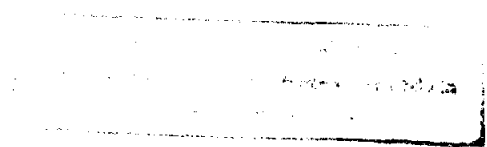


LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Pembobotan variabel Kesempatan

No.	Kesempatan / Opportunities	GM	Departemen				Mean
			S & M	Finance	HRD	BIS	
1	Konsumen Coca-Cola dari berbagai lapisan masyarakat	0,06	0,05	0,06	0,04	0,06	0,053
2	Jumlah konsumsi Coca-Cola per kapita yang masih rendah	0,05	0,05	0,04	0,04	0,05	0,047
3	Jumlah penduduk terutama yang berusia muda sangat besar	0,05	0,04	0,05	0,05	0,06	0,050
4	Efek multiplier industri minuman ringan yang besar pada tenaga kerja	0,02	0,02	0,02	0,03	0,03	0,028
5	Pertumbuhan bisnis supermarket dan pertokoan di Surabaya	0,04	0,05	0,06	0,05	0,06	0,052
6	Jumlah pedagang kecil (street vendor) yang terus bertambah	0,05	0,05	0,06	0,05	0,06	0,053
7	Surabaya merupakan kota ke-2 terbesar di Indonesia	0,02	0,03	0,03	0,02	0,03	0,030
8	Coca-Cola sebagai market leader di pasar soft drink	0,04	0,05	0,04	0,05	0,05	0,047
9	Acara selamatan yang merupakan tradisi di Jawa Timur	0,03	0,03	0,03	0,02	0,02	0,030
10	Jawa timur merupakan propinsi dengan jumlah populasi terbesar di Indonesia	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03	0,030
11	Banyaknya sekolah-sekolah untuk pengembangan pasar anak muda	0,05	0,05	0,06	0,04	0,06	0,052
	Jumlah Bobot Variabel Kesempatan	0,430	0,44	0,48	0,42	0,51	0,472



 Universitas Mitra Indonesia

Lampiran 2. Hasil Pembobotan Variabel Ancaman

No.	Ancaman / Threats	GM	Departemen				Mean
			S & M	Finance	HRD	BIS	
1	Kondisi ekonomi domestik yang belum membaik	0,06	0,05	0,06	0,06	0,05	0,057
2	Kenaikan harga bahan baku (raw material)	0,05	0,06	0,05	0,06	0,05	0,053
3	Kenaikan harga bahan bakar, PLN, Telpon, & PDAM	0,05	0,06	0,06	0,05	0,06	0,055
4	Persaingan yang semakin tajam	0,05	0,04	0,03	0,04	0,04	0,037
5	Bertambahnya jumlah kompetitor	0,05	0,05	0,05	0,05	0,03	0,045
6	Konsumen yang fanatik pada produk pesaing khususnya di sini dalam pasar teh	0,05	0,05	0,04	0,05	0,05	0,047
7	Trend pertumbuhan pasar yang menurun dibandingkan tahun sebelumnya	0,05	0,06	0,04	0,05	0,04	0,047
8	Minuman ringan merupakan barang yang elastis terhadap harga	0,05	0,03	0,04	0,05	0,03	0,040
9	Pajak penjualan barang mewah yang dikenakan pada produk Coca-Cola akan membebani konsumen	0,05	0,05	0,04	0,04	0,04	0,040
10	Kondisi sosial dan keamanan yang menjurus ke banyaknya orang yang anti produk Amerika khususnya pasca pengeboman WTC di Amerika dan di Bali	0,05	0,06	0,05	0,06	0,05	0,053
11	Konflik dengan karyawan yang terkena program redundancy	0,03	0,03	0,03	0,04	0,03	0,030
12	Nama baik/image perusahaan yang memburuk akibat program redundancy tersebut	0,03	0,02	0,03	0,03	0,02	0,025
	Jumlah Bobot Variabel Ancaman	0,57	0,56	0,52	0,58	0,49	0,528
	Jumlah Bobot Variabel Kesempatan	0,430	0,440	0,480	0,420	0,510	0,472
	Jumlah Bobot Total	1	1	1	1	1	1,000

Lampiran 3. Hasil Pembobotan Variabel Kekuatan

No.	Kekuatan / Strength	GM	Departemen				Mean
			S & M	Finance	HRD	BIS	
1	Merek dagang Coca-Cola yang sudah dikenal sejak tahun 1927	0,04	0,03	0,04	0,03	0,04	0,037
2	Coca-Cola di negara manapun memiliki mutu, rasa dan kesegaran yang sama	0,03	0,03	0,02	0,03	0,02	0,027
3	Coca-Cola merupakan global brand	0,02	0,02	0,03	0,03	0,02	0,023
4	Segment/channel penjualan yang meliputi 6 segment kunci	0,05	0,06	0,04	0,05	0,06	0,052
5	Teknologi yang digunakan seperti OATS	0,04	0,05	0,05	0,04	0,05	0,045
6	Sistem komunikasi yang digunakan Lotus Notes	0,03	0,03	0,02	0,02	0,03	0,027
7	Jaringan distribusi yang luas meliputi 15 SC menyebar wilayah di Jawa Timur	0,06	0,06	0,05	0,04	0,05	0,053
8	Sistem manajemen yang terorganisasi dengan baik	0,03	0,02	0,03	0,02	0,03	0,027
9	Iklim dan budaya organisasi yang sudah terbentuk	0,02	0,03	0,02	0,02	0,02	0,022
10	Kondisi keuangan	0,03	0,04	0,05	0,04	0,03	0,037
11	Sarana peningkatan SDM seperti IP Program, training karyawan	0,03	0,04	0,03	0,05	0,02	0,033
12	Jumlah outlet yang banyak	0,05	0,05	0,06	0,06	0,06	0,055
13	Investasi di Cold Drink Equipment (Ice Chest & Cooler)	0,03	0,02	0,02	0,03	0,02	0,025
14	Promosi dan advertising yang continue	0,04	0,04	0,03	0,03	0,04	0,037
15	Inovasi dengan mengeluarkan produk baru	0,02	0,02	0,03	0,02	0,02	0,022
16	Challenging (insentif) yang selalu diadakan tiap bulan untuk memotivasi karyawan khususnya salesman	0,04	0,04	0,03	0,04	0,03	0,037
17	Kualitas produk baik	0,03	0,02	0,04	0,03	0,03	0,030
18	Kapasitas truk dan kemampuan loading sudah sesuai	0,02	0,03	0,03	0,02	0,02	0,023
	Jumlah Bobot Variabel Kekuatan	0,61	0,63	0,62	0,6	0,59	0,610

