

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Lampiran Prasurvey Whatever

#### 1. Apa saja kekuatan yang dimiliki oleh Whatever?

Verrell: Memberikan pelayanan yang terbaik, seperti media sosial yang informatif serta cepat tanggap dan ramah terhadap setiap pertanyaan konsumen.

Hendrick: Kami bertiga beberapa kali mengikuti seminar tentang menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen.

Donny: Pengelolaan media sosial dipercayakan kepada satu orang, yaitu saya sendiri sehingga tidak ada tumpang tindih informasi kepada konsumen.

Verrell: Menggunakan pihak ketiga, yaitu Tokopedia dan Shopee untuk bertransaksi dengan konsumen.

Donny: Opsi transaksi lain yaitu melalui Instagram kami.

Verrell: Barang selalu ready stock supaya ketika sudah ada pelunasan dari konsumen, barang bisa langsung dikirim.

Hendrick: Status ketersediaan barang yang pasti menjadi poin plus bagi konsumen yang menanyakan ketersediaan barang sebelum bertransaksi.

Donny: Whatever memiliki 4 design kaos, yaitu Article 01 sampai 04.

Hendrick: Harga jual kami tidak mahal jika dibandingkan dengan competitor yang menjual produk serupa.

Hendrick: Kemudian kualitas kain yang kami gunakan juga terbaik dikelasnya, yaitu cotton combed 20s yang terkenal sejuk dan lembut dikulit pemakai.

Verrell: Kami selalu membuat laporan laba rugi setiap akhir bulan.

Donny: Pembukuan tiap transaksi yang terjadi dilakukan oleh salah satu owner dan dapat diakses oleh semua owner sehingga dapat dilakukan pengecekan.

#### 2. Apa saja kelemahan yang dimiliki oleh Whatever?

Hendrick: Jumlah karyawan sedikit sehingga pelayanan lebih fokus ke Tokopedia dan Shopee.

Verrell: Ketika ada owner yang melakukan kesalahan, terdapat rasa sungkan untuk saling menegur.

Donny: Bahan baku belum dikuasai sehingga masih harus mengandalkan partner jasa konveksi.

Hendrick: Partner jasa konveksi sering terlambat mengirim produk.

Hendrick: Produk terkadang sablonnya miring atau jahitannya kurang rapi.

Donny: Jarang melakukan promosi, hanya digalakkan ketika awal-awal beroperasi saja.

Verrell: Belum banyak peminat, orang-orang belum banyak yang mengetahui Whatever karena masih baru berdiri.

Donny: Produk yang dijual hanya 1 jenis saja, tidak beragam.

Verrell: Owner menggunakan dana pribadi untuk menjalankan usaha sehingga jumlahnya terbatas.

Hendrick: Pembayaran yang dilakukan kepada partner jasa konveksi sistemnya pembayaran dimuka.

3. Apa saja peluang yang dapat dicapai Whatever?

Donny: Pemerintah yang memberikan dukungan terhadap UMKM lokal sehingga fokus masyarakat/calon konsumen akan semakin terarah kepada UMKM seperti Whatever.

Hendrick: Target pasar Whatever adalah Generasi Z yang jumlahnya sangat banyak di Indonesia.

Donny: Kaos oversized sedang banyak menarik minat orang-orang, khususnya anak muda karena mudah dipadukan dengan busana lain.

Verrell: Penggunaan teknologi pada bidang perdagangan (E-Commerce).

Hendrick: E-Commerce yang berkembang pesat harus kami manfaatkan untuk memberikan benefit kepada konsumen, seperti voucher diskon dan promo-promo gratis ongkir.

Donny: Lokasi yang strategis, ada di Kota Semarang yang letaknya ada di pulau Jawa (penduduk terbanyak).

Hendrick: Konsumen akan cenderung memilih penjual yang lokasinya strategis, supaya ongkos kirim tidak terlalu mahal.

Verrell: Adanya UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM di Indonesia.

4. Apa saja ancaman bagi Whatever?

Hendrick: PPKM yang berujung pada berkurangnya aktivitas masyarakat di luar rumah sehingga frekuensi pemakaian pakaian pergi akan menurun.

Verrell: Pandemi Covid-19 mengakibatkan penurunan daya beli masyarakat.

Donny: Pergerakan nilai tukas rupiah terhadap dollar yang fluktuatif berdampak pada harga bahan baku dari jasa konveksi.

Verrell: Trend di masyarakat yang berubah-ubah menuntut Whatever harus kreatif dan *up to date* terhadap perubahan minat masyarakat.

Donny: Design yang dirilis oleh Whatever belum tentu mendapat respon positif dari konsumen.

Donny: Perkembangan teknologi yang pesat harus diiringi dengan proses pembelajaran terhadap perkembangan tersebut.

Hendrick: Hacker yang mengancam pelaku-pelaku usaha di Indonesia dapat mengakibatkan kerugian berupa rusaknya citra baik yang sudah dibangun.

Hendrick: Produk impor serupa memiliki harga yang lebih murah dari Whatever.

Verrell: Kompetitor juga mencari lokasi yang terbaik untuk berjualan.

## **Lampiran 2: Pertanyaan Wawancara dengan Owner Whatever**

1. Bagaimanakah awal mula berdirinya bisnis Whatever?

### Faktor Internal

(Aspek Sumber Daya Manusia)

2. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk merespon *chat* atau pertanyaan dari konsumen?

3. Apakah orang yang mengelola media sosial dan *e-commerce* juga diberikan tanggung jawab lain?

4. Apakah ada rencana untuk merekrut karyawan baru? Mengapa?

5. Bagaimana cara mengatasi rasa sungkan saat harus menegur sesama *owner* yang melakukan kesalahan?

(Aspek Operasi)

6. Bagaimana sistem pembelian melalui E-commerce yang dimiliki Whatever?
7. konsumen Whatever lebih sering membeli melalui media sosial (instagram dan whatsapp) atau melalui *E-commerce*?
8. Mengapa *owner* lebih memilih menggunakan sistem *ready stock* dibandingkan sistem *pre order* yang lebih aman dimana tidak ada potensi produk tidak terjual?
9. Bagaimana cara Whatever memilih jasa konveksi yang tepat?
10. Apakah saat ini Whatever sudah memiliki jasa konveksi yang menjadi partner tetap?

(Aspek Pemasaran)

11. Apakah saat ini sudah ada rencana untuk menambah desain kaos Whatever?
12. Apakah harga produk Whatever saat ini sudah mampu memberikan kualitas produk yang lebih baik dibandingkan kompetitor lain?
13. Usaha apa yang akan dilakukan Whatever untuk meningkatkan *brand awareness* sehingga dapat bersaing dengan *brand* besar yang sudah ada?
14. Apakah terdapat rencana untuk mengembangkan produk selain kaos *oversized*?

(Aspek Keuangan)

15. Apakah terdapat laporan keuangan lain selain laporan laba rugi yang disusun setiap bulan?
16. Apakah sejauh ini Whatever pernah mengalami kendala dana dalam memenuhi kebutuhan mendadak? Jika ya, bagaimana cara mengatasinya?
17. Apakah kedepannya Whatever akan tetap menggunakan jasa konveksi yang menerapkan perjanjian pembayaran penuh diawal?

Faktor Eksternal



(Kebijakan Pemerintah)

18. Adakah bentuk nyata dukungan pemerintah Indonesia yang memberikan dampak positif bagi Whatever?
19. Apakah pemberlakuan masa PPKM di Indonesia berdampak terhadap penurunan penjualan produk Whatever?

(Economy)

20. Apakah penurunan daya beli masyarakat di masa pandemi berpengaruh terhadap penjualan Whatever?
21. Jika harga bahan baku naik, apakah akan terjadi peningkatan harga jual produk Whatever?

(Social)

22. Apa upaya yang dilakukan Whatever untuk mengikuti trend anak muda, khususnya design kaos yang belum tentu dapat diterima oleh masyarakat, dalam hal ini Generasi Z yang menjadi target pasarnya?

(Technology)

23. Apakah Whatever memiliki *website* resmi yang dapat diakses oleh konsumen untuk memperoleh informasi mengenai produk yang dijual?
24. Apa upaya yang dilakukan Whatever untuk mengikuti mengantisipasi adanya peretasan/*hacking*?

(Environment)

25. Apakah konsumen Whatever yang berasal dari pulau jawa lebih banyak daripada yang berasal dari luar pulau jawa?

(Persaingan)

26. Ada banyak produk impor (kaos) yang dijual di *E-Commerce* tempat Whatever menjual produknya. Lalu apa yang membedakan produk impor tersebut dengan produk yang dijual Whatever?

*(Legal)*

27. Apakah UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) sudah memberikan dampak positif bagi Whatever?



### Lampiran 3: Kuesioner Penentuan Bobot dan Rating Untuk Pemilik Whatever

#### Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

#### Petunjuk Pengisian

##### A. IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Silahkan mengisi pada kolom bobot dan rating. Setiap faktor (*strength* dan *weakness*) diberi bobot atas dasar pertimbangan sepenting apakah faktor-faktor yang ada sebagai penentu kesuksesan bisnis. Adapun skalanya adalah 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Total bobot untuk *strength* dan *weakness* harus berjumlah sama dengan 1,0. Sedangkan untuk rating, setiap faktor (*strength* dan *weakness*) diberi rating dengan skala:

	Mulai dari	Sampai dengan
<i>Strength</i>	+1 ( <i>Poor</i> )	+4 ( <i>Outstanding</i> )
<i>Weakness</i>	+4 ( <i>Outstanding</i> )	+1 ( <i>Poor</i> )

IFE ( <i>Internal Factor Matrix</i> )			
No.	<i>Strength</i>	Bobot	Rating
<b>Aspek Sumber Daya Manusia</b>			
1.	Whatever memprioritaskan pelayanan terbaik kepada konsumen.		
2.	Admin Whatever dapat melakukan interaksi yang baik dan benar dengan konsumen.		

