

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Umum Infinite

INFINITE merupakan suatu usaha yang bergerak dalam bidang Furniture. Usaha Infinite didirikan oleh William Jonathan. Dan usaha ini berlokasi di Jln. Ngesrep Timur V No.200 Semarang. Perusahaan Infinite telah berdiri sejak tahun 2020 sampai sekarang. Infinite semakin maju dari tahun ke tahun, 5 bulan pertama saat membuka baru Tokopedia, barang yang laku perharinya hanya 1 barang itupun tidak pasti setiap hari keluar, bisa saja dalam 1 minggu hanya laku 1-2 barang. Namun situasi tersebut tidak membuat pemilik Toko patah semangat, Pemilik setiap hari berusaha mengupload barang-barang baru untuk dijual di Tokopedia, dengan kerja keras, ketekunan, dan doa yang selalu pemilik panjatkan tidak lama setelah itu penjualan mebel di Tokopedia dan Toko Offline meningkat drastis, kursi kantor yang dijual Infinite sudah terjual lebih dari 1000 pcs, untuk barang mebel lainnya seperti lemari pakaian besi, lemari arsip besi, springbed memang belum sebanyak kursi tetapi selalu ada pembeli yang menanyakan dan melihat display di toko. Banyak konsumen dari Tokopedia yang datang ke Toko karena tahu dari Tokopedia. Saat ini Infinite menjual segala macam furniture mulai dari keperluan rumah, kamar, dan kantor. Keperluan rumah seperti rak susun untuk mendisplay barang-barang kesayangan untuk

dipajang, lalu untuk kamar kami menyediakan beberapa macam merk dan ukuran springbed yang pastinya nyaman untuk dipakai, infinite juga menjual lemari pakaian berbahan besi yang kuat dan tidak akan terkena rayap. Untuk keperluan kantor, Infinite menjual kursi putar kantor, kursi direktur, kursi direktur dengan teknologi massage, meja kantor ,rak buku berbahan mdf dan juga besi, loker besi mulai dari 6 pintu,9 pintu,12 pintu,15 pintu,18 pintu. Kedepannya Infinite sedang memajukan penjualan melalui shopee, admin Infinite sedang dilatih untuk membalas dan juga aktif tifak hanya di platform Tokopedia tetapi juga lewat Shopee.

4.2 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik, 3 karyawan dan 10 orang konsumen Infinite yang akan melakukan pengisian dalam variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Pemilik Infinite berjenis kelamin laki-laki dengan usia antara 21-31 tahun dan statusnya belum menikah. Karyawan pada Infinite dengan usia antara 21-31 tahun ada 2 orang dan 31-40 tahun ada 1 orang dan berjenis kelamin perempuan 2 orang dan laki-laki 1 orang. Karyawan di Infinite sudah kerja selama 2 tahun. Dulu awal-awal buka mereka masih bisa bersantai lebih banyak waktu istirahat, tetapi semakin majunya usaha Infinite sekarang setiap hari mereka lebih sibuk mengurus konsumen dan kiriman. Mereka bekerja sangat gigih dan tidak patah semangat. Konsumen pada Infinite sebagian

besar berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 21-30 tahun dan pekerjaan karyawan. Konsumen yang menjawab kuesioner penelitian sudah pernah membeli barang di Infinite jadi mereka sudah kenal dan tahu barang yang dijual di Infinite.

4.3 Variabel SWOT

Variabel SWOT digunakan untuk melihat apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki Infinite. 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. Seperti pada bagian Strength, argumentasi untuk mendapatkan 3 kesimpulan adalah karena jawaban-jawaban konsumen serta pemilik dan karyawan yang menjawab pertanyaan apa kekuatan yang dimiliki Infinite rata-rata jawaban mengarah ke harga mebel yang dijual di Infinite tergolong murah, kualitas mebelnya baik serta pelayanan prima atau ramah. Lalu untuk Kelemahan jawaban responden mengarah pada variasi mebel yang ada di Infinite kurang banyak, lalu untuk stock barang tertentu yang dipesan konsumen kadang

