BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Toko Irama Mas

Toko elektronik Irama Mas merupakan anak cabang dari PT. Nagamas Jaya, sebelum toko elektronik Irama Mas didirikan PT. Nagamas Jaya sudah memiliki toko elektronik Sinar Jaya,melihat peluang penjualan elektronik yang cukup baik membuat pemilik PT. Nagamas Jaya ingin menggembangkan usahanya dengan mendirikian toko elektronik Irama Mas. Toko elektronik Irama Mas didirikan tahun 2008 dan dipimpin oleh Bapak Dany Tanuwijaya. Toko elektronik Irama Mas beralamat di Jl. Jend. Gatot Subroto, No. 74 Purwokerto. Dengan nomor telepon (0281) 635-305.

Toko elektronik Irama Mas merupakan perusahaaan yang bergerak di bidang penjualan alat elektronik rumah tangga seperti : kulkas, televisi LCD / LED, mesin cuci, Air Conditioner / AC, cest freezer, showcase refrigrator, DVD Home Theater, microwive, kipas angin, rice cooker, setrika, dan lain sebagainya. Brand yang dijual di toko elektronik Irama Mas juga bermacam-macam seperti : Sharp, Sony, Samsung, LG, Panasonic, Modena, Midea, Electrolux, dan brand lainnya.

Selain menjual eceran toko elektronik Irama Mas juga menjual barang secara grosir. Area penjualan toko elektronik Irama Mas meliputi Cilongok, Ajibarang, Bumiayu, Purbalingga, Pemalang, Banjarnegara, Cilacap, Sidareja, Majenang.

4.2 Gambaran Umum Responden

Pada penelitian yang dilakukan kali ini, peneliti mendapatkan data dari 16 orang responden, yaitu : 1 orang pemilik, 10 orang karyawan tetap yang sudah bekerja sejak awal didirikannya toko elektronik Irama Mas, dan 5 orang konsumen dengan yang sudah pernah membeli produk di toko elektronik Irama Mas minimal sebanyak 2 kali.

Tabel 4.1 Data Responden Pemilik dan Karyawan Toko Elektronik Irama Mas

No.	Nama	Status	Lama Bekerja	Alamat
1.	Dhany Tanuwijaya	Pemilik / Direktur	10 tahun	Perum Taman Anggrek, Purwokerto
2.	Kho Ie Tjoan	Manager Senior	50 tahun	Purwokerto
3.	Moh. Nur Rahman	Manager Toko	16 tahun	Purwokerto

Sumber : data primer penelitian bulan November 2016

1. Bapak Dhany Tanuwijaya sebagai Pemilik / Owner

   Merupakan penerus usaha keluarga, yang merupakan pemimpin di toko elektronik Irama Mas, beliau adalah orang yang mengembangkan usaha dari usaha lapak yang biasa menjadi usaha modern, selain itu beliau juga yang menentukan pemilihan produk-produk dengan inovasi terbaru yang akan dijual di toko elektronik Irama Mas.

2. Bapak Kho Ie Tjoan sebagai Manager Senior

   Beliau adalah perintis toko elektronik Irama Mas hingga saat ini, beliau berperan besar dalam penjualan, pengambilan barang, penerimaan dan penolakan karyawan, selain itu beliau juga penanggung jawab penuh toko elektronik Irama Mas.

3. Bapak Moh. Nur Rahman sebagai Manager Toko

   Merupakan manager toko elektronik Irama Mas yang memiliki tugas membantu manager senior dalam penerimaan dan penolakan karyawan, selain itu beliau juga berperan dalam pemasaran produk.

   Responden lainnya meliputi 8 orang karyawan dan 5 orang konsumen yang memenuhi kriteria penelitian.

4.3 Variabel SWOT

Variabel SWOT digunakan untuk melihat apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki sekaligus dihadapi oleh toko elektronik Irama Mas. Untuk mengetahui hasil variabel SWOT yang dimiliki dan dihadapi toko elektronik Irama Mas, hal yang dapat dilakukan antara lain, melakukan wawancara kepada pemilik usaha yaitu Bapak Dhany Tanuwijaya. Selain melakukan wawancara pemilik peneliti harus mengkonfirmasi jawaban pemilik dengan memberikan kuesioner pernyataan pemilik kepada karyawan dan konsumen. Setelah melakukan hal-hal tersebut peneliti mendapatkan hasil

variabel-variabel SWOT yang dimiliki dan dihadapi oleh toko elektronik Irama Mas, yaitu :

