

BAB IV

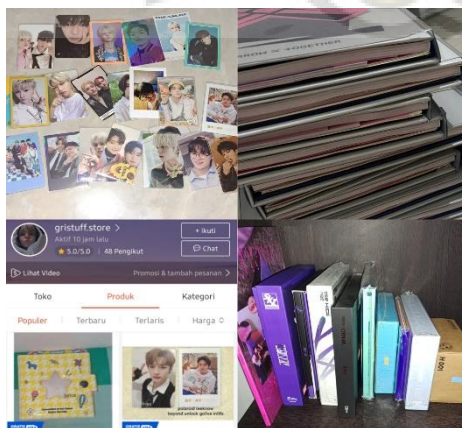
HASIL ANALISIS

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1 Gambaran Perusahaan

Penelitian ini mengambil obyek penelitian yaitu Gristuff Store. Gristuff Store merupakan salah satu usaha *merchandise* album korea yang berlokasi di Tegal namun dijalankan secara online melalui aplikasi komersial shopee. Gristuff Store didirikan pada Januari 2021. Gristuff Store bergerak dibidang penjualan barang koleksi official atau asli khusus *merchandise* korea seperti: Album, *photocard*, poster, *postcard* dari berbagai macam grup korea seperti Stray Kids, Enhypen, NCT, TXT, BTS, Itzy dan lain – lain. Penjualan *merchandise* tersebut bisa dibeli dengan cara di ecer maupun membeli satu album full yang masih di segel.

Dalam mengembangkan usaha, Gristuff Store harus dapat mencapai keunggulan bersaing. Pemilik Gristuff Store turun tangan langsung dalam semua bagian baik dalam pemasaran, pengemasan, dan pengiriman yang dilanjutkan ke kurir ekspedisi.



4.1.2 Proses Produksi

a. Membeli (kulak) produk

Produksi utama dalam bisnis Gristuff Store yaitu kulak produk *merchandise*. Produk *merchandise* tersebut berasal dari *supplier* yang ada di Kota Bogor. Selain itu Gristuff Store melakukan kulak bahan – bahan untuk *packaging*.

b. Penjualan dan Pemasaran

Setelah stok produk penuh Gristuff Store melakukan penjualan dengan mengunggah produk *merchandise* ke aplikasi *online* shopee. Kemudian memasarkannya ke beberapa sosial media

c. Proses Pengemasan dan Pengiriman

Orderan yang masuk melalui *shopee* kemudian dikemas menggunakan *box* kardus dan dikirimkan melalui ekspedisi yang sudah tercantum di *shopee*.

4.2. Gambaran Umum Responden

Pada penelitian yang dilakukan, peneliti mendapatkan data dari 13 orang responden yaitu, 1 orang pemilik yaitu Gristuff Store, 10 orang konsumen Gristuff Store, dan 2 orang pesaing yaitu sesama seller shopee (Cloudy Shine dan Grace_aml)

a. Pemilik

Diketahui bahwa pemilik Gristuff Store berjenis kelamin perempuan dengan usia 23 tahun dan statusnya belum menikah.

b. Pelanggan

Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Pelanggan

No.	Keterangan	Jumlah Orang
1	Usia	
	15-20 tahun	6
	21-25 tahun	4
2	Jenis Kelamin	
	Perempuan	10
3	Status	
	Belum Menikah	10
	TOTAL	10

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa pelanggan Gristuff Store 10 orang berjenis kelamin perempuan dengan usia antara 15-20 tahun ada 6 orang dan 21-25 tahun ada 4 orang, dan statusnya belum menikah

c. Pesaing

Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Pesaing

No.	Keterangan	Jumlah Orang
1	Usia	
	21-25 tahun	2
2	Jenis Kelamin	
	Perempuan	2
3	Status	
	Belum Menikah	2
	TOTAL	2

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa pesaing pada Gristuff Store berjenis kelamin perempuan 2 orang dengan usia antara 21-25 tahun statusnya belum menikah

