembangan produk ini dengan menggunakan analisis *break-even point*, yaitu $BEP = Q = F / (P - V)$) **kelima**, Pengembangan Produk **keenam**, Uji Pemasaran (dengan cara panel, juri konsumen, survey konsumen) **ketujuh**, Komersialisasi.
6. Faktor-faktor yang merupakan penunjang pengembangan produk pada PT. KGBI adalah: Struktur organisasi PT. KGBI yang ramping sehingga mudah melakukan birokrasi, PT. KGBI memiliki staf yang berpendidikan tinggi dan terpercaya, PT. KGBI memiliki sumber dana yang cukup karena didukung oleh 4 anak perusahaan lainnya, sasaran produk PT. KGBI yang menengah ke bawah memudahkan PT. KGBI menjangkau pasar, pendapatan masyarakat yang kini telah meningkat, pemikiran para konsumen yang telah maju atau berpikiran jauh ke depan memudahkan produk baru cepat diterima, pertumbuhan penduduk yang cepat sehingga kebutuhan akan makanan ringan yang berkualitas seperti biskuit ini sangat diharapkan kehadirannya. Sedangkan faktor-faktor yang menjadi penghambat pengembangan produk pada PT. KGBI adalah: produk baru harus

memenuhi persyaratan umum seperti keselamatan dan tidak mencemari lingkungan, pendeknya rentang waktu pengembangan produk yang seringkali tidak tepat, terlalu cepatnya laju persaingan produk di pasar, persaingan yang tajam sering membuat PT. KGBI mengarahkan produk barunya kepada segmen pasar yang lebih sempit, teknologi baru yang diterapkan PT. KGBI kurang lengkap, selera konsumen yang seringkali cepat berubah.

7. Selama periode 1985 - 1994 sebagai tahun pengamatan tidak ada produk yang dihentikan produksinya atau ditarik dari pasar, sehingga dapat disimpulkan bahwa life cycle produk biskuit Khong Guan cukup lama terhadap jenis produk tertentu yang *performance* mulai turun. Tapi kebijakan perusahaan yang tidak segera menarik secara drastis tetapi mengurangi produksinya secara perlahan. Misalnya: Cocoa Puff (KG 5), Square Puff (KG 20), Butter Short Cake (KG 29), Lemon Puff (KG 31). Selama periode 1985 - 1994 tingkat penjualan PT. KGBI sangat bertumpu pada produk jenis KG 10 (Assorted Biscuit Red) tetapi secara perlahan *performancenya* menurun, yaitu share pada tahun 1985 sebesar 51,78% menjadi 23,74% pada tahun 1994. Produk yang kemasannya masih dalam kaleng (tin) masih menunjukkan nilai penjualan yang cukup tinggi hal ini memperkuat anggapan PT. KGBI memiliki konsumen yang setia pada produk biskuit Khong Guan.

Pada periode 1987-1990 PT. KGBI gencar memperkenalkan produk barunya sekitar 5 s/d 11 macam. Peran produk baru pada periode tersebut dalam menciptakan total penjualan pertahun cukup besar yaitu sekita 4,5% hingga 10%. Pada periode 1991-1993 banyaknya produk baru yang muncul dan peranannya terhadap total nilai penjualan pertahun menurun yaitu hanya 2 macam produk saja dengan kontribusi

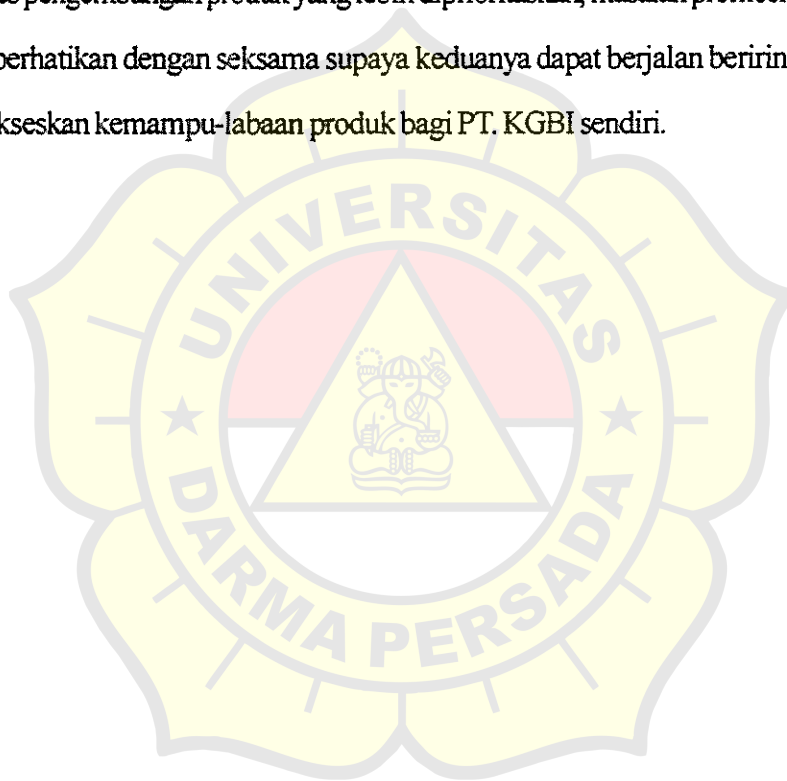
produk baru kurang dari 3%. Kemudian pada tahun 1994 produk baru yang dirunculkan mengalami kenaikan yaitu 11 macam produk dengan kontribusi produk baru mencapai 5%. Tetapi hal ini tidak menutup kemungkinan akan terjadinya kejenuhan karena terlalu banyaknya jenis produk yang dihasilkan, seperti keadaan pada tahun 1987 - 1990 dimana 5 jenis produk, yaitu: Butter Short Cake (KG 21), Cocoa Puff (KG 22) dan (KG 23), Rose Cream (KG 29) dan Lemon Puff (KG 31) kurang berhasil di pasaran.