kosong karena di toko saat ini lebih banyak menyetok barang-barang yang sering laku seperti barang dari bahan besi, dan di toko masih belum ada mesin EDC jadi sebagian konsumen yang ingin membayar pakai kartu atm masih belum bisa itulah yang menjadi kesimpulan untuk kelemahan yang dimiliki Infinite. Lalu untuk Peluang alasan disimpulkannya 3 pernyataan pada peluang adalah yang pertama pasar ekspor jaman sekarang semakin berkembang, dengan adanya teknologi dan aplikasi E-Commerce yang bisa menjangkau tidak hanya di Indonesia bahkan luar negeri itu bisa menjadikan infinite lebih berkembang di masa depan dan jika E-commerce yang dimiliki infinite bisa berkembang maka penjualan infinite juga akan naik lalu konsumen juga menginginkan custom variasi mebel diperbanyak agar tidak kalah saing dengan toko mebel lainnya. Terakhir adalah Ancaman, untuk 2 pernyataan yang ada di ancaman dari jawaban responden lebih mengarah ke marketing, kualitas produk, harga, dan variasi mebel. Karena Infinite tidak memiliki sales yang membuat marketing dari infinite belum bisa berkembang ke wilayah-wilayah lain, lalu marketing di E-commerce baru memulai untuk mengembangkan penjualan melalui E-commerce, produk mebel yang dimiliki infinite belum banyak seperti toko mebel lainnya dan harga yang terus menerus bersaing tentu saja hal itu dapat menjadi sebuah ancaman bagi infinite. Berikut merupakan variabel SWOT yang dimiliki dan dihadapi Infinite.

Tabel 4.1 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	Harga terjangkau	7	28	7	21	-	-	-	-	49	3,5
2	Produk mebel berkualitas	8	32	6	18	-	-	-	-	50	3,6
3	Pelayanan ramah	12	48	2	6	-	-	-	-	54	3,9
Rata-rata skor											3,64

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa dari 3 pertanyaan akan kekuatan atau *strength* (pemilik, karyawan dan konsumen) rata-ratanya sebesar 3.64 dan termasuk dalam kategori Sangat Setuju. Total skor 49 diperoleh dari $(7 \times 4) + (7 \times 3) = 28 + 21 = 49$. Total skor 50 diperoleh dari $(8 \times 4) + (6 \times 3) = 32 + 18 = 50$. Total skor 54 diperoleh dari $(12 \times 4) + (2 \times 3) = 48 + 6 = 54$. Sedangkan untuk rata-rata skor 3,5 diperoleh dari 49 dibagi 14, rata-rata skor 3,6 diperoleh dari 50 dibagi 14, rata-rata skor 3,9 diperoleh dari 54 dibagi 14. Artinya responden berpendapat bahwa kekuatan harus dipertahankan. Kekuatan yang dimiliki Infinite adalah harga terjangkau, produk mebel berkualitas dan pelayanan ramah. Hasil survey peringkat dapat dilihat pada lampiran halaman 63.

Tabel 4.2 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	Persediaan mebel jenis tertentu kosong	4	16	7	21	3	6	-	-	43	3,1
2	Variasi produk kurang beragam	-	-	9	27	4	8	1	1	36	2,6
3	Masih menggunakan pembayaran tunai	-	-	8	24	4	8	3	3	35	2,3
Rata-rata skor											2,66

Sumber : Data Primer diolah
(2022)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa dari 3 pertanyaan akan kelemahan atau *weakness* (pemilik, karyawan dan konsumen) rata-ratanya sebesar 2.66 dan termasuk dalam kategori Setuju. Total skor 43 diperoleh dari $(4 \times 4) + (3 \times 7) + (3 \times 2) = 16 + 21 + 6 = 43$. Total skor 36 diperoleh dari $(9 \times 3) + (4 \times 2) + (1 \times 1) = 27 + 8 + 1 = 36$. Total skor 35 diperoleh dari $(8 \times 3) + (4 \times 2) + (3 \times 1) = 24 + 8 + 3 = 35$. Sedangkan untuk rata-rata skor 3,1 diperoleh dari 43 dibagi 14, rata-rata skor 2,6 diperoleh dari 36 dibagi 14, rata-rata skor 2,3 diperoleh dari 35 dibagi 14. Hasil survey peringkat dapat dilihat pada lampiran halaman 63.

Artinya responden berpendapat bahwa kelemahan harus diperbaiki. Kelemahan yang dimiliki Infinite adalah persediaan mebel jenis tertentu kosong, variasi produk kurang beragam dan masih menggunakan pembayaran tunai.

Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap *Opportunity*

No.	Pernyataan	SS		S		KS		TS		Total Skor	Rata-rata Skor
		4		3		2		1			
		F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Terbukanya pasar ekspor, sehingga membuka peluang dari usaha furniture ini berkembang	8	32	6	18	-	-	-	-	50	3,6
2	Meningkatnya permintaan dari pihak konsumen terhadap furniture custom atau semakin banyak pilihan mebel dapat membuat Infinite bisa lebih berkembang menjadi lebih besar lagi	5	20	9	27	-	-	-	-	47	3,4
3	Semakin berkembangnya E-Commerce membuat Infinite bisa memajukan penjualannya dengan melakukan promosi melalui e-commerce	11	44	2	6	1	2	-	-	52	3,7
Rata-rata skor											3,55

Sumber : Data Primer diolah
(2022)

Total skor 50 diperoleh dari $(8 \times 4) + (6 \times 3) = 32 + 18 = 50$. Total skor 47 diperoleh dari $(5 \times 4) + (9 \times 3) = 20 + 27 = 47$. Total skor 52 diperoleh dari $(11 \times 4) + (2 \times 3) + (1 \times 2) = 44 + 6 + 2 = 52$. Sedangkan untuk rata-rata skor 3,6 diperoleh dari 50 dibagi 14, rata-rata skor 3,4 diperoleh dari 47 dibagi 14, rata-rata skor 3,7 diperoleh dari 52 dibagi 14. Hasil survey peringkat dapat dilihat pada lampiran halaman 63.

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa dari 3 pertanyaan akan kesempatan atau *opportunity* (pemilik, karyawan dan konsumen) memperoleh rata-rata sebesar 3,55 dan berarti kesempatan yang ada termasuk Sangat Setuju dan harus dapat dimanfaatkan. Kesempatan yang dimiliki adalah terbukanya pasar ekspor, sehingga membuka peluang dari usaha furniture ini berkembang, meningkatnya permintaan dari pihak konsumen terhadap furniture custom atau semakin banyak pilihan mebel dapat membuat Infinite bisa lebih berkembang menjadi lebih besar lagi dan semakin berkembangnya E-Commerce membuat Infinite bisa memajukan penjualannya dengan melakukan promosi melalui e-commerce.

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap *Threats*

No.	Pernyataan	SS		S		KS		TS		Total Skor	Rata-rata Skor
		4		3		2		1			
		F	S	F	S	F	S	F	S		

1	Ketika marketing dari toko mebel lain lebih menarik dan toko mebel lain menjual lebih banyak variasi produk mebel.	4	16	8	24	2	4	-	44	3,1
2	Persaingan harga dengan toko mebel lain karena toko mebel lain menawarkan harga lebih murah	1	4	9	27	4	8	-	39	2,8
Rata-rata skor										2,96

Sumber : Data Primer diolah
(2022)

Total skor 44 diperoleh dari $(4 \times 4) + (3 \times 8) + (2 \times 2) = 16 + 24 + 4 = 44$.
 Total skor 39 diperoleh dari $(1 \times 4) + (9 \times 3) + (2 \times 4) = 4 + 27 + 8 = 39$.
 Sedangkan untuk rata-rata skor 3,1 diperoleh dari 44 dibagi 14, rata-rata skor 2,8 diperoleh dari 39 dibagi 14. Hasil survey peringkat dapat dilihat pada lampiran halaman 63. Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa dari 2 pertanyaan akan threats atau ancaman (pemilik, karyawan dan konsumen) memperoleh rata-rata sebesar 2,96 dan termasuk kategori Setuju, berarti ancaman yang ada harus dapat diatasi. Ancaman yang dihadapi adalah ketika marketing dari toko mebel lain lebih menarik dan toko mebel lain menjual lebih banyak variasi produk mebel dan persaingan harga dengan toko mebel lain karena toko mebel lain menawarkan harga lebih murah.

4.4 Matriks IFE

Berikut merupakan Matriks IFE yang berisi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Infinite. Hasil bobot pada Matriks IFE diperoleh dari penjumlahan nilai responden di setiap kekuatan dan kelemahan kemudian dibagi total nilai *strength* dan *weakness*.

