

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Umum Geoff Card Shop

Geoff Cardshop merupakan bisnis yang bergerak di bidang game, berlokasi di Semarang dan telah berdiri sejak tahun 2018. Geoff Cardshop berfokus kepada “Trading Card Game” / Permainan Kartu, yang disingkat sebagai TCG. Terdapat berbagai macam jenis permainan kartu di dunia, seperti : *Pokemon, Yu-Gi-Oh!, Magic the Gathering, Wixoss, Flesh and Bloods, Digimon*, dan lain-lain. Namun, Geoff Cardshop lebih berfokus kepada 1 jenis permainan kartu, yaitu *Magic The Gathering* atau MTG. Target utama Geoff Cardshop adalah para pemain TCG di Semarang dari usia 12 tahun keatas sebagai konsumennya. Proses pembayaran pada Geoff Cardshop dapat dilakukan secara *direct transfer* atau melalui Tokopedia. Pengiriman dilakukan secara mandiri oleh penjual, dan juga *Cash on Delivery* juga diterapkan bagi konsumen di kota Semarang. Layanan yang terdapat di Geoff Cardshop adalah layanan yang menyediakan berbagai jenis produk *Magic The Gathering*, adanya kemudahan dalam bertransaksi *Cash on Delivery*.



Gambar 4.1 Kartu Pokemon



Gambar 4.2 Kartu Yu-Gi-Oh



Gambar 4.3 Magic the Gathering

4.2 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik dan 10 orang konsumen Geoff Card Shop yang akan melakukan pengisian dalam variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

1. Pemilik

Pemilik sekaligus pengelola Geoff Card Shop dan memiliki kewenangan dalam pengambilan keputusan. Sebagai pemilik yang mengelola sendiri usahanya, narasumber ini dijamin kompetensinya atau memiliki pengetahuan yang sangat memadai terkait dengan *trading card game*.

2. Konsumen

Pelanggan yang dituju yaitu pelanggan yang sudah melakukan transaksi minimal sebanyak 2 kali dalam enam bulan terakhir. Karena dianggap sudah mengetahui lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Dari tabel di atas, pemilik berjenis kelamin laki-laki, berusia 16-25 tahun dengan pendidikan terakhir SMA. Kemudian dari 10 responden pelanggan diketahui 8 orang berjenis kelamin laki-laki dan 2 orang berjenis kelamin perempuan. Pelanggan dengan rentang usia di bawah 15 tahun berjumlah 1 orang, 16-25 tahun berjumlah 7 orang, dan 26-35 tahun berjumlah 2 orang. Responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMP berjumlah 5 orang, SMA / SMK berjumlah 2 orang, Diploma berjumlah 1 orang, dan Sarjana berjumlah 2 orang. Pekerjaan yang dimiliki para

responden yaitu 6 orang merupakan pelajar, 2 orang mahasiswa, dan 2 orang karyawan.

4.3 Variabel SWOT

Variabel SWOT digunakan untuk melihat apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki Geoff Card Shop. Variabel-variabel SWOT berikut diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pemilik, karyawan, serta pelanggan. Peneliti menanyakan terlebih dahulu apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Jawaban tersebut diambil berdasarkan pra survey yang dilakukan peneliti dengan menyimpulkan dari jawaban terbanyak mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kemudian jawaban masing-masing responden kemudian direkap oleh peneliti dan dikaitkan dengan definisi operasional.

Berikut merupakan variabel SWOT yang dimiliki dan dihadapi Geoff Card Shop:

Tabel 4.1 Tabel SWOT

No	Pernyataan
	Kekuatan
1	Kualitas produk yang ditawarkan Geoff Cardshop
2	Kelengkapan produk ditawarkan Geoff Cardshop
3	Pelayanan yang diberikan pada konsumen cepat dan baik
	Kelemahan
1	Promosi yang dilakukan oleh ditawarkan Geoff Cardshop hanya melalui WhatsApp, Facebook
2	Geoff Cardshop memiliki stok card games yang terbatas