B. Saran-Saran

1. Bagi PT. KGBI sebagai market challenger yang berfokus pada strategi produk, yaitu dalam hal pengembangan produk, PT. KGBI harus tetap konsisten dalam komitmen bisnisnya yang tertuang dalam kebijakan-kebijakan produk yang dimilikinya terutama dalam operasionalnya agar mampu *survive* menghadapi lawan bisnisnya.
2. Dalam operasional perusahaan PT. KGBI diharapkan mengembangkan wawasan yang tinggi serta mempelajari ilmu pengetahuan yang lebih lagi dari saat ini agar dapat memiliki para staf yang handal dan terpercaya, karena struktur organisasi PT. KGBI yang ramping berdasarkan sistem kekeluargaan seringkali terbentur oleh obsesi pribadi yang vokal dan sering pula hanya berdasarkan pengalaman saja terutama dalam penyelesaian tanggung jawab yang diberikan.
3. Proses pengembangan produk yang menjadi ujung tombak kemampuan-labaan setiap produk yang diluncurkan oleh PT. KGBI memerlukan peralatan produksi

yang canggih untuk mampu mendukung efisiensi produksi, oleh sebab itu kemajuan teknologi perlu diikuti PT. KGBI.

4. Untuk beberapa produk lama yang mulai menurun *performancenya* mungkin disebabkan karena kebanyakan produk lama disarankan agar dimodifikasi secara berkala terutama dalam hal disain terbaru produk yang dikeluarkan pada tahun berikutnya.
5. Untuk mendukung semakin meningkatnya tingkat penjualan produk PT. KGBI selain daripada proses pengembangan produk yang lebih diprioritaskan, masalah promosi pun harus pula diperhatikan dengan seksama supaya keduanya dapat berjalan beriringan untuk menyukseskan kemampu-labaan produk bagi PT. KGBI sendiri.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

Basu Swastha, DH, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi III, BPFE, Yogyakarta, 1983.

Manulang.M, Drs, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Yogyakarta Medan: BKLM, Edisi IX, 1982.

Martin.L.Bell, *Marketing Concept and Strategy*, 3rd ed. Houghton Mifflin Company, Boston, M.A.,1979.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi VI, Jilid I, Erlangga, Jakarta, 1989.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi VI, Jilid I, Erlangga, Jakarta, 1993.

