BAB IV

Hasil Analisis

4.1 Gambaran Umum Toko Nusantara

Toko elektronik Nusantara Service merupakan salah satu usaha elektronik yang berlokasi di Jalan Besar Sarimatondang No 240, Sidamanik, dimana toko ini sudah memilki cabang di Jalan Makmur No 100, Siborong-borong. Toko Nusantara Service ini sudah didirikan pada tahun 1992 dan dipimpin oleh Bapak Ramses Nababan.

Toko elektronik Nusantra Service merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan alat elektronik rumah tangga seperti : kulkas, televisi LCD / LED, mesin cuci, cest freezer, DVD home Theater, kipas angin, microwive, setrika, rice cooker, lampu dan lain sebagainnya. Brand yang dijual di toko elektronik Nusantara Service juga bermacam-macam seperti : Sharp, Sony, Samsung,LG,Panasonic dan brand lainnya.

Selain menjual eceran toko elektronik Nusantra Service juga menjual barang secara grosir. Area penjualan toko elektronik Nusantra Service meliputi Sarimatondang, Jorlang, Tigabolon, Siborna, Baliran, Tigaras, Serbelawan, Manik Saribu, Sinaman, Porsea dan Tarutung.





Gambar 4.1 Toko Nusantara Service Sidamanik

4.2 Gambaran Umum Responden

Pada penelitian yang dilakukan kali ini, peneliti mendapatkan data dari 9 orang responden, yaitu: 1 orang pemilik yang akan melakukan pengisisan dalam variabel SWOT, Rating, Bobot dan nilai preferensi TOPSIS. 3 karyawan yang sudah bekerja selama 10 tahun di toko elektronik Nusantra Service di Sidamanik yang akan melakukan pengisian dalam variabel SWOT, Rating dan Bobot. Sedangkan 5 orang konsumen yang sudah berlangganan di Toko Nusantara Service di Sidamanik minimal 3 tahun hanya melakukan pengisisan dalam variabel SWOT untuk data penelitian ini.

Tabel 4.1

Data Responden Pemilik dan Karyawan Toko Elektronik Nusantara
Service

No	Nama	Status	Jenis kelamin	Usia	Lama bekerja	Alamat
)	(tahun)	
1	Ramses Nababan	Owner	Laki –laki	50	27	Sidamanik
2	Sayun	Karyawan	Laki – laki	54	14	Baliran
3	Nani Sitio	Karyawan	Perempuan	50	12	Sidamanik
4	Dian Maya	Karyawan	Perempuan	32	11	Bahbutong

Sumber: data sekunder 2019

Berikut keterangan tabel responden di atas

1. Bapak Ramses Nababan sebagai Pemilik / Owner

Merupakan pemimpin di toko elektronik Nusantara Service, beliau adalah orang yang mengembangkan usaha dari usaha lapak yang biasa menjadi usaha moderen, selai itu beliau juga yang menentukan pemilihan

produk-produk dengan inovasi terbaru yang akan di jual di toko elektronik Nusantar Service dan beliau juga berperan besar dalam penerimaan dan penolakan karyawan selain itu beliau juga penanggu jawab penuh toko elektronik Nusantara Service.

2. Bapak Sayun sebagai karyawan

Merupakan salah satu karyawan di toko elektronik Nusantara Service yang memiliki tugas dalam memperbaiki barang-barang elektronik seperti kuklas, Tv, mesin cuci, lampu, dan lain-lain.

3. Ibu Nani sebagai karyawan

Merupkan salah satu karyawan di toko elektronik Nusantara Service yang berperan dalam menjaga kasir di toko elektronik Nusantara Service

4. Ibu Dian sebagai karyawan

Merupakan salah satu karyawan di toko elektronik Nusantara Service yang berperan dalam penjaga toko dan bidang pemasarab produk atau jasa yang ada di toko elektronik Nusantara Service.

Tabel 4.1

Data Responden Pelanggan Toko Elektronik Nusantara Service

No	Nama	Jenis kelamin	Usia	lama kerja	Alamat
		JAPR	7	sama (ta hun)	
1.	Melva	Perempuan	44	9	Tigaras
2.	Ulfatun	Perempuan	39	5	Lauk tawar
3.	Chandra	Laki – laki	50	6	Jorlang
4.	Sakarina	Perempuan	48	8	Tarutung
5.	Rudi	Laki – laki	53	9	Porsea

Sumber: data sekunder 2019

Berikut keterangan tabel responden di atas:

1. Ibu Melva sebagai konsumen

Ibu Melva merupakan sebagai konsumen atau pelanggan yang sudah cukup lama di toko elektronik Nusantara Service semenja tahun 2007

2. Ibu Ulfatun sebagai konsumen

Ibu Sarina merupakan sebagai konsumen yang sudah berlangganan di toko Nusantara Service

3. Bapak Chandra sebagai konsumen

Bapak chandra merupakan sebagai konusmen yang sudah menjadi pelanggan di toko elektronik Nusantara Service sudah 6 tahun.

4. Ibu Sakatina sebagai konsumen

Ibu Sakarina merupakan sebagai konusmen semenja 2011 dan sering membantu penjulan ke pada orang-orang yang di sekitarnya.

5. Bapak Rudi sebagai konsumen

Bapak Rudi sebagai konsumen sudah berlanggan di toko Nusantara Service cukup lama sekitar 9 tahun.

4.3 Variabel SWOT

Variabel SWOT digunakan untuk melihat apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki sekaligus dihadapi oleh toko elektronik Nusantara Service. Untuk mengetahui hasil variabel SWOT yang dimiliki dan dihadapi toko elektronik Nusantara Service, hal yang dapat dilakukan antara lain, melakukan wawancra pemilik usaha yaitu Bapak Ramses Nababan. Selain melakukan wawancra pemiliki peneliti harus mengkonfirmasi jawaban pemilik dengan memberikan kuesoner pernyataan pemiliki kepada karyawan dan konsumen. Setelah melakukan hal-hal tersebut peneliti mendapat hasil variabel-variabel SWOT yang dimiliki dan dihadapi oleh toko elektronik Nusantar Service, yaitu:

Tabel 4.3 Variabel SWOT

Kategori		Keterangan
Kekuatan	1	Lokasi yang strategis berada di tengah kota.
	2	Menjual barang yang diinginkan konsumen dengan
		brended dan garansi resmi.
	3	Pelayanan yang diberikan ke konsumen cepat dan
		menyenangkan.
	4	Menyediakan fasilitas yang memadai seperti lahan parkir
		yang luas dan tempat istrahat untuk karyawan.
Kelemahan	Ŷ	Tingginya tingkat <i>turnover</i> karyawan.
2 2	2	Jumlah mobil operasional untuk pengiriman barang yang masih sedikit.
Peluang		Tingginya permintaan masyarakat terhadap alat-alat elektronik.
	2 0	Masyarakat memiliki tingkat gengsi yang tinggi untuk
)		terus ingin memilki produk elektronik terbaru dan
		memliki kecanggihan yang tinggi.
Ancaman	1	Pesaing harga semakin ketat di pasaran.
	2	Banyaknya pesaing toko elektronik baru.
	Kekuatan Kelemahan Peluang	Kekuatan 1 2 3 4 Kelemahan 1 Peluang 1 Ancaman 1

Sumber : data primer 2019

4.3.1 KEKUATAN (Strength)

Berikut adalah hasil prespsi responden terhadap variabel Kekuatan yang dimiliki toko elektronik Nusantara Service.