3	Usaha yang hanya dikelola 1 orang sehingga terbatas dalam hal pelayanan
	Total
	Kesempatan
1	Permainan kartu adalah hobi bagi sebagian orang
2	Adanya minat seseorang terhadap kartu games
3	Bekerjasama dengan komunitas gamers
	Ancaman
1	Banyaknya pesaing merupakan hambatan bagi Geoff Cardshop
2	Ancaman tawaran harga yang lebih murah merupakan masalah bagi Geoff Cardshop
3	Adanya game online yang menggeser permainan kartu

Berikut pembahasan setiap variabel kekuatan menurut peneliti yang didasarkan pada definisi operasional dan jawaban para responden:

1. Kualitas produk yang ditawarkan Geoff Cardshop

Geoff Cardshop mempunyai kualitas kartu game yang baik. Dilihat dari bahan kartu game yang dijual memiliki bahan kartu yang tebal, warna yang jelas dan cetakan kartu yang jelas. Serta barang yang dijual selalu melalui pengecekan sebelum di kirim. Sehingga apabila terjadi kerusakan produk misal basah atau ada coretan kartu game tersebut tidak dijual.

2. Kelengkapan produk ditawarkan Geoff Cardshop

Produk yang ada di Geoff Cardshop berisikan 60 kartu yang bisa langsung dimainkan. Produk yang dikirim dilengkapi dengan bungkus dan plastik kartu game.

3. Pelayanan yang diberikan pada konsumen cepat dan baik

Pelayanan Geoff Cardshop terkenal dengan pelayanannya yang ramah dan sopan dengan pelanggannya, hal ini tentu saja dapat membuat para pelanggan merasa nyaman dan dihargai. Hal ini dikarenakan Geoff Cardshop pemiliknya yang sudah berpengalaman di bidang card game.

Berikut pembahasan setiap variabel kelemahan menurut peneliti yang didasarkan pada definisi operasional dan jawaban para responden:

1. Promosi yang dilakukan oleh ditawarkan Geoff Cardshop hanya melalui WhatsApp, Facebook

Promosi yang dilakukan hanya melalui media sosial WhatsApp dan Facebook. Geoff Cardshop belum memiliki *e-commerce* sehingga konsumen terbatas hanya sekitar di Semarang. Geoff Cardshop kurang bisa menjangkau konsumen di luar Semarang serta luar pulau. Konsumen yang ingin membeli di luar Semarang dikenai ongkos kirim.

2. Geoff Cardshop memiliki *stok card games* yang terbatas

Geoff Cardshop memiliki *stok card games* yang terbatas, dimana setiap jenis kartu hanya memiliki stock sebanyak 10. Terkadang

konsumen harus menunggu dulu atau pesan dalam PO sehingga tidak langsung ada atau ready stock.

3. Usaha yang hanya dikelola 1 orang sehingga terbatas dalam hal pelayanan

Karena Geoff Cardshop belum memiliki karyawan sehingga pemilik sendiri yang mengurus bisnis ini. Dari membuat media sosial, membalas pesan di media sosial, mengecek stock, melakukan pembelian, menjual produk ke konsumen dilakukan sendiri oleh pemilik. Terkadang konsumen yang ingin melakukan pembelian mendapatkan respon yang kurang cepat dalam pelayanan.

Berikut pembahasan setiap variabel peluang menurut peneliti yang didasarkan pada definisi operasional dan jawaban para responden:

- a. Permainan kartu adalah hobi bagi sebagian orang

Trading card game menjadi hobi tersendiri bagi sebagian orang yang menyukai kartu game. Hal ini menjadi peluang tersendiri bagi Geoff Cardshop menawarkan produk kartu game.

- b. Adanya minat seseorang terhadap kartu games

Adanya minat seseorang pada permainan kartu mendorong pemilik membuka bisnis Geoff Cardshop. Minat seseorang untuk bersantai dan bermain game seru baik dengan teman atau keluarga mendorong pembelian kartu dalam jumlah tinggi.

- c. Bekerjasama dengan komunitas gamers

Dengan adanya komunitas game kartu membuat Geoff Cardshop lebih mudah menawarkan produknya. Dengan menawarkan produk ke komunitas membuat produk Geoff Cardshop bisa dijual tepat pada sasaran.