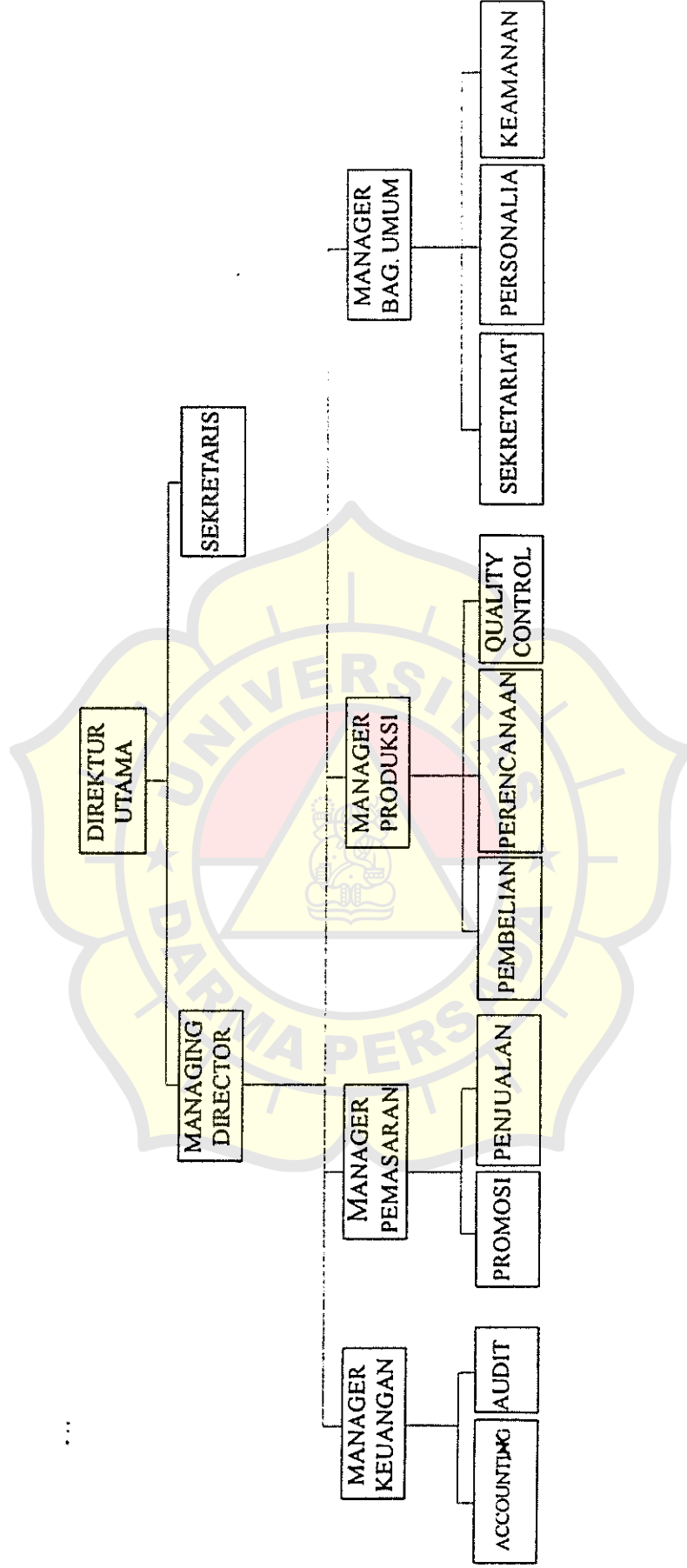
Philip Kotler, *Strategi Pemasaran*, Edisi VII, Erlangga, 1994.

W.J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Edisi VII, Jilid I, Erlangga, Jakarta, 1991.



LAMPIRAN I

STRUKTUR ORGANISASI
PT. KHONG GUAN BISCUIT INDONESIA



(Sumber: PT. Khong Guan Biscuit Indonesia)

LAMPIRAN 2

JENIS-JENIS BISKUIT PRODUKSI
PT. KHONG GUAN BISCUIT INDONESIA
PERIODE 1985 - 1994

TAHUN	KODE	JENIS-JENIS BISKUIT	SATUAN
1985	KG 1	Assorted Biscuit Red	4 x 5 pack/carton
	KG 2	Butter Cream	4 x 6 pack/carton
	KG 3	Chocolate Cream	6 x 6 pack/carton
	KG 4	Chocolate Wafer Deluxe	6 x 6 pack/carton
	KG 5	Cocoa Puff	6 x 6 pack/carton
	KG 6	Cream Crackers	20 pack/carton
	KG 7	Chocolate Wafer	260 pack/tin
	KG 8	Marie Biscuit	4,5 kgs/tin
	KG 9	Chocolate Cream	6,5 kgs/tin
	KG 10	Assorted Biscuit Red	6 tin/carton
	KG 11	Assorted Biscuit Red (rantai)	6 tin/carton
	KG 12	Assorted Biscuit Red Mini	6 tin/carton
	KG 13	Assorted Biscuit VIP Gold	6 tin/carton
	KG 14	Assorted Biscuit White	6 tin/carton
	KG 15	Selected Cream Crackers	6 tin/carton
	KG 16	Selected Healthy Cheese Crackers	6 tin/carton
	KG 17	Selected Sultana Mini	6 tin/carton
	KG 18	Selected Wafer Mini	6 tin/carton
1986	KG 19	Cream Crackers	4 kgs/tin
	KG 20	Square Puff	4,5 kgs/tin
1987	KG 21	Butter Short Cake	6 x 6 pack/carton
	KG 22	Cocoa Puff	20 pack/carton
	KG 23	Cocoa Puff	36 pack/carton
	KG 24	Healthy Crackers	3,5 kgs/tin
	KG 25	Malkist	4,5 kgs/tin
1988	KG 26	Chocolate Wafer Light Crispy	6 x 6 pack/carton
	KG 27	Cream Crackers	9 x 4 pack/carton
	KG 28	Cream Crackers Metalized	24 pack/carton
	KG 29	Rose Cream	6 x 6 pack/carton
	KG 30	Rose Cream Chocolate	6 x 6 pack/carton
	KG 31	Lemon Puff	6 kgs/tin
	KG 32	Sugar Puff	9 x 6 pack/carton
	KG 33	Wafer Stick	20 pack/carton