Lampiran 4. Hasil Pembobotan Variabel Kelemahan

No.	Kelemahan / Weaknesses	GM	Departemen				Mean
			S & M	Finance	HRD	BIS	
1	Sistem pengadaan barang (procurement)	0,03	0,02	0,02	0,02	0,04	0,027
2	Kinerja transporter yang kurang baik menyebabkan delivery produk sering bermasalah	0,03	0,04	0,03	0,02	0,04	0,032
3	Sistem pengelolaan dan persediaan barang (stock level)	0,05	0,06	0,06	0,05	0,06	0,055
4	Redundancy program	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03	0,025
5	Merchandising tidak lengkap di semua outlet karena banyaknya jumlah outlet	0,02	0,02	0,03	0,03	0,02	0,023
6	Biaya distribusi tinggi karena harus mengunjungi banyak outlet	0,03	0,02	0,02	0,03	0,02	0,025
7	Kehabisan botol kosong terutama saat peak season karena perputaran botol yang lambat	0,06	0,05	0,06	0,06	0,05	0,057
8	Supply produk khususnya produk Liter	0,06	0,05	0,05	0,06	0,04	0,053
9	Area SC yang tidak memadai untuk kebutuhan loading/unloading	0,04	0,03	0,03	0,04	0,04	0,037
10	Sistem kontrol pada saat pengiriman barang	0,02	0,03	0,03	0,03	0,03	0,027
11	Kebijakan dari Pusat (NO) yang terkadang tidak sesuai untuk diterapkan di tiap Unit	0,03	0,03	0,02	0,03	0,04	0,030
	Jumlah Bobot Variabel Kelemahan	0,39	0,37	0,38	0,4	0,41	0,39
	Jumlah Bobot Variabel Kekuatan	0,61	0,63	0,62	0,6	0,59	0,61
	Jumlah Bobot Total	1	1	1	1	1	1

Lampiran 5. Hasil Rating variabel Kesempatan

No.	Kesempatan / Opportunities	GM	Departemen				Mean
			S & M	Finance	HRD	BIS	
1	Konsumen Coca-Cola dari berbagai lapisan masyarakat	3	4	3	4	3	3,400
2	Jumlah konsumsi Coca-Cola per kapita yang masih rendah	3	4	4	3	4	3,600
3	Jumlah penduduk terutama yang berusia muda sangat besar	4	4	4	4	3	3,800
4	Efek multiplier industri minuman ringan yang besar pada tenaga kerja	3	3	2	3	2	2,600
5	Pertumbuhan bisnis supermarket dan pertokoan di Surabaya	3	3	3	4	4	3,400
6	Jumlah pedagang kecil (street vendor) yang terus bertambah	4	4	4	4	3	3,800
7	Surabaya merupakan kota ke-2 terbesar di Indonesia	3	4	3	3	3	3,200
8	Coca-Cola sebagai market leader di pasar soft drink	4	4	4	4	4	4,000
9	Acara selamatan yang merupakan tradisi di Jawa Timur	2	2	3	4	3	2,800
10	Jawa timur merupakan propinsi dengan jumlah populasi terbesar di Indonesia	2	2	3	3	3	2,600
11	Banyaknya sekolah-sekolah untuk pengembangan pasar anak muda	4	4	3	4	4	3,800

Lampiran 6. Hasil Rating Variabel Ancaman

No.	Ancaman / Threats	GM	Departemen				Mean
			S & M	Finance	HRD	BIS	
1	Kondisi ekonomi domestik yang belum membaik	4	3	3	3	4	3,400
2	Kenaikan harga bahan baku (raw material)	3	3	3	3	3	3,000
3	Kenaikan harga bahan bakar, PLN, Telpon, & PDAM	3	3	3	3	3	3,000
4	Persaingan yang semakin tajam	3	3	3	3	3	3,000
5	Bertambahnya jumlah kompetitor	3	3	3	3	4	3,200
6	Konsumen yang fanatik pada produk pesaing khususnya di sini dalam pasar teh	3	3	3	3	3	3,000
7	Trend pertumbuhan pasar yang menurun dibandingkan tahun sebelumnya	3	3	4	4	2	3,200
8	Minuman ringan merupakan barang yang elastis terhadap harga	3	3	3	3	3	3,000
9	Pajak penjualan barang mewah yang dikenakan pada produk Coca-Cola akan membebani konsumen	2	2	2	3	2	2,200
10	Kondisi sosial dan keamanan yang menjurus ke banyaknya orang yang anti produk Amerika khususnya pasca pengeboman WTC di Amerika dan di Bali	3	2	3	3	3	2,800
11	Konflik dengan karyawan yang terkena program redundancy	2	1	2	2	1	1,600
12	Nama baik/image perusahaan yang memburuk akibat program redundancy tersebut	2	1	2	1	1	1,400

Lampiran 7. Hasil Rating Variabel Kekuatan

No.	Kekuatan / Strength	GM	Departemen				Mean
			S & M	Finance	HRD	BIS	
1	Merek dagang Coca-Cola yang sudah dikenal sejak tahun 1927	3	4	3	3	3	3,20
2	Coca-Cola di negara manapun memiliki mutu, rasa dan kesegaran yang sama	4	4	3	4	3	3,60
3	Coca-Cola merupakan global brand	4	4	4	4	4	4,00
4	Segment/channel penjualan yang meliputi 6 segment kunci	4	3	3	3	4	3,40
5	Teknologi yang digunakan seperti OATS	4	3	3	3	4	3,40
6	Sistem komunikasi yang digunakan Lotus Notes	4	3	3	3	3	3,20
7	Jaringan distribusi yang luas meliputi 15 SC menyebar wilayah di Jawa Timur	3	3	4	3	3	3,20
8	Sistem manajemen yang terorganisasi dengan baik	3	4	3	4	4	3,60
9	Iklim dan budaya organisasi yang sudah terbentuk	3	4	3	4	4	3,60
10	Kondisi keuangan	3	4	4	4	4	3,80
11	Sarana peningkatan SDM seperti IP Program, training karyawan	4	4	4	3	3	3,60
12	Jumlah outlet yang banyak	4	4	4	4	3	3,80
13	Investasi di Cold Drink Equipment (Ice Chest & Cooler)	4	4	3	4	4	3,80
14	Promosi dan advertising yang continue	3	4	4	4	4	3,80
15	Inovasi dengan mengeluarkan produk baru	3	4	4	3	3	3,40
16	Challenging (insentif) yang selalu diadakan tiap bulan untuk memotivasi karyawan khususnya salesman	4	4	4	4	4	4,00
17	Kualitas produk baik	4	4	4	4	4	4,00
18	Kapasitas truk dan kemampuan loading sudah sesuai	3	3	2	3	3	2,80