3.	Jarang terjadi miskomunikasi dengan konsumen.		
<b>Aspek Operasi</b>			
4.	Adanya Whatever di Tokopedia dan Shopee mempermudah transaksi.		
5.	Whatever juga melayani pembelian diluar E-Commerce (Whatsapp atau Instagram).		
6.	Proses pengiriman cepat karena produk <i>ready stock</i> .		
<b>Aspek Pemasaran</b>			
7.	Ketersediaan produk Whatever terjamin sehingga konsumen tidak perlu menunggu karena produk Whatever selalu <i>ready stock</i> .		
8.	<i>Design</i> kaos yang variatif membuat konsumen memiliki banyak opsi.		
9.	Harga yang lebih rendah jika dibandingkan dengan kompetitor lain.		
10.	Kualitas produk Whatever bagus.		
<b>Aspek Keuangan</b>			
11.	Whatever selalu membuat laporan laba rugi pada akhir bulan.		
12.	Pembukuan dilakukan oleh salah satu dari <i>owner</i> Whatever sendiri.		
<b>No.</b>	<b>Weakness</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>
<b>Aspek Sumber Daya Manusia</b>			
1.	Minimnya karyawan membuat respon pelayanan lebih fokus kepada <i>E-</i>		



	<i>Commerce.</i>		
2.	Adanya rasa sungkan untuk mengingatkan satu sama lain antar owner Whatever ketika ada yang melakukan kesalahan.		
<b>Aspek Operasi</b>			
3.	Whatever masih belum memegang kendali penuh atas bahan baku produknya.		
4.	Keterlambatan produk yang dikirim dari jasa konveksi.		
5.	Adanya produk dari jasa konveksi yang tidak sesuai.		
<b>Aspek Pemasaran</b>			
6.	Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Whatever.		
7.	Whatever merupakan bisnis yang masih baru berdiri.		
8.	Produk yang dijual oleh Whatever hanya berfokus pada kaos <i>oversized</i> .		
<b>Aspek Keuangan</b>			
9.	Modal dalam menjalankan usaha berasal dari dana owner Whatever sendiri, sehingga jumlahnya sangat terbatas.		
10.	Perjanjian pembayaran yang dilakukan dengan <i>partner</i> jasa konveksi berupa pembayaran penuh diawal.		
<b>TOTAL BOBOT</b>		<b>1,0</b>	

## B. EFE (*External Factor Evaluation*)

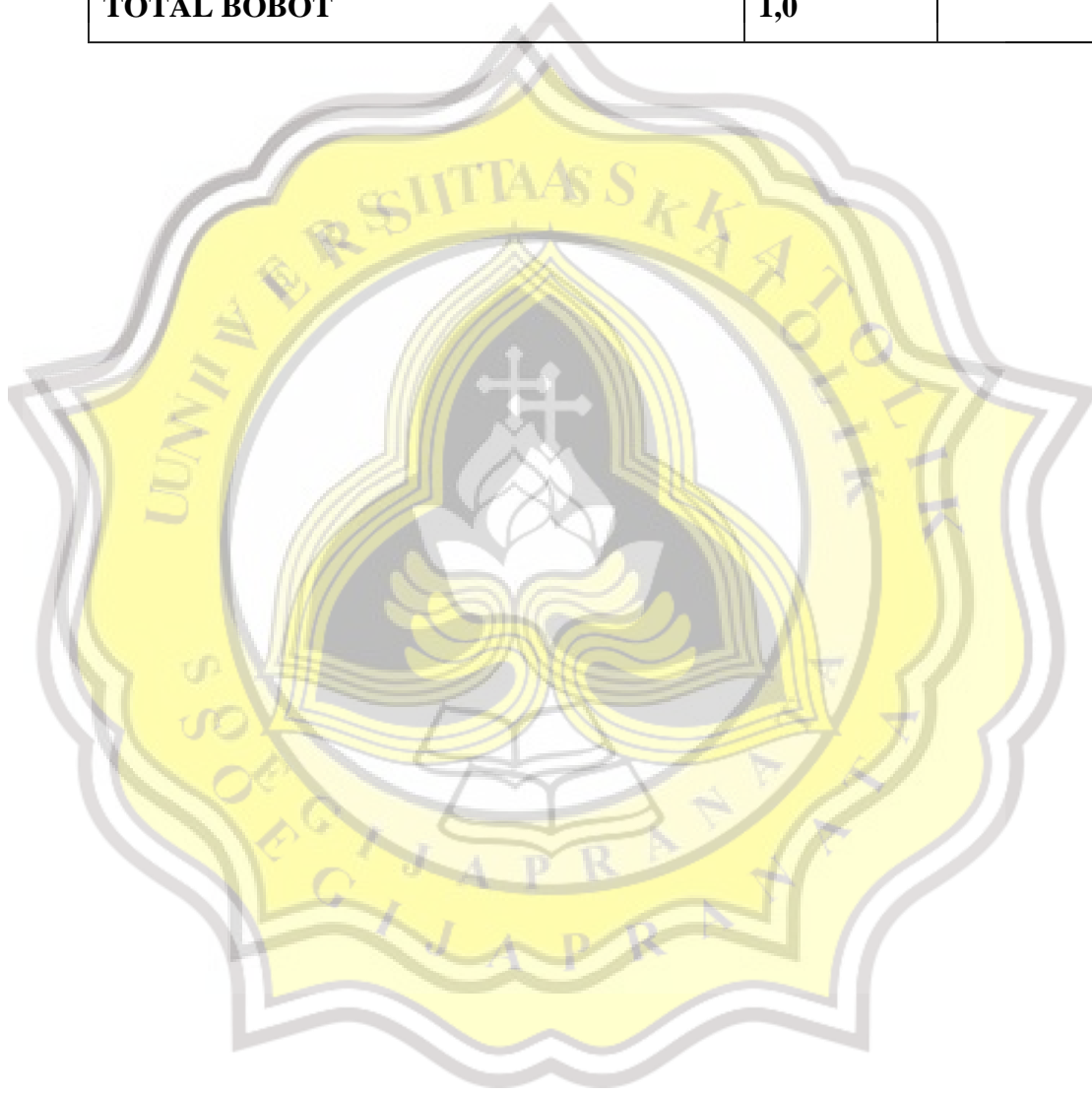
Silahkan mengisi pada kolom bobot. Setiap faktor (*opportunity* dan *threat*) diberi bobot atas dasar pertimbangan seberapa penting apakah faktor-faktor yang ada sebagai penentu kesuksesan bisnis. Adapun skalanya adalah 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Total bobot untuk *opportunity* dan *threat* harus berjumlah sama dengan 1,0. Sedangkan untuk rating, setiap faktor (*opportunity* dan *threat*) diberi rating dengan skala:

	Mulai dari	Sampai dengan
<i>Opportunity</i>	+1 ( <i>Poor</i> )	+4 ( <i>Outstanding</i> )
<i>Threat</i>	+4 ( <i>Outstanding</i> )	+1 ( <i>Poor</i> )

<b>EFE (<i>External Factor Matrix</i>)</b>			
<b>No.</b>	<b><i>Opportunity</i></b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>
<b>Kebijakan Pemerintah</b>			
1.	Dukungan penuh pemerintah Indonesia untuk memajukan UMKM di Indonesia.		
<b><i>Social</i></b>			
2.	Target pasar Whatever yang sangat luas yaitu Generasi Z.		
3.	Produk yang diminati oleh anak muda.		
<b><i>Technology</i></b>			
4.	Penggunaan teknologi pada bidang perdagangan akan meningkatkan kemungkinan Whatever untuk mendapatkan calon pembeli potensial.		
5.	Pemanfaatan teknologi ( <i>E-commerce</i> ) memberikan benefit bagi konsumen.		
<b><i>Environment</i></b>			
6.	Lokasi yang strategis.		

7.	Pembeli akan cenderung memilih penjual yang lokasinya dekat.		
<b>Legal</b>			
8.	UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) kedepannya akan memberikan pengasuh positif bagi Whatever.		
<b>No.</b>	<b>Threat</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>
<b>Kebijakan Pemerintah</b>			
1.	Situasi pandemi akibat <i>Covid-19</i> yang tidak kunjung usai dan PPKM.		
<b>Economy</b>			
2.	Penurunan daya beli masyarakat.		
3.	Pergerakan nilai tukar rupiah (Rp) terhadap dollar (\$) Amerika yang fluktuatif akan berdampak pada harga bahan dasar.		
<b>Social</b>			
4.	Perubahan perilaku konsumen dapat menjadi sebuah ancaman bagi Whatever.		
5.	Masyarakat belum tentu dapat menerima <i>design</i> produk Whatever.		
<b>Technology</b>			
6.	Perkembangan teknologi yang pesat dapat menjadi ancaman.		
7.	Bahaya ancaman peretas ( <i>hacker</i> ) yang mulai marak dijumpai di Indonesia.		
<b>Persaingan</b>			

8.	Adanya produk impor luar negeri dan dijual dengan harga yang sangat murah.		
9.	Banyak pesaing yang mencari lokasi terbaik.		
<b>TOTAL BOBOT</b>		<b>1,0</b>	



## Lampiran 4: Kuesioner Untuk Konsumen Whatever

### Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

### Petunjuk Pengisian

Responden dimohon menandai dengan tanda *checklist* (√) untuk jawaban yang dirasa sesuai. Harap responden hanya memilih 1 jawaban saja. Adapun klasifikasinya sebagai berikut:

SS (Sangat Setuju) - S (Setuju) - N (Netral) - TS (Tidak Setuju) - STS (Sangat Tidak Setuju)

Terimakasih. Selamat mengisi kuesioner, Tuhan memberkati!

No.	Pernyataan <i>Strength</i>	Skala Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Aspek Sumber Daya Manusia</b>						
1.	Whatever memprioritaskan pelayanan terbaik kepada konsumen.					
2.	Admin Whatever dapat melakukan interaksi yang baik dan benar dengan konsumen.					
3.	Jarang terjadi miskomunikasi dengan konsumen.					
<b>Aspek Operasi</b>						



4.	Adanya Whatever di Tokopedia dan Shopee mempermudah transaksi.					
5.	Whatever juga melayani pembelian diluar E-Commerce (Whatsapp atau Instagram).					
6.	Proses pengiriman cepat karena produk <i>ready stock</i> .					
<b>Aspek Pemasaran</b>						
7.	Ketersediaan produk Whatever terjamin sehingga konsumen tidak perlu menunggu karena produk Whatever selalu <i>ready stock</i> .					
8.	<i>Design</i> kaos yang variatif membuat konsumen memiliki banyak opsi.					
9.	Harga yang lebih rendah jika dibandingkan dengan kompetitor lain.					
10.	Kualitas produk Whatever bagus.					
<b>No.</b>	<b>Pernyataan <i>Weakness</i></b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
<b>Aspek Sumber Daya Manusia</b>						
1.	Respon chat pada media sosial Whatsapp dan Instagram lebih lambat daripada E-Commerce.					
<b>Aspek Operasi</b>						
2.	Lamanya proses pengemasan yang dapat dipantau pada E-Commerce.					
3.	Ada produk yang diterima konsumen mengalami cacat produksi.					
<b>Aspek Pemasaran</b>						
4.	Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Whatever.					