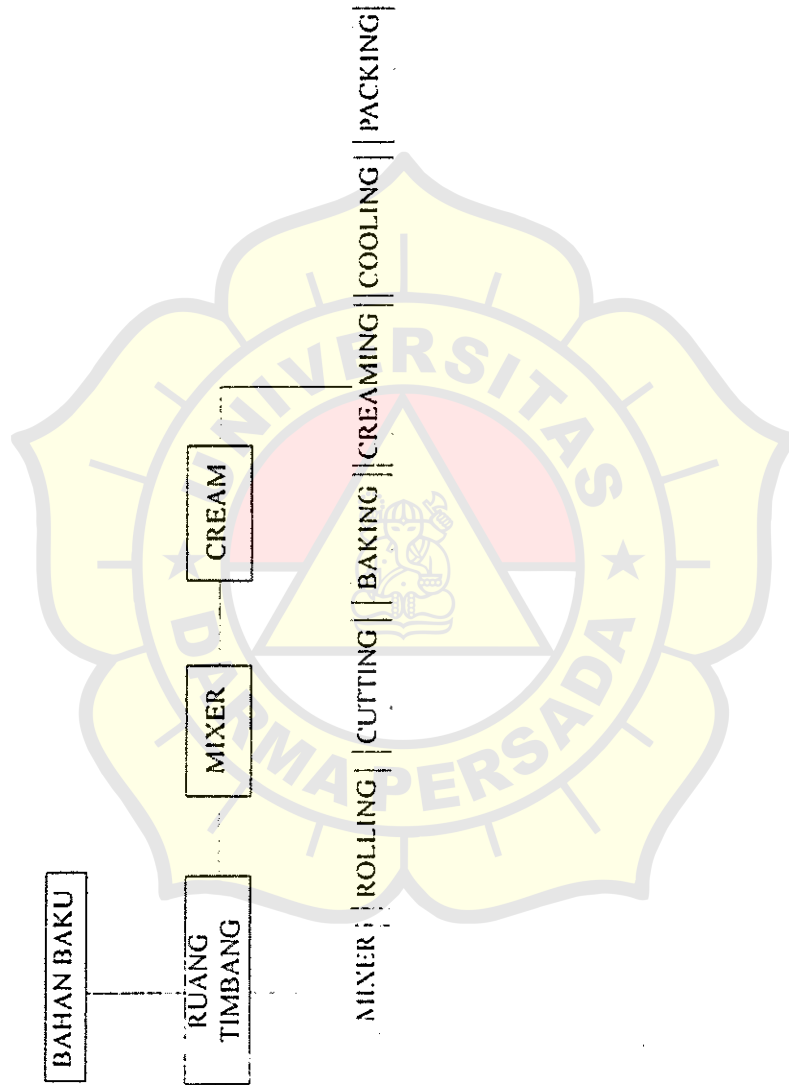
(...LAMPIRAN 2a)

TAHUN	KODE	JENIS-JENIS BISKUIT	SATUAN
1989	KG 34	Delicious Chocolate Cream	6 x 6 pack/carton
	KG 35	Healthy Cheese Crackers	6 x 6 pack/carton
	KG 36	Malkist	6 x 6 pack/carton
	KG 37	Mini Crackers	5,5 kgs/tin
1990	KG 38	Salt Cheese Crackers	30 pack/carton
	KG 39	Assorted Biscuit Biscuit Dynasty	6 tin/carton
	KG 40	Assorted Biscuit Family	6 tin/carton
	KG 41	Assortment Top Biscuit	6 tin/carton
	KG 42	Assortment Top Biscuit Medium	6 tin/carton
	KG 43	Assortment Top Biscuit Mini	6 tin/carton
1991	KG 44	Peanut Cream	30 pack/carton
	KG 45	Salt Cheese Barbeque	30 pack/carton
1992	KG 46	Potato Chip Biscuit	30 pack/carton
	KG 47	Selected Sultana	30 pack/carton
1993	KG 48	Cassy	5 x 20 pack/carton
	KG 49	Big Royal	10 x 20 pack/carton
1994	KG 50	Assortes Biscuit Green Pak	4 x 5 pack/carton
	KG 51	Assorted Biscuit Mini Pak	20 pack/carton
	KG 52	Assorted Biscuit Red Pak	4 x 5 pack/carton
	KG 53	Big Royal "Duo"	60 pack/carton
	KG 54	Big Royal Family Choco Pak	20 pack/carton
	KG 55	Big Royal F. Coconut Pak	20 pack/carton
	KG 56	Big Royal F. Strawberry Pak	20 pack/carton
	KG 57	Blitz Real Cheese. S.Cr	24 pack/carton
	KG 58	Raisin Biscuit	30 pack/carton
	KG 59	Susu Kambing Biscuit	5,5 kgs/tin
	KG 60	Togo Choco. Cr.Sw.Long	5 x 6 pack/carton

Sumber: PT. Khong Guan Biscuit Indonesia

LAMPIRAN 3

SKEMA PROSES PRODUKSI BISCUIT KHONG GUAN



(Sumber: PT. Khong Guan Biscuit Indonesia)