Lampiran 8. Hasil Rating Variabel Kelemahan

No.	Kelemahan / Weaknesses	GM	Departemen				Mean
			S & M	Finance	HRD	BIS	
1	Sistem pengadaan barang (procurement)	3	2	2	3	3	2,60
2	Kinerja transporter yang kurang baik menyebabkan delivery produk sering bermasalah	4	3	3	3	4	3,40
3	Sistem pengelolaan dan persediaan barang (stock level)	1	1	2	2	2	1,60
4	Redundancy program	3	2	2	2	2	2,20
5	Merchandising tidak lengkap di semua outlet karena banyaknya jumlah outlet	2	1	1	2	1	1,40
6	Biaya distribusi tinggi karena harus mengunjungi banyak outlet	2	2	1	2	3	2,00
7	Kehabisan botol kosong terutama saat peak season karena perputaran botol yang lambat	4	3	4	3	3	3,40
8	Supply produk khususnya produk Liter	3	1	2	2	3	2,20
9	Area SC yang tidak memadai untuk kebutuhan loading/unloading	4	3	3	3	3	3,20
10	Sistem kontrol pada saat pengiriman barang	2	2	2	3	2	2,20
11	Kebijakan dari Pusat (NO) yang terkadang tidak sesuai untuk diterapkan di tiap Unit	4	3	2	2	3	2,80

Lampiran 9. Hasil Perkalian Bobot dan Rating Variabel Kesempatan

No.	Kesempatan / Opportunities	GM	Departemen				Mean
			S & M	Finance	HRD	BIS	
1	Konsumen Coca-Cola dari berbagai lapisan masyarakat	0,18	0,20	0,18	0,16	0,18	0,150
2	Jumlah konsumsi Coca-Cola per kapita yang masih rendah	0,15	0,20	0,16	0,12	0,20	0,147
3	Jumlah penduduk terutama yang berusia muda sangat besar	0,20	0,16	0,20	0,20	0,18	0,165
4	Efek multiplier industri minuman ringan yang besar pada tenaga kerja	0,06	0,06	0,04	0,09	0,06	0,060
5	Pertumbuhan bisnis supermarket dan pertokoan di Surabaya	0,12	0,15	0,18	0,20	0,24	0,157
6	Jumlah pedagang kecil (street vendor) yang terus bertambah	0,20	0,20	0,24	0,20	0,18	0,178
7	Surabaya merupakan kota ke-2 terbesar di Indonesia	0,06	0,12	0,09	0,06	0,09	0,078
8	Coca-Cola sebagai market leader di pasar soft drink	0,16	0,20	0,16	0,20	0,20	0,162
9	Acara selamatan yang merupakan tradisi di Jawa Timur	0,06	0,06	0,09	0,08	0,06	0,067
10	Jawa timur merupakan propinsi dengan jumlah populasi terbesar di Indonesia	0,04	0,04	0,09	0,09	0,09	0,067
11	Banyaknya sekolah-sekolah untuk pengembangan pasar anak muda	0,20	0,20	0,18	0,16	0,24	0,172
	Jumlah Bobot Variabel Kesempatan	1,43	1,59	1,61	1,56	1,72	1,402

Lampiran 10. Hasil Perkalian Bobot dan Rating Variabel Ancaman

No.	Ancaman / Threats	GM	Departemen				Mean
			S & M	Finance	HRD	BIS	
1	Kondisi ekonomi domestik yang belum membaik	0,24	0,15	0,18	0,18	0,20	0,158
2	Kenaikan harga bahan baku (raw material)	0,15	0,18	0,15	0,18	0,15	0,135
3	Kenaikan harga bahan bakar, PLN, Telpon, & PDAM	0,15	0,18	0,18	0,15	0,18	0,140
4	Persaingan yang semakin tajam	0,15	0,12	0,09	0,12	0,12	0,100
5	Bertambahnya jumlah kompetitor	0,15	0,15	0,15	0,15	0,12	0,120
6	Konsumen yang fanatik pada produk pesaing khususnya di sini dalam pasar teh	0,15	0,15	0,12	0,15	0,15	0,120
7	Trend pertumbuhan pasar yang menurun dibandingkan tahun sebelumnya	0,15	0,18	0,16	0,20	0,08	0,128
8	Minuman ringan merupakan barang yang elastis terhadap harga	0,15	0,09	0,12	0,15	0,09	0,100
9	Pajak penjualan barang mewah yang dikenakan pada produk Coca-Cola akan membebani konsumen	0,10	0,10	0,08	0,12	0,08	0,080
10	Kondisi sosial dan keamanan yang menjurus ke banyaknya orang yang anti produk Amerika khususnya pasca pengeboman WTC di Amerika dan di Bali	0,15	0,12	0,15	0,18	0,15	0,125
11	Konflik dengan karyawan yang terkena program redundancy	0,06	0,03	0,06	0,08	0,03	0,043
12	Nama baik/image perusahaan yang memburuk akibat program redundancy tersebut	0,06	0,02	0,06	0,03	0,02	0,032
Jumlah Perkalian Bobot & Rating Variabel Ancaman		1,66	1,47	1,50	1,69	1,37	1,282
Jumlah Perkalian Bobot & Rating Variabel Kesempatan		1,43	1,59	1,61	1,56	1,72	1,402
Jumlah Total		3,09	3,06	3,11	3,25	3,09	2,683

Lampiran 11. Hasil Perkalian Bobot dan Rating Variabel Kekuatan

No.	Kekuatan / Strength	GM	Departemen				Mean
			S & M	Finance	HRD	BIS	
1	Merek dagang Coca-Cola yang sudah dikenal sejak tahun 1927	0,12	0,12	0,12	0,09	0,12	0,095
2	Coca-Cola di negara manapun memiliki mutu, rasa dan kesegaran yang sama	0,12	0,12	0,06	0,12	0,06	0,096
3	Coca-Cola merupakan global brand	0,08	0,08	0,12	0,12	0,08	0,096
4	Segment/channel penjualan yang meliputi 6 segment kunci	0,20	0,18	0,12	0,15	0,24	0,178
5	Teknologi yang digunakan seperti OATS	0,16	0,15	0,15	0,12	0,20	0,156
6	Sistem komunikasi yang digunakan Lotus Notes	0,12	0,09	0,06	0,06	0,09	0,084
7	Jaringan distribusi yang luas meliputi 15 SC menyebar wilayah di Jawa Timur	0,18	0,18	0,20	0,12	0,15	0,166
8	Sistem manajemen yang terorganisasi dengan baik	0,09	0,08	0,09	0,08	0,12	0,092
9	Iklim dan budaya organisasi yang sudah terbentuk	0,06	0,12	0,06	0,08	0,08	0,080
10	Kondisi keuangan	0,09	0,16	0,20	0,16	0,12	0,146
11	Sarana peningkatan SDM seperti IP Program, training karyawan	0,12	0,16	0,12	0,15	0,06	0,122
12	Jumlah outlet yang banyak	0,20	0,20	0,24	0,24	0,18	0,212
13	Investasi di Cold Drink Equipment (Ice Chest & Cooler)	0,12	0,08	0,06	0,12	0,08	0,092
14	Promosi dan advertising yang continue	0,12	0,16	0,12	0,12	0,16	0,136
15	Inovasi dengan mengeluarkan produk baru	0,06	0,08	0,12	0,06	0,06	0,076
16	Challenging (insentif) yang selalu diadakan tiap bulan untuk memotivasi karyawan khususnya salesman	0,16	0,16	0,12	0,16	0,12	0,144
17	Kualitas produk baik	0,12	0,08	0,16	0,12	0,12	0,120
18	Kapasitas truk dan kemampuan loading sudah sesuai	0,06	0,09	0,06	0,06	0,06	0,066
	Jumlah Bobot Variabel Kekuatan	2,18	2,29	2,18	2,13	2,10	2,157