Berikut pembahasan setiap variabel ancaman menurut peneliti yang didasarkan pada definisi operasional dan jawaban para responden:

- a. Banyaknya pesaing merupakan hambatan bagi Geoff Cardshop
Adanya pesaing baru yang sama-sama menjual kartu game menjadi ancaman bagi Geoff Cardshop. Karena konsumen mempunyai beberapa pilihan penjual jika ingin membeli kartu game.
- b. Ancaman tawaran harga yang lebih murah merupakan masalah bagi Geoff Cardshop
Adanya pesaing yang memiliki harga yang lebih murah membuat konsumen lebih tertarik pada penjual kartu yang lain. Sehingga ini menjadi ancaman tersendiri bagi Geoff Cardshop.
- c. Adanya game online yang menggeser permainan kartu
Adanya game online yang dimainkan oleh beberapa orang yang terhubung dengan internet membuat mereka tidak harus bertemu, dikhawatirkan membuat konsumen lebih tertarik dengan game online sehingga mengancam bisnis kartu game.

Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap *Strength*

No.	Pernyataan	SS		S		KS		TS		Total Skor	Rata-rata Skor
		4		3		2		1			
		F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Kualitas produk yang ditawarkan Geoff Cardshop	8	32	3	9		-		-	41	3,7
2	Kelengkapan produk ditawarkan Geoff Cardshop	8	32	3	9		-		-	41	3,7
3	Pelayanan yang diberikan pada konsumen cepat dan baik	6	24	5	15		-		-	39	3,5
Rata-rata skor											3,67

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa dari 3 pernyataan akan kekuatan atau *strength* (pemilik, karyawan dan konsumen) rata-ratanya sebesar 3,67 dan termasuk dalam kategori Sangat Setuju. Artinya responden berpendapat bahwa kekuatan harus dipertahankan. Kekuatan yang dimiliki Geoff Cardshop adalah kualitas produk yang ditawarkan Geoff Cardshop, kelengkapan produk ditawarkan Geoff Cardshop, pelayanan yang diberikan pada konsumen cepat dan baik. Hasil survey peringkat dapat dilihat pada lampiran halaman 54-55.

Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap *Weakness*

No.	Pernyataan	SS		S		KS		TS		Total Skor	Rata-rata Skor
		4		3		2		1			
		F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Promosi yang dilakukan oleh ditawarkan Geoff Cardshop hanya melalui WhatsApp, Facebook		-	8	24	3	6		-	30	2,7
2	Geoff Cardshop memiliki stok card games yang terbatas		-	7	21	4	8		-	29	2,6
3	Usaha yang hanya dikelola 1 orang sehingga terbatas dalam hal pelayanan		-	6	18	2	4	3	3	25	2,3
Rata-rata skor											2,55

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa dari 3 pernyataan akan kelemahan atau *weakness* (pemilik, karyawan dan konsumen) rata-ratanya sebesar 2.55 dan termasuk dalam kategori setuju. Hasil survey peringkat dapat dilihat pada lampiran halaman 54-55. Artinya responden berpendapat bahwa kelemahan harus diperbaiki. Kelemahan yang dimiliki Geoff Cardshop adalah promosi yang dilakukan oleh ditawarkan Geoff Cardshop hanya melalui WhatsApp, Facebook. Geoff Cardshop memiliki stok card games yang terbatas. Usaha yang hanya dikelola 1 orang sehingga terbatas dalam hal pelayanan.

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap *Opportunity*

Peluang

No.	Pernyataan	SS 4		S 3		KS 2		TS 1		Total Skor	Rata- rata Skor
		F	S	F	S	F	S	F	S		
		1	Permainan kartu adalah hobi bagi sebagian orang	5	20	6	18		-		
2	Adanya minat seseorang terhadap kartu games	5	20	6	18		-		-	38	3,5
3	Bekerjasama dengan komunitas gamers	7	28	3	9	1	2		-	39	3,5
Rata-rata skor											3,48