5.	Whatever merupakan bisnis yang masih baru berdiri.					
6.	Produk yang dijual oleh Whatever hanya berfokus pada kaos <i>oversized</i> .					
<b>No.</b>	<b>Pernyataan <i>Opportunity</i></b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
<b>Kebijakan Pemerintah</b>						
1.	Adanya dukungan pemerintah untuk memajukan UMKM.					
<b><i>Social</i></b>						
2.	Adanya dukungan pemerintah untuk memajukan UMKM.					
<b><i>Technology</i></b>						
3.	Whatever menggunakan teknologi pada bidang perdagangan ( <i>E-Commerce</i> ).					
4.	<i>E-Commerce</i> lebih menarik karena banyak promo dan <i>voucher</i> diskon.					
<b><i>Environment</i></b>						
5.	Sebagai konsumen, anda cenderung memilih penjual yang lokasinya lebih dekat.					
<b>No.</b>	<b>Pernyataan <i>Threat</i></b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
<b>Kebijakan Pemerintah</b>						
1.	Adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).					
<b><i>Economy</i></b>						
2.	Penurunan daya beli masyarakat akibat pandemi Covid-19.					
3.	Pergerakan nilai tukar rupiah (Rp) terhadap dollar (\$) Amerika yang fluktuatif akan					

	berdampak pada harga bahan dasar.						
<b>Social</b>							
4.	Perubahan perilaku masyarakat ( <i>trend</i> ).						
5.	Masyarakat belum tentu dapat menerima <i>design</i> produk Whatever.						
<b>Technology</b>							
6.	Tidak menguasai teknologi yang berhubungan dengan Whatever.						
7.	Bahaya ancaman peretas ( <i>hacker</i> ) yang mulai marak dijumpai di Indonesia.						
<b>Persaingan</b>							
8.	Adanya produk impor luar negeri dan dijual dengan harga yang sangat murah.						

**Lampiran 2: Tabel Tanggapan Responden Konsumen Mengenai Strength dan Weakness Whatever**

Keterangan	Jawaban										Total Skor	Rata - rata
	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
<b>Rata - rata</b>												

**Lampiran 3: Data Responden Pemilik**

No.	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Alamat	No. Handphone
1.	Julius Hendrick	22 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Mahesa Barat II No.	081293996441

	Wibisono				40	
2.	Verrell Hendarto Kurniawan	21 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Taman Bougenville Selatan No. 77	082135600231
3.	Donny Kurnia Prihadi	21 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Kp. Plampitan No.88	081392585964

#### Lampiran 4: Data Responden Konsumen

No.	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Alamat	No. Handphone
1.	Ivana Livia	25 tahun	Perempuan	Karyawan	Jl. Taman Jatiluhur I No, 2B	087832632299
2.	Yosua Wibisono	19 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Mahesa Barat II No.40	081390559353
3.	Nike Raissa D.	22 tahun	Perempuan	Karyawan	Jl. Muara Mas VII No.57	089662214116
4.	Chrysvina Floencia	21 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Jl. Beteng No. 90	081327150755
5.	Donna Kurnia P.	21 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Jl. Kp. Plampitan No.88	085855185253
6.	Jeremy Nicholas	22 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Puri Anjasmoro B3/10	082242689124
7.	James Kent S.	22 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Jl. Agung No. 38	087731026888
8.	Farel Hendrawan	22 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Jl. Puri Anjasmoro A3/12	08112776699
9.	Ong, Jaysen Adiputra	22 tahun	Laki-laki	Karyawan	Jl. Pesona Asri No. 23	083838798778
10.	Agustinus Bayu	23 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Tirta Mukti V No. 1106	082242742325
11.	Maria Raras	22 tahun	Perempuan	Karyawan	Jl, Tirtopurwosari No. 6, Semarang	082245661520
12.	Alvinia Jovanka	22 tahun	Perempuan	Karyawan	Jl. Semarang Indah No. 66, Semarang	08112825258

13.	Stevanus Marcellino	21 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Peterongan Timur No. 22	081390020524
14.	Vania Safira	21 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Jl. Krakatau IV No. 3	081326809458
15.	Jonathan Adiputra	21 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Puri Mediterania A No. 1	081914480250
16.	Marcellinus Edward	22 tahun	Laki-laki	Karyawan	Jl. Udan Riris III No. 50, Semarang	087731164334
17.	Ellysia Eva	20 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Jl. Kuala Mas X No. 458	081573000800
18.	Vincent Feriano	22 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Jl. Brigiend Sudiarto No. 131	082137790350
19.	Hans Christian W.	23 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Jl. Bukit Sakti No. 5	081915368468
20.	Jovan Theopilus	19 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. B. Putra No. 27	089506280585
21.	Alvin Handoko	18 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Seroja Dalam I No. 3	0895621137822
22.	Yosafat Nugroho K.	25 tahun	Laki-laki	Karyawan	Jl. Petelan Selatan II No. 711B	081215452097

### **Lampiran 8: Kuisiner Pemilik untuk Menentukan Attractive Score (AS)**

#### **Identitas Responden**

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

#### **Petunjuk Pengisian**

Mohon pemilik mengisi kuisiner dibawah ini dengan berdasarkan pertanyaan berikut: “apakah faktor ini mempengaruhi pilihan strategi yang dibuat?” Adapun skalanya sebagai berikut:



1 = Tidak menarik, 2 = Agak menarik, 3 = Cukup menarik, dan 4 = Sangat menarik

Faktor Utama	Alternatif Strategi	
	Strategi I	Strategi II
	AS	AS
<b>Peluang:</b>		
<b>Ancaman:</b>		
<b>Kekuatan:</b>		
<b>Kelemahan:</b>		

### Lampiran 9: Hasil Wawancara Dengan Pemilik Whatever

1. Bagaimanakah awal mula berdirinya bisnis Whatever?

Hendrick: Kami bertiga sering berbagi pendapat mengenai baju yang dikenakan masing-masing, kemudian tercetus ide bisnis untuk menyalurkan ide kami.

Verrell: Sekitar awal tahun 2021 sudah tercetus ide ingin memulai bisnis, namun baru pada bulan april mulai berjalan.

Donny: Awal mula bisnis Whatever sebenarnya hanya iseng, tetapi setelah ditekuni ternyata ada juga konsumennya.

#### Faktor Internal

(Aspek Sumber Daya Manusia)

2. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk merespon *chat* atau pertanyaan dari konsumen?

Hendrick: 5-10 menit, tergantung situasi dan kondisi.

Verrell: Secepatnya, tapi jika keadaan tidak memungkinkan untuk membalas chat harap maklum.

Donny: Sebisa mungkin maksimal 7 menit.

3. Apakah orang yang mengelola media sosial dan *e-commerce* juga diberikan tanggung jawab lain?

Hendrick: Tidak.

Verrell: Tidak.

Donny: Tidak.

4. Apakah ada rencana untuk merekrut karyawan baru? Mengapa?

Hendrick: Tidak. Karena masih bisa ditangani oleh kami bertiga.

Verrell: Tidak. Karena masih belum membutuhkan tenaga tambahan.

Donny: Tidak. Karena tanggung jawab yang ada belum begitu besar.

5. Bagaimana cara mengatasi rasa sungkan saat harus menegur sesama *owner* yang melakukan kesalahan?

Hendrick: Mengedepankan profesionalitas dalam pekerjaan.

Verrell: Harus bisa memisahkan antara kehidupan pribadi dan bisnis.

Donny: Langsung tegur karena ini adalah bisnis bersama.

(Aspek Operasi)

6. Bagaimana sistem pembelian melalui E-commerce yang dimiliki Whatever?

Hendrick, Verrell, Donny: Konsumen memasukkan produk yang dipilih ke keranjang belanja, kemudian melakukan pembayaran. Setelah itu produk akan dikirimkan ke alamat tujuan.

7. Konsumen Whatever lebih sering membeli melalui media sosial (instagram dan whatsapp) atau melalui *E-commerce*?

Hendrick, Verrell, Donny: E-Commerce Tokopedia dan Shopee.

8. Mengapa *owner* lebih memilih menggunakan sistem *ready stock* dibandingkan sistem *pre order* yang lebih aman dimana tidak ada potensi produk tidak terjual?

Hendrick: Karena kami ingin barang langsung dikirim.

Verrell: Kami tidak ingin membuat konsumen menunggu terlalu lama.

Donny: Pre-order memakan waktu yang lama pada proses produksi, sehingga konsumen mungkin akan complain.

9. Bagaimana cara Whatever memilih jasa konveksi yang tepat?

Hendrick, Verrell, Donny: Membandingkan harga dan hasil samplanya.

10. Apakah saat ini Whatever sudah memiliki jasa konveksi yang menjadi partner tetap?

Hendrick, Verrell, Donny: Belum ada.

(Aspek Pemasaran)

11. Apakah saat ini sudah ada rencana untuk menambah desain kaos Whatever?

Hendrick: Rencana sudah tapi masih dalam tahap perundingan.

Verrell: Belum fix.

Donny: Ada dan masih dirancangan.

12. Apakah harga produk Whatever saat ini sudah mampu memberikan kualitas produk yang lebih baik dibandingkan kompetitor lain?

Hendrick, Verrell, Donny: Sudah.

13. Usaha apa yang akan dilakukan Whatever untuk meningkatkan *brand awareness* sehingga dapat bersaing dengan *brand* besar yang sudah ada?

Hendrick, Verrell, Donny: Melakukan promosi dengan bekerjasama dengan Influencer karena jumlah followersnya banyak.

14. Apakah terdapat rencana untuk mengembangkan produk selain kaos *oversized*?

Hendrick, Verrell, Donny: Belum ada.