4.3.1 KEKUATAN (*Strength*)

Berikut merupakan hasil presepsi responden terhadap variabel Kekuatan yang dimiliki toko elektronik Irama Mas. Total dari jumlah responden adalah 5 orang dan hasil skor total rata-rata diatas 3,00 menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan skor dibawah 3,00 menunjukan bahwa responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Keterangan skor :

SS = Sangat Setuju (Skor 5)

S = Setuju (Skor 4)

N = Netral (Skor 3)

TS = Tidak Setuju (Skor 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Berikut adalah tabel hasil kuesioner pernyataan kekuatan Toko Elektronik Irama Mas Purwokerto

Tabel 4.3.1 Hasil Kuesioner Kekuatan Toko Elektronik Irama Mas

No.	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	Skor	Rata-Rata
1	Menurut pendapat anda lokasi toko elektronik Irama Mas strategis	3	15	2	8	-	0	-	0	-	0	23	4,60
2	Toko elektronik Irama Mas menyediakan merk produk yang anda inginkan	3	15	2	8	-	0	-	0	-	0	23	4,60
3	Garansi merupakan aspek penting dalam membeli produk elektronik	3	15	2	8	-	0	-	0	-	0	23	4,60
4	Menurut anda pelayanan di toko elektronik Irama Mas sudah baik	2	10	3	12	-	0	-	0	-	0	22	4,40
5	Toko elektronik Irama Mas memberikan kenyamanan untuk anda	2	10	2	8	-	0	1	2	-	0	20	4,00
6	Fasilitas (tempat parkir, eskalator, kursi tunggu, penitipan barang) di Irama Mas sudah memadahi	-	0	4	16	-	0	1	2	-	0	20	4,00

Sumber : data primer yang diolah pada November 2016

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel kekuatan mendapatkan skor rata-rata diatas 3,00 hal tersebut menandakan bahwa responden setuju dengan pernyataan kekuatan yang dimiliki oleh toko elektronik Irama Mas Purwokerto. Berikut adalah pembahasan setiap variabel pernyataan kekuatan toko elektronik Irama Mas :

a. Letak toko Irama Mas yang strategis

Toko elektronik Irama Mas cenderung memiliki letak toko yang strategis dibandingkan dengan pesaingnya, letak toko elektronik Irama Mas berada di Jl. Jend. Gatot Soebroto, yang merupakan jalan yang bisa di lalui 2 arah dan cukup luas. Selain itu toko elektronik Irama Mas berada di tengah kota, yang mana merupakan pusat keramaian di Purwokerto. Hasil didalam tabel 4.3.1 menunjukan 3 orang sangat setuju dan 2 orang setuju bahwa toko elektronik Irama Mas memiliki letak toko yang strategis dibandingkan dengan pesaing. Dengan demikian letak toko yang strategi menjadi variabel kekuatan dari toko elektronik Irama Mas.

b. Produk yang diinginkan konsumen dan dengan garansi resmi

Konsumen membeli produk sesuai dengan keinginan mereka, kebanyakan orang membeli produk tersebut karena melihat dari tetangga atau kerabat yang terlebih dahulu memiliki barang tersebut. Dalam bidang elektronik, elektronik tidak dapat diperkirakan produk tersebut merupakan produk gagal atau bukan, karena belum tentu ketika dicoba di toko dengan dirumah konsumen memberikan hasil yang sama. Karena hal tersebut konsumen cenderung merasa khawatir ketika membeli barang elektronik. Namun toko elektronik Irama Mas mau membantu melayani konsumen dalam masalah tersebut, dengan cara memberikan garansi kerusakan produk selama satu minggu ditukar dengan produk baru dengan syarat dan ketentuan berlaku, serta membantu garansi produk perbaikan kepada dealer resmi produk. Dari hasil

pernyataan pada tabel 4.4.1, 3 orang menjawab Sangat Setuju dan 2 orang menjawab Setuju bahwa toko elektronik Irama Mas menyediakan produk dan garansi yang diinginkan oleh konsumen. Dengan demikian produk berkualitas dan pelayanan garansi resmi menjadi variabel kekuatan toko elektronik Irama Mas.

c. Pelayanan yang baik

Pelayanan merupakan aspek penting di dalam menjalankan suatu usaha, pelayanan yang baik mampu membangun kepercayaan konsumen terhadap usaha yang sedang dikembangkan. Dari hasil tabel pernyataan 4.3.1, 2 orang menjawab sangat setuju, sedangkan 3 orang menjawab setuju, dari pernyataan diatas pelayanan yang baik merupakan variabel kekuatan toko elektronik Irama Mas.