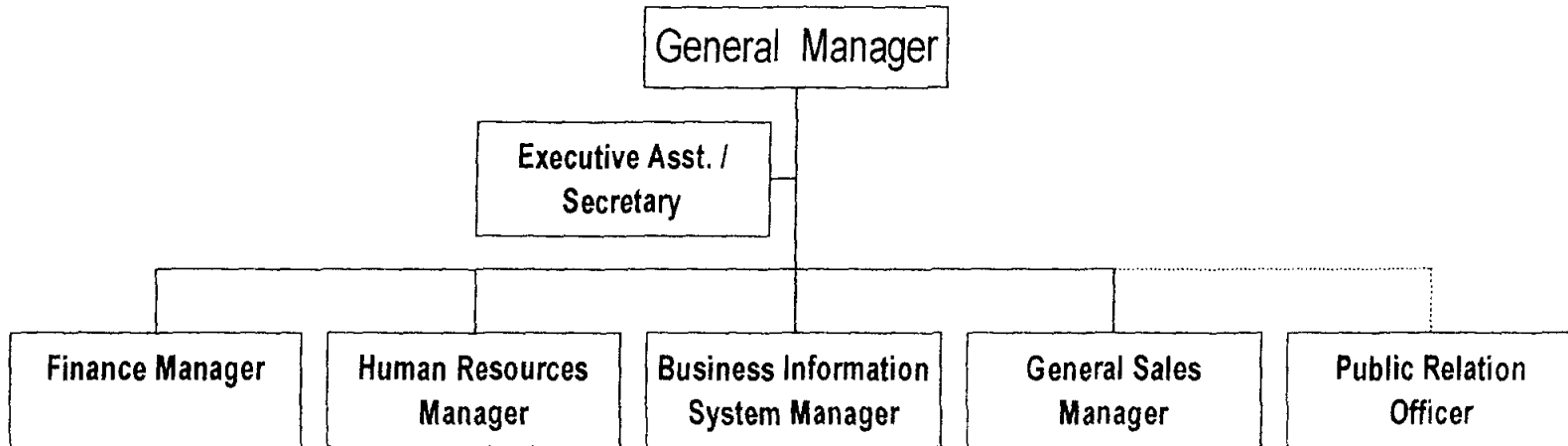
P. M. P. N. S. S.
 Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Universitas Brawijaya

Lampiran 12. Hasil Perkalian Bobot dan Rating Variabel Kelemahan

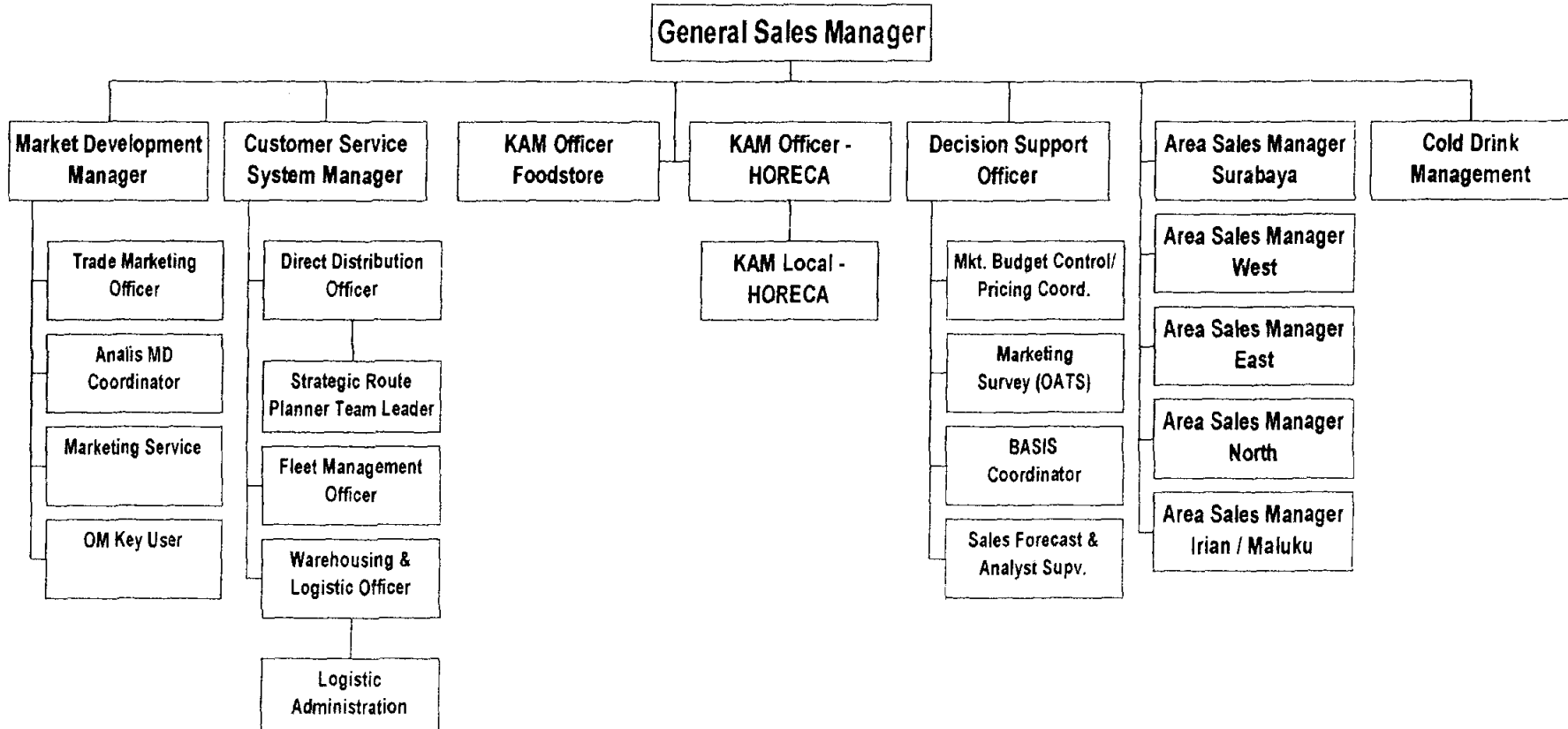
No.	Kelemahan / Weaknesses	GM	Departemen				Mean
			S & M	Finance	HRD	BIS	
1	Sistem pengadaan barang (procurement)	0,09	0,04	0,04	0,06	0,12	0,058
2	Kinerja transporter yang kurang baik menyebabkan delivery produk sering bermasalah	0,12	0,12	0,09	0,06	0,16	0,092
3	Sistem pengelolaan dan persediaan barang (stock level)	0,05	0,06	0,12	0,10	0,12	0,075
4	Redundancy program	0,06	0,04	0,06	0,06	0,06	0,047
5	Merchandising tidak lengkap di semua outlet karena banyaknya jumlah outlet	0,04	0,02	0,03	0,06	0,02	0,028
6	Biaya distribusi tinggi karena harus mengunjungi banyak outlet	0,06	0,04	0,02	0,06	0,06	0,040
7	Kehabisan botol kosong terutama saat peak season karena perputaran botol yang lambat	0,24	0,15	0,24	0,18	0,15	0,160
8	Supply produk khususnya produk Liter	0,18	0,05	0,10	0,12	0,12	0,095
9	Area SC yang tidak memadai untuk kebutuhan loading/unloading	0,16	0,09	0,09	0,12	0,12	0,097
10	Sistem kontrol pada saat pengiriman barang	0,04	0,06	0,06	0,09	0,06	0,052
11	Kebijakan dari Pusat (NO) yang terkadang tidak sesuai untuk diterapkan di tiap Unit	0,12	0,09	0,04	0,06	0,12	0,072
	Jumlah Bobot Variabel Kelemahan	1,16	0,76	0,89	0,97	1,11	0,815
	Jumlah Bobot Variabel Kekuatan	2,18	2,29	2,18	2,13	2,10	2,157
	Jumlah Bobot Total	3,34	3,05	3,07	3,10	3,21	2,972