(Aspek Keuangan)

15. Apakah terdapat laporan keuangan lain selain laporan laba rugi yang disusun setiap bulan?

Hendrick, Verrell, Donny: Tidak ada.

16. Apakah sejauh ini Whatever pernah mengalami kendala dana dalam memenuhi kebutuhan mendadak? Jika ya, bagaimana cara mengatasinya?

Hendrick, Verrell, Donny: Tidak, karena biasanya kami juga urunan untuk memenuhi kebutuhan mendadak.

17. Apakah kedepannya Whatever akan tetap menggunakan jasa konveksi yang menerapkan perjanjian pembayaran penuh diawal?

Hendrick: Jika ada jasa konveksi yang bisa melakukan pembayaran ketika barang sudah jadi tentu kami akan memilih jasa konveksi tersebut.

Verrell: Ada rencana mencari yang bisa DP dulu.

Donny: Sedang dalam tahap mencari jasa konveksi lain.

### Faktor Eksternal

(Kebijakan Pemerintah)

18. Adakah bentuk nyata dukungan pemerintah Indonesia yang memberikan dampak positif bagi Whatever?

Hendrick, Verrell, Donny: Sejauh ini belum ada dampak positif yang secara langsung kami rasakan.

19. Apakah pemberlakuan masa PPKM di Indonesia berdampak terhadap penurunan penjualan produk Whatever?

Hendrick, Verrell, Donny: Berdampak.

*(Economy)*

20. Apakah penurunan daya beli masyarakat di masa pandemi berpengaruh terhadap penjualan Whatever?

Hendrick, Verrell, Donny: Berpengaruh.

21. Jika harga bahan baku naik, apakah akan terjadi peningkatan harga jual produk Whatever?

Hendrick, Verrell, Donny: Tidak ada kenaikan harga jual.

*(Social)*

22. Apa upaya yang dilakukan Whatever untuk mengikuti trend anak muda, khususnya design kaos yang belum tentu dapat diterima oleh masyarakat, dalam hal ini Generasi Z yang menjadi target pasarnya?

Hendrick: Sebagai owner kami harus up to date dengan trend-trend baru di masyarakat.

Verrell: Jangan menganggap remeh sebuah trend, harus dipelajari dan dipikirkan apakah dapat dijadikan sebuah ide baru.

Donny: Diskusi antar pemilik dalam menentukan sebuah rancangan design.

*(Technology)*



23. Apakah Whatever memiliki *website* resmi yang dapat diakses oleh konsumen untuk memperoleh informasi mengenai produk yang dijual?

Hendrick, Verrell, Donny: Whatever tidak memiliki *website* resmi.

24. Apa upaya yang dilakukan Whatever untuk mengantisipasi adanya peretasan/*hacking*?

Hendrick, Verrell, Donny: Mengaktifkan *Two-Factor Authentication*.

(*Environment*)

25. Apakah konsumen Whatever yang berasal dari pulau jawa lebih banyak daripada yang berasal dari luar pulau jawa?

Hendrick, Verrell, Donny: Konsumen dari pulau jawa lebih banyak.

(Persaingan)

26. Ada banyak produk impor (kaos) yang dijual di *E-Commerce* tempat Whatever menjual produknya. Lalu apa yang membedakan produk impor tersebut dengan produk yang dijual Whatever?

Hendrick: Suplai lebih stabil.

Verrell: Ukuran standar asia.

Donny: *Quality Control* tidak seketat kaos impor.

(*Legal*)

27. Apakah UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) sudah memberikan dampak positif bagi Whatever?

Hendrick, Verrell, Donny: Sejauh ini belum ada dampak positif.

### Lampiran 10: Rekapitulasi Data Mentah Kuisisioner Konsumen

No.	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Alamat	No. Handphone
1.	Ivana Livia	25 tahun	Perempuan	Karyawan	Jl. Taman Jatiluhur I No, 2B	087832632299
2.	Yosua Wibisono	19 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Mahesa Barat II No.40	081390559353
3.	Nike Raissa D.	22 tahun	Perempuan	Karyawan	Jl. Muara Mas VII No.57	089662214116
4.	Chrysvina Florencia	21 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Jl. Beteng No. 90	081327150755
5.	Donna Kurnia P.	21 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Jl. Kp. Plampitan No.88	085855185253
6.	Jeremy Nicholas	22 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Puri Anjasmoro B3/10	082242689124
7.	James Kent S.	22 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Jl. Agung No. 38	087731026888
8.	Farel Hendrawan	22 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Jl. Puri Anjasmoro A3/12	08112776699
9.	Ong, Jaysen Adiputra	22 tahun	Laki-laki	Karyawan	Jl. Pesona Asri No. 23	083838798778
10.	Agustinus Bayu	23 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Tirta Mukti V No. 1106	082242742325
11.	Maria Raras	22 tahun	Perempuan	Karyawan	Jl, Tirtopurwosari No. 6, Semarang	082245661520
12.	Alvinia Jovanka	22 tahun	Perempuan	Karyawan	Jl. Semarang Indah No. 66, Semarang	08112825258
13.	Stevanus Marcellino	21 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Peterongan Timur No. 22	081390020524
14.	Vania Safira	21 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Jl. Krakatau IV No. 3	081326809458
15.	Jonathan Adiputra	21 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Puri Mediterania A No. 1	081914480250
16.	Marcellinus Edward	22 tahun	Laki-laki	Karyawan	Jl. Udan Riris III No. 50, Semarang	087731164334

17.	Ellysia Eva	20 tahun	Perempuan	Mahasiswa	Jl. Kuala Mas X No. 458	081573000800
18.	Vincent Feriano	22 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Jl. Brigjend Sudiarto No. 131	082137790350
19.	Hans Christian W.	23 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Jl. Bukit Sakti No. 5	081915368468
20.	Jovan Theopilus	19 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. B. Putra No. 27	089506280585
21.	Alvin Handoko	18 tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Jl. Seroja Dalam I No. 3	0895621137822
22.	Yosafat Nugroho K.	25 tahun	Laki-laki	Karyawan	Jl. Petelan Selatan II No. 711B	081215452097

No.	Nama Responden	Jawaban					Total Skor
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	
1.	Ivana Livia Wibisono				14	15	131
2.	Farel Hendrawan				2	27	143
3.	Ong, Jaysen Adiputra				4	25	141
4.	Agustinus Bayu				7	22	138
5.	Maria Raras				3	26	142
6.	Alvinia Jovanka				1	28	144
7.	Vania Safira				5	24	140
8.	Jonathan Adiputra				5	24	140
9.	Marcellinus Edward					29	145
10.	Ellysia Eva				7	22	138
11.	Vincent Feriano					29	145
12.	Hans Christian W.					29	145
13.	Jovan Theopilus					29	145
14.	Alvin Handoko					29	145
15.	Yosafat Nugroho					29	145
16.	Donna Kurnia P.					29	145
17.	Stevanus Marcellino					29	145
18.	Yosua Wibisono					29	145
19.	Jeremy Nicholas					29	145
20.	James Kent S					29	145
21.	Chrysvina Florencia					29	145
22.	Nike Raissa D				4	25	141

<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>586</b>	<b>3138</b>
--------------	----------	----------	----------	-----------	------------	-------------

**Lampiran 11: Hasil Kuisioner Matrix IFE Pemilik 1**

Nama : Julius Hendrick Wibisono

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 22 tahun

<b>IFE (Internal Factor Matrix)</b>			
No.	Strength	Bobot	Rating
<b>Aspek Sumber Daya Manusia</b>			
1.	Pelayanan yang baik dari admin mencakup kemudahan komunikasi, informasi yang lengkap, dan respon yang cepat serta ramah.	0,021	2
2.	<i>Owner</i> memiliki wawasan untuk berinteraksi dengan konsumen dengan mengikuti pembekalan-pembekalan yang berisi materi <i>customer relationship</i> .	0,03	2
3.	Admin yang mampu meminimalisir adanya miskomunikasi dalam pengelolaan akun Tokopedia dan Shopee.	0,045	3
<b>Aspek Operasi</b>			
4.	Transaksi melalui Tokopedia dan Shopee sebagai pihak ketiga sehingga konsumen jadi lebih percaya.	0,1	4
5.	Konsumen juga bisa bertransaksi melalui Whatsapp dan Instagram.	0,01	1
6.	Proses pengiriman cepat karena produk <i>ready stock</i> .	0,08	4
<b>Aspek Pemasaran</b>			
7.	Ketersediaan produk selalu <i>ready stock</i> .	0,072	4
8.	<i>Design</i> kaos yang variatif membuat konsumen memiliki banyak opsi.	0,031	2
9.	Harga yang lebih rendah jika dibandingkan dengan kompetitor lain.	0,027	1
10.	Kualitas produk Whatever bagus.	0,04	2
<b>Aspek Keuangan</b>			
11.	Selalu membuat laporan laba rugi pada akhir bulan.	0,02	1
12.	Pembukuan dilakukan oleh salah satu dari	0,03	1



No.	Weakness	Bobot	Rating
<b>Aspek Sumber Daya Manusia</b>			
1.	Tugas admin berat karena harus mengelola semua akun, sehingga rentan terjadi kesalahan.	0,03	2
2.	Adanya rasa sungkan untuk mengingatkan ketika ada yang melakukan kesalahan.	0,01	1
<b>Aspek Operasi</b>			
3.	Whatever masih belum memegang kendali penuh atas bahan baku produknya.	0,09	4
4.	Keterlambatan produk yang dikirim dari jasa konveksi.	0,062	4
5.	Adanya produk dari jasa konveksi yang tidak sesuai.	0,06	4
<b>Aspek Pemasaran</b>			
6.	Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Whatever.	0,05	3
7.	Whatever merupakan bisnis yang masih baru berdiri.	0,045	3
8.	Produk yang dijual oleh Whatever hanya berfokus pada kaos <i>oversized</i> .	0,037	1
<b>Aspek Keuangan</b>			
9.	Modal dalam menjalankan usaha berasal dari dana owner Whatever sendiri, sehingga jumlahnya sangat terbatas.	0,04	3
10.	Perjanjian pembayaran yang dilakukan dengan <i>partner</i> jasa konveksi berupa pembayaran penuh diawal.	0,07	4
<b>TOTAL BOBOT</b>		<b>1,0</b>	

### Lampiran 12: Hasil Kuisisioner Matrix IFE Pemilik 2

Nama : Verrell Hendarto K.