d. Memberikan tempat yang nyaman dalam memilih produk

Didalam memilih dan membeli produk kebanyakan konsumen menginginkan tempat yang nyaman untuk menentukan pilihan produk, display produk yang lengkap memungkinkan konsumen untuk melihat spesifikasi dari produk tersebut, selain itu konsumen bisa mencoba terlebih dahulu produk yang akan mereka pakai sehingga bisa membandingkan kualitas produk yang satu dan lainnya. Manfaat lainnya adalah memberikan pengetahuan baru tentang teknologi dengan adanya demo produk teknologi terbaru yang selalu diperkenalkan oleh karyawan untuk konsumen, hal tersebut merupakan suatu bentuk pelayanan toko elektronik Irama Mas untuk konsumen. Karena di toko

elektronik pesaing konsumen hanya dibiarkan memilih produknya sendiri tanpa di dampingi oleh karyawan. Dari hasil tabel pernyataan 4.3.1, 2 orang responden menjawab setuju dan 2 orang sangat setuju, dan 1 orang menjawab tidak setuju, dari pernyataan tersebut tempat yang nyaman merupakan variabel kekuatan toko elektronik Irama Mas.

e. Menyediakan fasilitas yang memadai

Selain pelayanan yang baik fasilitas merupakan suatu faktor penting dalam menjalankan usaha, dengan memberikan fasilitas yang memadai seperti tempat parkir yang luas, adanya tangga berjalan (eskalator), serta tempat istirahat karyawan dan konsumen membuat konsumen merasa nyaman dalam membeli produk di toko elektronik Irama Mas. Dari hasil pernyataan pada tabel 4.3.1 terdapat 4 orang responden menjawab setuju dan 1 orang responden menjawab tidak setuju, sehingga fasilitas yang memadahi di toko elektronik Irama Mas merupakan variabel kekuatan.

4.3.2 KELEMAHAN (*Weakness*)

Berikut merupakan hasil presepsi responden terhadap variabel Kelemahan yang dimiliki toko elektronik Irama Mas. Total dari jumlah responden adalah 10 orang dan hasil skor total rata-rata diatas 3,00 menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan skor dibawah 3,00 menunjukan bahwa responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Berikut adalah tabel hasil kuesioner pernyataan kelemahanToko Elektronik Irama Mas Purwokerto

Tabel 4.3.2 Hasil Kuesioner Kelemahan Toko Elektronik Irama Mas

No.	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	Skor	Rata-rata
1.	Sistem pengiriman yang kurang terkoordinir membuat toko elektronik Irama Mas sering mendapat complain dari para konsumen	2	10	8	32	-	0	-	0	-	0	42	4,20
2.	Tingginya tingkat turn over (pergantian keluar atau masuk karyawan tetap / karyawan training)	4	20	6	24	-	0	-	0	-	0	44	4,40

Sumber : data primer yang diolah pada November 2016

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel kelemahan mendapatkan skor rata-rata diatas 3,00 hal tersebut menandakan bahwa responden setuju dengan pernyataan kelemahan yang dimiliki oleh toko elektronik Irama Mas Purwokerto. Berikut adalah pembahasan setiap variabel pernyataan kelemahan toko elektronik Irama Mas :

a. Jumlah mobil operasional untuk pengiriman barang yang masih sedikit.

Kebanyakan konsumen yang membeli produk di toko elektronik Irama Mas ingin barang yang dibeli dikirim secepatnya ke rumah konsumen. Namun mobil operasional yang hanya 3 armada dan jarak pengiriman luar kota yang

memiliki jarak yang berbeda membuat pengiriman barang mengalami keterlambatan sehingga toko elektronik Irama Mas sering mengalami complain / kritikan dari para konsumen. Dari hasil pernyataan karyawan diatas 2 orang menjawab sangat setuju dan 8 orang menjawab setuju, dengan demikian minimnya jumlah mobil oprasional pengiriman barang merupakan variabel kelemahan toko elektronik Irama Mas.

b. Tingginya tingkat *turnover* karyawan

Beratnya pekerjaan di bidang elektronik membuat kebanyakan orang lebih memilih bekerja kantoran yang tidak memerlukan tenaga yang cukup keras untuk menyelesaikan pekerjaannya, karena di toko elektronik Irama Mas harus mengerjakan segala sesuatunya sendiri, seperti halnya mendisplay barang, mengepack barang yang laku terjual, dan membantu memasukkan barang yang datang ke gudang. Dari hal tersebut kebanyakan orang merasa bayaran yang diterima tidak sesuai dengan tenaga yang dikeluarkan, sehingga hal tersebut meningkatkan *turnover* karyawan. Dari tabel hasil 4.3.2 menunjukan bahwa 4 orang karyawan sangat setuju dan 6 orang menjawab setuju dengan pernyataan tingginya tingkat *turnover* karyawan, sehingga tingkat *turnover* karyawan yang tinggi menjadi variabel kelemahan yang dimiliki oleh toko elektronik Irama Mas.