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa dari 3 pernyataan akan kesempatan atau *opportunity* (pemilik, karyawan dan konsumen) memperoleh rata-rata sebesar 3,48 dan berarti kesempatan yang ada termasuk Sangat Setuju dan harus dapat dimanfaatkan. Hasil survey peringkat dapat dilihat pada lampiran halaman 54-55. Kesempatan yang dimiliki adalah permainan kartu adalah hobi bagi sebagian orang, adanya minat seseorang terhadap kartu games, bekerjasama dengan komunitas gamers

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap *Threats*

Ancaman											
No.	Pernyataan	SS		S		KS		TS		Total Skor	Rata-rata Skor
		4		3		2		1			
		F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Banyaknya pesaing merupakan hambatan bagi Geoff Cardshop		-	9	27	2	4		-	31	2,8
2	Ancaman tawaran harga yang lebih murah merupakan masalah bagi Geoff Cardshop		-	4	12	6	12	1	1	25	2,3
3	Adanya game online yang menggeser permainan kartu		-	7	21	4	8		-	29	2,6
Rata-rata skor											2,58

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa dari 3 pernyataan akan ancaman atau *threat* (pemilik, karyawan dan konsumen) memperoleh rata-rata sebesar 2,58 dan berarti kesempatan yang ada termasuk Sangat Setuju dan harus dapat dimanfaatkan. Hasil survey peringkat dapat dilihat pada lampiran halaman 54-55. Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa dari 3 pertanyaan akan *threats* atau ancaman (pemilik, karyawan dan konsumen) memperoleh rata-rata sebesar 2,53 dan termasuk kategori Setuju, berarti ancaman yang ada harus dapat diatasi. Ancaman yang dihadapi adalah banyaknya pesaing merupakan hambatan bagi Geoff Cardshop, ancaman tawaran harga yang lebih murah merupakan masalah bagi Geoff Cardshop dan adanya game online yang menggeser permainan kartu.

4.4 Matriks IFE

Berikut merupakan Matriks IFE yang berisi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Geoff Cardshop. Hasil bobot pada Matriks IFE diperoleh dari penjumlahan bobot satu responden kemudian dibagi satu. Sedangkan untuk peringkat diperoleh dari hasil pertimbangan satu responden mengenai mana variabel yang dianggap paling penting hingga yang cukup penting untuk Geoff Cardshop.

Tabel 4.6 Matrix Internal Factor Evaluation (IFE)

No.	Kekuatan	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
1	Kualitas produk yang ditawarkan Geoff Cardshop	0,20	3,7	0,76
2	Kelengkapan produk ditawarkan Geoff Cardshop	0,20	3,7	0,76
3	Pelayanan yang diberikan pada konsumen cepat dan baik	0,19	3,5	0,69
	Kelemahan	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
1	Promosi yang dilakukan oleh ditawarkan Geoff Cardshop hanya melalui WhatsApp, Facebook	0,14	2,7	0,39
2	Geoff Cardshop memiliki stok card games yang terbatas	0,13	2,6	0,34
3	Usaha yang hanya dikelola 1 orang sehingga terbatas dalam hal pelayanan	0,12	2,3	0,28
Total		1,00		3,23

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan hasil Matriks IFE diatas skor bobot Geoff Cardshop adalah 3,23. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Geoff Cardshop memiliki faktor internal yang kuat. Produk yang berkualitas, produk yang lengkap, pelayanan yang diberikan ramah kepada konsumen dapat menjadi kekuatan yang besar bagi Geoff Cardshop karena memiliki skor tertimbang yang tinggi. Namun masih ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti promosi yang dilakukan hanya sebatas media sosial Facebook dan Instagram, Geoff Cardshop memiliki stok card games yang terbatas serta usaha yang hanya dikelola 1 orang sehingga terbatas dalam hal pelayanan karena kelemahan Geoff Cardshop ini juga memiliki skor yang tinggi.