Lampiran 13a. Struktur Organisasi PT. CCDI Unit Jawa Timur (Management)

MANAGEMENT

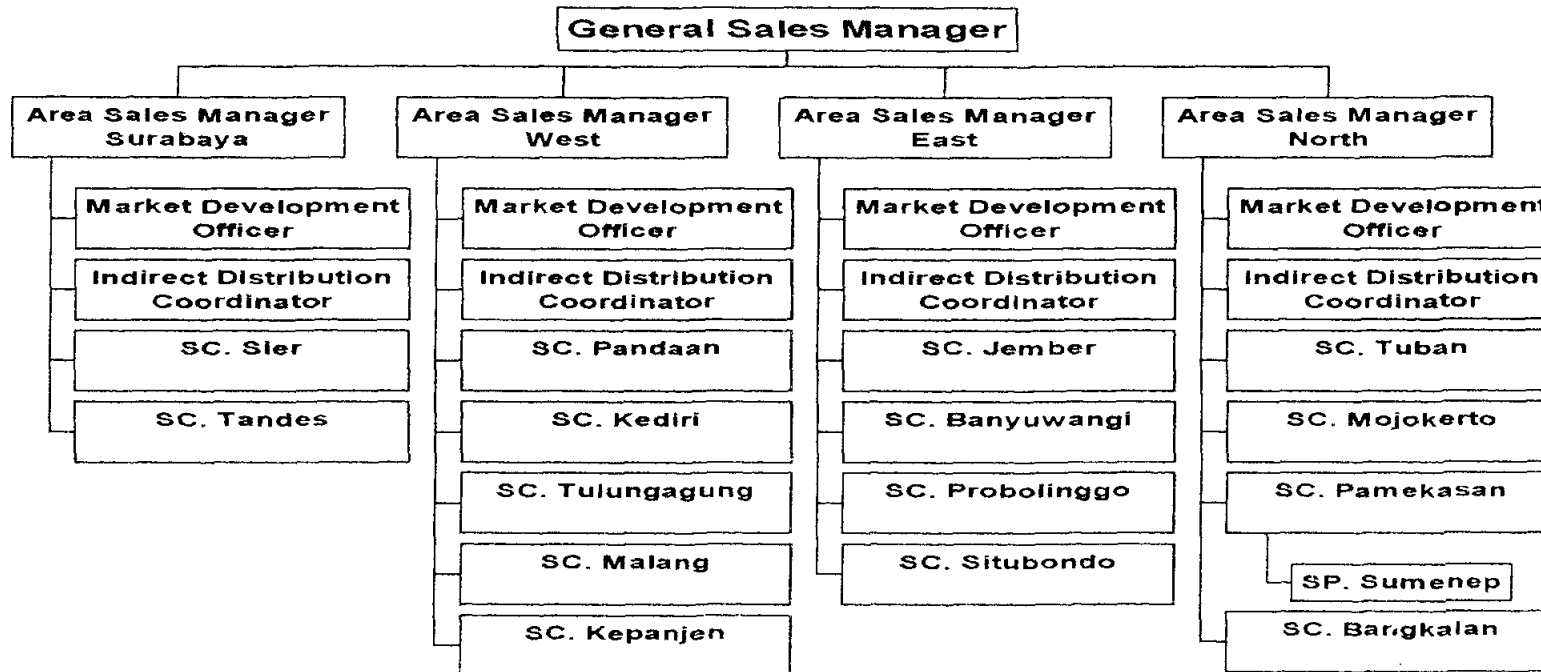


SALES & MARKETING DEPARTMENT



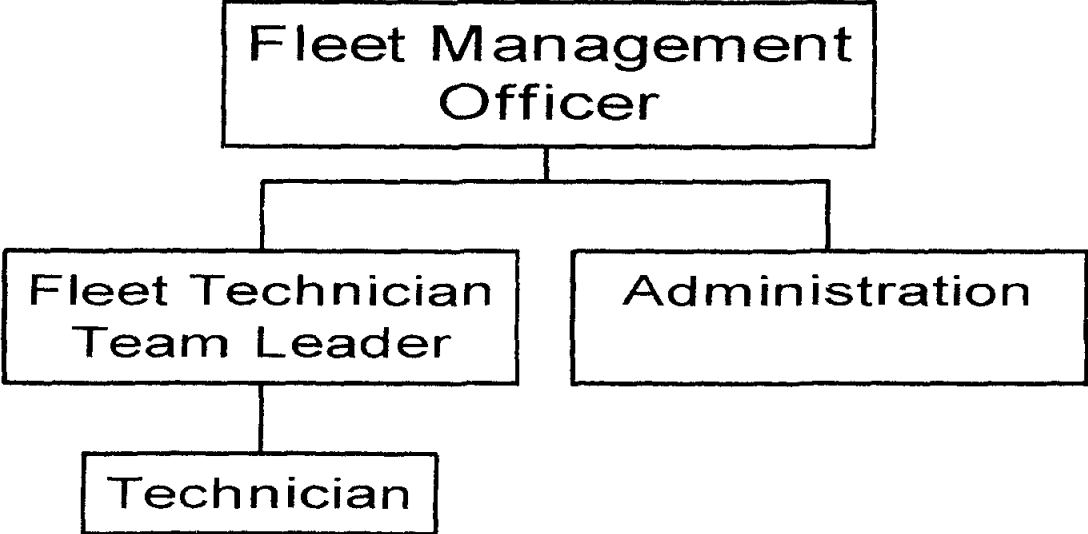
Lampiran 13c. Struktur Organisasi PT. CCDI Unit Jawa Timur (Sales & Marketing Section)