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 21 tahun

<b>IFE (Internal Factor Matrix)</b>			
No.	Strength	Bobot	Rating
<b>Aspek Sumber Daya Manusia</b>			
1.	Pelayanan yang baik dari admin mencakup	0,03	3



	kemudahan komunikasi, informasi yang lengkap, dan respon yang cepat serta ramah.		
2.	<i>Owner</i> memiliki wawasan untuk berinteraksi dengan konsumen dengan mengikuti pembekalan-pembekalan yang berisi materi <i>customer relationship</i> .	0,028	2
3.	Admin yang mampu meminimalisir adanya miskomunikasi dalam pengelolaan akun Tokopedia dan Shopee.	0,038	3
<b>Aspek Operasi</b>			
4.	Transaksi melalui Tokopedia dan Shopee sebagai pihak ketiga sehingga konsumen jadi lebih percaya.	0,08	4
5.	Konsumen juga bisa bertransaksi melalui Whatsapp dan Instagram.	0,025	2
6.	Proses pengiriman cepat karena produk <i>ready stock</i> .	0,085	4
<b>Aspek Pemasaran</b>			
7.	Ketersediaan produk selalu <i>ready stock</i> .	0,06	4
8.	<i>Design</i> kaos yang variatif membuat konsumen memiliki banyak opsi.	0,018	1
9.	Harga yang lebih rendah jika dibandingkan dengan kompetitor lain.	0,04	3
10.	Kualitas produk Whatever bagus.	0,052	3
<b>Aspek Keuangan</b>			
11.	Selalu membuat laporan laba rugi pada akhir bulan.	0,031	1
12.	Pembukuan dilakukan oleh salah satu dari <i>owner</i> Whatever sendiri.	0,019	1
<b>No.</b>	<b>Weakness</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>
<b>Aspek Sumber Daya Manusia</b>			
1.	Tugas admin berat karena harus mengelola semua akun, sehingga rentan terjadi kesalahan.	0,024	1
2.	Adanya rasa sungkan untuk mengingatkan ketika ada yang melakukan kesalahan.	0,016	1
<b>Aspek Operasi</b>			
3.	Whatever masih belum memegang kendali penuh atas bahan baku produknya.	0,11	4
4.	Keterlambatan produk yang dikirim dari jasa konveksi.	0,07	3
5.	Adanya produk dari jasa konveksi yang tidak sesuai.	0,032	2
<b>Aspek Pemasaran</b>			
6.	Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Whatever.	0,07	4

7.	Whatever merupakan bisnis yang masih baru berdiri.	0,04	2
8.	Produk yang dijual oleh Whatever hanya berfokus pada kaos <i>oversized</i> .	0,022	1
<b>Aspek Keuangan</b>			
9.	Modal dalam menjalankan usaha berasal dari dana owner Whatever sendiri, sehingga jumlahnya sangat terbatas.	0,05	3
10.	Perjanjian pembayaran yang dilakukan dengan <i>partner</i> jasa konveksi berupa pembayaran penuh diawal.	0,06	4
<b>TOTAL BOBOT</b>		<b>1,0</b>	

### Lampiran 13: Hasil Kuisisioner Matrix IFE Pemilik 3

Nama : Donny Kurnia P.

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 21 tahun

<b>IFE (Internal Factor Matrix)</b>			
No.	Strength	Bobot	Rating
<b>Aspek Sumber Daya Manusia</b>			
1.	Pelayanan yang baik dari admin mencakup kemudahan komunikasi, informasi yang lengkap, dan respon yang cepat serta ramah.	0,051	3
2.	<i>Owner</i> memiliki wawasan untuk berinteraksi dengan konsumen dengan mengikuti pembekalan-pembekalan yang berisi materi <i>customer relationship</i> .	0,015	1
3.	Admin yang mampu meminimalisir adanya miskomunikasi dalam pengelolaan akun Tokopedia dan Shopee.	0,03	2
<b>Aspek Operasi</b>			
4.	Transaksi melalui Tokopedia dan Shopee sebagai pihak ketiga sehingga konsumen jadi lebih percaya.	0,1	4
5.	Konsumen juga bisa bertransaksi melalui Whatsapp dan Instagram.	0,014	1
6.	Proses pengiriman cepat karena produk <i>ready stock</i> .	0,075	4
<b>Aspek Pemasaran</b>			

7.	Ketersediaan produk selalu <i>ready stock</i> .	0,052	3
8.	<i>Design</i> kaos yang variatif membuat konsumen memiliki banyak opsi.	0,007	1
9.	Harga yang lebih rendah jika dibandingkan dengan kompetitor lain.	0,05	3
10.	Kualitas produk Whatever bagus.	0,061	3
<b>Aspek Keuangan</b>			
11.	Selalu membuat laporan laba rugi pada akhir bulan.	0,04	2
12.	Pembukuan dilakukan oleh salah satu dari <i>owner</i> Whatever sendiri.	0,011	1
<b>No.</b>	<b>Weakness</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>
<b>Aspek Sumber Daya Manusia</b>			
1.	Tugas admin berat karena harus mengelola semua akun, sehingga rentan terjadi kesalahan.	0,031	2
2.	Adanya rasa sungkan untuk mengingatkan ketika ada yang melakukan kesalahan.	0,009	1
<b>Aspek Operasi</b>			
3.	Whatever masih belum memegang kendali penuh atas bahan baku produknya.	0,08	4
4.	Keterlambatan produk yang dikirim dari jasa konveksi.	0,06	4
5.	Adanya produk dari jasa konveksi yang tidak sesuai.	0,072	4
<b>Aspek Pemasaran</b>			
6.	Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Whatever.	0,079	4
7.	Whatever merupakan bisnis yang masih baru berdiri.	0,045	3
8.	Produk yang dijual oleh Whatever hanya berfokus pada kaos <i>oversized</i> .	0,008	1
<b>Aspek Keuangan</b>			
9.	Modal dalam menjalankan usaha berasal dari dana <i>owner</i> Whatever sendiri, sehingga jumlahnya sangat terbatas.	0,025	1
10.	Perjanjian pembayaran yang dilakukan dengan <i>partner</i> jasa konveksi berupa pembayaran penuh diawal.	0,085	4
<b>TOTAL BOBOT</b>		<b>1,0</b>	

#### Lampiran 14: Hasil Kuisioner Matrix EFE Pemilik 1

Nama : Julius Hendrick Wibisono

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 22 tahun

<b>EFE (External Factor Matrix)</b>			
<b>No.</b>	<b>Opportunity</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>
<b>Politic</b>			
1.	Dukungan penuh pemerintah Indonesia untuk memajukan UMKM di Indonesia.	0,03	2
<b>Social</b>			
2.	Target pasar Whatever yang sangat luas yaitu Generasi Z.	0,04	3
3.	Produk yang digemari oleh anak muda.	0,05	3
<b>Technology</b>			
4.	Pemanfaatan teknologi pada pemasaran serta adanya opsi pembayaran dengan sistem cicilan pada Tokopedia dan Shopee.	0,17	4
5.	Pemanfaatan Tokopedia dan Shopee memberikan benefit bagi konsumen.	0,14	4
<b>Lokasi</b>			
6.	Lokasi yang strategis.	0,03	2
7.	Pembeli akan cenderung memilih penjual yang lokasinya dekat.	0,055	3
<b>Legal</b>			
8.	UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) kedepannya akan memberikan pengaruh positif bagi Whatever.	0,03	1
<b>No.</b>	<b>Threat</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>
<b>Kebijakan Pemerintah</b>			
1.	Kebijakan pemerintah yaitu PPKM.	0,06	4
<b>Economy</b>			
2.	Penurunan daya beli masyarakat.	0,04	3
3.	Pergerakan nilai tukar rupiah (Rp) terhadap dollar (\$) Amerika yang fluktuatif akan berdampak pada harga bahan dasar.	0,03	2
<b>Social</b>			
4.	Perubahan perilaku dan trend konsumen secara mendadak.	0,03	1
5.	Masyarakat belum tentu dapat menerima <i>design</i> produk Whatever.	0,037	2
<b>Technology</b>			
6.	Perkembangan teknologi yang pesat dapat	0,036	2



	menjadi ancaman.		
7.	Bahaya ancaman peretas ( <i>hacker</i> ) yang mulai marak dijumpai di Indonesia.	0,034	2
<b>Persaingan</b>			
8.	Adanya produk impor luar negeri dan dijual dengan harga yang sangat murah.	0,135	4
9.	Banyak pesaing yang mencari lokasi terbaik untuk menjalankan usahanya.	0,053	3
<b>TOTAL BOBOT</b>		<b>1,0</b>	

### Lampiran 15: Hasil Kuisisioner Matrix EFE Pemilik 2

Nama : Verrell Hendarto K.

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 21 tahun

<b>EFE (External Factor Matrix)</b>			
No.	<i>Opportunity</i>	Bobot	Rating
<b><i>Politik</i></b>			
1.	Dukungan penuh pemerintah Indonesia untuk memajukan UMKM di Indonesia.	0,012	1
<b><i>Social</i></b>			
2.	Target pasar Whatever yang sangat luas yaitu Generasi Z.	0,055	3
3.	Produk yang digemari oleh anak muda.	0,048	3
<b><i>Technology</i></b>			
4.	Pemanfaatan teknologi pada pemasaran serta adanya opsi pembayaran dengan sistem cicilan pada Tokopedia dan Shopee.	0,13	4
5.	Pemanfaatan Tokopedia dan Shopee memberikan benefit bagi konsumen.	0,14	4
<b><i>Lokasi</i></b>			
6.	Lokasi yang strategis.	0,046	2
7.	Pembeli akan cenderung memilih penjual yang lokasinya dekat.	0,06	4
<b><i>Legal</i></b>			
8.	UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) kedepannya akan memberikan pengaruh positif bagi Whatever.	0,03	1



No.	Threat	Bobot	Rating
<b>Kebijakan Pemerintah</b>			
1.	Kebijakan pemerintah yaitu PPKM.	0,109	4
<b>Economy</b>			
2.	Penurunan daya beli masyarakat.	0,034	2
3.	Pergerakan nilai tukar rupiah (Rp) terhadap dollar (\$) Amerika yang fluktuatif akan berdampak pada harga bahan dasar.	0,021	2
<b>Social</b>			
4.	Perubahan perilaku dan trend konsumen secara mendadak.	0,018	1
5.	Masyarakat belum tentu dapat menerima <i>design</i> produk Whatever.	0,037	3
<b>Technology</b>			
6.	Perkembangan teknologi yang pesat dapat menjadi ancaman.	0,035	2
7.	Bahaya ancaman peretas ( <i>hacker</i> ) yang mulai marak dijumpai di Indonesia.	0,027	1
<b>Persaingan</b>			
8.	Adanya produk impor luar negeri dan dijual dengan harga yang sangat murah.	0,14	4
9.	Banyak pesaing yang mencari lokasi terbaik untuk menjalankan usahanya.	0,058	3
<b>TOTAL BOBOT</b>		<b>1,0</b>	

### Lampiran 13: Hasil Kuisiner Matrix EFE Pemilik 3

Nama : Donny Kurnia P.