Tabel 4.3.1.1 Tanggapan Pemlilik dan Karyawan terhadap Kekuatan Toko Elektronik Nusantara Service

No	Pernyataan	S	SS	S	S	Т	S	S	ΓS	То	otal
•											
			r		1						
		F	S	F	S	F	S	F	S	Skor	Rata-
											rata
1	Lokasih toko	1	4	3	9	-	0	-	0	13	3,25
	elektronik Nusantara										
	Service strategis	SIT	AS	K	7						
2	Toko elektronik	2	8	2	6	11-	0	-	0	14	3,5
	Nusantara Service		ユ		10	16	7				
	menyedia <mark>kan ber</mark> bagai		X			-1					
	merek pro <mark>duk</mark>					7	\				
2	Committee								0	1.4	2.5
3	Garansi merupakan	2	8	2	6		0	-	0	14	3,5
	aspek penting dalam	_	\Rightarrow	/	P	//					
	membeli produk	JA	PR	V.							
	elektronik		~		1						
4	Pelayanan di toko	1	5	3	9	-	0	-	0	14	3,5
	elektronik Nusantara										
	Service sudah baik										
5	Toko elektronik	2	8	2	6	_	0	_	0	14	3,5
	Nusantara Service										
	memberikan										
	kenyamanan untuk anda										

6	Tempat parkir yang	1	4	3	9	-	0	-	0	13	3,25
	luas di toko Nusantara										
	Service										
7	Toko Nusantara	4	16	-	0	-	0	1	0	16	4,00
	Service mau melayani										
	pengiriman barang										
	keluar kota										
8	Karyawan toko	1	4	3	9	-	0	1	0	13	3,25
	Nusantara Service										
	ramah terhadap	TT	AS		1						
	konsumen	511		K	2						
9	Karyawan to <mark>ko</mark>	1	0	4	12	1	0	1	0	12	3,00
	Nusantar <mark>a Servic</mark> e		丁		1	- 1	7/				
	cepat dan <mark>tanga</mark> p					不					
	melayani <mark>konsu</mark> me <mark>n</mark>	-))				

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel kekuatan mendapatkan skor rata-rata diatas 3,00 hal tersebut menandakan bahwa pemilik dan karyawan setuju dengan pernyataan kekuatan yang dimiliki oleh toko elektronik Nusantara Service Sidamanik. Berikut adalah pembahasan setiap variabel pernyataan kekuatan toko elektronik Nusantara Service :

- a. Letak toko Nusantara Service yang Startegis Toko elektronik Nusantara Service cenderung memliki letak toko yang strategis dibandingkan dengan pesaing lainnya, letak toko elektronik Nusantara Service berada di Jl. Besar Sarimatondang, yang merupakan jalan dapat dilalui 2 arah dan cukup luas.
- b. Menyediakan berbagai merek produk

- Barang-barang yang ada di toko cukup beragam dan mempermuda pemilik dan karyawan menawarkan produk baru kepada konsumen yang berkunjung ke toko.
- c. Produk yang diinginkan konsumen dengan garansi resmi
 Dalam bidang elektronik, sebuah produk tidak dapat diperkirakan
 bahwa produk tersebut merupakan produk gagal atau bukan, karena
 belum tentu ketika dicoba di toko dengan dirumah konsumen
 memberikan hasil yang sama. Karena hal tersebut membuat konsumen
 cenderung merasa kawatir ketika membeli barang elektronik. Namun
 di Toko Nusantara Service mau membantu melayanin kosnumen
 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.
- d. Pelayanan yang sudah baik di Toko Nusantar Service
 Pelayanan merupakan aspek penting di dalam menjalankan suatu
 usaha, pelayanan yang baik mampu membangun kepercayaan
 konsumen terhadap usaha yang sedang dikembangkan. Seperti halnya
 pelanggan atau konsumen yang datang ke toko Nusantara Service dari
 berbagi umur, dimana semua dilayani dengan baik dan mendapatkan
 respon yang baik dari toko Nusantara.
- e. Memberi tempat yang nyaman

 Dalam 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 juga bisa mecoba

 terlebih dahulu produk yang akan mereka pakai sehingga bisa

 membandingkan kualitas produk yang satu dan yang lainnya.
- f. Fasilitas tempat parkir yang disediakan toko Nusantara Service

Pada umumnya konsumen yang ingin ke sebuah toko untuk membeli produk mereka selain mereka melihat harag setiap toko konsumen juga memperhatikan juga lokasih parkir yang ada pada toko tersebut.

g. Melayanin pengiriman ke luar kota Seperti halnya toko elektronik belum terlalu banyak di temukan di berbagi tempat salah satunya di daerah yang kurang terjangkau dari perkotaan, maka dari situ toko Nusantara Service menerima pesanan yang ada di luar kota karena dapat membantu promosi toko Nusantara Service.

h. Karyawan raham terkadap konsumen

Keramahan merupakan suatu hal yang pada umumnya di lakukan oleh karyawan kepada konsumen untuk meningkatkan kenyamanan konsumen berbelanja di Toko Nusantara Service ini, selain itu owner dan karyawan mudah dalam berkomunikasi dengan konsumen dimana keramahan dan sopan santu di utamakan dalam sebuah komunikasih satu sama yang lain. Baik dengan seumuran lebih tua atau yang masih muda.

i. Karyawan <mark>mudah d</mark>an tanggap

Sebuah toko yang memliki karyawan harus paham dalam produk yang mereka jual, dalam segi harga, kualitas produk atau produk yang sedang laku pada saat itu. Dan mampu membantu konsumen untuk mencari barang yang mereka butuhkan.

Tabel 4.3.1.2 Tanggapan Pelanggan terhadap Kekuatan Toko Elektronik
Nusantara Service

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Total

ĺ		F	S	F	S	F	S	F	S	Skor	Rata-
											rata
1	Lokasih toko	3	12	2	6	-	0	-	0	18	3,6
	elektronik Nusantara										
	Service strategis										
2	Toko elektronik	2	8	2	6	1	2	-	0	16	3,2
	Nusantara Service										
	menyediakan berbagai		\wedge								
	merek produk										
3	Garansi merupakan	4	16	1	3	1	0	_	0	19	3,8
	aspek penting dalam				10	11					,
	membeli produk		\pm		1		77				
	elektronik				1	7	(
			V			١			0	10	2.6
4	Pelayanan di toko	4	16		0	1	2	-	0	18	3,6
	elektronik Nusantara	E			F						
	Service sudah baik	J	PR	AZ							
5	Toko elektronik	2	8	3	9	-	0	-	0	17	3,4
	Nusantara Service		~								
	memberikan										
	kenyamanan untuk anda	L									
6	Tempat parkir yang	5	20	-	0	-	0	-	0	20	4,00
	luas di toko Nusantara										
	Service										
7	Toko Nusantara	3	12	2	6	-	0	-	0	18	3,6
	Service mau melayani										

	pengiriman barang										
	keluar kota										
8	Karyawan toko	5	20	-	0	-	0	-	0	20	4,00
	Nusantara Service										
	ramah terhadap										
	konsumen										
9	Karyawan toko	4	16	1	3	-	0	1	0	19	3,8
	Nusantara Service										
	cepat dan tangap	TI	AS		1						
	melayani kons <mark>umen</mark>	0		KA	15						

Sumber: data primer yang diolah pada November 2019

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

a. Letak toko Nusantara Service yang Startegis

Toko elektronik Nusantara Service berada di tengah kota, yang mana merupakan pusat keramaian di Sidamanik dan memiliki letak toko yang startegis di bandingkan pesaing. Dengan demikian letak toko yang startegis menjadi variabel kekuatan dari toko elektronik

b. Menyediakan berbagai merek produk

Konsumen yang ingin membeli suatu produk dapat memili produk yang ingin mereka cari atau dapat membantu mereka dalam menentukan kualtias barang yang igin mereka inginkan, seperti halnya mereka yang sudah memiliki pilihan sebelumnya dan dengan melihat merek yang terbaru atau yang lebih bagus dari pilihan mereka karena kebanyakn orang membeli

produk karena melihat dari tetangga atau kerabat yang terlebih dahulu memili barang tersebut, maka dari situ dengan memliki banyak merek produk dapat menjadi pertimbangan bagi seorang konsumen untuk membeli produk yang lebih tepat mereka cari.

c. Produk yang diinginkan konsumen dengan garansi resmi

Dalam bidang elektronik, sebuah produk tidak dapat diperkirakan bahwa produk tersebut merupakan produk gagal atau bukan, karena belum tentu ketika dicoba di toko dengan dirumah konsumen memberikan hasil yang sama. Karena hal tersebut membuat konsumen cenderung merasa kawatir ketika membeli barang elektronik. Namun di Toko Nusantara Service mau membantu melayanin kosnumen 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.