4.3.3 PELUANG (*Opportunity*)

Berikut merupakan hasil presepsi responden terhadap variabel peluang yang dimiliki toko elektronik Irama Mas. Total dari jumlah responden adalah 10 orang dan hasil skor total rata-rata diatas 3,00 menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan skor dibawah 3,00 menunjukan bahwa responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Berikut adalah tabel hasil kuesioner pernyataan peluang Toko Elektronik Irama Mas Purwokerto

Tabel 4.3.3 Hasil Kuesioner Peluang Toko Elektronik Irama Mas

No.	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	Skor	Rata-rata
1.	Produk elektronik selalu berubah sesuai dengan trend seiring perkembangan zaman	8	40	2	8	-	0	-	0	-	0	48	4,80
2.	Di Purwokerto hanya ada beberapa toko elektronik	-	0	8	32	-	0	2	4	-	0	40	4,00
3.	Toko elektronik Irama Mas memiliki banyak pelanggan tetap	4	20	6	24	-	0	-	0	-	0	44	4,40

Sumber : data primer yang diolah pada November 2016

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel peluang mendapatkan skor rata-rata diatas 3,00 hal tersebut menandakan bahwa responden setuju dengan pernyataan peluang yang dimiliki oleh toko

elektronik Irama Mas Purwokerto. Berikut adalah pembahasan setiap variabel pernyataan peluang toko elektronik Irama Mas :

a. Teknologi yang terus berkembang.

Perkembangan teknologi yang terus berkembang memberikan keuntungan untuk pengusaha di bidang elektronik, seiring perkembangan waktu teknologi selalu memunculkan inovasi-inovasi yang memudahkan orang dalam melakukan aktivitas. Melihat dari hasil pernyataan diatas 8 orang responden menjawab sangat setuju dan 2 orang responden menjawab setuju, dengan demikian teknologi yang terus berkembang merupakan variabel peluang untuk toko elektronik Irama Mas.

b. Pesaing bidang elektronik di daerah Purwokerto yang masih sedikit.

Purwokerto merupakan kota kecil yang sedang berkembang, sehingga masih sedikit orang yang menjual elektronik, melihat harga elektronik yang cenderung tinggi membuat para pemilik usaha harus mempersiapkan modal yang cukup besar untuk membangun suatu usaha elektronik di Purwokerto.

Hasil kuesioner diatas menunjukkan 8 orang responden setuju dan 2 orang tidak setuju, dengan demikian pesaing di bidang elektronik yang masih sedikit di daerah Purwokerto merupakan suatu variabel peluang untuk toko elektronik Irama Mas dalam mengembangkan usahanya.

c. Sudah memiliki pelanggan tetap.

Pelanggan adalah salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha, dengan menjaga kepercayaan konsumen kepada perusahaan maka pelanggan akan kembali membeli produk ditempat yang sama, bahkan pelanggan juga dapat memberikan informasi lain kepada pelanggan-pelanggan baru yang ingin membeli produk elektronik, selain pelanggan pemasaran toko elektronik Irama Mas yang dilakukan seperti memasang spanduk-spanduk promo membuat toko elektronik Irama Mas semakin dikenal oleh masyarakat Purwokerto dan kota-kota lainnya. Dari hasil kuesioner diatas menunjukkan bahwa toko elektronik Irama Mas sudah terkenal dan memiliki pelanggan tetap, sehingga toko elektronik Irama Mas memiliki variabel peluang yaitu, sudah terkenal / dikenal banyak orang.

4.3.4 ANCAMAN (*Threat*)

Berikut merupakan hasil presepsi responden terhadap variabel Ancaman yang dimiliki toko elektronik Irama Mas. Total dari jumlah responden adalah 10 orang dan hasil skor total rata-rata diatas 3,00 menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan skor dibawah 3,00 menunjukan bahwa responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Berikut adalah tabel hasil kuesioner pernyataan Ancaman Toko Elektronik Irama Mas Purwokerto

Tabel 4.3.4 Hasil Kuesioner Ancaman Toko Elektronik Irama Mas

No.	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	Skor	Rata-rata
1.	Produk elektronik selalu berubah sesuai dengan trend seiring perkembangan zaman	8	40	2	8	-	0	-	0	-	0	48	4,80
2.	Di Purwokerto hanya ada beberapa toko elektronik	-	0	8	32	-	0	2	4	-	0	34	3,40