LAMPIRAN 4

**PERKEMBANGAN JUMLAH PRODUKSI
PT. KHONG GUAN BISCUIT INDONESIA
MENURUT JENIS DAN TAHUN PENJUALAN
PERIODE 1985 - 1994 SELURUH INDONESIA**

No.	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994 (ton)
KG. 1	95	93	61	73	79	201	189	163	156	144
KG. 2	95	93	59	63	68	177	152	127	98	90
KG. 3	95	83	52	58	66	177	170	142	132	122
KG. 4	95	108	76	94	110	295	286	229	220	202
KG. 5	95	80	50	56	66	159	158	127	98	90
KG. 6	95	108	76	105	121	348	372	316	294	270
KG. 7	228	260	183	226	264	708	695	550	529	486
KG. 8	95	93	69	86	97	289	247	372	406	373
KG. 9	95	86	57	63	68	177	195	168	161	149
KG. 10	1.900	1.782	1.140	1.260	1.353	3.540	3.904	3.366	3.234	2.970
KG. 11	190	170	109	115	119	325	341	275	259	238
KG. 12	456	390	427	273	303	885	927	816	784	720
KG. 13	190	161	105	115	123	331	341	306	303	279
KG. 14	190	170	95	128	132	325	317	255	196	180
KG. 15	95	108	94	109	132	378	402	357	367	337
KG. 16	114	111	75	88	101	289	311	275	279	256
KG. 17	190	161	105	115	132	354	335	306	318	292
KG. 18	190	201	124	157	220	644	67	612	612	562
KG. 19		108	86	105	132	359	384	357	352	324
KG. 20		77	50	56	57	147	134	102	73	697
KG. 21			48	54	57	153	158	127	98	90
KG. 22			48	56	66	171	170	127	98	90
KG. 23			48	54	57	159	164	132	122	113
KG. 24			67	86	103	295	317	295	308	284
KG. 25			67	109	191	637	768	749	769	706
KG. 26				52	66	188	213	219	245	225
KG. 27				94	117	324	341	306	318	292
KG. 28				79	108	324	384	372	426	392
KG. 29				52	57	159	158	132	122	112
KG. 30				63	70	200	207	178	171	157
KG. 31				63	68	182	195	153	122	112
KG. 32				73	96	289	317	316	343	315
KG. 33				63	70	194	201	163	147	135
KG. 34					88	265	280	255	274	252
KG. 35					77	247	298	300	318	292
KG. 36					88	354	396	357	392	360
KG. 37					88	295	335	306	343	315

(...LAMPIRAN 4a)

KG. 38					295	457	765	1.102	1.013	
KG. 39					177	219	229	264	243	
KG. 40					295	366	367	486	405	
KG. 41					383	506	484	539	495	
KG. 42					295	366	382	441	405	
KG. 43					236	317	346	421	387	
KG. 44						305	382	490	450	
KG. 45						305	357	490	450	
KG. 46							255	612	562	
KG. 47							255	367	337	
KG. 48								245	225	
KG. 49								245	225	
KG. 50									200	
KG. 51									158	
KG. 52									125	
KG. 53									135	
KG. 54									205	
KG. 55									172	
KG. 56									232	
KG. 57									127	
KG. 58									137	
KG. 59									215	
KG. 60									105	
Total	4.503	4.443	3.191	4.243	5.210	16.225	18.374	17.530	19.189	19.551

(Sumber: PT. Khong Guan Biscuit Indonesia)

LAMPIRAN 5

PERKEMBANGAN NILAI PENJUALAN
PT. KHONG GUAN BISCUIT INDONESIA
PERIODE 1985 - 1994 SELURUH INDONESIA
(Rp 000)