d. Pelayanan yang sudah baik di Toko Nusantar Service

Pelayanan merupakan aspek penting di dalam menjalankan suatu usaha, pelayanan yang baik mampu membangun kepercayaan konsumen terhadap usaha yang sedang dikembangkan. Seperti halnya pelanggan atau konsumen yang datang ke toko Nusantara Service dari berbagi umur, dimana semua dilayani dengan baik dan mendapatkan respon yang baik dari toko Nusantara. Dapat dilihat pada tabel 4.3.1 dimana diantara 9 kuesiner yang mengatakan Sangat setuju sebanyak 5, 3 orang mengatakan Setuju dan 1 orang mengatakan tidak Setuju.

e. Memberi tempat yang nyaman

Dalam 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 juga bisa mecoba terlebih dahulu produk yang akan mereka pakai sehingga bisa membandingkan kualitas produk yang satu

dan yang lainnya. Manfaat lainnya adalah memberi pengetahuan yang baru tentang teknologi dengan adanya demo produk teknologi terbaru yang selalu diperkenalkan oleh karyawan kepada konsumen, hal tersebut adalah bentuk pelayanan karyawan terhadap konsumen.

f. Fasilitas tempat parkir yang disediakan toko Nusantara Service Pada umumnya konsumen yang ingin ke sebuah toko untuk membeli produk mereka selain mereka melihat harag setiap toko konsumen juga memperhatikan juga lokasih parkir yang ada pada toko tersebut.

g. Melayanin pengiriman ke luar kota

Seperti halnya toko elektronik belum terlalu banyak di temukan di berbagi tempat salah satunya di daerah yang kurang terjangkau dari perkotaan, maka dari situ toko Nusantara Service menerima pesanan yang ada di luar kota karena dapat membantu promosi toko Nusantara Service.

h. Karyawa<mark>n ram</mark>ah terkadap konsumen

Keramahan merupakan suatu hal yang pada umumnya di lakukan oleh karyawan kepada konsumen untuk meningkatkan kenyamanan konsumen berbelanja di Toko Nusantara Service ini, selain itu owner dan karyawan mudah dalam berkomunikasi dengan konsumen dimana keramahan dan sopan santu di utamakan dalam sebuah komunikasih satu sama yang lain. Baik dengan seumuran lebih tua atau yang masih muda.

i. Karyawan mudah dan tanggap

Sebuah toko yang memliki karyawan harus paham dalam produk yang mereka jual, dalam segi harga, kualitas produk atau produk yang sedang laku pada saat itu. Dan mampu membantu konsumen untuk mencari barang yang mereka butuhkan.

4.3.2 KELEMAHAN (Weakness)

Berikut merupakan hasil presepsi responden terhadap variabel Kelemahan yang dimiliki toko elektronik Nusantara Service. Total jumlah responden adalah 9 orang.

Tabel 4.3.2.1 Tanggapan Pemilik dan Karyawan terhadap kelemhana Toko Elektronik Nusantara Service

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	S	То	tal
•	(Q P	FIS	F S	FS	F	S	Skor	Rata- rata
1.	Sistem pengiriman yang kurang terkoordinir membuat toko elektronik Nusantara Service sering mendapat complain dari para konsumen	1 4 A P	T 3	1 2	7	0	9	2,25
2.	Tingginya tingkat turn over (pergantian keluar atau masuk karyawan tetap / karyawan	2 8	2 6	- 0	-	0	14	3,5

training)					

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel kelemahan mendapatkan skor yang dimana nilai rata ratnya ada 2,25 dan 3,5 hal tersebut menandakan bahwa responden setuju dengan pernyataan kelemahan yang dimiliki oleh toko elektronik Nusantara Service Sidamanik. Berikut adalah pembahasan setiap variabel pernyataan kelemahan toko elektronik Nusantara Service Sidamanik:

a. Jumlah mobil operasional

Untuk pengiriman barang yang masih sedikit. Kebanyakan konsumen yang membeli produk di toko elektronik Nusantara Service ingin barang yang dibeli dikirim secepatnya ke rumah konsumen. Namun mobil operasional yang hanya 2 armada dan jarak pengiriman luar kota yang memiliki jarak yang berbeda membuat pengiriman barang mengalami keterlambatan sehingga toko elektronik Nusantara Service sering mengalami complain / kritikan dari para konsumen.

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 Nusantara Service 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.

Tabel 4.3.2.2 Tanggapan Pelanggan terhadap kelemhana Toko Elektronik Nusantara Service

No	Pernyataan	S	S	S	5	Т	S	STS	5	То	tal
·		F	S T A	F	S	F	S	F	S	Skor	Rata- rata
1.	Sistem pengiriman yang kurang terkoordinir membuat toko elektronik Nusantara Service sering mendapat complain dari para konsumen		* + A P	R	3	OLIK FY	0	7	0	11	2,2
2.	Tingginya tingkat turn over (pergantian keluar atau masuk karyawan tetap / karyawan training)	1	4	4	12	-	0	-	0	16	3,2

Sumber: data primer yang diolah pada November 2019

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel kelemahan dari hasil tanggapan pelanggan mendapatkan skor yang dimana nilai rata ratnya ada 2,2 dan 3,2 hal tersebut menandakan bahwa responden setuju dengan pernyataan kelemahan yang dimiliki oleh toko elektronik Nusantara Service Sidamanik. Berikut adalah pembahasan setiap variabel pernyataan kelemahan toko elektronik Nusantara Service Sidamanik:

a. Jumlah mobil operasional

Dalam proses pengiriman barang kepada konsumen masih adanya kekurangan dalam proses di karenakan toko Nusantara hanya memiliki 2 armada mobil operasional sedangkan yang membeli produk di toko elektronik Nusantara Service ingin barang yang dibeli dikirim secepatnya ke rumah konsumen.

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 Nusantara Service 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

4.3.3 PELUANG (Opportunity)

Berikut merupakan hasil presepsi responden terhadap variabel peluang yang dimiliki toko elektronik Nusantara Service. Total dari jumlah responden adalah 9 orang .

Tabel 4.3.3.1Tanggapan Pemilik dan Karyawan terhadap Peluang Toko Nusantara Service

No	Pernyataan	S	S	S	5	Γ	CS	S	ΓS	To	otal
•		F	S	F	S	F	S	F	S	Skor	Rata- rata
1.	Produk elektronik selalau berubah sesuai dengan trend	2	8	2	6	-	0	-	0	14	3,5
	seiring perkembangan zaman	81	TA	S R	AT	OL					
2.	Di sidamanik hanya ada 4 toko elektronik	4 30 1	16		0	IK V	O	-	0	16	4,00
3	Toko elektronik Nusantara Service memiliki banyak pelanggan tetap	4	16	R	0	(-	0	-	0	16	4,00
4	Harga di toko Nusantara lebih murah	-	0	4	12	-	0	-	0	12	3,00

5	Bunga asuransi	1	4	3	9	-	0	-	0	13	3,25
	lebih kecil										
6	Daya beli di	2	8	1	3	1	2	-	0	12	3,00
	sidamanik yang										
	cukup tinggi		_								
		81	TA.	SK	1						

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel peluang mendapatkan skor rata-rata diatas 3,00 hal tersebut menandakan bahwa responden setuju dengan peryataan peluang yang dimiliki oleh toko elektronik Nusantara Service Sidamanik. Berikut adalag pembahasan setiap variabel pernyataan peluang toko elektronik Nusantar Service:

a. Produk yang berubah trend seiring perkembangan.