Sumber : data primer yang diolah pada November 2016

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel Ancaman mendapatkan skor rata-rata diatas 3,00 hal tersebut menandakan bahwa responden setuju dengan pernyataan Ancaman yang dimiliki oleh toko elektronik Irama Mas Purwokerto. Berikut adalah pembahasan setiap variabel pernyataan Ancaman toko elektronik Irama Mas :

a. Kurang up to date produk yang dijual

Semakin berkembangnya teknologi belum tentu semua toko memiliki peroduk tersebut, selain memberikan peluang, perkembangan teknologi juga dapat menjadi suatu ancaman untuk toko elektronik, seperti halnya karena banyaknya produk elektronik dengan seri tertentu membuat toko elektronik harus memilah produk apa saja yang akan dijual. Hasil kuesioner diatas

menunjukkan 8 orang responden setuju dan 2 orang tidak setuju, kebanyakan responden menyetujui bahwa perkembangan inovasi produk adalah hal penting, dengan demikian toko elektronik harus selalu mengikuti perkembangan teknologi-teknologi terbaru dengan inovasi yang baru juga. Dari pembahasan tersebut up to date produk yang dijual merupakan variabel ancaman yang dialami oleh toko elektronik Irama Mas.

b. Banyaknya pesaing baru

Purwokerto merupakan kota berkembang yang berpotensi menjadi kota besar, banyaknya investor dari luar mampu menambah persaingan dagang di kota Purwokerto. Dilihat Hasil kuesioner diatas menunjukkan 8 orang responden setuju dan 2 orang tidak setuju, dari hasil tersebut tidak hanya menjadi suatu peluang karena bisa mendominasi penjualan elektronik di Purwokerto, hal tersebut juga dapat menjadi ancaman untuk toko elektronik Irama Mas. Karena investor dari luar Purwokerto memiliki kesempatan untuk berbisnis di bidang elektronik. Dari pembahasan tersebut pesaing baru merupakan variabel ancaman unntuk toko elektronik Irama Mas.

4.4 Matriks IFE

Matriks IFE dalam analisis SWOT terhadap toko elektronik Irama Mas dilakukan dengan memberikan Bobot dan Rating berdasarkan hasil penilaian kekuatan dan kelemahan yang diberikan oleh Pemilik Toko, Manager Senior, dan Manager Toko elektronik Irama Mas. Bobot digunankan untuk menunjukkan seberapa penting suatu faktor mempengaruhi keberhasilan

perusahaan, sedangkan pemberian rating dilakukan untuk memberikan respon perusahaan terhadap kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Menurut (David, 2010) jika skor bobot totalnya berkisar antara 1,0 sebagai titik terendah sedangkan 4,0 adalah titik tertinggi, dan skor rata-rata 2,5. Skor bobot total dibawah 2,5 menggambarkan organisasi tersebut lemah secara internal, sedangkan skor bobot total dengan rata-rata diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Tabel 4.4 Matriks IFE

IFE				
STRENGHT		Bobot	Rating	Skor
1.	Letak lokasi toko Irama Mas yang strategis	0,18	4	0,72
2.	Produk berkualitas dengan garansi resmi	0,13	4	0,52
3.	Memberikan tempat yang nyaman dalam membeli produk	0,14	3	0,42
4.	Pelayanan yang baik terhadap konsumen	0,12	3	0,36
5.	Memberi fasilitas yang memadai seperti lahan parkir yang luas, eskalator, tempat istirahat	0,14	3	0,42
WEAKNESS				
1.	Minmnya mobil operasional	0,17	1	0,17
2.	Tingginya tingkat turnover karyawan	0,12	1	0,12
TOTAL		1,00		2,73

Sumber : data primer yang diolah pada November 2016

Hasil pemberian bobot dan rating Matriks IFE dilakukan oleh Pemilik Usaha, Manager Senior, dan Manager Toko. Pemberian bobot dilakukan untuk mengidentifikasikan *signifikansi relatif* (suatu hal yang menyatakan tingkat kebenaran yang tidak bisa lepas dari suatu persoalan / faktor penting perusahaan) yang diperoleh dari suatu faktor terhadap keberhasilan toko elektronik Irama Mas.

