

Lampiran 1. Penentuan Kekuatan dan Kelemahan Faktor Strategi Internal Dalam Pemasaran Teh Tayu dari 3 Responden

No.	Faktor Strategi Internal	Jumlah		Hasil
		(+)	(-)	
1.	Teh tayu memiliki aroma yang khas dengan teh lainnya	3	0	S
2.	Memiliki umur simpan yang lama	3	0	S
3.	Harga jual tinggi	3	0	S
4.	Bermanfaat bagi kesehatan	2	1	S
5.	Kualitas teh	3	0	S
6.	Kemasan kurang menarik	0	3	W
7.	Media promosi kurang menarik	0	3	W
8.	Kurangnya distribusi kepada swalayan – swalayan	0	3	W
9.	Peralatan yang digunakan masih sederhana	0	3	W
10.	Lokasi pemasaran tidak strategis	0	3	W

Keterangan : S = Strength (Kekuatan)

W = Weakness (kelemahan)

Lampiran 2. Penentuan Bobotan Faktor Strategis Internal Dalam Pemasaran Teh Tayu dari 3 Responden

Faktor Strategis Internal	Jumlah			N	Σ	Rata – rata	Nilai Bobot
	1	2	3				
Teh tayu memiliki aroma yang khas dengan teh lainnya	0	2	1	3	7	2,33	0,094
Memiliki umur simpan yang lama	0	0	3	3	9	3,00	0,123
Harga jual tinggi	0	2	1	3	7	2,33	0,094
Bermanfaat bagi kesehatan	0	3	0	3	6	2,00	0,081
Lokasi pemasaran tidak strategis	0	2	1	3	9	2,00	0,081
Kualitas teh	0	0	3	3	9	3,00	0,123
Kemasan kurang menarik	0	0	3	3	9	3,00	0,123
Media promosi kurang efektif	0	0	3	3	9	3,00	0,123
Peralatan yang digunakan masih sederhana	0	2	1	3	6	2,00	0,081
Kurangnya distribusi keswalayan – swalayan	0	1	2	3	6	2,00	0,081
Total						24,66	1,000

Lampiran 3 Hasil Perhitungan peringkat/rating faktor kekuatan dari 3 responden

Faktor Strategis Internal	Jumlah				N	Σ	Nilai	Nilai Akhir
	1	2	3	4				
Teh tayu memiliki aroma yang khas dengan teh lainnya	0	0	1	2	3	11	3,66	4
Memiliki umur simpan yang lama	0	0	0	3	3	12	4,00	4
Harga jual tinggi	0	0	2	1	3	10	3,33	3
Bermanfaat bagi kesehatan	0	0	1	2	3	11	3,66	4
Kualitas teh	0	0	1	2	3	11	3,66	4



Lampiran 4. Hasil perhitungan peringkat/rating kelemahan dari 3 responden

Faktor Strategis Internal	Jumlah				N	Σ	Nilai	Nilai Akhir
	1	2	3	4				
Kemasan kurang menarik	3	0	0	0	3	3	1,00	1
Media promosi kurang efektif	3	0	0	0	3	3	1,00	1
Peralatan yang digunakan masih sederhana	0	3	0	0	3	6	2,00	2
Kurangnya distribusi keswalayan - swalayan	0	3	0	0	3	6	2,00	2
Lokasi pemasaran cukup strategis	3	0	0	0	3	6	2,00	2



Lampiran 5. Hasil Perhitungan evaluasi faktor internal pemasaran teh tayu di Desa Ketap

Faktor – faktor Strategi Alternatif	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan (Strenght)			
1. Teh tayu memiliki aroma yang berbeda dengan teh lainnya	0,094	4	0,376
2. Memiliki umur simpan yang lama	0,123	4	0,492
3. Harga mahal	0,094	3	0,282
4. Bermanfaat bagi kesehatan	0,081	4	0,324
5. Kualitas teh	0,123	4	0,492
Jumlah	0,515		1,966
Kelemahan (Weakness)			
1. Kemasan kurang menarik	0,123	1	0,123
2. Media promosi kurang efektif	0,123	1	0,123
3. Kurangnya distribusi keswalayan - swalayan	0,081	2	0,162
4. Peralatan yang digunakan masih	0,081	2	0,162
6. Lokasi pemasaran cukup strategis	0,081	3	0,243
Jumlah	0,489		0,813
Total kekuatan + Kelemahan	1,000		1,966

Lampiran 6. Penentuan Peluang dan Ancaman Faktor Strategi Eksternal Dalam Pemasaran Teh Tayu dari 3 Responden