SALES & MARKETING SECTION

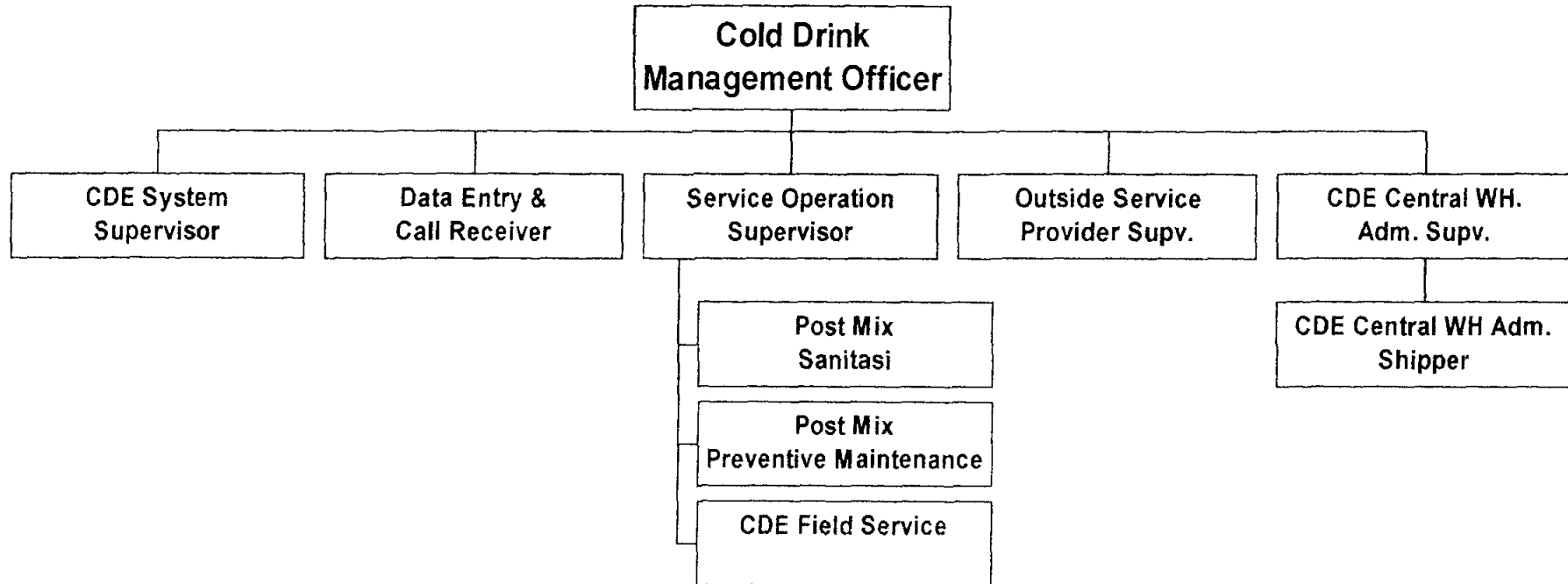


Lampiran 13d. Struktur Organisasi PT. CCDI Unit Jawa Timur (Fleet Management)