Berdasarkan hasil tabel IFE diketahui skor bobot usaha toko elektronik Irama Mas adalah 2,73. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa toko elektronik Irama Mas memiliki faktor internal yang kuat. Letak toko yang strategis, produk yang berkualitas, pelayanan yang baik, dan fasilitas yang baik merupakan faktor yang menunjang keberhasilan toko elektronik Irama Mas. Disisi lain ada beberapa faktor yang harus diperhatikan seperti minimnya mobil operasional dan tingginya tingkat *turnover* karyawan.

4.5 Matriks EFE

Matriks EFE dalam analisis SWOT terhadap toko elektronik Irama Mas dilakukan dengan memberikan Bobot dan Rating berdasarkan hasil penilaian peluang dan ancaman yang diberikan oleh Pemilik Toko, Manager Senior, dan Manager Toko elektronik Irama Mas. Bobot digunankan untuk menunjukkan seberapa penting suatu faktor mempengaruhi keberhasilan perusahaan, sedangkan pemberian rating dilakukan untuk memberikan respon perusahaan terhadap peluang dan ancaman yang dimiliki. Menurut (David,

2010) jika skor bobot totalnya berkisar antara 1,0 sebagai titik terendah sedangkan 4,0 adalah titik tertinggi, dan skor rata-rata 2,5. Skor bobot total dibawah 2,5 menggambarkan organisasi tersebut tidak mampu memanfaatkan peluang, sedangkan skor bobot total dengan rata-rata diatas 2,5 mengindikasikan bahwa organisasi tersebut mampu memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman.

Tabel 4.5 Tabel Matriks EFE

EFE				
OPPORTUNITY		Bobot	Rating	Skor
1.	Teknologi yang terus berkembang dari masa ke masa	0,23	4	0,93
2.	Pesaing bisnis di bidang elektronik yang masih sedikit di Purwokerto	0,22	3	0,65
3.	Sudah terkenal / memiliki pelanggan tetap	0,17	4	0,67
THREAT				
1.	Memperbarui produk dengan inovasi baru yang terus menerus berkembang / up to date produk yang dijual	0,22	1	0,43
2.	Pesaing baru yang mulai mengembangkan usaha elektronik di Purwokerto	0,23	2	0,93
TOTAL		1,00		2,85

Sumber : data primer yang diolah pada November 2016

Dari hasil tabel Matriks EFE skor bobot total usaha toko elektronik Irama Mas adalah 2,85 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa toko elektronik Irama Mas mampu memanfaatkan peluang dan meminimalisir ancaman.

4.6 Matriks Internal-Eksternal (IE)

Matriks IE dapat dibuat berdasarkan dua dimensi kunci skor bobot IFE untuk sumbu *x* dan skor bobot EFE untuk sumbu *y*. Pada penelitian di toko elektronik Irama Mas telah didapat hasil dari skor bobot IFE dan EFE, yaitu 2,73 untuk skor bobot IFE total dan 2,85 untuk skor bobot EFE total.

Tabel 4.6 hasil Matriks IE

	SKOR BOBOT TOTAL IFE			
SKOR BOBOT TOTAL EFE	4,0	3,0 Kuat 3,0 – 4,0	2,0 Sedang 2,0 – 2,99	1,0 Lemah 1,0 - 1,99
	3,0 Tinggi 3,0 – 4,0	I	II	III
	2,0 Sedang 2,0 -2,99	IV	V	VI
	1,0 Rendah 1,0 -1,99	VII	VIII	IX

Sumber : data primer yang diolah pada November 2016

Dari hasil yang di dapat pada skor bobot total IFE dan EFE maka Matriks IE berada di kolom V sehingga dapat dikendalikan dengan strategi *hold and maintain*. Strategi yang dapat dilakukan dalam divisi kolom tersebut adalah *market penetration* dan *product development*. Menurut (David : 2010), penetrasi pasar merupakan suatu strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk dan jasa yang ada di pasar saat ini dengan upaya-upaya pemasaran yang lebih besar. Sedangkan pengembangan produk merupakan strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini.