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 21 tahun

<b>EFE (External Factor Matrix)</b>			
No.	Opportunity	Bobot	Rating
<b>Politic</b>			
1.	Dukungan penuh pemerintah Indonesia untuk memajukan UMKM di Indonesia.	0,008	1
<b>Social</b>			
2.	Target pasar Whatever yang sangat luas yaitu Generasi Z.	0,067	3

3.	Produk yang digemari oleh anak muda.	0,04	2
<b>Technology</b>			
4.	Pemanfaatan teknologi pada pemasaran serta adanya opsi pembayaran dengan sistem cicilan pada Tokopedia dan Shopee.	0,25	4
5.	Pemanfaatan Tokopedia dan Shopee memberikan benefit bagi konsumen.	0,1	4
<b>Lokasi</b>			
6.	Lokasi yang strategis.	0,03	1
7.	Pembeli akan cenderung memilih penjual yang lokasinya dekat.	0,054	3
<b>Legal</b>			
8.	UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) kedepannya akan memberikan pengaruh positif bagi Whatever.	0,026	1
<b>No.</b>	<b>Threat</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>
<b>Kebijakan Pemerintah</b>			
1.	Kebijakan pemerintah yaitu PPKM.	0,05	3
<b>Economy</b>			
2.	Penurunan daya beli masyarakat.	0,032	2
3.	Pergerakan nilai tukar rupiah (Rp) terhadap dollar (\$) Amerika yang fluktuatif akan berdampak pada harga bahan dasar.	0,048	3
<b>Social</b>			
4.	Perubahan perilaku dan trend konsumen secara mendadak.	0,015	1
5.	Masyarakat belum tentu dapat menerima <i>design</i> produk Whatever.	0,04	2
<b>Technology</b>			
6.	Perkembangan teknologi yang pesat dapat menjadi ancaman.	0,028	1
7.	Bahaya ancaman peretas ( <i>hacker</i> ) yang mulai marak dijumpai di Indonesia.	0,034	2
<b>Persaingan</b>			
8.	Adanya produk impor luar negeri dan dijual dengan harga yang sangat murah.	0,166	4
9.	Banyak pesaing yang mencari lokasi terbaik untuk menjalankan usahanya.	0,012	1
<b>TOTAL BOBOT</b>		<b>1,0</b>	

**Lampiran 14: Hasil Kuisisioner Attractive Score Pemilik 1**

Nama : Julius Hendrick Wibisono

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 22 tahun

Faktor Utama	Alternatif Strategi					
	Strategi SO	Strategi WO (1)	Strategi WO (2)	Strategi ST (1)	Strategi ST (2)	Strategi WT
	AS	AS	AS	AS	AS	AS
<b>Strength</b> 1. Pelayanan yang baik dari admin mencakup kemudahan komunikasi, informasi yang lengkap, dan respon yang cepat serta ramah.	3	4	4	3	5	1
2. <i>Owner</i> memiliki wawasan untuk berinteraksi dengan konsumen	3	4	3	3	5	1
3. Admin yang mampu meminimalisir adanya miskomunikasi dalam	5	2	3	4	5	2

pengelolaan akun Tokopedia dan Shopee						
4. Transaksi melalui Tokopedia dan Shopee, konsumen jadi lebih percaya.	5	3	5	4	3	2
5. Konsumen bertransaksi melalui Whatsapp dan Instagram.	4	3	4	3	5	2
6. Proses pengiriman cepat karena produk <i>ready stock</i> .	2	1	5	5	1	2
7. Ketersediaan produk selalu <i>ready stock</i> .	2	1	5	5	1	1
8. <i>Design</i> kaos yang variatif.	2	4	5	3	1	1
9. Harga lebih rendah dibandingkan dengan kompetitor.	3	4	4	5	2	3
10. Kualitas produk Whatever bagus.	5	3	5	1	4	3
11. Selalu						

membuat laporan laba rugi.	1	1	1	1	1	1
12.Pembukuan dilakukan oleh salah satu dari <i>owner</i> Whatever sendiri	1	1	1	1	1	1
<b>Weakness</b>						
1. Tugas admin berat karena harus mengelola semua akun.	4	3	2	3	5	1
2. Adanya rasa sungkan untuk mengingatkan ketika ada yang melakukan kesalahan.	2	1	1	1	3	1
3. Belum memegang kendali atas bahan baku produknya.	5	1	4	4	1	4
4. Keterlambatan produk dari jasa konveksi.	3	1	4	4	1	5
5. Produk dari jasa konveksi tidak sesuai.	4	1	4	4	1	5



6. Kurangnya promosi.	5	5	5	4	5	1
7. Whatever masih baru berdiri.	2	5	4	4	3	1
8. Hanya berfokus pada kaos <i>oversized</i> .	3	4	5	4	1	1
9. Modal usaha berasal dari dana owner Whatever sendiri, sehingga terbatas.	1	4	2	3	1	5
10. Perjanjian pembayaran dengan <i>partner</i> jasa konveksi berupa pembayaran penuh diawal	2	1	3	3	1	5
<b>Opportunity</b>						
1. Dukungan penuh pemerintah Indonesia untuk memajukan UMKM di Indonesia.	3	4	3	1	1	2
2. Target pasar Generasi Z.	4	5	3	4	5	1

3. Produk digemari anak muda.	4	5	3	4	5	1
4. Pemanfaatan teknologi pada pemasaran serta adanya opsi pembayaran dengan sistem cicilan pada Tokopedia dan Shopee.	5	4	5	5	3	1
5. Tokopedia dan Shopee memberikan benefit bagi konsumen.	5	4	5	5	3	1
6. Lokasi strategis.	2	4	3	1	2	3
7. Pembeli cenderung memilih penjual yang lokasinya dekat.	2	1	3	1	3	1
8. UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM).	1	1	1	1	1	1

<b>Threat</b>						
1. Kebijakan pemerintah yaitu PPKM.	4	5	3	1	1	5
2. Penurunan daya beli masyarakat.	3	3	4	3	1	4
3. Pergerakan nilai tukar rupiah (Rp) terhadap dollar (\$) Amerika yang fluktuatif akan berdampak pada harga bahan dasar.	2	1	1	2	1	5
4. Perubahan perilaku dan trend konsumen.	3	5	3	3	5	3
5. Masyarakat belum tentu dapat menerima <i>design</i> produk Whatever.	1	4	5	1	5	1
6. Perkembangan teknologi terlalu pesat	2	1	1	1	1	1
7. Bahaya ancaman peretas ( <i>hacker</i> ).	2	1	1	1	1	1
8. Produk impor harganya sangat	1	3	3	5	4	5

murah.							
9. Pesaing mencari lokasi terbaik.	1	1	1	1	2	1	

### Lampiran 15: Hasil Kuisiner Attractive Score Pemilik 2

Nama : Verrell Hendarto K.

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 21 tahun

Faktor Utama	Alternatif Strategi					
	Strategi SO	Strategi WO (1)	Strategi WO (2)	Strategi ST (1)	Strategi ST (2)	Strategi WT
	AS	AS	AS	AS	AS	AS
<b>Strength</b> 1. Pelayanan yang baik dari admin mencakup kemudahan komunikasi, informasi yang lengkap, dan respon yang cepat serta ramah.	4	5	4	2	5	1
2. <i>Owner</i> memiliki wawasan untuk berinteraksi	4	5	3	1	5	1

dengan konsumen						
3. Admin yang mampu meminimalisir adanya miskomunikasi dalam pengelolaan akun Tokopedia dan Shopee	2	4	2	1	5	1
4. Transaksi melalui Tokopedia dan Shopee, konsumen jadi lebih percaya.	5	1	5	4	1	1
5. Konsumen bertransaksi melalui Whatsapp dan Instagram.	3	3	2	3	5	1
6. Proses pengiriman cepat karena produk <i>ready stock</i> .	3	1	4	4	1	1
7. Ketersediaan produk selalu <i>ready stock</i> .	1	1	5	5	1	2
8. <i>Design</i> kaos yang variatif.	3	5	5	2	1	1
9. Harga lebih rendah	4	3	4	5	1	1



dibandingkan dengan kompetitor.						
10. Kualitas produk Whatever bagus.	5	3	4	2	4	2
11. Selalu membuat laporan laba rugi.	1	1	1	1	1	1
12. Pembukuan dilakukan oleh salah satu dari <i>owner</i> Whatever sendiri	1	1	1	1	1	1
<b>Weakness</b>						
1. Tugas admin berat karena harus mengelola semua akun.	5	4	3	1	5	1
2. Adanya rasa sungkan untuk mengingatkan ketika ada yang melakukan kesalahan.	1	1	1	1	2	2
3. Belum memegang kendali atas bahan baku produknya.	4	1	5	4	1	5

4. Keterlambatan produk dari jasa konveksi.	4	1	4	3	1	5
5. Produk dari jasa konveksi tidak sesuai.	5	1	5	2	1	5
6. Kurangnya promosi.	5	5	5	4	4	1
7. Whatever masih baru berdiri.	3	5	3	4	3	3
8. Hanya berfokus pada kaos <i>oversized</i> .	5	3	5	5	1	1
9. Modal usaha berasal dari dana owner Whatever sendiri, sehingga terbatas.	3	2	3	4	1	5
10. Perjanjian pembayaran dengan <i>partner</i> jasa konveksi berupa pembayaran penuh diawal	3	1	3	4	1	5