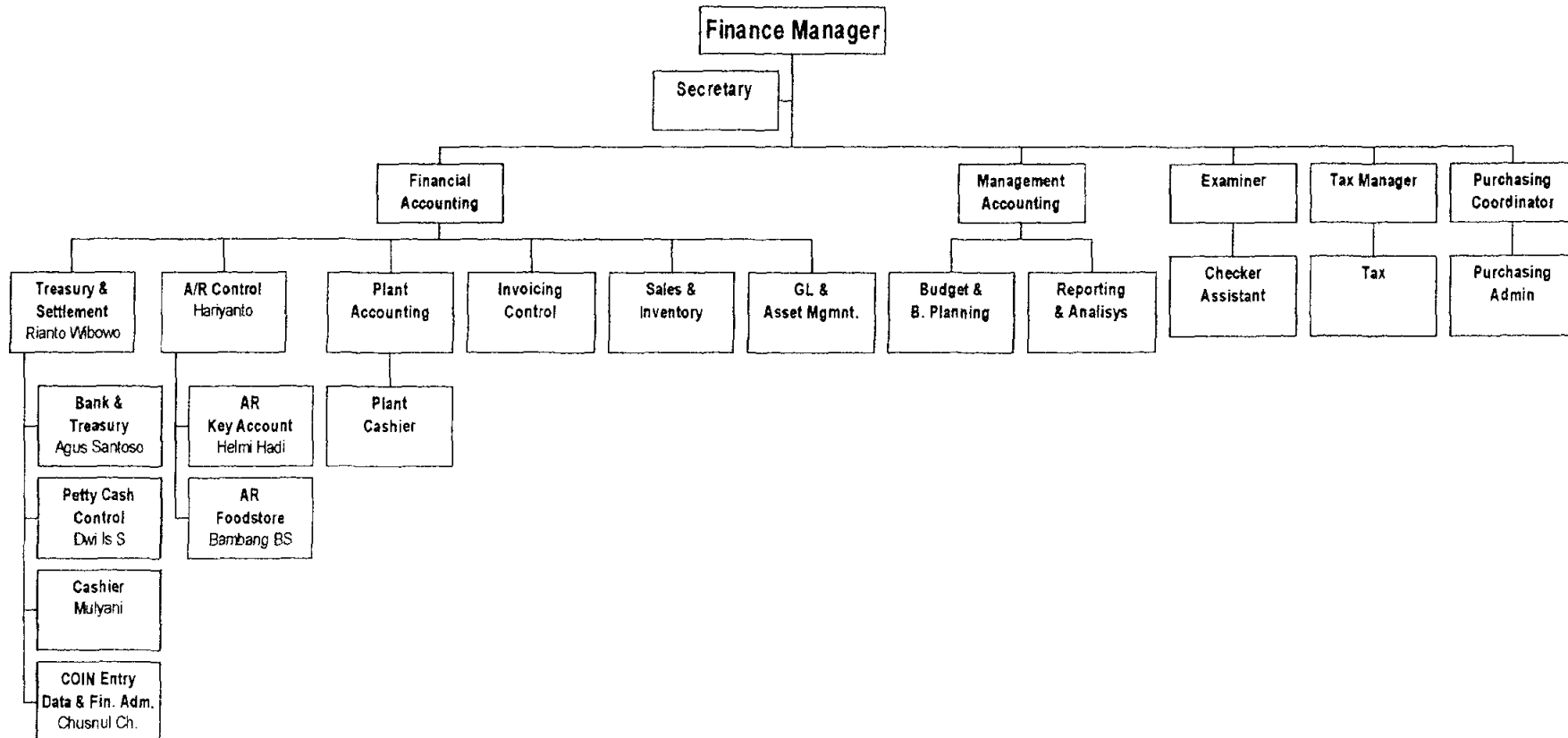
FLEET MANAGEMENT



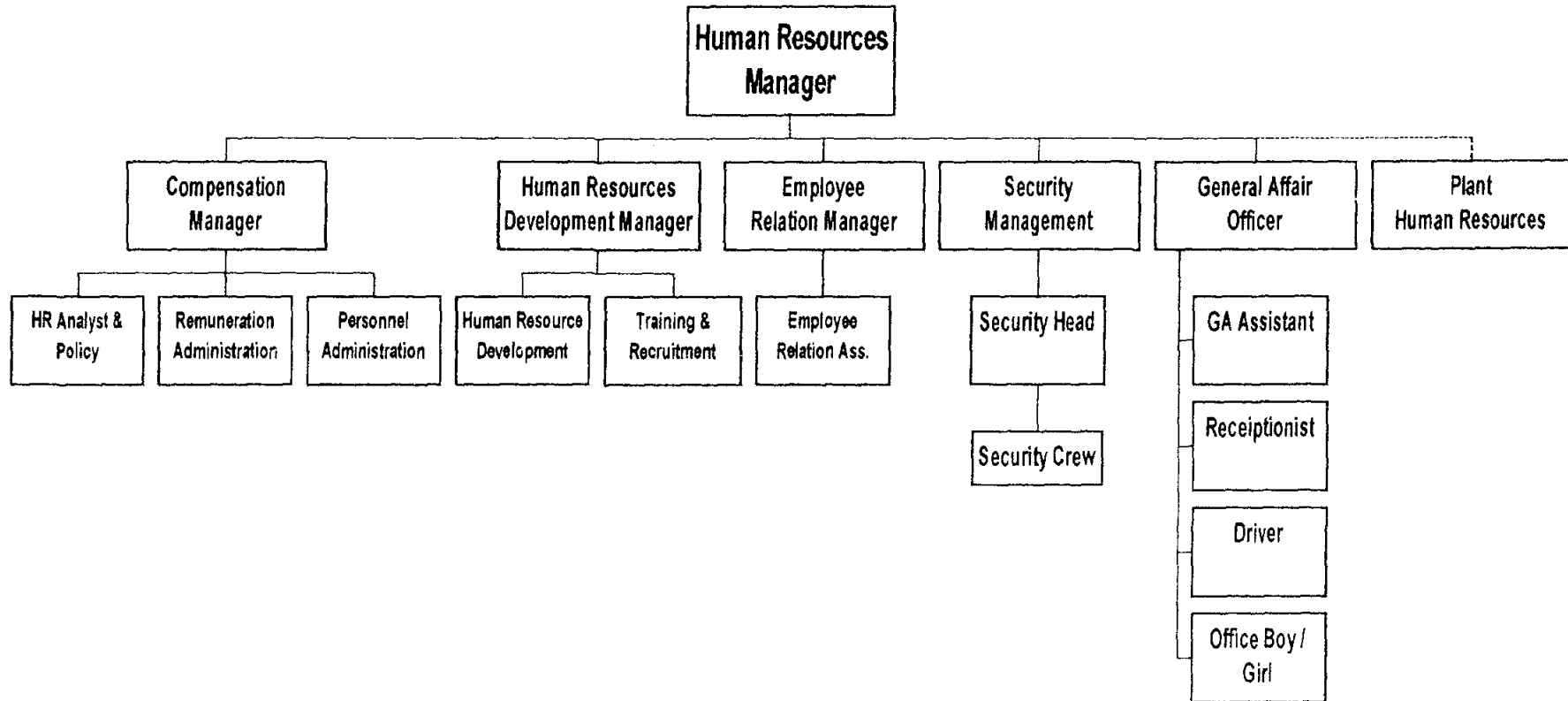
COLD DRINK MANAGEMENT



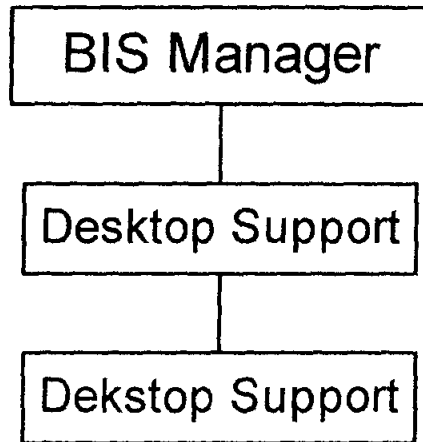
FINANCE DEPARTMENT



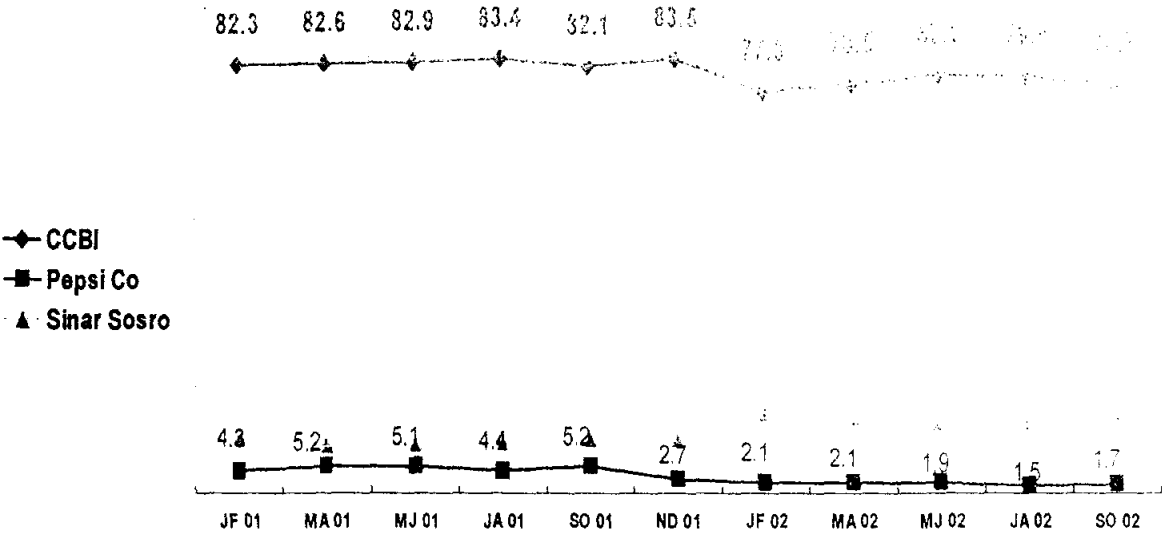
HUMAN RESOURCES DEPARTMENT



BUSINESS INFORMATION SYSTEM DEPARTMENT



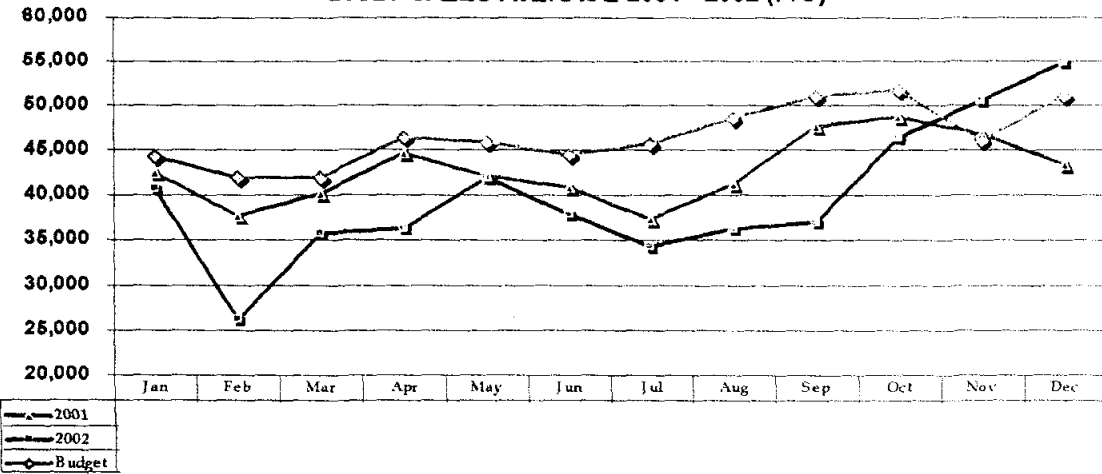
Lampiran 14. Market Share PT. CCDI Unit Jawa Timur



Sumber: Annual Business Plan 2003, PT. CCDI Unit Jawa Timur

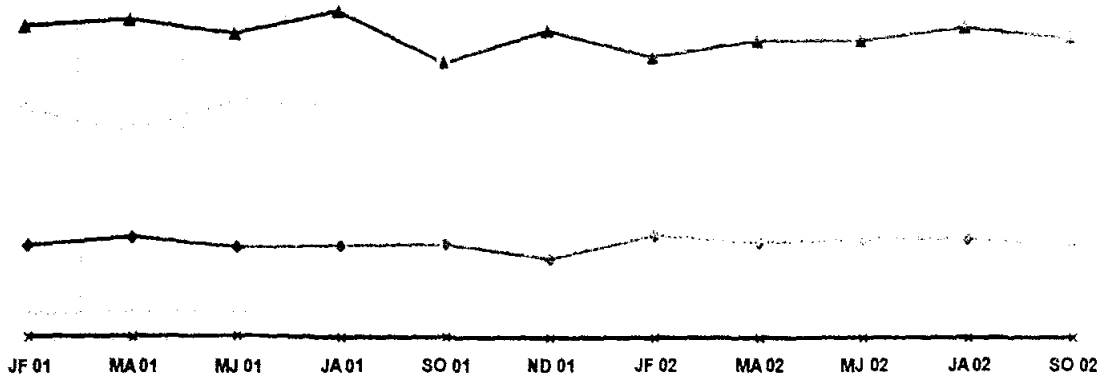
Lampiran 15. Laporan penjualan harian PT. CCDI Unit Jawa Timur tahun 2001-2002

DAILY SALES AVERAGE 2001 - 2002 (P/C)



Sumber: Annual Business Plan 2003, PT. CCDI Unit Jawa Timur

Lampiran 16. Market Share produk PT. CCDI Unit Jawa Timur by brand

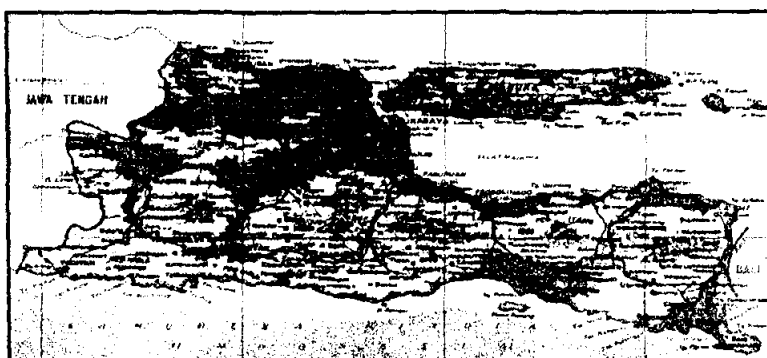


	JF01	MA01	MJ01	JA01	SO01	ND01	JF02	MA02	MJ02	JA02	SO02
Coca-Cola	13.9	15.3	13.8	13.7	14.0	11.7	15.2	14.1	14.8	14.8	14.0
Fanta	34.0	30.9	35.2	34.1	41.0	40.0	38.3	36.8	37.7	36.0	38.1
Sprite	46.0	47.0	45.0	48.0	40.5	45.1	41.2	43.7	43.7	45.5	44.0
Pepsi	0.6	0.5	0.7	0.4	0.4	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Others (F&N, RC, Mirinda)	3.9	4.3	4.0	3.1	3.2	2.4	4.4	4.7	3.5	3.5	3.5

Sumber: Annual Business Plan 2003, PT. CCDI Unit Jawa Timur

Lampiran 17. Profil Perusahaan