No.	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
KG. 1	64.900	72.390	67.275	72.520	118520	230.724	20.615	179.200	178.048	171.200
KG. 2	84.700	94.620	85.522	81.480	132930	265.550	217.000	182.700	145.600	140.000
KG. 3	88.000	89.870	77.137	78.400	131.400	274.950	251.860	211.680	207.350	199.375
KG. 4	73.150	95.095	93.000	105.210	182.000	382.200	355.775	283.500	201.970	271.125
KG. 5	84.700	82.004	70.590	74.690	126.600	243.457	225.680	182.700	145.600	140.000
KG. 6	27.500	35.910	35.400	44.100	75.900	170.274	174.352	148.750	141.960	136.500
KG. 7	120.000	172.368	169.920	190.512	331.200	692.640	646.380	514.080	511.056	491.400
KG. 8	42.900	47.880	49.680	56.252	94.160	219.765	249.375	269.808	306.436	3.294.650
KG. 9	50.600	53.608	48.600	48.720	78.120	159.120	165.760	144.144	143.286	137.775
KG. 10	2.255.000	2.501.825	2.241.000	2.242.800	3.579.300	7.324.200	7.660.800	6.652.800	6.623.760	6.369.000
KG. 11	210.100	215.270	193.200	184.800	282.980	604.890	603.680	489.888	478.166	456.775
KG. 12	295.680	287.280	253.500	254.800	422.280	959.400	960.750	646.720	644.480	812.000
KG. 13	284.000	255.892	232.650	232.540	369.600	775.320	780.480	685.440	706.056	678.900
KG. 14	214.500	219.450	171.000	209.230	320.400	615.615	571.480	462.000	388.160	354.000
KG. 15	85.800	111.720	134.505	144.060	256.800	571.584	577.500	517.440	551.850	530.625
KG. 16	112.200	125.172	116.415	126.735	216.690	477.750	489.090	435.456	457.938	440.325
KG. 17	165.000	160.056	145.200	145.530	247.200	519.480	465.850	428.400	461.370	443.625
KG. 18	116.600	142.025	121.875	140.700	292.000	673.530	658.350	604.800	627.250	603.125
KG. 19		43.225	47.250	53.200	99.600	208.260	213.885	199.920	205.485	197.563
KG. 20		32.775	29.812	30.240	46.110	91.650	79.310	60.480	45.240	435.000
KG. 21			67.500	70.252	111.830	234.604	225.680	182.700	145.600	140.000
KG. 22			22.125	24.255	41.400	83.694	78.400	59.500	47.320	45.500
KG. 23			39.750	41.132	65.720	142.642	139.568	113.526	106.600	120.500
KG. 24			38.325	45.346	80.840	179.400	182.000	172.144	186.732	179.550
KG. 25			39.375	58.800	152.250	397.761	449.920	444.528	475.020	456.750
KG. 26				44.800	84.000	190.125	199.675	208.292	240.500	231.250
KG. 27				130.410	239.560	521.235	517.440	468.720	505.310	485.875
KG. 28				82.992	165.620	392.535	438.795	429.240	511.875	492.188
KG. 29				67.550	109.720	239.031	224.770	190.008	182.000	175.000
KG. 30				84.000	141.700	311.610	303.450	264.600	262.990	252.875
KG. 31				86.940	140.120	298.525	295.680	234.360	194.350	186.875
KG. 32				35.770	70.400	164.346	170.887	171.860	192.920	116.250
KG. 33				44.940	74.880	162.162	158.235	365.400	407.680	392.000
KG. 34					168.800	398.385	397.670	365.400	505.310	485.875
KG. 35					158.200	398.034	452.760	460.908	621.920	598.000
KG. 36					180.200	568.620	600.600	546.840	621.920	598.000
KG. 37					180.800	234.000	252.175	233.520	271.180	260.750
KG. 38					89.600	345.150	504.000	856.800	1.281.150	1.231.875
KG. 39						335.790	395.640	415.800	497.016	477.900
KG. 40						315.900	371.700	377.580	468.000	450.000

(...LAMPIRAN 5a)

KG. 41						752.895	941.220	909.720	1.049.620	1.009.250
KG. 42						448.500	522.900	554.400	662.220	636.750
KG. 43						252.720	322.140	354.144	447.200	430.000
KG. 44							372.750	472.500	629.200	605.000
KG. 45							337.750	399.840	569.400	547.500
KG. 46								294.000	731.250	703.125
KG. 47								366.800	549.900	528.750
KG. 48									124.800	120.000
KG. 49									221.000	212.500
KG. 50										112.200
KG. 51										120.000
KG. 52										116.600
KG. 53										116.415
KG. 54										121.875
KG. 55										118.250
KG. 56										134.880
KG. 57										131.400
KG. 58										132.930
KG. 59										133.000
KG. 60										135.000
Total	4.355.330	4.738.435	4.580.606	5.333.706	9.659.410	22.282.063	24.203.671	23.413.036	26.061.024	26.830.411

(Sumber: PT. Khong Guan Biscuit Indonesia)

LAMPIRAN 6

**STRUKTUR INDUSTRI SELURUH INDONESIA
BERDASARKAN TOTAL NILAI JUMLAH PRODUKSI
DAN TOTAL NILAI PENJUALAN PERIODE 1985 - 1994
(ASSORTED BISCUITS, COOKIE BISCUITS)**

kode: 13992

TAHUN	QUANTITY	VALUE
	(TON)	(Rp 000)
1985	14.912	14.568.350
1986	14.667	16.329.824
1987	10.461	14.696.391
1988	13.850	17.135.173
1989	17.424	31.546.127
1990	53.850	76.611.316
1991	60.895	80.798.446
1992	58.280	78.290.185
1993	62.898	84.280.088
1994	65.178	96.197.142

Biro Pusat Statistik, 24/04/97)

LAMPIRAN 7

**PERKEMBANGAN PRODUKSI
PT. KHONG GUAN BISCUIT INDONESIA
TAHUN 1985 - 1994**

(dalam %)