Produk yang terus berkembang memberikan keuntungan untuk pengusaha di bidang elektronik, seiring perkembangan waktu teknologi selalu memunculkan inovasi-inovasi yang memudahkan orang dalam melakukan aktivitas.

b. Di sidamanik hanya ada 4 toko elektronik

Walaupun terhitung tempat yang ramai penduduk, Sidamanik sendiri hanya ada 4 toko elektronik dimana lokasih satu sama lain toko elektronik berjarak cukup jauh. Hal ini dapat medukung perkembangan toko Nusantara Service.

c. Memiliki banyak pelanggan tetap

Pelanggan adalah salah satu hal penting dalam berusaha dimana, sebuah usaha jika memiliki pelanggan tetap dapat mendukung berkembangnya suatu usaha dikarenakan jika memiliki banyak penggan tetap membuktikan toko Nusantara Service memiliki nilai yang unggul dalam sebuah pencapain mempertahankan konsumen.

d. Harga lebih murah

Harga adalah hal yang selalu di perhatikan konsumen dalam menentukan barang yang ingin mereka beli, dimana konsumen akan mencari toko yang menjual harga jauh lebih murah di bandungkan dengan toko yang ada di sidamanik. Pada umumnya toko Nusantara Service tidak hanya menjual barang persatu unit melaikan toko Nusantara Service juga menjual barang grosir jadi harga bisa di katakan jauh lebih murah karna toko Nusantara Service lebih mencari untung sedikit asalkan produk mereka dapat habis dan bisa berganti setiap waktu.

e. Bunga ansuran<mark>si lebih kecil</mark>

Bunga ansuranis lebih kecil juga menjadi patokan pada konsumen yang ingin membeli produk di toko Nusantara Service dengan cara kredit barang, dengan bunga yang lebih kecil owner dapat mempermuda konsumen untuk mencicil produk yang mereka beli, dan membantu konsumen dengan mempermuda memiliki produk baru. Dengan demikian peryataan variabel tersebut dapat dikatkan peluang pada toko Nusantara Service.

f. Daya beli yang cukup tinggi

Di Sidamanik akhir- akhir ini pembangunan kantor atau sekolah di Sidamanik semakin banyak serta masyarakat yang semakin banyak bertamba, dengan ini dapat dikatakan daya beli yang cukup tinggi dikarenakan membutuhkanj barang-barang atau produk yang di perlukan di kantor, sekolah atau di rumah.

Tabel 4.3.3.2 Tanggapan Pelanggan terhadap Peluang Toko Nusantara Service

No	Pernyataan	SIS	SA	S A	4 2	T	TS .	S	ΓS	To	otal
٠		F	·S-	F	S	PIX	S	F	S	Skor	Rata- rata
1.	Produk elektronik selalau berubah sesuai dengan trend seiring perkembangan zaman		<u></u>	R A	6	2	4	1	0	14	2,8
2.	Di sidamanik hanya ada 4 toko elektronik	3	12	2	6	-	0		0	18	3,6
3	Toko elektronik Nusantara Service	5	20	-	0	-	0	-	0	20	4,00

	memiliki banyak pelanggan tetap										
4	Harga di toko Nusantara lebih	2	8	1	3	2	4	-	0	15	3,00
	murah										
5	Bunga asuransi lebih kecil	3	12 T A	2	6	OLIK	0	-	0	18	3,6
6	Daya beli di sidamanik yang cukup tinggi	3	12 A P		m 1 1	1	2	1	0	17	3,4

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel peluang mendapatkan skor rata-rata diatas 3,00 dan yang paling rendah adalah 2,8 hal tersebut menandakan bahwa responden setuju dengan peryataan peluang yang dimiliki oleh toko elektronik Nusantara Service Sidamanik. Berikut adalag pembahasan setiap variabel pernyataan peluang toko elektronik Nusantar Service:

a. Produk yang berubah trend seiring perkembangan.

Produk yang terus berkembang memberikan keuntungan untuk pengusaha di bidang elektronik, seiring perkembangan waktu teknologi selalu memunculkan inovasi-inovasi yang memudahkan orang dalam melakukan aktivitas.

b. Di sidamanik hanya ada 4 toko elektronik

Walaupun terhitung tempat yang ramai penduduk, Sidamanik sendiri hanya ada 4 toko elektronik dimana lokasih satu sama lain toko elektronik berjarak cukup jauh. Hal ini dapat medukung perkembangan toko Nusantara Service.

c. Memiliki banyak pelanggan tetap

Pelanggan adalah salah satu hal penting dalam berusaha dimana, sebuah usaha jika memiliki pelanggan tetap dapat mendukung berkembangnya suatu usaha dikarenakan jika memiliki banyak penggan tetap membuktikan toko Nusantara Service memiliki nilai yang unggul dalam sebuah pencapain mempertahankan konsumen.

d. Harga lebih murah

Harga adalah hal yang selalu di perhatikan konsumen dalam menentukan barang yang ingin mereka beli, dimana konsumen akan mencari toko yang menjual harga jauh lebih murah di bandingkan dengan toko yang ada di sidamanik. Pada umumnya toko Nusantara Service tidak hanya menjual barang persatu unit melaikan toko Nusantara Service juga menjual barang grosir jadi harga bisa di katakan jauh lebih murah karna toko Nusantara Service lebih mencari untung sedikit asalkan produk mereka dapat habis dan bisa berganti setiap waktu.

d. Bunga ansuransi lebih kecil

Bunga ansuranis lebih kecil juga menjadi patokan pada konsumen yang ingin membeli produk di toko Nusantara Service dengan cara kredit barang, dengan bunga yang lebih kecil owner dapat mempermuda konsumen untuk mencicil produk yang mereka beli, dan membantu konsumen dengan mempermuda memiliki produk baru. Dengan demikian peryataan variabel tersebut dapat dikatkan peluang pada toko Nusantara Service.

e. Daya beli yang cukup tinggi

Di Sidamanik akhir- akhir ini pembangunan kantor atau sekolah di Sidamanik semakin banyak serta masyarakat yang semakin banyak bertamba, dengan ini dapat dikatakan daya beli yang cukup tinggi dikarenakan membutuhkanj barang-barang atau produk yang di perlukan di kantor, sekolah atau di rumah.

4.3.4 ANCAMAN (Threat)

Berikut merupakan hasil presepsi responden terhadap variabel Ancaman yang dimiliki toko elektronik Nusantara Service.

Tabel 4.3.4.1 Tanggapan Pemilik dan Karyawan terhadap Ancaman Toko
Elektronik Nusantara Service

No.	Pernyataan	S	S		S	7	ΓS	STS	S	7	Total .
		F	S	F	S	F	S	F	S	Skor	Rata- rata

1.	Pesaing harga	1	4	3	9	_	0	-	0	11	2,75
	semakin ketat di										
	pasar										
2.	Di Sidamanik	4	20	-	0	-	0	-	0	20	5,00
	ada toko										
	elektronik selain										
	toko Nusantara										
	Service										

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel Ancaman mendapatkan skor rata-rata yaitu 2,75 dan 5,00 hal tersebut menandakan bahwa responden setuju dengan pernyataan Ancaman yang dimiliki oleh toko elektronik Nusantara Service Sidamanik.

Berikut adalah pembahasan setiap variabel pernyataan Ancaman toko elektronik Nusantara Service :

a. Pesaing harga semakin ketat

Semakin berkembangnya zaman banyak semakin banyak juga pesaing pesaing baru yang bermunculan, dan membuat harga pasar pada produk elektronik tidak stabil atau lebih tepatnya semakin lama harga produk semakin murah per unitnya di karenakan persaingan yang semakin banyak seperti pada toko elektronik Nusantara Service yang ahkirnya mengambil untung sedikit di karenakan persaingan pada toko elektronik semakin banyak.

b. Banyak toko selain toko Nusantara Service

Sidamanik merupakan kota berkembang yang berpotensi menjadi kota besar, banyaknya investor dari luar mampu menambah persaingan dagang di kota Sidamanik.

Tabel 4.3.4.2 Tanggapan Pelanggan terhadap Ancaman Toko Elektronik Nusantara Service

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS		Γ	Total
		F	F S	F S	F	S	Skor	Rata- rata
1.	Pesaing harga	3 /12	- 0	2 4	77	0	16	3,2
	semakin k <mark>etat di</mark>		5	X				
	pasar							
2.	Di Sidamanik	1 4	4 12	0	7	0	18	3,6
	ada toko			7	/			
	elektronik selain	GIJA	DRA					
	toko Nusantara							
	Service							

Sumber: data primer yang diolah pada November 2019

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel Ancaman mendapatkan skor rata-rata yaitu 2,75 dan 5,00 hal tersebut menandakan bahwa responden setuju dengan pernyataan Ancaman yang dimiliki oleh toko elektronik Nusantara Service Sidamanik.