<b>Opportunity</b>						
1. Dukungan penuh pemerintah Indonesia untuk memajukan UMKM di Indonesia.	2	3	1	1	1	1
2. Target pasar Generasi Z.	5	4	3	5	3	1
3. Produk digemari anak muda.	3	5	2	4	2	1
4. Pemanfaatan teknologi pada pemasaran serta adanya opsi pembayaran dengan sistem cicilan pada Tokopedia dan Shopee.	5	5	5	5	1	1
5. Tokopedia dan Shopee memberikan benefit bagi konsumen.	5	4	5	4	5	1
6. Lokasi strategis.	1	1	2	2	1	4
7. Pembeli cenderung memilih penjual	3	1	4	1	1	1

yang lokasinya dekat.						
8. UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM).	1	1	1	1	1	1
<b>Threat</b>						
1. Kebijakan pemerintah yaitu PPKM.	4	3	5	1	1	4
2. Penurunan daya beli masyarakat.	3	3	4	4	2	4
3. Pergerakan nilai tukar rupiah (Rp) terhadap dollar (\$) Amerika yang fluktuatif akan berdampak pada harga bahan dasar.	1	2	3	2	1	4
4. Perubahan perilaku dan trend konsumen.	4	5	3	3	4	3
5. Masyarakat belum tentu dapat menerima <i>design</i> produk Whatever.	1	5	5	2	1	1

6. Perkembangan teknologi terlalu pesat	1	1	2	1	1	1
7. Bahaya ancaman peretas ( <i>hacker</i> ).	2	3	1	2	2	1
8. Produk impor harganya sangat murah.	1	3	1	5	3	4
9. Pesaing mencari lokasi terbaik.	1	1	1	1	1	1

**Lampiran 16: Hasil Kuisioner Attractive Score Pemilik 3**

Nama : Donny Kurnia P.

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Usia : 21 tahun

Faktor Utama	Alternatif Strategi					
	Strategi SO	Strategi WO (1)	Strategi WO (2)	Strategi ST (1)	Strategi ST (2)	Strategi WT
	AS	AS	AS	AS	AS	AS
<b>Strength</b> 1. Pelayanan yang baik dari admin mencakup	4	5	2	2	5	1



kemudahan komunikasi, informasi yang lengkap, dan respon yang cepat serta ramah.						
2. <i>Owner</i> memiliki wawasan untuk berinteraksi dengan konsumen	3	4	3	1	4	1
3. Admin yang mampu meminimalisir adanya miskomunikasi dalam pengelolaan akun Tokopedia dan Shopee	5	4	2	1	4	2
4. Transaksi melalui Tokopedia dan Shopee, konsumen jadi lebih percaya.	3	3	5	5	1	1
5. Konsumen bertransaksi melalui Whatsapp dan Instagram.	4	4	2	2	4	1
6. Proses						

pengiriman cepat karena produk <i>ready stock</i> .	2	1	4	5	1	1
7. Ketersediaan produk selalu <i>ready stock</i> .	1	3	5	5	2	1
8. <i>Design</i> kaos yang variatif.	3	4	4	3	2	1
9. Harga lebih rendah dibandingkan dengan kompetitor.	4	4	5	5	1	1
10. Kualitas produk Whatever bagus.	5	4	4	1	2	3
11. Selalu membuat laporan laba rugi.	1	1	1	1	1	1
12. Pembukuan dilakukan oleh salah satu dari <i>owner</i> Whatever sendiri	1	1	1	1	1	1
<b>Weakness</b>						
1. Tugas admin berat karena harus mengelola semua akun.	4	4	2	1	5	1
2. Adanya rasa	1	2	1	1	2	2

sungkan untuk mengingatkan ketika ada yang melakukan kesalahan.						
<b>3.</b> Belum memegang kendali atas bahan baku produknya.	5	2	5	5	1	4
<b>4.</b> Keterlambatan produk dari jasa konveksi.	4	1	5	4	1	5
<b>5.</b> Produk dari jasa konveksi tidak sesuai.	5	1	4	4	1	5
<b>6.</b> Kurangnya promosi.	3	5	5	5	4	1
<b>7.</b> Whatever masih baru berdiri.	2	5	3	3	5	1
<b>8.</b> Hanya berfokus pada kaos <i>oversized</i> .	5	3	4	4	1	1
<b>9.</b> Modal usaha berasal dari dana owner Whatever sendiri, sehingga	1	4	3	3	1	5

terbatas.						
<b>10.</b> Perjanjian pembayaran dengan <i>partner</i> jasa konveksi berupa pembayaran penuh diawal	3	1	1	3	1	5
<b>Opportunity</b>						
1. Dukungan penuh pemerintah Indonesia untuk memajukan UMKM di Indonesia.	2	3	3	3	1	1
2. Target pasar Generasi Z.	4	4	4	5	5	1
3. Produk digemari anak muda.	4	3	2	5	2	1
4. Pemanfaatan teknologi pada pemasaran serta adanya opsi pembayaran dengan sistem cicilan pada Tokopedia dan Shopee.	5	5	4	5	1	1
5. Tokopedia dan						

Shopee memberikan benefit bagi konsumen.	3	5	5	5	5	1
6. Lokasi strategis.	2	1	2	1	1	4
7. Pembeli cenderung memilih penjual yang lokasinya dekat.	2	1	4	4	1	1
8. UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM).	1	1	1	1	1	1
<b>Threat</b>						
1. Kebijakan pemerintah yaitu PPKM.	5	3	5	3	1	5
2. Penurunan daya beli masyarakat.	5	2	4	4	1	4
3. Pergerakan nilai tukar rupiah (Rp) terhadap dollar (\$) Amerika yang fluktuatif akan berdampak pada	1	1	3	4	1	5



harga bahan dasar.						
4. Perubahan perilaku dan trend konsumen.	3	3	5	4	4	1
5. Masyarakat belum tentu dapat menerima <i>design</i> produk Whatever.	1	5	5	2	1	1
6. Perkembangan teknologi terlalu pesat	1	3	1	1	2	1
7. Bahaya ancaman peretas ( <i>hacker</i> ).	1	3	1	1	2	1
8. Produk impor harganya sangat murah.	1	5	1	5	4	5
9. Pesaing mencari lokasi terbaik.	1	1	1	1	1	1

**Lampiran 17: Hasil Kuisiner Attractive Score Final (Modus)**

Faktor Utama	Alternatif Strategi					
	Strategi SO	Strategi WO (1)	Strategi WO (2)	Strategi ST (1)	Strategi ST (2)	Strategi WT
	AS	AS	AS	AS	AS	AS

<b>Strength</b>						
1. Pelayanan yang baik dari admin mencakup kemudahan komunikasi, informasi yang lengkap, dan respon yang cepat serta ramah.	4	5	4	2	5	1
2. <i>Owner</i> memiliki wawasan untuk berinteraksi dengan konsumen	3	4	3	1	5	1
3. Admin yang mampu meminimalisir adanya miskomunikasi dalam pengelolaan akun Tokopedia dan Shopee	5	4	2	1	5	2
4. Transaksi melalui Tokopedia dan Shopee, konsumen jadi lebih percaya.	5	3	5	4	1	1
5. Konsumen						

bertransaksi melalui Whatsapp dan Instagram.	4	3	2	3	5	1
6. Proses pengiriman cepat karena produk <i>ready stock</i> .	2	1	4	5	1	1
7. Ketersediaan produk selalu <i>ready stock</i> .	1	1	5	5	1	1
8. <i>Design</i> kaos yang variatif.	3	4	5	3	1	1
9. Harga lebih rendah dibandingkan dengan kompetitor.	4	4	4	5	1	1
10. Kualitas produk Whatever bagus.	5	3	4	1	4	3
11. Selalu membuat laporan laba rugi.	1	1	1	1	1	1
12. Pembukuan dilakukan oleh salah satu dari <i>owner</i> Whatever sendiri	1	1	1	1	1	1
<b>Weakness</b>						
1. Tugas admin berat karena harus	4	4	2	1	5	1

mengelola semua akun.						
2. Adanya rasa sungkan untuk mengingatkan ketika ada yang melakukan kesalahan.	1	1	1	1	2	2
3. Belum memegang kendali atas bahan baku produknya.	5	1	5	4	1	4
4. Keterlambatan produk dari jasa konveksi.	4	1	4	4	1	5
5. Produk dari jasa konveksi tidak sesuai.	5	1	4	4	1	5
6. Kurangnya promosi.	5	5	5	4	4	1
7. Whatever masih baru berdiri.	2	5	3	4	3	1
8. Hanya berfokus pada kaos <i>oversized</i> .	5	3	5	4	1	1
9. Modal usaha						

berasal dari dana owner Whatever sendiri., sehingga terbatas.	1	4	3	3	1	5
<b>10.</b> Perjanjian pembayaran dengan <i>partner</i> jasa konveksi berupa pembayaran penuh diawal	3	1	3	3	1	5
<b>Opportunity</b> 1. Dukungan penuh pemerintah Indonesia untuk memajukan UMKM di Indonesia.	2	3	3	1	1	1
2. Target pasar Generasi Z.	4	4	3	5	5	1
3. Produk digemari anak muda.	4	5	2	4	2	1
4. Pemanfaatan teknologi pada pemasaran serta adanya opsi pembayaran dengan sistem cicilan pada	5	5	5	5	1	1



Tokopedia dan Shopee.						
5. Tokopedia dan Shopee memberikan benefit bagi konsumen.	5	4	5	5	5	1
6. Lokasi strategis.	2	1	2	1	1	4
7. Pembeli cenderung memilih penjual yang lokasinya dekat.	2	1	4	1	1	1
8. UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM).	1	1	1	1	1	1
<b>Threat</b>						
1. Kebijakan pemerintah yaitu PPKM.	4	3	5	1	1	5
2. Penurunan daya beli masyarakat.	3	3	4	4	1	4
3. Pergerakan nilai tukar rupiah (Rp) terhadap dollar (\$)	1	1	3	2	1	5

Amerika yang fluktuatif akan berdampak pada harga bahan dasar.						
4. Perubahan perilaku dan trend konsumen.	3	5	3	3	4	3
5. Masyarakat belum tentu dapat menerima <i>design</i> produk Whatever.	1	5	5	2	1	1
6. Perkembangan teknologi terlalu pesat	1	1	1	1	1	1
7. Bahaya ancaman peretas ( <i>hacker</i> ).	1	3	1	1	2	1
8. Produk impor harganya sangat murah.	1	3	1	5	4	5
9. Pesaing mencari lokasi terbaik.	1	1	1	1	1	1