Tabel 4.3

Matrix Internal Factor Evaluation (IFE)

No.	STRENGTH	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
1	Harga terjangkau	0,18	3,5	0,65
2	Produk mebel berkualitas	0,19	3,6	0,67
3	Pelayanan ramah	0,20	3,9	0,79
	WEAKNESS	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
1	Persediaan mebel jenis tertentu kosong	0,16	3,1	0,50
2	Variasi produk kurang beragam	0,14	2,6	0,35
3	Masih menggunakan pembayaran tunai	0,12	2,3	0,29
	Total	1,0		3,25

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil Matriks IFE diatas skor bobot Infinite adalah 3,25. Nilai Bobot 0,18 didapat dari jumlah nilai responden (49) dibagi dengan total keseluruhan strength dan weakness (265). Nilai bobot 0,19 didapat dari jumlah nilai responden (50) dibagi dengan total keseluruhan strength dan weakness (265). Nilai bobot 0,20 didapat dari jumlah nilai responden (54)

dibagi dengan total keseluruhan strength dan weakness (265). Nilai bobot 0,16 didapat dari jumlah nilai responden (43) dibagi dengan total keseluruhan strength dan weakness (265). Nilai bobot 0,14 didapat dari jumlah nilai responden (36) dibagi dengan total keseluruhan strength dan weakness (265). Nilai bobot 0,12 didapat dari jumlah nilai responden (33) dibagi dengan total keseluruhan strength dan weakness (265).

Dari hasil tersebut harga terjangkau, produk mebel berkualitas dan pelayanan ramah dapat menjadi kekuatan yang besar bagi Infinite karena memiliki skor tertimbang yang tinggi. Namun masih ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti persediaan mebel jenis tertentu kosong, variasi produk kurang beragam dan masih menggunakan pembayaran tunai karena kelemahan Infinite ini juga memiliki skor yang tinggi.

4.5 Matriks EFE

Berikut merupakan Matriks EFE yang berisi peluang dan ancaman yang dimiliki Infinite. Hasil bobot pada Matriks IFE diperoleh dari penjumlahan nilai responden di setiap peluang dan ancaman kemudian dibagi dengan total nilai peluang dan ancaman.

Tabel 4.4

Matrix External Factor Evaluation (EFE)

No.	OPPORTUNITY	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
1	Terbukanya pasar ekspor, sehingga membuka peluang dari usaha furniture ini berkembang	0,22	3,6	0,78
2	Meningkatnya permintaan dari pihak konsumen terhadap furniture custom atau semakin banyak pilihan mebel dapat membuat Infinite bisa lebih berkembang menjadi lebih besar lagi	0,20	3,4	0,68
3	Semakin berkembangnya E-Commerce membuat Infinite bisa memajukan penjualannya dengan melakukan promosi melalui e-commerce	0,22	3,7	0,83
	THREAT	Bobot	Peringkat	Bobot x Peringkat
1	Ketika marketing dari toko mebel lain lebih menarik dan toko mebel lain menjual lebih banyak variasi produk mebel.	0,19	3,1	0,59

2	Persaingan harga dengan toko mebel lain karena toko mebel lain menawarkan harga lebih murah	0,17	2,8	0,47
Total		1,00		3,35

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil Matriks EFE diatas skor bobot Infinite adalah 3,35. Nilai bobot 0,22 didapat dari jumlah nilai responden (51) dibagi dengan total keseluruhan opportunity dan threat (233). Nilai bobot 0,20 didapat dari jumlah nilai responden (47) dibagi dengan total keseluruhan opportunity dan threat (233). Nilai bobot 0,22 didapat dari jumlah nilai responden (52) dibagi dengan total keseluruhan opportunity dan threat (233). Nilai bobot 0,19 didapat dari jumlah nilai responden (44) dibagi dengan total keseluruhan opportunity dan threat (233). Nilai bobot 0,17 didapat dari jumlah nilai responden (39) dibagi dengan total keseluruhan opportunity dan threat (233).

Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Infinite mampu memanfaatkan peluang dan meminimalisir ancaman. Peluang yang dapat digunakan Infinite yaitu terbukanya pasar ekspor, sehingga membuka peluang dari usaha furniture ini berkembang, meningkatnya permintaan dari pihak konsumen terhadap furniture custom atau semakin banyak pilihan mebel dapat membuat Infinite bisa lebih berkembang menjadi lebih besar lagi, semakin berkembangnya *e-commerce* membuat Infinite bisa memajukan penjualannya dengan melakukan promosi melalui *e-commerce*. Peluang ini

diharapkan dapat membantu perkembangan Infinite. Tetapi terdapat beberapa ancaman yang dimiliki Infinite tetapi yang paling diwaspadai yaitu pesaing baru yang terus bermunculan karena memiliki skor tertimbang yang tinggi ketika marketing dari toko mebel lain lebih menarik dan toko mebel lain menjual lebih banyak variasi produk mebel dan persaingan harga dengan toko mebel lain karena toko mebel lain menawarkan harga lebih murah.