Berikut adalah pembahasan setiap variabel pernyataan Ancaman toko elektronik Nusantara Service :

a. Pesaing harga semakin ketat

Semakin berkembangnya zaman banyak semakin banyak juga pesaing pesaing baru yang bermunculan, dan membuat harga pasar pada produk elektronik tidak stabil atau lebih tepatnya semakin lama harga produk semakin murah per unitnya di karenakan persaingan yang semakin banyak seperti pada toko elektronik Nusantara Service yang ahkirnya mengambil untung sedikit di karenakan persaingan pada toko elektronik semakin banyak.

b. Banyak toko selain toko Nusantara Service

Sidamanik merupakan kota berkembang yang berpotensi menjadi kota besar, banyaknya investor dari luar mampu menambah persaingan dagang di kota Sidamanik

4.4 Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)

Matriks IFAS dalam analisis SWOT terhadap toko elektronik Nusantara Service dilakukan dengan mengevaluasi perushaan dengan memeberi bobot berdasarkan hasil penilaian kekuatan dan kelemahan yang di berikan oleh Pemilik Toko dan Karyawan Toko Nusantara Service. Bobot digunakan untuk menunjukkan seberapa penting suatu faktor mempengaruhi keberhasilan perusahaan dan jumlah dari seluruh total bobot adalah 1,00 serta besar kecilnya bobot dilakukan sesuai dengan tingkat penting tidaknya faktor

Tabel 4.4.1 Rekap Pengisisan Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)

	IFAS										
STRE	NGHT	Bobot	Bobot	Bobot	Bobot	Bobot	Rata –				
		Pemilik	Karyawan	Karyawan	Karyawan	Karyawan	rata				
			1	2	3	4					
1.	Letak lokasi	0,16	0,15	0,17	0,16	0,14	0,156				
	toko Nusantara										
	Service yang										
	strategis										
2.	Produk yang	0,13	0,13	0,14	0,13	0,17	0,14				
	diiginkan	18		135	\						
	konsumen dan	-/	#	13							
	dengan garanis	<		1							
	resmi										
3.	Memberikan	0,13	0,14	0,13	0,16	0,17	0,146				
	tempat yang	5		T.	33						
	nyaman dalam	O. C.		17							
	membeli	11 0	JAPR	P. (
	produk										
4.	Pelayanan yang	0,16	0,15	0,16	0,17	0,15	0,158				
	baik terhadap										
	konsumen										
5.	Memberi	0,14	0,15	0,13	0,12	0,12	0,132				
	fasilitias yang										
	memadai										
	seperti lahan										
	parkir yang										
	luas.										

WEA	KNESS						
1.	Minimnya mobil operasional	0,13	0,14	0,12	0,13	0,13	0,13
2.	Tingginya tingkat turnover karyawan	0,15	0,14	0,15	0,13	0,12	0,138
	TOTAL	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	

Hasil pemberian bobot dan rating Matriks IFAS dilakukan oleh Pemilik Usaha dan karyawan 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 Nusantara Service dan toko Nusantara Service dikatakan memberi pelayana terbaik terhadap konsumen diaman memiliki skor ratarata 0,158 dengan karyawan yang memiliki pengalaman yang cukup lama karyawan yang ada di toko Nusantara Service lebih memahami tentang alat-alat elektronik dan mempermuda konsumen untuk memilih produk yang akan mereka pilih.

Sedangkan pemberian rating dilakukan untuk memberikan respon perusahaan terhadap kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Menurut (David, 2016) Rating diberikan dengan cara membandingkan kelemahan perusahaan dengan rata-rata pesaing maka rating akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan skala 1-4

Tabel 4.4.2 Rekap Pengisisan Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)

	IFAS									
STRE	NGHT	Rating	Rating	Rating	Rating	Rating	Modus			
		Pemilik	Karyawan	Karyawan	Karyawan	Karyawan				
			1	2	3	4				
1.	Letak lokasi	4	3	3	4	3	3,00			
	toko Nusantara									
	Service yang									
	strategis									
2.	Produk yang	3	SIT4AS	3	2	3	3,00			
	diiginkan	18		132	\					
	konsumen dan	-/	#	1/2						
	dengan garanis	<		1						
	resmi				^					
3.	Memberikan	3	4	3 4	3	3	3,00			
	tempat yang	5		\\ \\ \\ \\ \\ \\ \\ \\ \\ \\ \\ \\ \\	33					
	nyaman dalam	00		17						
	membeli	11.0	JAPR	P. C						
	produk									
4.	Pelayanan yang	4	-3	4	3	4	4,00			
	baik terhadap									
	konsumen									
5.	Memberi	2	3	2	3	3	3,00			
	fasilitias yang									
	memadai									
	seperti lahan									
	parkir yang									
	luas.									

WEA	KNESS						
6.	Minimnya mobil operasional	3	2	2	2	3	2,00
7.	Tingginya tingkat turnover karyawan	3	2	3	2	3	3,00

Modus didapat dari jumlah yang sama dengan jumlah terbanyak, sedangkan jika didapatkan nilai yang sama maka dipilih nilai yang tinggi. Hasil perhitungan rata-rata jawaban dari responden terhadap kekuatan maupun kelemahan toko Nusantara Service menunjukkan bahwa sebagain besar responden memiliki prioritas yang sama dalam kekuatan maupun kelemahannya. Perhitungan matriks IFAS secara gabungan dapat dilihat dala, tabel 4.4.3 sebaagi berikut:

Tabel 4.4.3 Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan

	JAPR IFAS										
STRE	NGHT	Rata – Rata	Modus	Bobot x							
		Bobot	Rating	Rating							
1.	Letak lokasi toko Nusantara Service yang strategis	0,156	3,00	0,468							
2.	Produk yang diiginkan konsumen dan dengan garanis resmi	0,14	3,00	0,42							

3.	Memberikan tempat yang nyaman dalam membeli produk	0,146	3,00	0,438
4.	Pelayanan yang baik terhadap konsumen	0,158	4,00	0,632
5.	Memberi fasilitias yang memadai seperti lahan parkir yang luas.	0,132	3,00	0,396
WEAI	KNESS			
6.	Minimnya mobil operasional	0,13	2,00	0,26
7.	Ting <mark>ginya ting</mark> kat turnover karyawan	0,138	3,00	0,414
	Total I	IFAS	((3,028

Berdasarkan skor, dapat dilihat dari hasilnya adalah 3,028 yang menunjukkan bahwa perusahaan memilki posisi internal yang kuat. Skor ini akan dimasukkan dalam matriks Internal Ekternal (IE). Hasil ini dibandingkan dengan kelemahannya. Hasil dari matriks IFAS di atas menunjukkan bahwa skor pada kekuatan yang menunjukkan indikator kekuatan yang terkuat adalah toko Nusantara Service memberi pelayanan yang baik terhadap konsumen sehingga konsumen percaya kepada karyawan untuk memilih produk yang bagus untuk digunakan. Hal ini karena kepercayaan pelanggan untuk terus menggunakan jasa dan kepercayaan toko Nusantara Service. Sedangkan indikator kelemahan yang paling tinggi adalah minimnya mobil operasional toko Nusantara Service di karenakan toko Nusantara Service hanya memiliki 2 armada sehingga dapat membatasi pengiriman barang ke konsumen.

4.5 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)

Matriks EFAS dalam analisis SWOT tehadap toko elektronik Nusantara Service dilakukan dengan memberikan Bobot dan Rating berdasarkan hasil penilaian peluang dan ancaman yang diberikan oleh Pemilik Toko dan karyawan Toko Nusantara Service. Bobot digunakan untuk menunjukkan seberapa penting suatu faktor mempengaruhi keberhasilan perushaan dan jumlah dari seluruh total bobot adalah 1,00 serta besar kecilnya bobot dilakukan sesuai dengan tingkat penting tidaknya faktor.