4.7 Analisis SWOT

	KEKUATAN *(Strength)*	**KELEMAHAN *(Weakness)***
	1. Lokasi yang strategis berada di tengah kota. 2. Menjual barang yang diinginkan konsumen dengan branded dan garansi resmi. 3. Pelayanan yang baik. 4. Memberikan tempat yang nyaman dalam membeli produk seperti tempat yang luas, disediakan kursi untuk konsumen. 5. Menyediakan fasilitas yang memadai seperti lahan parkir yang luas, eskalator, tempat istirahat untuk karyawan.	1. Jumlah mobil operasional untuk pengiriman barang yang masih sedikit. 2. Tingginya tingkat *turnover* karyawan
PELUANG (Opportunity) 1. Teknologi yang terus berkembang dari masa ke masa. 2. Pesaing bidang elektronik di daerah Purwokerto yang masih sedikit. 3. Sudah memiliki pelanggan tetap.	**Strategi SO** 1. Mempertahankan serta meningkatkan pelayanan dan pemasaran toko elektronik Irama Mas (S3, O2)	**Strategi WO** 1. Meningkatkan sistem seleksi perekrutan karyawan yang sesuai di bidangnya dan melakukan pelatihan karyawan secara rutin setiap bulannya (W2,O1) 2. Memperbaiki sistem pengiriman barang (W1,O2)
ANCAMAN (Threats) 1. Kurang up to date produk yang dijual. 2. Banyaknya pesaing baru.	**Strategi ST** 1. Membuat website untuk pemasaran toko dan menerima kritik dan saran dari konsumen. (S3, T2)	**Strategi WT** 1. Menambah bonus untuk setiap karyawan yang bisa menjual melebihi target yang ditentukan, serta memberikan bonus tambahan untuk karyawan-karyawan berprestasi setiap bulannya (W2,T2)

Sumber : data primer yang diolah pada November 2016

Dari hasil Analisis Strategi SWOT pada penelitian ini strategi alternatif yang dapat diterapkan di toko elektronik Irama Mas dalam menghadapi persaingan di bisnis penjualan barang elektronik, yaitu :

1. Meningkatkan pelayanan serta pemasaran toko elektronik Irama Mas.
2. Membuat website untuk pemasaran toko dan menerima kritik dan saran dari konsumen.
3. Meningkatkan sistem seleksi perekrutan karyawan yang sesuai di bidangnya dan melakukan pelatihan karyawan secara rutin setiap bulannya.
4. Memperbaiki sistem pengiriman barang.
5. Menambah bonus untuk setiap karyawan yang bisa menjual melebihi target yang ditentukan, serta memberikan bonus tambahan untuk karyawan-karyawan berprestasi setiap bulannya

Berikut merupakan pemaparan hasil analisis SWOT di toko elektronik Irama Mas Purwokerto dari masing-masing strategi SO, WO, ST dan WT :

1. Strategi SO

a. Meningkatkan pelayanan serta pemasaran toko elektronik Irama Mas (S3,O2)

Melihat pesaing yang masih sedikit merupakan kesempatan untuk toko elektronik Irama Mas untuk mencari pelanggan sebanyak-banyaknya, peningkatan pemasaran toko elektronik dan promo-promo menarik dapat dilakukan toko elektronik Irama Mas untuk mengundang konsumen datang ke toko elektronik Irama Mas. Selain hal tersebut peningkatan pelayanan

dapat dilakukan dengan menyambut konsumen serta melayani konsumen dengan ramah, sopan, dan dengan penampilan yang terlihat rapi, dapat membuat konsumen merasa nyaman dan memberikan kepercayaan dalam membeli produk elektronik di toko Irama Mas.

2. Strategi ST

a. Membuat website untuk pemasaran toko dan menerima kritik dan saran dari konsumen. (S3, T2)

Pelayanan merupakan suatu hal yang penting dalam melakukan bisnis menjual alat elektronik, dengan pelayanan yang baik seperti mau mendengarkan kritik dan saran baik dari media seperti nomor telepon layanan kosumen, media internet seperti website toko elektronik Irama Mas, facebook, instagram, dan sebagainya. Pelayanan yang baik kepada konsumen membuat orang akan percaya dan loyal kepada toko elektronik Irama Mas, loyalitas dari konsumen mampu mengurangi ancaman adanya pesaing-pesaing baru yang sedang berkembang.

3. Strategi WO

a. Meningkatkan sistem seleksi perekrutan karyawan yang sesuai di bidangnya dan melakukan pelatihan karyawan secara rutin setiap bulannya (W2,O1)

Sering terjadinya keluar masuk atau *turnover* karyawan membuat toko elektronik Irama Mas harus memperbaiki strategi perekrutan karyawan. Dengan memperbaiki sistem perekrutan dan mempekerjakan orang yang

sesuai dengan bidangnya serta memberikan kesejahteraan karyawan seperti meningkatkan bonus penjualan mampu menurunkan tingkat *turnover* karyawan. Teknologi yang terus berkembang memberikan karyawan pengetahuan baru sehingga karyawan akan terus berlatih bagaimana mengoprasikan hal-hal baru. Selain itu pelatihan karyawan dan motivasi kerja karyawan juga di perlukan untuk membuat karyawan merasa termotivasi dalam bekerja.

b. Memperbaiki sistem pengiriman barang (W1,O2)

Dilihat dari banyaknya complaint lamanya pengirimin barang yang sampai ke konsumen toko elektronik Irama Mas perlu memperbaiki sistem pengiriman barang kepada konsumen. Selain bisa meminimalisir kritikan konsumen hal tersebut dapat membuat sistem pengiriman lebih efisien.