4.5 Matriks EFE

Berikut merupakan Matriks EFE yang berisi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Geoff Cardshop. Hasil bobot pada Matriks EFE diperoleh dari penjumlahan bobot responden kemudian dibagi sesuai jumlah responden. Sedangkan untuk peringkat diperoleh dari hasil diskusi responden (dalam hal ini pemilik) mengenai mana variabel yang dianggap paling penting hingga yang cukup penting untuk Geoff Cardshop

Tabel 4.7 Matriks EFE

No	Peluang	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
1	Permainan kartu adalah hobi bagi sebagian orang	0,19	3,5	0,64
2	Adanya minat seseorang terhadap kartu games	0,20	3,5	0,67
3	Bekerjasama dengan komunitas gamers	0,20	3,5	0,69
	Ancaman	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
1	Banyaknya pesaing merupakan hambatan bagi Geoff Cardshop	0,16	2,8	0,44
2	Ancaman tawaran harga yang lebih murah merupakan masalah bagi Geoff Cardshop	0,13	2,3	0,28
3	Adanya game online yang menggeser permainan kartu	0,15	2,6	0,38
Total		1,00		3,11

Sumber: Data primer yang diolah,
2022

Berdasarkan hasil Matriks EFE diatas skor bobot Geoff Cardshop adalah 3,11. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Geoff Cardshop mampu memanfaatkan peluang dan meminimalisir ancaman. Peluang yang dapat digunakan Geoff Cardshop yaitu permainan kartu adalah sebagian orang, minat seseorang yang tinggi pada kartu games, bekerja sama dengan komunitas gamers. Peluang ini diharapkan dapat membantu perkembangan Geoff Cardshop. Tetapi terdapat beberapa ancaman yang

dimiliki Geoff Cardshop tetapi yang paling diwaspadai yaitu adanya pesaing, ancaman harga yang lebih murah dan beralihnya konsumen ke game online.

4.6 Analisis IE

Posisi di matriks IE adalah sebagai dasar untuk menyusun strategi dalam analisis SWOT. Matriks IE dapat dibuat berdasarkan dua dimensi skor IFE untuk sumbu x dan EFE untuk sumbu y. Pada Geoff Cardshop telah diperoleh skor IFE 3,23 dan skor EFE sebesar 3,11.

Tabel 4.8 Matrix Internal External (IE)

		Skor Tertimbang IFE		
		3,0 – 4,0 Kuat	2,0 – 2,99 Rata - rata	1,0 -1,99 Lemah
Skor Tertimbang EFE	4,0 (Kuat) 3,0 – 4,0	I	II	III
	3,0 (Sedang) 2,0 – 2,99	IV	V	VI
	2,0 (Rendah) 1,0 – 1,99	VII	VIII	IX
Sumber: Data Primer yang diolah, 2022				

Berdasarkan Matriks IE diatas, diketahui bahwa Geoff Cardshop berada di sel I adaah *grow and build* (tumbuh dan berkembang). Strategi yang cocok digunakan yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar yang dapat dilakukan seperti meningkatkan promosi di media sosial lebih banyak lagi, memberi potongan harga, memberikan hadiah seperti gratis

ongkos kirim untuk setiap pembelian tertentu. Sedangkan pengembangan produk yang dapat dilakukan seperti menambah kartu game baru, jenis kartu baru.

4.7 Analisis SWOT

Metode analisis SWOT merupakan salah satu metode perumusan strategis yang memiliki fungsi dalam melakukan analisis atas kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman pada suatu perusahaan (David, 2016). Serangkaian proses ini antara lain melibatkan penentuan tujuan yang lebih spesifik dari spekulasi bisnis saat ini dengan melakukan identifikasi atas faktor internal dan eksternal di perusahaan yang sekiranya mendukung dan tidak mendukung dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Pada proses formulasi strategi dilakukan suatu pencocokan (*matching stage*) untuk mengidentifikasi strategi dengan Matriks IE. Setelah itu, menggunakan matriks SWOT yang akan menghasilkan strategi SO, ST, WO, dan WT lalu dikombinasikan dengan analisis lingkungan internal dan eksternal pada perusahaan (David, 2016)

Untuk membuat Matriks SWOT peneliti akan merumuskan strategi dengan menggabungkan faktor internal dan faktor eksternal, sehingga mendapatkan strategi SO (Kekuatan – Peluang), WO (Kelemahan – Peluang), ST (Kekuatan – Ancaman), WT (Kelemahan – Ancaman).