Tabel 4.5.1 Rekap Pengisisan Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal
Perusahaan (EFAS)

EFAS								
OPPORTUNITY		Bobot	Bobot	Bobot	Bobot	Bobot	Rata –	
		Pemilik	Karyawan	karyaw <mark>an</mark>	karyawan	karyawan	rata	
				2	3	4		
1.	Teknologi yang	0,22	0,22	0,21	0,20	0,21	0,212	
	terus berkembang	2	M	15))			
	dari masa ke masa	C.C.		7				
2.	Pesaing bisnis di	0,18	0,21	0,21	0,21	0,20	0,202	
	bidang elektronik							
	yang masik							
	sedikit di							
	Sidamanik							
3.	Sudah terkenal /	0,21	0,19	0,20	0,22	0,19	0,202	
	memiliki							
	pelanggan tetap							
THREAT								

1.	Pesaing harga	0,22	0,18	0,19	0,19	0,20	0,196
	semakin ketat di						
	pasaran						
2.	Pesaing baru yang	0,17	0,20	0,19	0,18	0,20	0,188
	mulai						
	mengembangkan						
	usaha elektronik						
	di Sidamanik						
	TOTAL	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	

Dari hasil tabel di atas menunjukan bahwa faktor yang dianggap terpenting oleh rata-rata responden adalah pesaing bisnis di bidang elektronik yang masih sedikit di sidamanik dan toko Nusantara Service sudah dikenal serta sudah memliki pelanggan tetap dimana dengan bobot 0,202 dan dari sisi ancaman adalah pesaing harga semakin ketat di pasaran dengan bobot 0,196.

Sedangkan pemberian rating dilakukan untuk memberikan respon perusahaan terhadap peluang yang dimiliki maka semakin baik cara perusahaan untuk merespons peluang-peluang yang ada maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan cara perusahaan menghindari ancaman eksternal dimana jika perusahaan menghindari ancaman eksternal yang timbul maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating yang akan diberikan dengan skala 1-4. Modus didapatkan dari jumlah terbanyak, sedangkan jika didapatkan nilai yang sama maka dipilih nilai yang tinggi.

Tabel 4.5.2 Rekap Pengisisan Rating Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)

EFAS							
OPPORTUNITY		Rating Pemilik	Rating Karyawan	Rating karyawan	Rating karyawan	Rating karyawan	Modus
1	Training to all and the	4	3	2	3	-	4.00
1.	Teknologi yang terus berkembang	4	3	4	4	4	4,00
	dari masa ke masa		\wedge				
2.	Pesaing bisnis di	2	3	4	4	3	4,00
	bidang elektronik yang masik	ERS	TAS	EAR			
	sedikit di Sidamanik			100	77		
3.	Sudah terkenal / memiliki pelanggan tetap	4	4	2	2	2	2,00
THRE	THREAT			77/			
4.	Pesaing harga semakin ketat di pasaran	3	A 3 R	3	3	2	3,00
5.	Pesaing baru yang	2	3	2	2	2	2,00
	mulai mengembangkan usaha elektronik di Sidamanik						

Dari hasil perhitungan matriks pada tabel 4.5.2 menunjukan bahwa hasil rating dengan nilai terbesar adalah pada peluang toko Nusantara Service

yaitu dimana teknologi yang terus berkembang dari masa ke masa serta pesaing bisnsi di bidang elektronik yang masih sedikit di sidamanik. Perhitungan matriks EFAS secara gabungan dapat dilihat dala, tabel 4.5.3 sebaagi berikut :

Tabel 4.5.3 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)

EFAS							
OPPO	RTUNITY	Rata –	Modus	Bobot x			
		rata Bobot	Rating	Rating			
1.	Teknologi yang terus berkembang dari masa ke masa	0,212	4,00	0,848			
2.	Pesaing bisnis di bidang elektronik yang masik sedikit di Sidamanik	0,202	4,00	0,808			
3.	Sudah terkenal / memiliki pelanggan tetap	0,202	2,00	0,404			
THRE							
4.	Pesaing harga semakin ketat di pasaran	0,196	3,00	0,588			
5.	Pesaing baru yang mulai mengembangkan usaha elektronik di Sidamanik	0,188	2,00	0,376			
TOTA	3,024						

Sumber: data primer yang diolah pada November 2019

Berdasarkan skor, dapat dilihat hasilnya adalah 3,024 yang menunjukan bahwa perusahaan memiliki posisis eksternal yang kuat. Skor ini akan dimasukan dalam matriks Internal Ekternal (IE). Hasil dapat menunjukan bahwa adanya peluang bagi toko Nusantara Service lebih besar dibandingkan dengan ancaman bagi toko Nusantara Service. Dimana hasil matriks EFAS menunjukan bahwa faktor eksternal yaitu peluang dan

ancaman pada toko Nusantara Service mampu memanfaatkan peluang dan meminimalisir ancaman

4.6 Matriks Internal – Eksternal (IE)

Matriks IE dapat dibuat berdasarkan dua dimensi kunci skor bobot IFE untuk sumbuh *x* dan skor bobot EFE untuk sumbuh *y*. Pada penelitian di toko elektonik Nusantara Service telah di dapat hasil dari skor bobot IFE dan EFE, yaitu 3,028 untuk skor bobot IFE total dan 3,024 untuk skor bobot EFE total.

Tabel 4.6 Hasil Matriks IE

	G SI	ibel 4.0 Hasii Mati		
	1200	SKOR BOBOT TO	OTOAL IFE	
TOTAL EFE	3,0 Tinggi 3,0 -4,0	3,0 Kuat 3,0 -4,0	2,0 Sedang 2,0 –2,99	1,0 Lemah 1,0 –1,99
SKOR BOBOT TOTAL EFE	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 2019

Dari hasil yang di dapat pada skor bobt total IFE dan EFE maka Matriks IE berada di kolom I sehingga dapat digambarkan sebagai *Grow* dan *Build*.

Dimana startegi yang cocok yaitu Intensive atau Intergration. Dalam posisi ini, toko Nusantara Service perlu melakukan staretgi yang berhubungan dengan mengunakan strategi intensive dimana strategi ini melakukan usaha-usaha yang insentif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalaui produk yang ada pada toko Nusantara Service. Selain itu yang terdapat juga strategi integrasi baik ke depan maupun ke belakang dapat dikatakan susah untuk pemilik melakukannya, misalnya adalah strategi integrasi ke belakang yaitu mengakusis supplier yaitu Polytron dan LG sangat tidak mungkin sekali untuk dilakukan. Strategi melakukan merger dengan pesaing juga tidak mungkin dilakukan mengingat pemiliki juga menginginkan memegang kendali atas perusahaannya sendiri, sedangkan dalam strategi untuk membeli konsumen jelas tidak mungkin dilakukan. Dimana pemiliki memilih startegi tumbuh dan bangun dengan penetarsi pasar alasannya adalah karena toko Nusantara Service merupakan pemain lama dalam bisnis ini namun startegi yang digunakan pada saat ini masih kurang karena toko Nusantara Service kurang agresif sehingga memerlukan strategi-strategi yang dapat membuatnya mampu dalam meningkatkan kinerjanya.

4.7 Analisis SWOT

Tabel 4.7.1 Analisis SWOT

KEKUATAN (Strength)	KELEMAHAN (Weakness)	
1. Lokasih yang strategis	1. Jumlah mobil operasional	
berada di tengah kota	untuk pengiriman barang	
2. Menjual barang yang	yang masih sedikit.	
diinginkan konsumen	2. Tingginya tingkat turnover	
dengan brended dan	karyawan	
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 memadahi seperti
	lahan parkir
PELUANG (Opportunity)	Strategi SO Strategi WO
1. Teknologi yang terus	1. Mempertahankan serta 1. Meningkatkan perekrutan
berkembang dari masa ke	meningkatkan seleksi karyawan dalam
masa	pelayanan dan bidangnya dan melakukan
2. Pesaing bidang elektronik	pemas <mark>ar</mark> an toko pelatihan karyawan yang
di daerah Si <mark>daman</mark> ik yang	elektro <mark>nik</mark> Nu <mark>santara</mark> rutin (W2,O1).
masih sedik <mark>it.</mark>	Service (S3,O2). 2. Memperbaiki sistem
3. Sudah memiliki	pengiriman barang (W1,O2).
pelanggan tetap.	
ANCAMAN (Threats)	Strategi ST Strategi WT
1. Pesaing harga semakin	1. Membuat website untuk 1. Menambah bonus untuk
ketat di pasar.	pemasaran toko dan setiap karyawan yang bisa
2. Banyaknya pesaing baru	menerima kritik dan menjual melebihi target yang
	saran dari konsumen ditentukan, serta memberikan
	(S3, T2). bonus tambahan untuk
	karyawan- karyawan yang
	berprestais setiap bulannya
	(W2, T2).
	(112, 12).