No.	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
KG. 1	2,1	2,1	1,9	1,7	1,5	1,2	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 2	2,1	2,1	1,8	1,5	1,3	1,1	1,0	1,0	0,5	0,5
KG. 3	2,1	1,7	1,6	1,4	1,3	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 4	2,1	2,4	2,4	2,2	2,1	1,8	1,6	1,3	1,1	1,0
KG. 5	2,1	1,8	1,6	1,3	1,3	1,0	1,0	1,0	0,5	0,5
KG. 6	2,1	2,4	2,4	2,5	2,3	2,1	2,0	1,8	1,5	1,4
KG. 7	5,1	5,9	5,7	5,3	5,1	4,4	3,8	3,1	2,8	2,5
KG. 8	2,1	2,1	2,2	2,0	1,7	1,8	1,9	2,1	2,1	2,0
KG. 9	2,1	1,6	1,8	1,5	1,3	1,1	1,1	1,0	1,0	1,0
KG. 10	42,2	40,1	35,7	29,7	26,0	21,8	21,2	19,2	16,9	15,2
KG. 11	4,2	3,8	3,4	2,7	2,3	2,0	1,9	1,6	1,3	1,2
KG. 12	10,1	8,8	7,7	6,4	5,8	5,5	5,0	4,7	4,1	3,7
KG. 13	4,2	3,6	3,3	2,7	2,4	2,0	1,9	1,7	1,6	1,4
KG. 14	4,2	3,8	3,0	3,0	2,5	2,0	1,7	1,5	1,0	1,0
KG. 15	2,1	2,4	2,9	2,6	2,5	2,3	2,2	2,0	1,9	1,7
KG. 16	2,5	2,5	2,4	2,1	1,9	1,8	1,7	1,6	1,5	1,3
KG. 17	4,2	3,6	3,3	2,7	2,5	2,2	1,8	1,7	1,7	1,5
KG. 18	4,2	4,5	3,9	3,7	4,2	4,0	3,4	3,5	3,2	2,9
KG. 19		2,4	2,7	2,5	2,5	2,2	2,1	2,0	1,8	1,7
KG. 20		1,7	1,7	1,3	1,1	1,0	1,0	1,0	0,4	0,3
KG. 21			1,5	1,3	1,1	1,0	1,0	1,0	0,5	0,5
KG. 22			1,5	1,3	1,3	1,1	1,0	1,0	0,5	0,5
KG. 23			1,5	1,3	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 24			2,1	2,0	2,0	1,8	1,0	1,7	1,6	1,5
KG. 25			2,1	2,6	3,7	3,9	4,2	4,3	4,0	3,6
KG. 26				1,2	1,3	1,2	1,2	1,2	1,3	1,2
KG. 27				2,2	2,2	2,0	1,9	1,7	1,7	1,5
KG. 28				1,9	2,1	2,0	2,1	2,1	2,2	2,0
KG. 29				1,2	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 30				1,5	1,3	1,2	1,1	1,0	1,0	1,0
KG. 31				1,5	1,3	1,1	1,1	1,0	1,0	1,0
KG. 32				1,7	1,8	1,8	1,7	1,8	1,8	1,6
KG. 33				1,5	1,3	1,2	1,1	1,0		1,0
KG. 34					1,7	1,6	1,5	1,5	1,4	1,3
KG. 35					1,5	1,5	1,6	1,7	1,7	1,5
KG. 36					1,7	2,2	2,2	2,0	2,0	1,8
KG. 37					1,7	1,8	1,8	1,7	1,8	1,6
KG. 38						1,8	2,5	4,4	5,7	5,2
KG. 39						1,1	2,5	1,3	1,4	1,8
KG. 40						1,8	1,2	2,1	2,5	2,1

(...LAMPIRAN 7a)

KG. 41					2,4	2,0	2,8	2,8	2,5
KG. 42					1,8	2,8	2,2	2,3	2,1
KG. 43					1,5	2,0	2,0	2,2	2,0
KG. 44						1,7	2,2	2,6	2,3
KG. 45						1,7	2,0	2,6	2,3
KG. 46						1,7	1,5	3,2	2,9
KG. 47							1,5	1,9	1,7
KG. 48								1,3	1,2
KG. 49								1,3	1,2
KG. 50									1,0
KG. 51									1,0
KG. 52									1,0
KG. 53									1,0
KG. 54									1,0
KG. 55									1,0
KG. 56									1,2
KG. 57									1,0
KG. 58									1,0
KG. 59									1,1
KG. 60									0,5
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100

(Sumber: PT. Khong Guan Biscuit Indonesia)

LAMPIRAN 8

**PERKEMBANGAN NILAI PENJUALAN
PT. KHONG GUAN BISCUIT INDONESIA
TAHUN 1985 - 1994**

(dalam %)