## Lampiran 18: Hasil Prasurvey

### 1. Strength

No.	Nama Lengkap	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Strength 1	Strength 2	Strength 3	Strength 4
1	Ivana Livia Wibisono	21-25	Perempuan	Karyawan	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
2	Farel Hendrawan	21-25	Laki-laki	Wiraswasta	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
3	Ong, Jaysen Adiputra	21-25	Laki-laki	Karyawan	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
4	Agustinus Bayu	21-25	Laki-laki	Mahasiswa	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
5	Maria Raras	21-25	Perempuan	Karyawan	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
6	Alvinia Jovanka	21-25	Perempuan	Karyawan	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
7	Vania Safira	21-25	Perempuan	Mahasiswa	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
8	Jonathan Adiputra	21-25	Laki-laki	Mahasiswa	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
9	Marcellinus Edward	21-25	Laki-laki	Karyawan	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
10	Ellysia Eva	15-20	Perempuan	Mahasiswa	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
11	Vincent Feriano	21-25	Laki-laki	Wiraswasta	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
12	Hans Christian W.	21-25	Laki-laki	Wiraswasta	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
13	Jovan Theopilus	15-20	Laki-laki	Mahasiswa	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
14	Alvin Handoko	15-20	Laki-laki	Mahasiswa	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
15	Yosafat Nugroho	21-25	Laki-laki	Karyawan	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
16	Donna Kurnia P.	21-25	Perempuan	Mahasiswa	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
17	Stevanus Marcellino	21-25	Laki-laki	Mahasiswa	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju

18	Yosua Wibisono	15-20	Laki-laki	Mahasiswa	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
19	Jeremy Nicholas	21-25	Laki-laki	Mahasiswa	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
20	James Kent S.	21-25	Laki-laki	Wiraswasta	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
21	Chrysvina Floencia	21-25	Perempuan	Mahasiswa	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
22	Nike Raissa D.	21-25	Perempuan	Karyawan	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju

No.	Nama Lengkap	Strength 5	Strength 6	Strength 7	Strength 8	Strength 9	Strength 10
1	Ivana Livia Wibisono	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
2	Farel Hendrawan	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
3	Ong, Jaysen Adiputra	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
4	Agustinus Bayu	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
5	Maria Raras	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
6	Alvinia Jovanka	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
7	Vania Safira	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
8	Jonathan Adiputra	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
9	Marcellinus Edward	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
10	Ellysia Eva	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju
11	Vincent Feriano	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
12	Hans Christian W.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
13	Jovan Theopilus	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju



14	Alvin Handoko	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
15	Yosafat Nugroho	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
16	Donna Kurnia P.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
17	Stevanus Marcellino	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
18	Yosua Wibisono	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
19	Jeremy Nicholas	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
20	James Kent S.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
21	Chrysvina Florencia	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
22	Nike Raissa D.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju

## 2. Weakness

No.	Nama Lengkap	Weakness 1	Weakness 2	Weakness 3	Weakness 4	Weakness 5	Weakness 6
1	Ivana Livia Wibisono	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
2	Farel Hendrawan	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
3	Ong, Jaysen Adiputra	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
4	Agustinus Bayu	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju
5	Maria Raras	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
6	Alvinia Jovanka	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
7	Vania Safira	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
8	Jonathan Adiputra	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju



9	Marcellinus Edward	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
10	Ellysia Eva	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
11	Vincent Feriano	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
12	Hans Christian W.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
13	Jovan Theopilus	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
14	Alvin Handoko	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
15	Yosafat Nugroho	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
16	Donna Kurnia P.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
17	Stevanus Marcellino	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
18	Yosua Wibisono	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
19	Jeremy Nicholas	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
20	James Kent S.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
21	Chrysvina Florencia	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
22	Nike Raissa D.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju

### 3. Opportunity

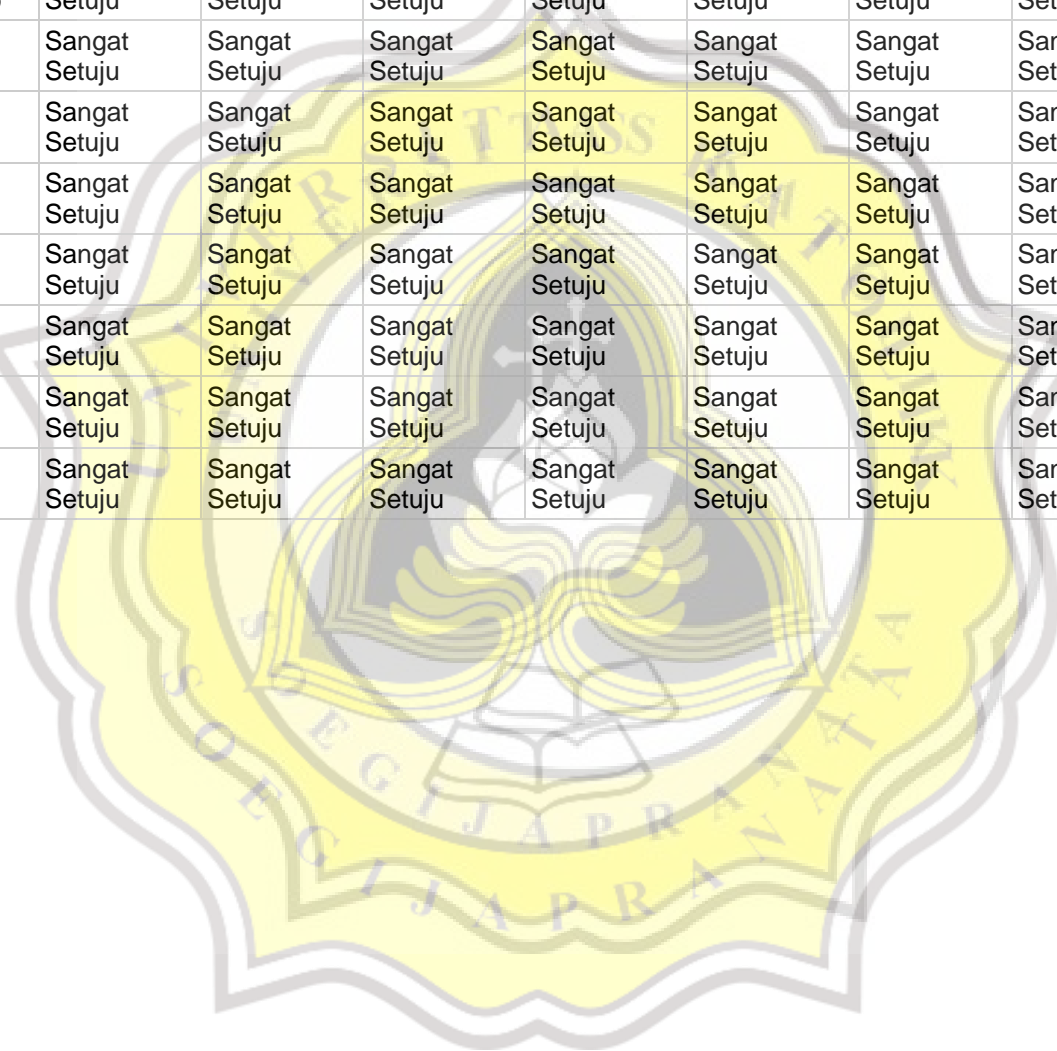
No.	Nama Lengkap	Opportunity 1	Opportunity 2	Opportunity 3	Opportunity 4	Opportunity 5
1	Ivana Livia Wibisono	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
2	Farel Hendrawan	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
3	Ong, Jaysen Adiputra	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju

4	Agustinus Bayu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
5	Maria Raras	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
6	Alvinia Jovanka	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
7	Vania Safira	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
8	Jonathan Adiputra	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
9	Marcellinus Edward	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
10	Ellysia Eva	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
11	Vincent Feriano	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
12	Hans Christian W.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
13	Jovan Theopilus	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
14	Alvin Handoko	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
15	Yosafat Nugroho	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
16	Donna Kurnia P.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
17	Stevanus Marcellino	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
18	Yosua Wibisono	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
19	Jeremy Nicholas	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
20	James Kent S.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
21	Chrysvina Florencia	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
22	Nike Raissa D.	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju

#### 4. Threat

No.	Nama Lengkap	Threat 1	Threat 2	Threat 3	Threat 4	Threat 5	Threat 6	Threat 7	Threat 8
1	Ivana Livia Wibisono	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
2	Farel Hendrawan	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
3	Ong, Jaysen Adiputra	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
4	Agustinus Bayu	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
5	Maria Raras	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
6	Alvinia Jovanka	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
7	Vania Safira	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
8	Jonathan Adiputra	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju
9	Marcellinus Edward	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
10	Ellysia Eva	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
11	Vincent Feriano	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
12	Hans Christian W.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
13	Jovan Theopilus	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
14	Alvin Handoko	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju

15	Yosafat Nugroho	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
16	Donna Kurnia P.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
17	Stevanus Marcellino	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
18	Yosua Wibisono	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
19	Jeremy Nicholas	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
20	James Kent S.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
21	Chrysvina Florencia	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
22	Nike Raissa D.	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju





## Lampiran 19: Hasil Plagscan

**Similarity Report**

---

PAPER NAME  
**18.D1.0263.docx**

---

WORD COUNT <b>22810 Words</b>	CHARACTER COUNT <b>130977 Characters</b>
PAGE COUNT <b>161 Pages</b>	FILE SIZE <b>1.8MB</b>
SUBMISSION DATE <b>May 9, 2022 10:54 AM GMT+7</b>	REPORT DATE <b>May 9, 2022 11:00 AM GMT+7</b>

---

- **11% Overall Similarity**  
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.
  - 11% Internet database
  - 4% Publications database
  - Crossref database
  - Crossref Posted Content database
  - 8% Submitted Works database
- **Excluded from Similarity Report**
  - Bibliographic material
  - Quoted material
  - Cited material
  - Small Matches (Less than 10 words)

---

Summary

---