Berdasarkan Matriks IE diatas, diketahui bahwa Geoff Cardshop berada di sel I yang dapat dikendalikan dengan *grow and build* (tumbuh dan berkembang). Strategi yang cocok digunakan yaitu penetrasi pasar dan

pengembangan produk. Dalam posisi ini, Geoff Cardshop perlu melakukan strategi yang berhubungan dengan:

1. Penetrasi pasar

Strategi penetrasi pasar dapat dilakukan dengan cara mengencarkan unsur bauran promosi seperti meningkatkan promosi di media sosial lebih banyak lagi, memberi potongan harga, memberikan hadiah seperti gratis ongkos kirim untuk setiap pembelian tertentu

2. Pengembangan produk

Strategi pengembangan produk dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dengan cara memperbaiki dan mengembangkan varian produk seperti menambah kartu game baru, jenis kartu baru.

Berikut merupakan analisis SWOT Geoff Cardshop:

Tabel 4.9 Analisis SWOT

	STRENGTH	WEAKNESS
ANALISIS SWOT	1 Kualitas produk yang ditawarkan Geoff Cardshop	1 Promosi yang dilakukan oleh ditawarkan Geoff Cardshop hanya melalui WhatsApp, Facebook
	2 Kelengkapan produk ditawarkan Geoff Cardshop	2 Geoff Cardshop memiliki stok card games yang terbatas
	3 Pelayanan yang diberikan pada konsumen ramah	3 Usaha yang hanya dikelola 1 orang sehingga terbatas dalam hal pelayanan
OPPORTUNITY	Strategi SO	Strategi WO

<p>Permainan kartu</p> <p>1 adalah hobi bagi sebagian orang</p> <p>Adanya minat</p> <p>2 seseorang terhadap kartu games</p> <p>Bekerjasama dengan</p> <p>3 komunitas gamers</p>	<p>Mengembangkan kerjasama dengan komunitas gamers sehingga bisa menawarkan produk kartu game ke lebih banyak orang.</p> <p>(S1, S2, S3, O3)</p>	<p>Meningkatkan pelayanan kepada konsumen</p> <p>1. sehingga lebih cepat baik memproses pesanan, melayani pembelian hingga menerima komplain.</p> <p>2. Memperbaiki pemasaran di Geoff Card Shop</p> <p>(W3, O1, O2)</p>
<p>THREAT</p> <p>Banyaknya pesaing merupakan hambatan bagi Geoff Cardshop</p> <p>1 Ancaman tawaran harga yang lebih murah merupakan masalah bagi Geoff</p> <p>2 Cardshop</p> <p>Adanya game online</p> <p>3 yang menggeser permainan kartu</p>	<p>Strategi ST</p> <p>Memberikan packaging untuk kartu games yang dijual yang dibungkus dengan rapi di paperbag sehingga lebih menarik.</p> <p>(S3, T1, T2)</p>	<p>Strategi WT</p> <p>Membuat kartu member agar berlangganan di Geoff Card Shopp dan memberikan potongan harga kepada member</p> <p>Menambah stock kartu games sehingga konsumen tidak menunggu terlalu lama dan tidak berpindah ke penjual lain</p> <p>(W1, T1, T2)</p>

Sumber : Data primer diolah (2022)

Berikut pemaparan masing-masing alternatif strategi SO, WO, ST, WT dari

Geoff Card Shop :

1. Strategi SO

Mengembangkan kerjasama dengan komunitas gamers sehingga bisa menawarkan produk kartu game.

Dengan bergabung ke komunitas penyuka kartu game maka pemilik Geoff Card Shop bisa mengetahui perkembangan terkini dari dunia kartu, bertemu dengan orang-orang pecinta kartu game. Dengan adanya peluang ini ia bisa berkenalan, membangun relasi, meningkatkan pengetahuan di bidang game hingga menawarkan kartu game ke orang-orang yang berminat pada kartu game secara langsung. Sehingga diharapkan meningkatkan penjualan dari Geoff Card Shop.

2. Strategi WO

1) Meningkatkan pelayanan kepada konsumen sehingga lebih cepat baik memproses pesanan, melayani pembelian hingga menerima komplain.