Population (million)	30,9
Population Density	816
Income Per Cap (million Rp)	5,2
Sales Volume (million pc)	12,0
Consumption per capita	-
% of Indirect Business	31,3
CCDI Managed Third Party (million pc)	2,1
No. of Outlet	82,207
CCDI Managed Outlet	65,543
CCDI 3rd Party Managed Outlet	16,664
Outlet density (10,000's)	8,2
No. of Sales Center	15
No. of Route	237
Outlets per Route	277
Total Employee (at year end)	925
Production Facilities	
Line 1	600 BPM
Line 2	280 BPM
Line 3	510 BPM
Trading Profit (million Rp)	31.653



Sumber: Annual Business Plan 2003, PT. CCDI Unit Jawa Timur

SURAT KETERANGAN

No. 008/REC&TR/III/2003

Yang bertanda-tangan dibawah ini menerangkan, bahwa Mahasiswi dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, sebagai berikut :

Nama : ESTHER INDRA SUSANTI
N I M : 811 2401 010
Program : Magister Managemen
Pasca Sarjana

Judul Tesis : “Analisis Manajemen Strategi dengan Perspektif
SWOT pada PT. Coca-Cola Distribution Indonesia
Unit Jawa Timur”

benar-benar telah melakukan penelitian dengan cara pengumpulan data dan melihat obyek secara langsung di PT. Coca-Cola Distribution Indonesia dalam rangka penyusunan Tesis.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 28 Pebruari 2003



Adiati Laksmi W.
Rec. & Tr. Officer