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

- 1. Membuat website untuk pemasaran toko dan menerima kritik dan saran dari konsumen.
- 2. Meningkatkan pelayanan serta pemasaran toko Nusantara Service.
- 3. Memperbaiki sistem pengiriman barang.
- 4. Menambah bonus untuk setiap karyawan yang bisa menjual melebihi target yang di tentukan, serta memberi bonus kepada karyawan yang berprestasi tiap bulannya
- 5. Meningkatkan seleski perekrutan karyawan yang sesuai bidangnya dan melaukan pelatiha karyawan secara rutin.

Berikut merupakan pemaparan hasil analisis SWOT di toko elektronik Nusantara Service Sidamanik dari masing-masing strategi SO, WO, ST, dan WT:

1. Strategi SO

a. Meningkatkan pelayanan serta pemasaran toko Nusantara Service (S3, O2) Melihat pesaing yang masih sedikit merupakan kesempatan untuk toko Nusantara Service untuk mencari pelanggan sebanyak-banyaknya, peningkatan pemasaran toko elektronik dan promo-promo menarik dapat dilakukan toko elektronik Nusantara Service untuk mengundang konsumen datang ke toko elektronik Nusantara Service. Selain hal tersebut peningkatan pelayanan dapat dilakukan dengan menyambut konsumen serta melayanin konsumen dengan ramah, sopan, dan dengan penampilan yang terlihat rapi, dapat membuat konsumen merasa nyaman dan memberikan kepercayaan dalam membeli produk di toko Nusantara Service.

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 ksumen media internet seperti website toko elektronik Nusantara Service, facebook, instagram, dan sebagainya. Pelayanan yang baik kepada konsumen membuat orang akan percaya dan loyal kepada toko elektornik Nusantara Service, loyalitas dan 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 (W2, O1) Sering terjadinya keluar masuk aray *turnover* karyawan membuat toko elektronik Nusantara Service harus memperbaiki strategi perekrutan karyawan. Dengan memperbaiki sistem perekrutan dan mempekerjakan orang yang sesaui dengan bidannya 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 diperlukan untuk membuat karyawan merasa termotivasi dalam bekerja.
- b. Memperbaiki sistem pengiriman barang (W1, O2)
 Dilihat dari banyaknya complaint Nusantara Service perlu memperbaiki sistem pengiriman barang kepada konsumen. Selai bisa meminimalisir kritikan konsumen hal tersebut dapat membuat sisitem pengiriman lebih efesien.

4. Strategi WT

 Menambah bonus untuk setiap karyawan yang bisa menjual melebihi target yang ditentukan, serta memberikan bonus tambahan untuk karyawan yang berprestasi setiap bulannya (W2, T20

Dengan menambha 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 Nusantara Service, serta untuk mengantisipasi ancaman perekrutan karyawan yang dilakukan oleh pesaing-pesaing baru.

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

Dari ha<mark>sil Ma</mark>triks IE dan Analisis Strategi SWOT maka terdapat 3 strategi alternatif yang dapat digunakan toko elektornik Nusantara Service, yaitu:

1. Meningkatkan pelayanan serta pemasaran toko elektronik Nusantara Service. Toko elektronik Nusantara Service perlu meningkatkan pelayanan serta toko agar nama toko elektornik Nusantara Service dapat lebih dikenal masyarakat baik di dalam kota maupun luar kota. Adapun hal yang dapat dilakukan toko elektornik Nusantara Service seperti bekerjasama dengan media cetak maupun media visual seperti penyebar brosur di koran, pemasangan spanduk di jalan-jalan yang ramai baik di dalam maupun di luar kota, selain itu toko elektronik Nusantara Service dapat bekerja sama dengan stasiun radio untuk mengiklankan toko dan promo-promo yang sedang berlangsung di toko elektronik Nusantara Service saat ini. Hal yang dapat dilakukan toko elektronik Nusantara Service untuk pemasaran produk dapat dilakukan melalau media sosial Facebook, Instagram, dan

media online lainnya. Melihat perkembangan yang semakin maju dengan menggunakan media internet yang kemungkinan berjarak cukup jauh dari lokasi Toko elektronik Nusantara Service. Selain itu toko Nusantara Service 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 startegi penetrasi pasar yang dapat dilakukan oleh toko elektronik Nusantara Service.

- 2. Meningkatkan sistem seleksi perekrutan karyawan yang sesuai di bidangnya dan melakukan pelatihan karyawan secara rutin setiap bulannya. Selain menjual produk, usaha dibidang elektornik juga menjual jasa. Pelayanan yang baik menajdi faktor penting dalam membuka usaha elektronik sehingga hal yang perlu di perhatikan adalah bagaimana mendaptkan karyawan yang baik. Dari tingginya tinkat turnover yang dimiliki toko elektronik Nusantara Service, maka toko elektronik Nusantara Service perlu meningkatkan sisitem 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 mengetahu bagaimana cara karyawan berjualan serta untuk mengetahui apakah karyawan menguasai spesifikasi produk-produk yang dijual sehingga jika ditanyak konsumen karyawan dapat menjelaskan dengan baik.
- 3. Memperbaiki sistem pengiriman barang.

Terbatasnya jumlah mobil operasional membuat toko elektronik Nusantara Service mengalami kendala dalam pengiriman sehingga mendapat kritik dari para konsumen. Dengan demikian hal yang perlu dilakukan toko elektronik Nusantara Service adalah memperbaiki sisitem 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 dineli akan segera dikirim sehingga dapat meningkatkan efesiensi dan menguntungkan dengan baik.

4.8 Topsis

Dalam metode TOPSIS (Tahap Pengambilan Keputusan) yang dimana merupakan tahap terakir dalam analisis strategi ini, akan ditentukan strategi yang terbaik. Penentuan skor daya tarik berdasarkan nilai rata-rata responen peneliti yang di jadikan menjadi sebuah kesimpulan dalam analisis SWOT yang nanti nya akan di buatkan sebuah alternatif dan menentukan nilai preferensi yang nantinya di tentukan oleh pemilik. Oleh sebab itu semakin tinggi nilai prefersi maka semakin menarik alternative strategi tersebut. Berikut adalah metode Topsis:

Sebuah perusahaan sedang merencanakan startegi alternatif untuk menentukan startegi alternatif guna pengembangan usaha dan berdasarkan hasil analisis menggunakan matriks SWOT, di dapat 5 alternatif startegi yang nantinya salah satu alternatif tersebut akan di pilih menjadi alternatif startegi pengembangan usaha pada toko Nusantara Service nantinya.

Langkah langkah menyelasikan metode Topsis sebagai berikiut:

1. Analisis alternatif strategi

Tabel 4.8.1 Alternatif Strategi

	Keterangan	
A1	Meningkatkan pelayanan dan pemasaran	
	toko Nusantara Service	

A2	Meningkatkan sisitem perekrutan karyawan
	dengan bidangnya
A3	Meningkatkan sistem pengiriman barang
A4	Membuat website untuk pemasaran toko
	dan menerima kritik dan saran dari
	konsumen.
A5	Menambah bonus untuk setiap karyawan
RSII	yang bisa menjual melebihi target yang
	<mark>ditentu</mark> kan, <mark>serta m</mark> emberikan bonus
F 2 / 1	tamba <mark>h</mark> an untu <mark>k karya</mark> wan- karyawan yang
	berpre <mark>stais</mark> setia <mark>p bula</mark> nnya.

2. Menentukan kriteria dan bobot

Dan sebagai bahan pertimbangan terdapat 4 kriteria dan bobot yang digunakan untuk sistem pendukungg keputusan pemilihan strategi alternatif. Dimana bobot yang menentukan adalah pemilik perusahaan.