4. Strategi WT

1. Menambah bonus untuk setiap karyawan yang bisa menjual melebihi target yang ditentukan, serta memberikan bonus tambahan untuk karyawan-karyawan berprestasi setiap bulannya (W2,T2)

Dengan menambah bonus untuk karyawan membuat karyawan termotivasi dalam bekerja, selain itu penambahan bonus dilakukan dengan tujuan untuk membuat karyawan-karyawan berpengalaman memiliki loyalitas kerja kepada toko elektronik Irama Mas, serta untuk mengantisipasi ancaman perekrutan karyawan yang dilakukan oleh pesaing-pesaing baru.

Dari hasil matriks Internal-Eksternal toko elektronik Irama Mas berada di kolom V sehingga dapat dikendalikan dengan *Hold and Maintain*. Pada posisi tersebut strategi yang dapat dilakukan adalah dengan strategi *market penetration* dan *product development.*

Dari hasil Matriks IE dan Analisis Strategi SWOT maka terdapat 3 strategi alternatif yang dapat digunakan toko elektronik Irama Mas, yaitu :

1. Meningkatkan pelayanan serta pemasaran toko elektronik Irama Mas.

   Toko elektronik Irama Mas perlu meningkatkan pelayanan serta pemasaran toko agar nama toko elektronik Irama Mas dapat lebih dikenal oleh masyarakat baik di dalam kota maupun luar kota. Adapun hal yang dapat dilakukan toko elektronik Irama Mas seperti bekerjasama dengan media cetak maupun media visual seperti penyebaran brosur di koran, pemasangan spanduk di jalan-jalan yang ramai baik di dalam maupun luar kota, selain itu toko elektronik Irama Mas dapat bekerjasama dengan stasiun radio untuk mengiklankan toko dan promo-promo yang sedang berlangsung di toko elektronik Irama Mas saat ini. Hal lain yang dapat dilakukan toko elektronik Irama Mas untuk pemasaran produk dapat dilakukan melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan media online lainnya. Melihat perkembangan yang semakin maju dengan menggunakan media internet dapat mempermudah penyebaran informasi dan komunikasi dengan pelanggan yang kemungkinan berjarak cukup jauh dari lokasi Toko elektronik Irama Mas.

Selain itu toko elektronik Irama Mas juga bisa menjalin hubungan baik dengan distributor untuk membuat pameran elektronik serta pengenalan produk-produk baru yang sedang populer / menjadi *trend* saat ini. Hal tersebut termasuk kedalam strategi penetrasi pasar yang dapat dilakukan oleh toko elektronik Irama Mas

2. Meningkatkan sistem seleksi perekrutan karyawan yang sesuai di bidangnya dan melakukan pelatihan karyawan secara rutin setiap bulannya.

   Selain menjual produk, usaha dibidang elektronik juga menjual jasa. Pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam membuka usaha elektronik sehingga hal yang perlu di perhatikan adalah bagaimana mendapatkan karyawan yang baik. Dari tingginya tingkat *turnover* yang dimiliki toko elektronik Irama Mas, maka toko elektronik Irama Mas perlu meningkatkan sistem seleksi karyawannya. Bisa dilakukan dengan mencari karyawan yang sudah berpengalaman di bidangnya, dengan pengalaman yang dimiliki akan lebih mudah karyawan menyesuaikan diri.

   Pelatihan terhadap karyawan juga di perlukan untuk mengetahui bagaimana cara karyawan berjualan serta untuk mengetahui apakah karyawan menguasai spesifikasi produk-produk yang dijual sehingga jika ditanya konsumen karyawan dapat menjelaskan dengan baik.

3. Memperbaiki sistem pengiriman barang.

   Terbatasnya jumlah mobil operasional membuat toko elektronik Irama Mas mengalami kendala dalam pengiriman sehingga mendapat kritikan dari para

konsumen. Dengan demikian hal yang perlu dilakuka toko elektronik Irama Mas adalah memperbaiki sistem pengiriman barangnya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membuat manajemen pengiriman barang kepada konsumen. Tujuannya adalah untuk mengatur pengiriman barang yang searah dan memberitahukan kepada konsumen bahwa barang yang dibeli akan segera dikirim sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan menguntungkan baik untuk perusahaan maupun untuk konsumen.

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA