

BAB IV HASIL ANALISIS

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil obyek penelitian yaitu Myjoealan_. Myjoealan_ adalah usaha yang menjual produk *merchandise* K-pop seperti album *official*, *photobook*, majalah, *lighstick*, *photocard*, pakaian, gantungan, dan *merchandise* lainnya. Myjoealan_ hanya menjual barang dari group K-pop yang bersifat *official* sistem *made by order* dan *pre order*. Penjualan Myjoealan_ dilakukan melalui media *online* seperti Whatsapp, Twitter, dan Instagram serta melalui platform *e-commerce* seperti tokopedia dan shopee. Berikut akun media social dan penjualan album di bisnis K-pop Myjoealan_.



Gambar 4.1 Akun Instagram Myjoealan_
Sumber : Data Primer 2020



Gambar 4.2 Akun Twitter Myjoelan_
Sumber : Data Primer 2020

Gambar 4.3 Akun Shopee Myjoelan_
Sumber: Data Primer 2020

4.2 Gambaran Umum Responden

Hasil penyebaran kuesioner kepada responden penelitian ini, ditemukan bahwa garis besar responden adalah.

Tabel 4.1. Deskripsi Responden Pemilik

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Usia		
	20-25 tahun	2 orang	100
2.	Jenis Kelamin		
	Perempuan	2 orang	100
3.	Pendidikan		
	Sarjana	2 orang	100
TOTAL		2 orang	100

Sumber: data primer yang telah diolah, 2022

Tabel di atas dapat melihat bahwa Myjoealan_ adalah pemiliknya 2 orang yang berumur sekitar 20-25 tahun, berjenis kelamin perempuan dan telah atau sedang menempuh pendidikan sarjana.

Tabel 4.2. Deskripsi Responden Pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Usia		
	19 – 22 tahun	7 orang	70
	26 – 35 tahun	3 orang	30
2.	Jenis Kelamin		
	Perempuan	10 orang	100
3.	Pendidikan		
	Sarjana (S1)	6 orang	60
	Pascasarjana (S2)	1 orang	10
	SMA/Sederajat	3 orang	30
TOTAL		10 orang	100

Sumber: data primer yang telah diolah, 2022

Tabel di atas terlihat bahwa pelanggan pada Myjoealan_ sebagian besar berjenis kelamin perempuan (100%) dengan sebagian besar berusia antara 19-22 tahun sebanyak 7 orang (70%) dan sebagian besar berpendidikan Sarjana (S1) sebanyak 6 orang (60%).

4.3 Deskripsi tanggapan Responden Terhadap Indikator-indikator SWOT

4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Kekuatan (*Strenght*)

Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Kekuatan (*Strenght*)

No	Pernyataaan	Jawaban								Rata-rata	Kategori
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4			
		F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Terdapat beberapa pilihan pengiriman yang dapat ditentukan sendiri oleh <i>customer</i> sesuai dengan keinginan <i>customer</i> .	-	-	-	-	5	15	7	28	3.58	Sangat Tinggi
2	Kualitas produk yang terjamin keasliannya karena hanya menjual produk <i>official</i>	-	-	-	-	3	9	9	36	3.75	Sangat Tinggi
3	Respon penjual yang cepat dan ramah.	-	-	-	-	4	12	8	32	3.66	Sangat Tinggi
4	Mendapatkan <i>Freebies</i> di setiap pembelian.	-	-	-	-	7	21	5	20	3.42	Sangat Tinggi
5	Memiliki kelonggaran waktu pelunasan yang dapat meringankan pelanggan.	-	-	-	-	9	27	3	12	3.25	Tinggi

Sumber: data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa menurut empat pernyataan kekuatan dari pemilik dan konsumen dalam kategori sangat tinggi dan satu pernyataan dalam kategori tinggi. Artinya responden berpendapat bahwa kekuatan yang dimiliki Myjoealan_ harus dipertahankan. Berdasarkan hal tersebut kekuatan tiap pernyataan dapat diuraikan lebih jelas sebagai berikut.

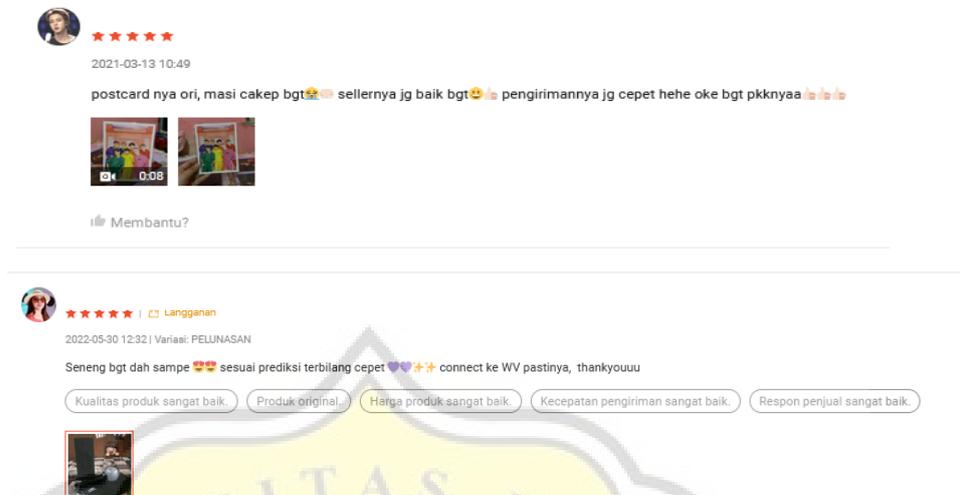
1. Terdapat beberapa pilihan pengiriman yang dapat ditentukan sendiri oleh *customer* sesuai dengan keinginan *customer*.

Berdasarkan jawaban singkat dari pelanggan Myjoealan_ dapat disimpulkan bahwa Myjoealan_ memiliki berbagai macam pilihan

pengiriman biasanya konsumen dapat memilih pengirimnya sendiri. Contohnya ketika konsumen lebih percaya melalui platform *e-commerce* Myjoealan_ akan menawarkan kepada konsumen untuk *checkout* barang yang ingin dibelinya melalui Shopee. Selain itu, salah satu pelanggan juga menyatakan bahwa hal ini dapat membantu pelanggan untuk bisa menentukan ekspedisi sesuai yang mereka inginkan. Contohnya beberapa kasus beberapa ekspedisi yang menghilangkan paket ataupun keterlambatan pengiriman, inilah yang membuat pelanggan dapat menggunakan ekspedisi yang biasa digunakan pelanggan. Pemilik Myjoealan_ juga menyatakan bahwa hal ini dilakukan untuk kenyamanan pelanggan dan mengurangi resiko kehilangan barang yang dibeli pelanggan, karena resiko kehilangan akan membuat nilai pada Myjoealan_ menjadi buruk.

2. Kualitas produk yang terjamin keasliannya karena hanya menjual produk *official*

Pernyataan ini dalam kategori sangat tinggi karena seluruh pelanggan percaya bahwa barang yang dijual Myjoealan_ merupakan produk *official*. Salah satu pelanggan menyatakan bahwa pelanggan pasti menginginkan produk *official* walaupun disayangkan mungkin diluaran banyak yang menjual duplikat tapi sebagai pelanggan ketika percaya dengan satu *online shop* berharap kualitas produk tidak mengecewakan supaya bisa terus berlangganan karena mencari *online shop* yang terpercaya jaman sekarang tidak mudah. Pelanggan menyatakan setuju jika Myjoealan_ hanya menjual produk *official* karena Myjoealan_ langsung beli di Weverse/aplikasi resmi yang pasti terbukti asli. Pemilik juga menyatakan pendapatnya bahwa hal ini dilakukan karena pemilik lebih memintingkan kepercayaan pelanggannya. Terkait dengan kualitas produk yang terjamin keasliannya karena hanya menjual produk *official* dapat dibuktikan dari ulasan Shopee Myjoealan_ berikut ini



Gambar 4.4
Ulasan Kualitas Produk yang Terjamin Keasliannya

3. Respon penjual yang cepat dan ramah.

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan menghasilkan skor 3.66 dengan kategori sangat tinggi, responden sebagian besarnya sangat setuju terhadap pernyataan ini. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan bahwa admin atau pemilik Myjoealan- sangat ramah dan selalu cepat merespon chat dari pelanggannya. Contohnya salah satu pelanggan memberikan jawaban singkat bahwa karena sebagai pelanggan tidak ingin kehabisan barang yang diinginkan nilai tambah dari penjual adalah jika cepat merespon chat dari pembeli misalkan ada detail-detail yang kurang lengkap atau ada pertanyaan-pertanyaan seputar produk yang tidak dipahami oleh pembeli, contohnya saat produk yang diinginkan dideskripsikan dengan bahasa korea atau inggris di toko resmi maka penjualan dengan cepat dapat menjelaskannya dengan ramah. Terkait dengan kecepatan respon keramahan penjual dapat dibuktikan dari ulasan Shopee Myjoealan_ berikut ini



Gambar 4.6
Ulasan Pemberian *Freebies*

5. Memiliki kelonggaran waktu pelunasan yang dapat meringankan pelanggan.

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan menghasilkan skor 3.25 dengan kategori tinggi, sebagian besar responden menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan bahwa biasanya dalam sistem *pre order* pelanggan akan membayar uang muka (DP) terlebih dahulu sebelum penjual membelinya di situs resmi lalu hingga barang yang diinginkan sampai di penjual kemudian penjual akan memberitahu pelanggan untuk membayar pelunasan, namun Myjoealan_ memberikan kelonggaran waktu agar pelanggan tidak tergesa-gesa untuk melunasinya karena ada pelanggan yang terkadang sibuk atau uang yang dikumpulkan masih kurang.

4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Kelemahan (*Weakness*)

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Kelemahan (*Weakness*)

No	Pernyataaan	Jawaban								Rata-rata	Kategori
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4			
		F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Terkadang terdapat kendala terhadap pengiriman dikarenakan rumitnya proses pada bea cukai.	-	-	2	4	9	27	1	4	2.92	Tinggi
2	Biaya ongkir EMS tergolong mahal.	-	-	5	10	7	21	-	-	2.58	Tinggi
3	Belum memiliki	-	-	2	4	10	30	-	-	2.83	Tinggi

No	Pernyataaan	Jawaban								Rata-rata	Kategori
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4			
		F	S	F	S	F	S	F	S		
	akses ke web Korea secara langsung sehingga harus menggunakan jasa <i>check out</i> web										
4	Jangkauan pasar yang belum luas hanya masih menjual <i>merchandise</i> dari beberapa grup idol saja.	-	-	4	8	8	24	-	-	2.67	Tinggi
5	Myjoealan_ memiliki modal yang terbatas.	-	-	6	12	5	15	1	4	2.58	Tinggi

Sumber: data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari 5 pernyataan terhadap kelemahan atau *weakness* (pemilik dan konsumen) dalam kategori tinggi. Artinya responden berpendapat bahwa kelemahan yang dimiliki Myjoealan_ harus segera diatasi agar dapat mengembangkan usaha Myjoealan_. Berdasarkan hal tersebut kekuatan tiap pernyataan dapat diuraikan lebih jelas sebagai berikut.

1. Terkadang terdapat kendala terhadap pengiriman dikarenakan rumitnya proses pada bea cukai

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan menghasilkan skor 2.92 dengan kategori tinggi, responden sebagian besarnya setuju terhadap pernyataan ini. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan bahwa rumitnya proses bea cukai terkait dengan pengiriman barang memang merupakan salah satu kelemahan dari usaha dalam penjualan *merchandise* K-pop karena barang datang dari luar negeri. Namun, pelanggan menyatakan tidak keberatan atas hal tersebut dikarenakan saat adanya keterlambatan pengiriman karena lama dan rumitnya pengurusan bea cukai Myjoealan_ akan segera memberitahukan kepada pelanggannya yang telah melakukan *preorder*.

Biasanya pelanggan akan menanyakan melalui chat dan mengeluh jika barang terlalu lama datang namun Myjoealan_ akan memberikan penjelasan secara detail jika barang yang dibeli sedang proses bea cukai dan memberikan estimasi waktu penyelesaian masalah tersebut agar pelanggan tidak menunggu.

2. Biaya ongkir *EMS* tergolong mahal

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan menghasilkan skor 2.58 dengan kategori tinggi, responden sebagian besarnya setuju terhadap pernyataan ini. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan biaya *EMS* tergantung dari kenaikan harganya sendiri terkadang harga *EMS* naik dan turun dan pelanggan tidak memperlmasalahkan hal tersebut. Pemilik Myjoealan_ mengungkapkan jika *EMS* selalu naik turun jika *EMS* naik maka produk yang dijual ke pelanggan juga ikut naik namun beberapa pelanggan Myjoealan_ sudah memahami hal tersebut karena sudah paham jika barang dari luar negeri selalu seperti ini.

3. Belum memiliki akses ke web Korea secara langsung sehingga harus menggunakan jasa *checkout* web

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan menghasilkan skor 2.83 dengan kategori tinggi, responden sebagian besarnya setuju terhadap pernyataan ini. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan pelanggan terhadap kelemahan dari Myjoealan_ adalah masih menggunakan jasa *checkout* web yang menambah biaya jasa. Pemilik juga menyatakan bahwa Myjoealan_ belum memiliki akses ke web Korea langsung dan masih menggunakan jasa *checkout* web sehingga pemilik berharap suatu saat nanti bisa punya web sendiri sehingga tidak perlu menggunakan jasa *checkout* untuk meminimalisirkan pengeluaran biaya jasa.

4. Jangkauan pasar yang belum luas hanya masih menjual *merchandise* dari beberapa grup idol saja.

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan menghasilkan skor 2.67 dengan kategori tinggi, responden sebagian besarnya setuju terhadap pernyataan ini. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan pelanggan terhadap kelemahan dari Myjoealan_ adalah melihat dari postingan instagram Myjoealan_ kebanyakan menjual produk dari *boygroup* yang berasal dari Hybe label, salah satunya *boygroup* yang sedang populer dan banyak dibicarakan oleh penggemar K-pop. Hal ini dikarenakan banyak grup tersebut dengan banyak peminatnya dan penjualan terbesar dari Myjoealan_ adalah *merchandise* dari BTS.

5. Myjoealan_ memiliki modal yang terbatas

. Berdasarkan kuesioner yang disebarakan menghasilkan skor 2.67 dengan kategori tinggi, responden sebagian besarnya tidak setuju dan setuju terhadap pernyataan ini. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan pelanggan terhadap kelemahan dari Myjoealan_ adalah sebagian pelanggan berpersepsi jika modal sebenarnya cukup hanya saja Myjoealan_ hanya fokus untuk menjual produk dari *boygroup* yang sedang diminati penggemar K-pop namun sebagian pelanggan juga setuju jika modal yang dimiliki Myjoealan_ terbatas hal inilah yang membuat Myjoealan_ hanya menjual produk *merchandise boygroup* yang banyak diminati oleh penggemar K-pop saja. Pemilik menyetujui pernyataan tersebut menyatakan bahwa benar jika modal yang dimiliki masih terbatas sehingga untuk saat ini Myjoealan_ hanya menjual produk dari grup yang banyak diminati oleh penggemar K-pop.

4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Peluang (*Opportunities*)

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Peluang (*Opportunities*)

No	Pernyataaan	Jawaban								Rata-rata	Kategori
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4			
		F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Meningkatnya K-Pop fans karena pandemi covid-19	-	-	1	2	7	21	4	16	3.25	Tinggi
2	Masih banyak pangsa pasar yang belum dijangkau.	-	-	1	2	8	24	3	12	3.17	Tinggi
3	Membantu customer yang ingin membeli <i>merchandise</i> dari grup idol kesukaannya.	-	-	-	-	5	15	7	28	3.58	Sangat tinggi

Sumber: data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari 2 pernyataan terhadap peluang atau *opportunities* (pemilik dan konsumen) dalam kategori tinggi dan 1 pernyataan dalam kategori sangat tinggi. Artinya responden berpendapat bahwa peluang yang dimiliki Myjoealan_ tinggi dalam mengembangkan usaha Myjoealan_. Berdasarkan hal tersebut kekuatan tiap pernyataan dapat diuraikan lebih jelas sebagai berikut.

1. Meningkatnya K-Pop fans karena pandemi covid-19

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan menghasilkan skor 3.25 dengan kategori tinggi, responden sebagian besarnya setuju terhadap pernyataan ini. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan pelanggan terhadap peluang dari Myjoealan_ adalah pandemic covid-19 meningkatkan penggemar K-pop, hal tersebut juga diikuti dengan perkembangan media sosial sekarang. Selama pandemi banyak orang yang selalu berada di rumah karena beberapa sekolah, universitas dan tempat bekerja memberlakukan PSBB. Pembatasan aktivitas inilah membuat banyak orang melakukan aktivitas melalui media sosial dan keinginantahuan orang semakin meningkat.

2. Masih banyak pangsa pasar yang belum dijangkau.

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan menghasilkan skor 3.17 dengan kategori tinggi, responden sebagian besarnya setuju terhadap pernyataan ini. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan pelanggan terhadap peluang dari Myjoealan_ adalah Myjoealan_ saat ini masih menjual *merch boygroup* yang lebih diminati oleh banyak penggemar K-pop karena penjualan meningkat karena penjualan dari grup yang sedang diminat saja sehingga dibutuhkan promosi agar Myjoealan_ dapat mengembangkan usahanya dan menjual produk *merchandise* dari grup lainnya.

3. Membantu *customer* yang ingin membeli *merchandise* dari grup idol kesukaannya

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan menghasilkan skor 3.58 dengan kategori sangat tinggi, responden sebagian besarnya setuju terhadap pernyataan ini. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan bahwa pelanggan merasa terbantu oleh Myjoealan karena pelanggan dapat membeli *merch* dari grup yang disukainya. Banyaknya penggemar K-pop yang memiliki keterbatasan dalam mengakses *website merch* idol ditambah dengan sistem payment yang rumit, pengiriman, dan bahasa membuat banyak penggemar K-pop merasa terbantu dengan usaha seperti Myjoealan_.

4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Ancaman (*Threat*)

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Ancaman (*Threat*)

No	Pernyataaan	Jawaban								Rata-rata	Kategori
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4			
		F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Persaingan yang ketat dengan online shop yang menjual produk yang sama.	-	-	-	-	9	27	3	12	3.25	Tinggi
2	Munculnya pesain baru dengan memberi harga yang	-	-	2	4	9	27	1	4	2.92	Tinggi

No	Pernyataaan	Jawaban								Rata-rata	Kategori
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4			
		F	S	F	S	F	S	F	S		
	lebih murah dengan kualitas yang sama serta lebih berpengalaman.										
3	Maraknya scammer dari seller tertentu yang membuat beberapa customer lebih berhati-hati.	-	-	-	-	7	21	5	20	3.42	Sangat tinggi

Sumber: data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa dari 2 pernyataan terhadap ancaman atau *threat* (pemilik dan konsumen) dalam kategori tinggi dan 1 pernyataan dalam kategori sangat tinggi. Artinya responden berpendapat bahwa ancaman yang dimiliki Myjoealan_ tinggi dalam menghambat perkembangan usaha Myjoealan_. Berdasarkan hal tersebut kekuatan tiap pernyataan dapat diuraikan lebih jelas sebagai berikut.

1. Persaingan yang ketat dengan *online shop* yang menjual produk yang sama

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan menghasilkan skor 3.25 dengan kategori tinggi, responden sebagian besarnya setuju terhadap pernyataan ini. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan pelanggan terhadap ancaman dari Myjoealan_ adalah sebagian besar responden masih menimbang dalam membeli produk yang ingin dibeli dengan membandingkan harga dengan *online shop* sejenis untuk mencari harga yang lebih murah dan terpercaya. Pemilik juga mengungkapkan bahwa persaingan hal yang umum terjadi biasanya konsumen akan membandingkan harga dengan *online shop* sejenis inilah yang membuat Myjoealan_ harus menciptakan nilai tambah dimata pembelinya. Pesaing biasanya akan menarik konsumen dengan harga yang lebih murah dan pemberian *freebies* yang lebih banyak. Beberapa pesaing bahkan memberikan *photocard official* dengan harga sekitar 20-30 ribi untuk *freebies*nya. Beberapa pesaing

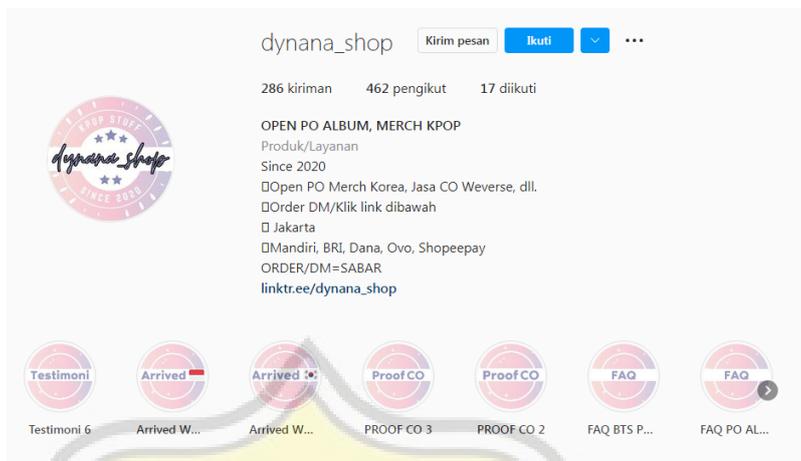
juga tidak segan-segan membayar influencer untuk *endorsement* agar pembeli lebih tertarik untuk membeli merchendis K-pop di toko tersebut.

2. Munculnya pesaing baru dengan memberi harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama serta lebih berpengalaman

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan menghasilkan skor 2.92 dengan kategori tinggi, responden sebagian besarnya setuju terhadap pernyataan ini. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan pelanggan terhadap ancaman dari Myjoealan_ adalah terkadang pelanggan merasa tergiur untuk membeli produk pesaing yang lebih murah namun beberapa pelanggan juga kurang mempercayai jika harga yang secara signifikan berbeda dari harga yang ditawarkan oleh pesaing Myjoealan_ karena biasa jadi harga dari produk pesaing palsu. Banyak pesaing yang menjual *merchandise* K-pop dari grup lainnnya lebih banyak daripada Myjoealan_ dan beberapa pesaing juga terkadang menjual produk seperti album dengan harga lebih murah. Hal ini seperti terlihat dari beberapa toko pesaing yang peneliti dapatkan di beberapa akun Instagram, dapat dilihat pada tabel berikut:



Gambar 4.7
Tampilan Akun Instagram skykoreanshop



Gambar 4.8
Tampilan Akun Instagram dynana_shop

Gambar di atas merupakan beberapa akun pesaing dari Myjoealan_ dengan jumlah pengikut kurang lebih sama dengan akun Myjoealan_. Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan dan membandingkan harga antara harga yang ditawarkan Myjoealan_ dengan toko pesaing terlihat lebih murah di toko pesaing. Contohnya harga yang ditawarkan pada J-hope solo album "Jack In The Box" Myjoealan_ menawarkan harga sebesar 200.000 dengan uang muka sebesar 100.000. Sedangkan, skykoreanshop menjualnya dengan harga 185.000 untuk pembelian melalui Weverse dan 175.000 untuk pembelian melalui Ktown dengan uang muka yang sama sebesar 100.000. Sebenarnya harga yang ditawarkan antara skykoreanshop dan Myjoealan_ kurang lebih hanya berselisih 10.000 hingga 30.000 namun terkadang beberapa konsumen merasa kisaran harga tersebut penting walaupun hanya berselisih sedikit.

Peneliti juga melakukan penelitian pada akun Instagram dynana_shop sebenarnya harga yang ditawarkan dynana_shop sama dengan skykoreanshop. Jelas harga tersebut lebih murah daripada Myjoealan_. Selain itu, variasi produk yang ditawarkan dynana_shop bahkan jauh lebih banyak dibandingkan dengan Myjoealan_. Beberapa produk yang dijual dynana_shop namun tidak jual oleh Myjoealan_

seperti Seventeen 4th Album Repackage "Sector 17", Tomorrow X Together Concert 'Act: Love Sick' Official Merchandise, Seventeen 2022 Concert 'Be The Sun' Official Merchandise, dan beberapa produk lainnya. _

3. Maraknya *scammer* dari *seller* tertentu yang membuat beberapa *customer* lebih berhati-hati.

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan menghasilkan skor 3.42 dengan kategori sangat tinggi, responden sebagian besarnya setuju terhadap pernyataan ini. Jawaban singkat dari pelanggan berdasarkan pernyataan tersebut disimpulkan pelanggan terhadap ancaman dari Myjoealan_ adalah sering ditemui banyak scammer yang menawarkan harga murah, hal inilah yang membuat pelanggan Myjoealan_ lebih memilih *online shop* yang rekomended atau yang pernah digunakannya saja. Dalam dunia bisnis apapun hal ini tidak bisa dipungkiri karena pelanggan pun pasti pernah mengalami hal seperti itu tapi satu hal yang selalu pelanggan yakini percayalah jika pelanggan sudah nyaman untuk melakukan pembelian di Myjoealan_ maka pelanggan akan kembali lagi.

4.4 Hasil Matriks Internal *Factor Analysis Summary* (IFAS)

Hasil Matriks *IFAS* (*Internal Factor Analysis Summary*) ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.7 Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

No	Pernyataan	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan (<i>Strenght</i>)				
1	Terdapat beberapa pilihan pengiriman yang dapat ditentukan sendiri oleh <i>customer</i> sesuai dengan keinginan <i>customer</i> .	0,115	3,58	0,41
2	Kualitas produk yang terjamin keasliannya karena hanya menjual produk <i>official</i>	0,120	3,75	0,45
3	Respon penjual yang cepat dan ramah.	0,117	3,67	0,43
4	Mendapatkan <i>Freebies</i> di setiap	0,109	3,42	0,37

No	Pernyataan	Bobot	Rating	Bobot X Rating
	pembelian.			
5	Memiliki kelonggaran waktu pelunasan yang dapat meringankan pelanggan.	0,104	3,25	0,34
Kelemahan (Weakness)				
6	Terkadang terdapat kendala terhadap pengiriman dikarenakan rumitnya proses pada bea cukai.	0,093	2,92	0,27
7	Biaya ongkir <i>EMS</i> tergolong mahal.	0,083	2,58	0,21
8	Belum memiliki akses ke web Korea secara langsung sehingga harus menggunakan jasa <i>check out</i> web	0,091	2,83	0,26
9	Jangkauan pasar yang belum luas hanya masih menjual <i>merchandise</i> dari beberapa grup idol saja.	0,085	2,67	0,23
10	Myjoealan_ memiliki modal yang terbatas.	0,083	2,58	0,21
Total		1,00		3,19

Sumber: data primer yang telah diolah, 2022

Penyusunan *IFAS* ini bobot didapatkan dari hasil penyebaran kepada pemilik, hal ini dikarenakan pemilih lebih mengetahui usahanya sendiri. Ditemukan kekuatan yang paling dominan di usaha Myjoealan_ yaitu kualitas produk yang terjamin keasliannya karena hanya menjual produk *official*. Sedangkan kelemahan dari Myjoealan_ yaitu biaya ongkir *EMS* tergolong mahal dan belum memiliki akses ke web Korea secara langsung sehingga harus menggunakan jasa *check out* web.

Menurut David dalam Prayogo (2016) jika total bobot di bawah nilai 2,5, dapat dikatakan internal perusahaan ditemukan adanya kelemahan. Ini berarti bahwa usaha ini tidak bereaksi terhadap kekuatan dan kelemahannya. Namun jika bernilai sama dengan 2,5, perusahaan masih rata-rata. Ini berarti bahwa perusahaan terus mengatasi kekuatan dan kelemahannya. Selanjutnya ketika skor bobot keseluruhan melebihi 2,5, maka diartikan jika perusahaan kuat dalam menanggapi dan menyadari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Skor *IFAS* keseluruhan Myjoealan_ adalah 3,19 dengan bereaksi dan mengakui bahwa Myjoealan_ memiliki kekuatan dan kelemahannya.

4.5 Hasil Matriks *External Factor Analysis Summary (EFAS)*

Hasil Matriks *EFAS (External Factor Analysis Summary)* ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.8 Matriks *External Factor Analysis Summary (EFAS)*

No	Pernyataan	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
1	Meningkatnya K-Pop fans karena pandemi covid-19	0,166	3,25	0,54
2	Masih banyak pangsa pasar yang belum dijangkau.	0,162	3,17	0,51
3	Membantu <i>customer</i> yang ingin membeli <i>merchandise</i> dari grup idol kesukaannya.	0,183	3,58	0,66
Ancaman (<i>Threat</i>)				
4	Persaingan yang ketat dengan online shop yang menjual produk yang sama.	0,166	3,25	0,54
5	Munculnya pesain baru dengan memberi harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama serta lebih berpengalaman.	0,149	2,92	0,43
6	Maraknya <i>scammer</i> dari <i>seller</i> tertentu yang membuat beberapa customer lebih berhati-hati.	0,174	3,42	0,60
Total		1,00		3,28

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Penyusunan *EFAS* bobot dan peringkat data dikumpulkan dari penyebaran kuesioner ke pemilik dan pelanggan Myjoealan_. Untuk peluang di Myjoealan_ itu membantu *customer* yang ingin membeli *merchandise* dari grup idol kesukaannya. Sedangkan untuk ancaman Myjoealan maraknya *scammer* dari *seller* tertentu yang membuat beberapa customer lebih berhati-hati, sehingga Myjoealan_ diharuskan untuk merencanakan penyusunan strategi dengan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Menurut David dalam Prayogo (2016) bahwa skor total harus sama 1,00. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau risiko eksternal. Jika skor keseluruhan adalah 2,5, berarti perusahaan masih merespon peluang dan ancaman yang mengelilinginya.

Namun, jika skor keseluruhan adalah 4,00, perusahaan akan memberikan respons yang tepat untuk mengatasi peluang dan ancaman eksternal. Skor EFAS keseluruhan Myjoealan_ sebesar 3,28 menunjukkan bahwa Myjoealan_ memiliki kemampuan rata-rata untuk menanggapi peluang dan ancaman eksternal dalam industri yang sama.

4.6 Matriks *Internal Eksternal (IE)*

Berdasarkan hasil data *IFAS* dan *EFAS*, maka didapatkan matriks *Internal Eksternal (IE)* sebagai berikut:

The IFE Total Wight Scores

Grow and Build

		Kuat (3-4)	Rata-rata (2-2,99)	Lemah (1-1,99)
The EFE Total Wight Scores	Tinggi (3-4)	4,0	3,19	2,0
	3,28	I	II	III
	Sedang (2-2,99)	2,0	IV	V
	Rendah (1-1,99)	1,0	VII	VIII
			IX	

Gambar 4.9 Hasil Matrik IE

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Gambar 4.1. Matriks *IE* menunjukkan bahwa posisi bisnis Myjoealan_ sel berada pada I. Posisi tersebut, Myjoealan_ diputuskan dengan strategi *Grow* dan *Build*. Strategi yang tepat adalah berupa penetrasi pasar, pengembangan pasar, atau pengembangan produk.

.Strategi penetrasi pasar ini dapat dilakukan melalui peningkatan promosi dengan penertapan harga jual yang dapat bersaing. Promosi dapat ditingkatkan dengan pembuatan iklan dengan media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Tiktok. Sedangkan dalam penetapan harga bersaing dengan para pesaing usaha yang sama.

Selanjutnya strategi dalam pengembangan pasar dengan mengutamakan pendalaman target pasar produk K-pop *merchandise* guna menjaga loyalitas dan keragaman kebutuhan konsumen setia dengan

menyediakan Merchendis dari group lainnya tidak hanya BTS saja seperti NCT, Seventeen, Straykids, Tomorrow X Together, Enhypen, Twice, Blackpink, IVE, dan masih banyak lagi yang sesuai peningkatan fandom untuk menyediakan pelanggan dengan pilihan tambahan.

Terakhir dalam melaksanakan pengembangan produk dilakukan cara mengunjungi website Korea lainnya tidak hanya Weverse saja seperti Ktown, Yes24, dan M2U karena lebih banyak pilihan dari grup lainnya baik *boygroup* ataupun idol grup. Hadirnya variasi produk baru dari idol lain akan menarik perhatian konsumen khususnya para penggemar K-pop yang memiliki pengetahuan tentang produk yang berkualitas dan memiliki keberanian dalam melakukan pembelian walaupun harga tinggi.

4.7 Analisis SWOT

Dalam analisis *SWOT* terdapat variabel-variabel *SWOT*. Berikut analisis *SWOT* pada Myjoealan_

Tabel 4.9 Analisis SWOT

Faktor Internal	<u>KEKUATAN (S)</u>	<u>KELEMAHAN (W)</u>
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat beberapa pilihan pengiriman yang dapat ditentukan sendiri oleh <i>customer</i> sesuai dengan keinginan <i>customer</i>. 2. Kualitas produk yang terjamin keasliannya karena hanya menjual produk <i>official</i> 3. Respon penjual yang cepat dan ramah. 4. Mendapatkan <i>Freebies</i> di setiap pembelian. 5. Memiliki kelonggaran waktu pelunasan yang dapat meringankan pelanggan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terkadang terdapat kendala terhadap pengiriman dikarenakan rumitnya proses pada bea cukai 2. Biaya ongkir <i>EMS</i> tergolong mahal. 3. Belum memiliki akses ke web Korea secara langsung sehingga harus menggunakan jasa <i>check out</i> web 4. Jangkauan pasar yang belum luas hanya masih menjual <i>merchandise</i> dari beberapa grup idol saja. 5. Myjoealan_ memiliki modal yang terbatas.

<u>PELUANG (O)</u>	<u>STRATEGI SO</u>	<u>STRATEGI WO</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya K-Pop fans karena pandemi covid-19 2. Masih banyak pangsa pasar yang belum dijangkau 3. Membantu <i>customer</i> yang ingin membeli <i>merchandise</i> dari grup idol kesukaannya 	<p>Dalam meningkatkan penjualan pengembangan strategi pemasaran dapat dilakukan dengan pemasangan iklan, promosi berbayar, dukungan dari <i>influencer</i> terkenal atau biasa disebut dengan <i>endorsement</i> dan metode pemasaran lainnya. Selain itu, strategi dalam mengembangkan pemasaran adalah lebih aktif di sosial media dengan membuat konten yang lebih menarik <i>customer</i>. (S1, S2, S3, S4, S5, O1, O2, O3)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat mengakses web korea secara langsung tanpa menggunakan jasa <i>checkout</i> web sehingga meminimalisir pengeluaran dan penjual dapat menentukan harga lebih rendah (W2, W3, O1, O3) 2. Menambah variasi produk dari idol grup lainnya (W4, W5, O2, O3)
<u>ANCAMAN (T)</u>	<u>STRATEGI ST</u>	<u>STRATEGI WT</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan yang ketat dengan <i>online shop</i> yang menjual produk yang sama. 2. Munculnya pesaing baru dengan memberi harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama serta lebih berpengalaman. 3. Maraknya <i>scammer</i> dari seller tertentu yang membuat beberapa <i>customer</i> lebih berhati-hati. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat usaha melalui kelebihan Myjoelan_ dengan menjual produk <i>official</i> dengan kualitas yang terjamin, banyaknya pemilihan ekspedisi pengiriman, dan <i>e-commerce</i> (S1, S2, S3, S4, S5, T1, T3) 2. Menetapkan harga produk agar dapat bersaing dengan lainnya dengan tetap mempertahankan kekuatan usaha (S1, S2, S3, S4, S5, T2) 3. Meningkatkan kepercayaan konsumen baru dengan memberikan beberapa review dari pembeli sebelumnya dengan memposting ulang bukti review pelanggan sebelumnya (S1, S2, S3, T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan akses ke web Korea secara langsung tanpa jasa <i>checkout</i> untuk meminimalisir harga agar dapat bersaing dengan usaha yang sama (W3, T1, T2) 2. Menjual produk dari idol grup lainnya yang sedang diminati banyak penggemar K-pop (W4, W5, T1, T2)

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil analisis *SWOT* di atas, maka hasil alternatif strategi pengembangan bisnis yang terbentuk adalah sebagai berikut:

1. Strategi *SO*

Dalam meningkatkan penjualan pengembangan strategi pemasaran dapat dilakukan dengan pemasangan iklan, promosi berbayar, dukungan dari *influencer* terkenal atau biasa disebut dengan *endorsement* dan metode pemasaran lainnya. Selain itu, strategi dalam mengembangkan pemasaran adalah lebih aktif di sosial media dengan membuat konten yang lebih menarik *customer*. **(S1, S2, S3, S4, S5, O1, O2, O3)**

2. Strategi *WO*

Dalam penelitian ini maka *WO* Myjoealan_ sebagai berikut:

- a. Dapat mengakses web Korea secara langsung tanpa menggunakan jasa *checkout* web sehingga meminimalisirin pengeluaran dan penjual dapat menentukan harga lebih rendah **(W2, W3, O1, O3)**
- b. Menambah variasi produk dari idol grup lainnya **(W4, W5, O2, O3)**

3. Strategi *ST*

Dalam penelitian ini maka *ST* Myjoealan_ sebagai berikut :

- a. Memperkuat usaha melalui kelebihan Myjoealan_ dengan menjual produk *official* dengan kualitas yang terjamin, banyaknya pemilihan ekspedisi pengiriman, dan *e-commerce* **(S1, S2, S3, S4, S5, T1, T3)**
- b. Menetapkan harga produk agar dapat bersaing dengan lainnya dengan tetap mempertahankan kekuatan usaha **(S1, S2, S3, S4, S5, T2)**
- c. Meningkatkan kepercayaan konsumen baru dengan memberikan beberapa review dari pembeli sebelumnya dengan memposting ulang bukti review pelanggan sebelumnya **(S1, S2, S3, T3)**

4. Strategi *WT*

Dalam penelitian ini maka *WT* Myjoealan_ sebagai berikut :

- a. Penggunaan akses ke web Korea secara langsung tanpa jasa *checkout* untuk menimilisir harga agar dapat bersaing dengan usaha yang sama (**W3, T1, T2**)
- b. Menjual produk dari idol grup lainnya yang sedang diminati banyak penggemar K-pop (**W4,W5,T1,T2**)

Mempertimbangkan hasil analisis *IE* dan *SWOT*, merumuskan strategi yang cocok untuk Myjoealan_ termasuk mengidentifikasi aspek yang berbeda dari strategi *SO*, strategi *ST*, strategi *WO* dan strategi *WT*. Sedangkan Myjoealan_ terletak pada posisi kuadran I dari matriks *IE* artinya mewakili strategi pertumbuhan dan perkembangan yang mencakup berbagai strategi kedalaman, seperti yang dijelaskan dalam pembahasan di atas yaitu dengan melakukan penetrasi pasar, mengembangkan pasar dan mengembangkan produk agar lebih baik lagi di masa mendatang dengan terus meningkatkan kekuatan dan peluang, serta menghilangkan kelemahan dan ancaman.