No.	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
KG. 1	1,5	1,5	1,5	1,4	1,2	1,0		1,0	1,0	1,0
KG. 2	1,9	2,0	1,9	1,5	1,4	1,2	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 3	2,0	1,9	1,7	1,5	1,4	1,2	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 4	1,7	2,0	2,0	2,0	1,9	1,7	1,5	1,2	1,0	1,0
KG. 5	1,9	1,7	1,5	1,4	1,2	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 6	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 7	2,8	3,6	3,7	3,6	3,4	3,0	2,7	2,2	2,0	1,8
KG. 8	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,0	1,0	1,2	1,2	1,1
KG. 9	1,2	1,1	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 10	51,8	51,7	48,9	42,0	37,1	32,1	31,7	28,4	25,4	23,7
KG. 11	4,8	4,4	4,2	3,5	2,9	2,6	2,5	2,1	1,8	1,7
KG. 12	6,8	6,0	5,5	4,8	4,4	4,2	3,4	3,6	3,2	3,0
KG. 13	6,1	5,3	5,1	4,4	4,0	3,4	3,1	2,9	2,7	2,5
KG. 14	4,9	4,5	3,7	3,9	3,3	2,7	2,4	2,0	1,4	1,3
KG. 15	2,0	2,3	2,9	2,7	2,7	2,5	2,4	2,2	2,1	2,0
KG. 16	2,6	2,6	2,5	2,4	2,2	2,1	2,0	1,9	1,8	1,6
KG. 17	3,9	3,3	3,2	2,7	2,6	2,3	1,9	1,8	1,8	1,7
KG. 18	2,7	2,9	2,7	2,6	3,0	3,0	2,7	2,3	2,4	2,2
KG. 19		1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 20		1,0	1,0	1,0	1,0	0,4	1,3	0,3	0,2	1,6
KG. 21			1,5	1,3	1,2	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 22			0,4	1,0	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2
KG. 23			1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,4	0,4
KG. 24			1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 25			1,0	1,1	1,6	1,7	1,9	1,9	1,8	1,7
KG. 26				1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 27				2,4	2,5	2,3	2,1	2,0	1,9	1,8
KG. 28				1,6	1,7	1,7	1,8	1,8	2,0	1,8
KG. 29				1,3	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 30				1,6	1,5	1,4	1,3	1,1	1,0	1,0
KG. 31				1,6	1,5	1,3	1,8	1,0	1,0	1,0
KG. 32				1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,4
KG. 33				1,0	1,0	1,0	1,0	1,6	1,6	1,5
KG. 34					1,7	1,7	1,6	1,6	1,9	1,8
KG. 35					1,6	1,7	1,9	2,0	2,4	2,2
KG. 36					1,9	2,5	2,5	2,3	2,4	2,2
KG. 37					1,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
KG. 38					1,0	1,5	2,1	3,7	5,0	4,6
KG. 39						1,5	1,6	1,8	1,9	1,8
KG. 40						1,4	1,5	1,6	1,8	1,7

(...LAMPIRAN 8a)

KG. 41						3,3	3,9	3,9	4,0	4,0
KG. 42						2,0	2,2	2,4	2,5	2,4
KG. 43						1,1	1,3	1,5	1,7	1,6
KG. 44							1,5	2,0	2,4	2,3
KG. 45							1,4	1,7	2,2	2,0
KG. 46								1,3	2,8	2,6
KG. 47								1,6	2,1	2,0
KG. 48									1,0	0,4
KG. 49									1,0	1,0
KG. 50										0,4
KG. 51										0,4
KG. 52										0,4
KG. 53										0,4
KG. 54										1,0
KG. 55										0,4
KG. 56										1,0
KG. 57										1,0
KG. 58										1,0
KG. 59										1,0
KG. 60										1,0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

(Sumber: PT. Khong Guan Biscuit Indonesia)



P.T. KHONG GUAN BISCUIT

JL. KEBON SIRIH 88
JAKARTA 10110
INDONESIA

PHONE : 3806956
TELEX : 45138 MONDE IA
FAX : 62 - 21 - 3845024
62 - 21 - 3844217

SURAT KETERANGAN

=====

g bertandatangan dibawah ini :

Nama : JM SUTJIPTO W
Jabatan : Marketing Manager
Alamat : Jl. Kebon Sirih No. 88
Jakarta 10110

gan ini menerangkan bahwa :

Nama : CHRISTINA WANDINI
Nim : 91410003
Alamat : Jl. Kebon Kacang 44 / 3B
Jakarta 10240
Status : Mahasiswi Universitas Darma Persada
Semester : Akhir

ah mengadakan Resert di Perusahaan kami dalam rangka
gumpulkan data-data yang diperlukan dalam penulisan Skripsi
gan judul :

PENGARUH PROSES PENGEMBANGAN PRODUK
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA
PT. KHONG GUAN BISCUIT INDONESIA
SEBAGAI MARKETING CHALLENGER

ikianlah surat keterangan ini diberikan untuk melengkapi bukti
ulisan skripsi ini.

Jakarta, 16 Juni 1997