Selama ini Geoff Card Shop hanya dilayani oleh 1 orang sehingga terbatas dalam hal pelayanan. Misalnya pemilik sedang sibuk melayani 1 pembeli, sehingga jika ada konsumen lain yang bertanya cenderung kurang cepat dalam bisa membalas pesan. Oleh sebab itu pemilik perlu meningkatkan pelayanan lebih baik lagi. Memberikan pelayanan yang fast respon terhadap konsumen. Sehingga konsumen yang bertanya dan melakukan pembelian bisa diproses dengan lebih cepat hingga pengiriman. Dengan adanya complain juga agar bisa ditanggapi dengan lebih cepat. Mereka akan lebih puas dan terus berlangganan di Geoff Card Shop.

2) Memperbaiki pemasaran di Geoff Card Shop

Geoff Card Shop selama ini hanya memiliki berbagai media sosial seperti instagram, facebook, dan whatsapp tetapi sangat jarang digunakan untuk berpromosi. Untuk itu melalui strategi ini Geoff Card Shop harus meningkatkan pemasarannya dengan aktif di media sosial seperti memfoto dan mengupdate kartu game terbaru kemudian diedit atau diberi sesuatu agar tampak lebih menarik, memberikan promo khusus ketika ada event seperti lebaran atau natal dan tahun baru atau imlek dan lain-lain dengan cara diskon 10% atau 20%, atau bisa juga dengan memberikan bonus 1 menu gratis ongkos kirim untuk tiap pembelian dengan jumlah tertentu, 1 memberikan promo 1 gratis ongkir. Geoff Card Shop untuk setiap pembelian tertentu, memberikan info jika ada produk baru di Geoff Card Shop. Kemudian Geoff Card Shop juga harus mengikuti perkembangan zaman, seperti apa saja media sosial atau platform promosi yang sedang disukai banyak orang, tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan Geoff Card Shop.

3. Strategi ST

Memberikan packaging untuk kartu games yang dijual yang dibungkus dengan rapi di paperbag sehingga lebih menarik

Geoff Card Shop harus mampu menarik para pelanggannya untuk datang dan mau kembali membeli di Geoff Card Shop. Hal ini dapat

dilakukan dengan memberikan packaging yang digunakan misal tempat untuk menaruh card game atau menggunakan paper bag kemudian diberi stiker label nama Geoff Card Shop serta media sosial yang digunakan Geoff Card Shop agar tampilannya lebih menarik untuk membuat konsumen merasa puas. Sehingga orang-orang yang akan berkumpul untuk bermain kartu bisa membawa tempat tersebut dan diharapkan mengetahui keberadaan Geoff Card Shop lewat packaging atau logo pada paper bag Geoff Card Shop.

4. Strategi WT

- 1) Membuat kartu member agar berlangganan di Geoff Card Shop dan memberikan potongan harga kepada member
Geoff Card Shop perlu membuat kartu member bagi setiap pembeli yang melakukan pembelian dalam jumlah tertentu. Geoff Card Shop perlu memberikan loyalty poin pada setiap konsumen yang melakukan pembelian di Geoff Card Shop. Dimana poin tersebut bisa dikumpulkan dan ditukarkan untuk potongan harga pada pembelian kartu di Geoff Card Shop. Dengan adanya poin member ini mendorong konsumen untuk berbelanja kembali di Geoff Card Shop dan tidak mudah berpindah ke pesaing.
- 2) Menambah stock kartu games sehingga konsumen tidak menunggu terlalu lama dan tidak berpindah ke penjual lain

Pemilik Geoff Card Shop perlu menambah *stock* produk untuk setiap jenis kartu game. Sehingga pembeli yang berminat untuk membeli kartu game tidak perlu menunggu lama karena persediaan kosong. Pemilik bisa menambahkan jumlah kartu game yang banyak diminati konsumen agar konsumen tidak mudah berpindah ke penjual lain.



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis strategi bisnis Geoff Card Shop, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Geoff Card Shop memiliki kekuatan pada kelengkapan produk, kualitas produk dan pelayanan yang diberikan pada konsumen ramah.
2. Geoff Card Shop memiliki kelemahan pada promosi yang dilakukan oleh ditawarkan Geoff Cardshop hanya melalui WhatsApp, Facebook, Geoff Cardshop memiliki stok card games