4.6 Analisis IE

Matriks IE dapat dibuat berdasarkan dua dimensi skor IFE untuk sumbu x dan EFE untuk sumbu y. Pada Infinite telah diperoleh skor IFE 3,25 dan skor EFE sebesar 3,35

		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 Infinite berada di sel I yang dapat dikendalikan dengan strategi *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, memberi potongan harga, memberikan hadiah seperti kursi gratis untuk setiap pembelian tertentu. Sedangkan pengembangan produk yang dapat dilakukan seperti menambah jenis furniture baru. Strategi penetrasi pasar lain yang dapat diterapkan perusahaan diantaranya adalah mengadakan kegiatan pameran furniture, memasang iklan di koran, merekrut orang-orang yang berkualitas untuk melakukan kegiatan pemasaran perusahaan terutama bertugas mendatangi secara langsung kepada calon pelanggan (jemput bola) dan menggunakan website sebagai media publikasi lewat online.

4.7 SWOT Matriks

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 Infinite berada di sel I yang dapat dikendalikan dengan strategi *grow and build* (tumbuh dan berkembang). Strategi yang cocok digunakan yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk.

	STRENGTH	WEAKNESS
1	Harga terjangkau	1 Persediaan mebel jenis tertentu kosong

	<p>2 Produk mebel berkualitas</p> <p>3 Pelayanan ramah</p>	<p>2 Variasi produk kurang beragam</p> <p>3 Masih menggunakan pembayaran tunai</p>
<p>OPPORTUNITY</p> <p>1 Terbukanya pasar ekspor, sehingga membuka peluang dari usaha furniture ini berkembang</p> <p>2 Meningkatnya permintaan dari pihak konsumen terhadap furniture custom atau semakin banyak pilihan mebel dapat membuat Infinite bisa lebih berkembang menjadi lebih besar lagi</p> <p>3 Semakin berkembangnya E-Commerce membuat Infinite bisa memajukan penjualannya</p>	<p>Strategi SO</p> <p>1 Mempertahankan kualitas barang dan harga agar tetap mendapat review yang baik dari konsumen.</p> <p>2 Memberikan harga yang terjangkau ke konsumen</p>	<p>Strategi WO</p> <p>1 Menyediakan permintan konsumen dengan lebih banyak variasi produk yang ada di display toko</p> <p>2 Mengadakan program baru untuk membuat 1 set mebel partikel atau besi untuk proyek kost atau hotel.</p>

dengan melakukan promosi melalui e-commerce	(S1, S2, S3, O3)	(W3, O1, O2)
THREAT Ketika marketing dari toko mebel lain lebih menarik dan toko mebel lain menjual lebih banyak variasi produk mebel. Persaingan harga dengan toko mebel lain karena toko mebel lain menawarkan harga lebih murah	Strategi ST Memperbaiki cara marketing dan tampilan toko di shopee dan Tokopedia Memperbaiki tampilan toko online dengan mengupload produk mebel	Strategi WT Menyediakan stok barang yang lebih lengkap dengan menawarkan harga yang lebih murah daripada pesaing. Mendisplay lebih banyak produk mebel.
	(S3, T1, S2, T2)	(W1, T2, W3, T1)

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

1. Strategi SO

- a. Mempertahankan kualitas barang dan harga agar tetap mendapat review yang baik dari konsumen
- b. Memberikan harga yang terjangkau ke konsumen

2. Strategi WO

- a. Menyediakan permintan konsumen dengan lebih banyak variasi produk yang ada di display toko
- b. Mengadakan program baru untuk membuat 1 set mebel partikel atau besi untuk proyek kost atau hotel.

3. Strategi ST

- a. Memperbaiki cara marketing dan tampilan toko di shopee dan Tokopedia
- b. Memperbaiki tampilan toko online dengan mengupload produk mebel

4. Strategi WT

- a. Menyediakan stok barang yang lebih lengkap dengan menawarkan harga yang lebih murah daripada pesaing.
- b. Mendisplay lebih banyak produk mebel.