Tabel 4.8.2 Kriteria dan Bobot

	Keterangan	Bobot
K1	Kekuatan	5
K2	Kelemahan	3

К3	Peluang	4
K4	Ancaman	2

3. Nilai untuk tabel keputusan

Pemberian nilai untuk membuat tabel keputusan :

- 1. = Sangat Buruk
- 2. = Buruk
- 3. = Cukup
- 4. = Baik
- 5. = Sangat baik

4. Pemberian <mark>ni</mark>lai keputusan

Untuk langkah selanjutnya yang di lakukan adalah membuat tabel nilai keputusan yang berdasarkan adanya keterangan alternatif keputusan dan kriteria sistem pendukung keputusan yang dimana setiap kolomnya akan diberi nilai berdasarkan pemberian nilai 1-5

Tabel 4.8.3 Nilai Keputusan

	Kriterian			
Alternatif Strategi	K1	K2	K3	K4
A1	4	3	3	5
A2	3	2	4	3
A3	3	4	4	5
A4	4	4	3	4

A5	2	3	4	3

5. Perhitungan keputusan termormalisasi

Selanjutnya dilakukan perhitungan dengan menggunakan penyelesaian langkah – langkah termormalisasi yang dimana untuk mencari data yang di butuhkan (akar penkumlahan pangkat perkriteria)

Tabel 4.8.4 Keputusan Termormalisasi

	K1	K2	K3	K4
	\wedge			
A1	4	3	3	5
el ci	TAS	1		
A2	3	2	4	3
A3	3	4	4	3
A4	4	4	3	4
A5	2	3	4	3
Hasil pangkat perkriteria	54	54	66	68
Akar hasil pangkat	7,3484	<mark>7,34</mark> 84	8,1240	8,2462
perkriteria				

6. Melakukan tahap menormalisikan

Langkah selanjutnya menormalisikan yang dimana nanti hasil dari normalisasi ini akan dilanjutkan untuk mencari normalisasi bobot yang mana cara mencari normalisasi yaitu:

Rumus menormalisikan

(Data dalam kolom ternormalisasi) (akar hasil pangkat perkreterianta)

Tabel 4.8.5 Menormalisikan

	K1	K2	К3	K4
A1	$R1.1 = \frac{4}{7,3483}$ $= 0,5443$	$R2.1 = \frac{3}{7,3483}$ $= 0,4082$	$R3.1 = \frac{3}{8,1240}$ $= 0,3692$	$R4.1 = \frac{5}{8,2460}$ $= 0,6063$
A 2	3	RSITAS K	4	3
A2	$R1.2 = \frac{3}{7,3483}$ $= 0,4082$	$R2.2 = \frac{2}{7,3483}$ $= 0,2721$	$R3.2 = \frac{4}{8,1240}$ $= 0,4923$	$R4.2 = \frac{3}{8,2460}$ $= 0,3638$
A3	$R1.3 = \frac{3}{7,3483}$ $= 0,4082$	$R2.3 = \frac{4}{7,3483}$ $= 0,5443$	$R3.3 = \frac{4}{8,1240}$ $= 0,4923$	$R4.3 = \frac{3}{8,2460}$ $= 0,3638$
A4	$R1.4 = \frac{4}{7,3483}$ $= 0,5443$	$R2.4 = \frac{4}{7,3483}$ $= 0,5443$	$R3.4 = \frac{3}{8,1240}$ $= 0,3692$	$R4.4 = \frac{3}{8,2460}$ $= 0,3638$

A5	$R1.5 = \frac{2}{7,3483}$	$R2.5 = \frac{3}{7,3483}$	$R3.5 = \frac{4}{8,1240}$	$R4.5 = \frac{3}{8,2460}$
	= 0,2721	= 0,4082	= 0,4923	= 0,3638
		\wedge		

7. Hasil dari data normalisasi

Berikut hasil pada pencarian data normalisasi:

Tabel 4.8.6 Data Normalisasi

	K1	K2	K3	K4
A1	0,5443	0,4082	0,3692	0,6063
A2	0,4082	0,2721	0,4923	0,3638
A3	0,4082	0,544 3	0,4923	0,3638
A4	0,5443	0,5443	0,3692	0,3638
A5	0,2721	0,4082	0,4923	0,3638

Sumber: data primer yang diolah pada Desember 2019

8. Mencar Normalisasi bobot

Setelah itu langsung ke pembobotan kriteria dari kriteria yang telah di buat di awal bobot kriteria, bobot seperti pada awal pembuatan kriteria. Lalu normalisasi terbobot yaitu data nomanisasi x Bobot Kriteria.

Tabel 4.8.7 Normalisasi Bobot

	K1	K2	K3	K4
A1	2,7215	1,2246	1,4768	1,2126
A2	2,040	0,8168	1,9692	0,7276
A3	2,040	1,6329	1,9692	0,7276
A4	2,7215	1,6329	1,4768	0,97
A5	1,3605	1,2246	1,9692	0,7276

9. Menentukan Max dan Mix Normalisasi Bobot

Setelah mendapatkan hasil normalisasi terbobot, selanjutnya mencari matriks solusi ideal positif dan ideal negatif. Dimana nilai A+ adalah nilai max dari hasil nilai kriteria terbobot dan A- adalah hasil nilai min dari hasil nilai kriteria terbobot makan akan menghasilakan nilai A+ dan A-

Tab<mark>el 4.8.8 Max dan Min Norm</mark>alisasi berbobot

	K1	K2	K3	K4
A1	2,7215	1,2246	1,4768	1,2126
A2	2,040	0,8168	1,9692	0,7276
A3	2,040	1,6329	1,9692	0,7276
A4	2,7215	1,6329	1,4768	0,97
A5	1,3605	1,2246	1,9692	0,7276

Max	2,7215	1,6329	1,9692	1,2126
Min	1,3605	0,8163	1,4768	0,7276

10. Mencari nilai data D+ dan D- dalam alternatif keputusan

Dan langakah selanjutnya mencari data nilai D+ dan D- dimana yang nantinya data ini untuk mencari nilai preferensi. Diaman untuk mencari D+ dan D- adalah :

Rumus mencari D+ dan D-

$$Dx + = \sqrt{(AxK1 - Y1 +)^2 + (AxK2 - Y1 +)^2 + \dots + (AnKn - Y1 +)^2}$$

Tabel 4.8.9 Data D+ dan D-

	D+/	A		D-
D1+	8,0395	A1	D1-	1,5046
D2+	1,6078	A2	D2-	0,9229
D3+	0,8341	A3	D3-	1,5897
D4+	0,2424	A4	D4-	2,0865
D5+	8,0394	A5	D5-	0,4091

Sumber: data primer yang diolah pada Desember 2019

11. Menghitung hasil akhir nilai preferensi

Selanjutnya langkah terakir dimana yang hasil ahkir dari perhitungan ini akan di isi ke dalam nilai prefersni :

Rumus mencari V

vx
$$\frac{Dx-}{(Dx-)+(Dx+)}$$

$$V1 = \frac{1,5046}{1,5046 + 8,0395} = 0,1576$$

$$V2 = \frac{0,9229}{0,9229 + 1,6078} = 0,3646$$

$$V3 = \frac{1,5897}{1,5897 + 0,8341} = 0,6558$$

$$V4 = \frac{2,0865}{2,0865 + 0,2424} = 0,8959$$

$$V5 = \frac{0,4091}{0,4091 + 8,0394} = 0,0484$$

12. Memindahkan nilai preferensi ke tabel alternatif kepuitusan

Langkah akhir adalah memindahkan nilai preferensi ke tabel alterenatif nilai preferensi berikut :

Tabel 4.8.10 Nilai preferensi

No		Keterangan	Nilai
			preferensi
1.	A1	Meningkatkan pelayanan dan pemasaran toko Nusantara Service	0,1576
2.		Meningkatkan sisitem perekrutan karyawan dengan bidangnya	0,3646

3.	A3	Meningkatkan sistem pengiriman barang	0,6558
4.	A4	Membuat website untuk pemasaran toko dan menerima kritik dan saran dari konsumen.	0,8959
5.	A5	Menambah bonus untuk setiap karyawan yang bisa menjual melebihi target yang ditentukan, serta memberikan bonus tambahan untuk karyawan-karyawan yang berprestais setiap bulannya.	0,0484

Sumber: data primer yang diolah pada Desember 2019

Dari data di atas dapat diketahui bahwa strategi yang dapat diterapkan secara nyata dalam toko Nusantara Service yaitu startegi alternatif 4 yang dimana membuat webside untuk pemasaran toko dan menerima kritik dan saran dari konsumen, hal ini dikarenakan nilai preferensi yang di dapat lebih tinggi dari nilai preferensi yang lainnya.