No.	Faktor Strategi Internal	Jumlah		Hasil
		(+)	(-)	
1.	Membuka lapangan pekerjaan	3	0	O
2.	Memiliki pelanggan tetap	3	0	O
3.	Meningkatkan pendapatan petani	3	0	O
4.	Didukung oleh pemerintah	2	1	O
5.	Rendahnya pengetahuan petani	1	2	T
6.	Saluran pemasaran yang sederhana	2	1	O
7.	Potensi desa	3	0	O
8.	Pengaruh dari produk lain	0	3	T
9.	Harga dari produk lain	0	3	T
10.	Peluang pasar	3	0	O

Keterangan : O = Opportunity (Peluang)

T = Treath (Ancaman)



Lampiran 7. Penentuan Bobotan Faktor Strategis Eksternal Dalam Pemasaran Teh Tayu dari 3 Responden

Faktor Strategis Internal	Jumlah			N	Σ	Rata – rata	Nilai Bobot
	1	2	3				
Membuka lapangan pekerjaan	0	0	3	3	9	3,00	0,109
Memiliki pelanggan tetap	0	3	0	3	6	2,00	0,073
Meningkatkan pendapatan petani	0	0	3	3	9	3,00	0,109
Dukungan pemerintah	0	3	0	3	6	2,00	0,073
Rendahnya pengetahuan petani	0	0	3	3	9	3,00	0,109
Saluran pemasaran yang sederhana	0	0	3	3	9	3,00	0,109
Potensi desa	0	0	3	3	9	3,00	0,109
Pengaruh dari produk lain	0	0	3	3	9	3,00	0,109
Harga dari produk lain	0	2	1	3	7	2,33	0,085
Peluang pasar	0	0	3	3	9	3,00	0,109
Total						27,33	1,000

Lampiran 8 Hasil Perhitungan peringkat/rating faktor peluang dari 3 responden

Faktor Strategis Internal	Jumlah				N	Σ	Nilai	Nilai Akhir
	1	2	3	4				
Membuka lapangan pekerjaan	0	0	0	3	3	12	4,00	4
Memiliki pelanggan tetap	0	0	2	1	3	10	3,33	3
Meningkatkan pendapatan petani	0	0	1	2	3	11	3,66	4
Didukung pemerintah	0	0	1	2	3	11	3,66	4
Saluran pemasaran yang sederhana	0	0	0	3	3	12	4,00	4
Potensi desa	0	0	1	2	3	11	3,66	4
Peluang pasar	0	0	2	1	3	10	3,33	3

Lampiran 9. Hasil perhitungan peringkat/rating ancaman dari 3 responden

Faktor Strategis Internal	Jumlah				N	Σ	Nilai	Nilai Akhir
	1	2	3	4				
Rendahnya pengetahuan petani	0	0	0	3	3	12	4,00	4
Pengaruh dari produk lain	0	0	2	1	3	10	2,33	2
Harga dari produk lain	0	0	1	2	3	11	3,66	4



Lampiran 10. Hasil Perhitungan evaluasi faktor eksternal pemasaran teh tayu di
Desa Ketap

Faktor – faktor Strategi Alternatif	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang (Opportunity)			
1. Membuka lapangan pekerjaan	0,109	4	0,436
2. Memiliki pelanggan tetap	0,073	3	0,219
3. Dapat membantu pendapatan petani	0,109	4	0,436
4. Didukung oleh pemerintah	0,073	4	0,292
5. Saluran pemasaran yang sederhana	0,109	4	0,436
6. Peluang pasar	0,109	4	0,436
7. Potensi desa	0,109	3	0,327
Jumlah	0,691		2,525
Ancaman (Theart)			
Kurangnya pengetahuan petani dalam memasarkan produk	0,109	4	0,436
Pengaruh dari produk lain	0,109	2	0,218
Harga dari produk lain	0,085	4	0,34
Jumlah	0,303		0,994
Total kekuatan + Kelemahan	1,000		3,519

LAMPIRAN



RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Mentok, pada tanggal 18 Agustus 1994. Penulis ini merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Judin dan Ibu Misnah. Penulis ini Menyelesaikan Pendidikan dasar di SDN 21 Mentok pada tahun 2006. Pendidikan Menengah Pertama diselesaikan di SMPN 1 Mentok pada tahun 2009. Pendidikan Menengah Atas diselesaikan penulis pada tahun 2012 di SMK BINA KARYA 2 Mentok.

Pada tahun 2012 penulis diterima di Universitas Bangka Belitung melalui jalur mandiri pada Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi. Selama perkuliahan, penulis aktif pada organisasi Himpunan Mahasiswa Agribisnis (HIMAGRIS) pada periode tahun 2013 – 2015.