4.3. Business Model Canvas Gristuff Store

4.3.1. Customer Segments

Customer Segments yang ditargetkan oleh Gristuff Store adalah kalangan remaja sampai dewasa. Setelah dilakukan *survey*, diperoleh data bahwa produk Gristuff Store memang banyak diminati kalangan remaja sampai dewasa. Hal tersebut dikarenakan kpop *industry* sangat mengikuti perkembangan jaman yang disukai anak muda, mulai dari gaya berpakaian sampai *genre music* sehingga banyak remaja maupun dewasa menyukai kpop *group* sampai membeli *merchandise*. Berdasarkan jawaban responden, ada keinginan *repeat orders* oleh *customers* setelah membeli produk *merchandise* di Gristuff Store

4.3.2. Value Proposition

Value Proposition atau proposisi nilai yang diberikan Gristuff Store tentunya sangat dipertimbangkan dengan baik sehingga *customers* akan memilih membeli produk pada Gristuff Store daripada yang lain. Berdasarkan jawaban responden, *Value Proposition* yang Gristuff Store diterapkan yaitu dengan menyediakan produk *merchandise* official yang dapat dibeli secara ecer sehingga harga lebih terjangkau dan ready tanpa pre order, dimana biasanya *merchandise* kpop harus dibeli full segel dan pre order, serta pembelian *merchandise* di Gristuff Store dapat langsung dikirim ke pelanggan pada hari yang sama.

4.3.3. Channel

Gristuff Store merupakan bisnis yang dijalankan secara online dengan menggunakan aplikasi e-commerce shopee. *Channel* yang Gristuff Store gunakan adalah melalui promosi lewat aplikasi sosial media, twitter merupakan aplikasi sosial media yang sering digunakan karena dapat menjangkau pelanggan dengan mudah. Dikarenakan penggemar kpop banyak menggunakan twitter untuk mencari informasi penjualan koleksi. Selain itu Gristuff Store juga menggunakan sosial media Instagram untuk melakukan promosi.

4.3.4. Customer Relationship

Customer Relationship yang dilakukan Gristuff Store dalam menjaga hubungan baik kepada pelanggan yaitu menjaga kualitas dan keamanan produk agar produk tersebut sampai dengan aman ke tangan pelanggan, Gristuff Store juga menjalin relasi dengan pelanggan melalui komunitas (*Communities*) yang ada pada aplikasi sosial media twitter. Dengan membangun hubungan antara penjual dan pembeli melalui komunitas pada twitter dapat memudahkan Gristuff Store untuk berkomunikasi dengan pelanggan serta menjangkau pelanggan baru, pelanggan juga dengan mudah mendapat informasi mengenai produk Gristuff Store dengan melihat testimoni dari pembeli produk.

4.3.5. Revenue Stream

Pendapatan utama Gristuff Store diperoleh dari penjualan produk merchandise Gristuff Store yang kemudian produk tersebut dibeli oleh pelanggan. Gristuff Store mengelola dengan baik setiap orderan yang masuk dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan dan

menetapkan harga jual setiap produk yang sudah sesuai. Dengan demikian Gristuff Store dapat mengelola dengan baik pengembangan usaha dan mendapatkan pendapatan usaha secara lancar.

4.3.6. Key Resources

Sumber daya atau *asset* yang dimiliki Gristuff Store saat ini sudah memadai untuk kelancaran usaha. Tempat stok dan peralatan yang digunakan Gristuff Store dapat digunakan sesuai kebutuhan, karena penempatan dan pengemasan setiap *merchandise* yang berbeda – beda agar kualitas produk tetap baik. Selain itu sumber daya modal yang miliki cukup stabil, dengan adanya modal atau keuangan yang cukup stabil Gristuff Store dapat memiliki stok produk yang beragam untuk menarik pelanggan

4.3.7. Key Activities

Key Activities merupakan aktivitas kunci yang dilakukan oleh Gristuff Store untuk menjalankan usahanya, yaitu :

- Membeli produk – produk untuk stok
- Membeli alat dan bahan untuk *packaging*
- Mengunggah produk ke aplikasi shopee
- Memasarkan produk tersebut ke sosial media twitter
- Melakukan penjualan dengan mengemas setiap orderan yang masuk

4.3.8. Key Partnership

Sejak awal jalannya usaha Gristuff Store hanya memiliki 2 supplier, namun dengan adanya 2 supplier Gristuff Store tidak mengalami kesulitan dalam memasok produk yang berkualitas. Gristuff Store juga menjalin hubungan yang baik dengan supplier dengan cara melakukan order sekaligus pembayaran yang tepat pada supplier tersebut

4.3.9. Cost Structure

Cost Structure pada Gristuff Store difokuskan pada efisiensi biaya sehingga dapat menghasilkan produk dengan harga yang terjangkau oleh pelanggan. Harga setiap produk juga sudah termasuk dengan kemasan packing dan sudah sesuai dengan yang ditawarkan kepada pelanggan. Hal ini dapat membuat pelanggan puas dengan harga maupun pelayanan yang diberikan.

Tabel 4.3

ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA GRISTUFF STORE

<p>8. Key Partnerships</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Supplier</i> tetap - Menjalin hubungan yang baik dengan <i>supplier</i> 	<p>7. Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktivitas utama yaitu produksi stok, pemasaran, dan penjualan - Aktivitas promosi Gristuff Store yaitu promosi produk melalui twitter dan komunitas didalamnya <p>6. Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tempat stok produk sudah memadai - Peralatan packing sudah memadai - Sumber Daya cukup baik 	<p>2. Value Propositions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produk <i>Merchandise</i> Kpop Official - Produk dapat dibeli secara ecer dan tanpa <i>pre-order</i> - Orderan dapat dikirim cepat 	<p>4. Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> - Review testimoni melalui media sosial Twitter dan Instagram - Memberikan harga dan informasi yang jelas <p>3. Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Media sosial Twitter dan Instagram - Order pada aplikasi <i>e-commerce</i> shopee 	<p>1. Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usia remaja 15 – 20 Tahun
<p>9. Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya produksi, bahan baku 		<p>5. Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pembeli produk <i>Merchandise</i> Gristuff Store - Penjualan produk <i>Merchandise</i> Gristuff Store melalui aplikasi <i>e-commerce</i> shopee 		

4.4 Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

IFAS merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis faktor internal suatu perusahaan yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mempertahankan maupun mengembangkan kekuatan dan meminimalis kelemahan.

Tabel 4.4
Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

CUSTOMER SEGMENT				
No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN				
1.	Ada keinginan untuk <i>repead orders</i> dari <i>customers</i> setelah membeli produk <i>merchandise</i> di Gristuff Store	0,04	4	0,16
2.	Produk Gristuff Store diminati oleh kalangan remaja sampai dewasa	0,04	4	0,16
KELEMAHAN				
1.	Produk <i>merchandise</i> yang dijual masih kurang lengkap	0,01	1	0,01
2.	Beberapa <i>customer</i> masih sulit membedakan <i>merchandise official</i> dan <i>replica</i>	0,02	2	0,04
VALUE PROPOSITION				
KEKUATAN				
1.	Produk <i>Merchandise</i> Gristuff Store merupakan produk <i>official</i> yang dapat dibeli secara ecer dan tanpa <i>pre order</i>	0,04	4	0,16
2.	Pembelian <i>merchandise</i> di Gristuff Store dapat langsung dikirim ke pelanggan pada hari yang sama	0,03	3	0,09
KELEMAHAN				
1.	Stok produk yang disediakan masih kurang <i>update</i>	0,01	1	0,01
2.	Gristuff Store hanya menggunakan 1 layanan ekspedisi untuk melakukan pengiriman	0,02	2	0,04

CHANNELS				
No	KEKUATAN			
1.	Sistem pemasaran melalui media sosial (twitter, instagram)	0,04	4	0,16
2.	Gristuff Store menggunakan layanan aplikasi penjualan online yang sudah dikenal luas oleh <i>customer</i> (shopee)	0,03	3	0,09
	KELEMAHAN			
1.	Pembelian hanya dapat dilakukan melalui aplikasi shopee	0,02	2	0,04
2.	Sistem promosi yang masih monoton	0,02	2	0,04
CUSTOMER RELATIONSHIPS				
No	KEKUATAN			
1.	Memberikan <i>review</i> testimoni tentang Gristuff Store melalui media sosial	0,03	3	0,09
2.	Memberikan harga dan informasi yang jelas	0,04	4	0,16
	KELEMAHAN			
1.	Gristuff Store belum memiliki promo yang menarik untuk <i>customer</i>	0,02	2	0,04
2.	Tidak ada produk pengganti jika terjadi kesalahan pada ekspedisi pengiriman	0,01	1	0,01
REVENUE STREAM				
No	KEKUATAN			
1.	Pendapatan Gristuff Store dari penjualan produk dan pembelian oleh <i>customer</i>	0,04	4	0,16
2.	Penetapan harga jual untuk produk Gristuff Store sudah sesuai	0,04	4	0,16
	KELEMAHAN			
1.	Sumber pendapatan hanya bergantung pada satu arus pendapatan yaitu penjualan produk	0,02	2	0,04
2.	Belum ada <i>voucher</i> khusus untuk <i>customer</i> yang sudah berlangganan	0,02	2	0,04
KEY RESOURCES				
No	KEKUATAN			
1.	Tempat stok dan peralatan yang dimiliki sudah memadai	0,04	4	0,16
2.	Gristuff Store memiliki sumber daya yang cukup baik untuk produksi	0,03	3	0,09
	KELEMAHAN			
1.	Gristuff Store belum memiliki karyawan	0,02	2	0,04

2.	Sumber daya yang dimiliki belum dimanfaatkan dengan maksimal	0,02	2	0,04
KEY ACTIVITIES				
No	KEKUATAN			
1.	Aktivitas utama yang dilakukan Gristuff Store adalah aktivitas produksi stok, pemasaran, dan penjualan	0,04	4	0,16
2.	Aktivitas promosi Gristuff Store yaitu promosi produk melalui twitter dan komunitas didalamnya	0,04	4	0,16
KELEMAHAN				
1.	Aktivitas utama Gristuff Store dapat ditiru oleh pesaing	0,02	2	0,04
2.	Promosi yang belum cukup luas	0,02	2	0,04
KEY PARTNERSHIP				
No	KEKUATAN			
1.	Gristuff Store memiliki <i>supplier</i> yang tetap	0,04	4	0,16
2.	Gristuff Store menjalin hubungan yang baik dengan <i>supplier</i>	0,04	4	0,16
KELEMAHAN				
1.	Hubungan kerjasama yang dijalin Gristuff Store masih sangat sedikit	0,01	1	0,01
2.	Hanya menjalin hubungan dengan satu <i>supplier</i>	0,01	1	0,01
COST STRUCTURE				
No	KEKUATAN			
1.	Seluruh biaya yang dikeluarkan oleh Gristuff Store masih tergolong rendah	0,03	3	0,09
2.	Harga setiap produk sudah termasuk dengan kemasan packing dan sudah sesuai dengan yang ditawarkan untuk pembeli	0,04	4	0,16
KELEMAHAN				
1.	Beberapa biaya masih tidak dapat terkontrol	0,02	2	0,04
2.	Biaya perbulan tidak dapat diprediksi karena pengelolaan biaya yang belum efisien	0,01	1	0,01
TOTAL		1,00		3,07

4.5 Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

EFAS merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis faktor eksternal suatu perusahaan yaitu peluang dan ancaman. Sehingga perusahaan dapat mengetahui peluang dimasa yang akan datang sekaligus mencegah adanya ancaman dari pesaing.

Tabel 4.5
Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

CUSTOMER SEGMENT				
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
PELUANG				
1.	Mengembangkan varian <i>merchandise</i> lain sehingga lebih banyak menjangkau <i>customer</i> baru	0,04	4	0,16
2.	Mempertahankan kualitas produk dengan tetap menjual prroduk official	0,04	4	0,16
ANCAMAN				
1.	Adanya pesaing baru	0,01	1	0,01
2.	Kemungkinan <i>customer</i> pindah ke produk pesaing	0,01	1	0,01
VALUE PROPOSITION				
PELUANG				
1.	Membuat stok produk agar selalu <i>update</i>	0,04	4	0,16
2.	Menambah layanan ekspedisi	0,03	3	0,09
ANCAMAN				
1.	Adanya pesaing yang menawarkan produk <i>merchandise</i> yang lebih menarik	0,02	2	0,04
2.	Pelayanan pengiriman masih kurang maksimal karena <i>customer</i> tidak bisa memilih jasa ekspedisi yang diinginkan	0,01	1	0,01
CHANNELS				
PELUANG				
1.	Mengembangkan lebih luas lagi untuk melakukan promosi	0,04	4	0,16

2.	Menambah aplikasi penjualan online lain selain shopee	0,04	4	0,16
ANCAMAN				
1.	Adanya pesaing yang memiliki sistem pemasaran yang lebih luas dan saluran yang efektif dari Gristuff Store	0,01	1	0,01
2.	Adanya pesaing yang sudah memiliki banyak cabang toko online	0,02	2	0,04
CUSTOMER RELATIONSHIPS				
No	PELUANG			
1.	Memberikan promo menarik kepada <i>customer</i>	0,04	4	0,16
2.	Mempertahankan citra produk yang baik untuk <i>customer</i>	0,04	4	0,16
ANCAMAN				
1.	Adanya pesaing yang memberikan promo lebih menarik daripada Gristuff Store	0,02	2	0,04
2.	Adanya pesaing yang memiliki harga jual lebih murah	0,02	2	0,04
REVENUE STREAM				
No	PELUANG			
1.	Membuat <i>loyalty</i> khusus bagi <i>customer</i> yang sudah berlangganan sehingga arus pendapatan Gristuff Store tetap berjalan	0,03	3	0,09
2.	Menambah varian <i>merchandise</i> agar <i>customer</i> lebih tertarik	0,04	4	0,16
ANCAMAN				
1.	Adanya customer yang berlangganan pada produk pesaing karena adanya promo khusus yang menarik	0,02	2	0,04
2.	Minat beli yang turun mempengaruhi pendapatan Gristuff Store	0,01	1	0,01
KEY RESOURCES				
No	PELUANG			
1.	Memanfaatkan sumber daya dengan baik sehingga dapat mengembangkan produk Gristuff Store dengan baik	0,04	4	0,16
2.	Mempertahankan kualitas produk dan bahan kemasan	0,04	4	0,16

	ANCAMAN			
1.	Adanya pesaing yang memiliki sumber daya yang lebih unggul	0,02	2	0,04
2.	Tidak memanfaatkan sumber daya dengan baik dapat menjadi penghambat proses pengembangan usaha	0,01	1	0,01
KEY ACTIVITIES				
No	PELUANG			
1.	Mengembangkan sistem promosi agar dapat dijangkau secara luas	0,04	4	0,16
2.	Mengembangkan promosi dengan mengadakan pembelian secara <i>bundling</i> dengan harga yang lebih <i>worth it</i>	0,03	3	0,09
	ANCAMAN			
1.	Adanya pesaing yang memiliki aktivitas utama yang lebih baik	0,02	2	0,04
2.	Pesaing yang sudah memiliki promosi produk diskon yang lebih besar	0,02	2	0,04
KEY PARTNERSHIP				
No	PELUANG			
1.	Menjaga hubungan yang baik dengan <i>supplier</i>	0,03	3	0,09
2.	Menambah mitra bisnis	0,03	3	0,09
	ANCAMAN			
1.	Memiliki <i>supplier</i> yang sama dengan pesaing	0,01	1	0,01
2.	Jika hubungan yang dijalin kurang baik, akan mengancam jalannya usaha	0,02	2	0,04
COST STRUCTURE				
No	PELUANG			
1.	Membuat prediksi biaya agar tetap terkontrol dengan baik	0,04	4	0,16
2.	Mengelola anggaran seefisien mungkin	0,03	3	0,09
	ANCAMAN			
1.	Biaya kemasan packing yang naik turun dapat mengancam harga jual produk	0,02	2	0,04
2.	Pesaing yang memiliki struktur usaha yang lebih baik	0,02	2	0,04
	TOTAL	1		2,97

4.6 Analisis SWOT Gristuff Store

Tabel 4.6

Analisis SWOT Gristuff Store

STRENGTH	WEAKNESS
<p>1. <i>Customer Segment</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Ada keinginan untuk <i>repead orders</i> dari <i>customers</i> setelah membeli produk <i>merchandise</i> di Gristuff Store - Produk Gristuff Store diminati oleh kalangan remaja sampai dewasa 	<p><i>Customer Segment</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Produk <i>merchandise</i> yang dijual masih kurang lengkap - Beberapa <i>customer</i> masih sulit membedakan <i>merchandise official</i> dan <i>replica</i>
<p>2. <i>Value Proposition</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Produk <i>Merchandise</i> Gristuff Store merupakan produk <i>official</i> yang dapat dibeli secara ecer dan tanpa <i>pre order</i> - Pembelian <i>merchandise</i> di Gristuff Store dapat langsung dikirim ke pelanggan pada hari yang sama 	<p><i>Value Proposition</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Stok produk yang disediakan masih kurang <i>update</i> - Gristuff Store hanya menggunakan 1 layanan ekspedisi untuk melakukan pengiriman
<p>3. <i>Channels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sistem pemasaran melalui media sosial (<i>twitter, instagram</i>) - Gristuff Store menggunakan layanan aplikasi penjualan online yang sudah dikenal luas oleh <i>customer</i> (<i>shopee</i>) 	<p><i>Channels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pembelian hanya dapat dilakukan melalui aplikasi <i>shopee</i> - Sistem promosi yang masih monoton
<p>4. <i>Customer Relationships</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan <i>review</i> testimoni tentang Gristuff Store melalui media sosial - Memberikan harga dan informasi yang jelas 	<p><i>Customer Relationships</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gristuff Store belum memiliki promo yang menarik untuk <i>customer</i> - Tidak ada produk pengganti jika terjadi kesalahan pada ekspedisi pengiriman

<p>5. <i>Revenue Stream</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pendapatan Gristuff Store dari penjualan produk dan pembelian oleh <i>customer</i> - Penetapan harga jual untuk produk Gristuff Store sudah sesuai 	<p><i>Revenue Stream</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sumber pendapatan hanya bergantung pada satu arus pendapatan yaitu penjualan produk - Belum ada <i>voucher</i> khusus untuk <i>customer</i> yang sudah berlangganan
<p>6. <i>Key Resources</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Tempat stok dan peralatan yang dimiliki sudah memadai - Gristuff Store memiliki sumber daya yang cukup baik untuk produksi 	<p><i>Key Resources</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gristuff Store belum memiliki karyawan - Sumber daya yang dimiliki belum dimanfaatkan dengan maksimal
<p>7. <i>Key Activities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktivitas utama yang dilakukan Gristuff Store adalah aktivitas produksi stok, pemasaran, dan penjualan - Aktivitas promosi Gristuff Store yaitu promosi produk melalui twitter dan komunitas didalamnya 	<p><i>Key Activities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktivitas utama Gristuff Store dapat ditiru oleh pesaing - Promosi yang belum cukup luas
<p>8. <i>Key Partnership</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gristuff Store memiliki <i>supplier</i> yang tetap - Gristuff Store menjalin hubungan yang baik dengan <i>supplier</i> 	<p><i>Key Partnership</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hubungan kerjasama yang dijalin Gristuff Store masih sangat sedikit - Hanya menjalin hubungan dengan satu <i>supplier</i>
<p>9. <i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Seluruh biaya yang dikeluarkan oleh Gristuff Store masih tergolong rendah - Harga setiap produk sudah termasuk dengan kemasan packing dan sudah sesuai dengan yang ditawarkan untuk pembeli 	<p><i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Beberapa biaya masih tidak dapat terkontrol - Biaya perbulan tidak dapat diprediksi karena pengelolaan biaya yang belum efisien

OPPORTUNITY	THREAT
<p>1. <i>Customer Segment</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan varian <i>merchandise</i> lain sehingga lebih banyak menjangkau <i>customer</i> baru - Mempertahankan kualitas produk dengan tetap menjual prroduk official 	<p><i>Customer Segment</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pesaing baru - Kemungkinan <i>customer</i> pindah ke produk pesaing
<p>2. <i>Value Proposition</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat stok produk agar selalu <i>update</i> - Menambah layanan ekspedisi 	<p><i>Value Proposition</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pesaing yang menawarkan produk <i>merchandise</i> yang lebih menarik - Pelayanan pengiriman masih kurang maksimal karena <i>customer</i> tidak bisa memilih jasa ekspedisi yang diinginkan
<p>3. <i>Channels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan lebih luas lagi untuk melakukan promosi - Menambah aplikasi penjualan online lain selain shopee 	<p><i>Channels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pesaing yang memiliki sistem pemasaran yang lebih luas dan saluran yang efektif dari Gristuff Store - Adanya pesaing yang sudah memiliki banyak cabang toko online
<p>4. <i>Customer Relationships</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan promo menarik kepada <i>customer</i> - Mempertahankan citra produk yang baik untuk <i>customer</i> 	<p><i>Customer Relationships</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pesaing yang memberikan promo lebih menarik daripada Gristuff Store - Adanya pesaing yang memiliki harga jual lebih murah
<p>5. <i>Revenue Stream</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>loyalty</i> khusus bagi <i>customer</i> yang sudah berlangganan sehingga arus pendapatan Gristuff Store tetap berjalan - Menambah varian <i>merchandise</i> agar <i>customer</i> lebih tertarik 	<p><i>Revenue Stream</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya customer yang belangganan pada produk pesaing karena adanya promo khusus yang menarik - Minat beli yang turun mempengaruhi pendapatan Gristuff Store

<p>6. <i>Key Resources</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan sumber daya dengan baik sehingga dapat mengembangkan produk Gristuff Store dengan baik - Mempertahankan kualitas produk dan bahan kemasan 	<p><i>Key Resources</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pesaing yang memiliki sumber daya yang lebih unggul - Tidak memanfaatkan sumber daya dengan baik dapat menjadi penghambat proses pengembangan usaha
<p>7. <i>Key Activities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan sistem promosi agar dapat dijangkau secara luas - Mengembangkan promosi dengan mengadakan pembelian secara <i>bundling</i> dengan harga yang lebih <i>worth it</i> 	<p><i>Key Activities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pesaing yang memiliki aktivitas utama yang lebih baik - Pesaing yang sudah memiliki promosi produk diskon yang lebih besar
<p>8. <i>Key Partnership</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjaga hubungan yang baik dengan <i>supplier</i> - Menambah mitra bisnis 	<p><i>Key Partnership</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki <i>supplier</i> yang sama dengan pesaing - Jika hubungan yang dijalin kurang baik, akan mengancam jalannya usaha
<p>9. <i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat prediksi biaya agar tetap terkontrol dengan baik - Mengelola anggaran seefisien mungkin 	<p><i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya kemasan packing yang naik turun dapat mengancam harga jual produk - Pesaing yang memiliki struktur usaha yang lebih baik

Tabel 4.7

Matriks SWOT

	STRENGTH	WEAKNESS
	<p><i>1. Customer Segment</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Ada keinginan untuk <i>repead orders</i> dari <i>customers</i> setelah membeli produk <i>merchandise</i> di Gristuff Store - Produk Gristuff Store diminati oleh kalangan remaja sampai dewasa 	<p><i>Customer Segment</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Produk <i>merchandise</i> yang dijual masih kurang lengkap - Beberapa <i>customer</i> masih sulit membedakan <i>merchandise official</i> dan <i>replica</i>
	<p><i>2. Value Proposition</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Produk <i>Merchandise</i> Gristuff Store merupakan produk <i>official</i> yang dapat dibeli secara ecer dan tanpa pre order - Pembelian <i>merchandise</i> di Gristuff Store dapat langsung dikirim ke pelanggan pada hari yang sama 	<p><i>Value Proposition</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Stok produk yang disediakan masih kurang <i>update</i> - Gristuff Store hanya menggunakan 1 layanan ekspedisi untuk melakukan pengiriman
	<p><i>3. Channels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sistem pemasaran melalui media sosial (twitter, instagram) - Gristuff Store menggunakan layanan aplikasi penjualan online yang sudah dikenal luas oleh <i>customer</i> (shopee) 	<p><i>Channels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pembelian hanya dapat dilakukan melalui aplikasi shopee - Sistem promosi yang masih monoton

	<p>4. <i>Customer Relationships</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan <i>review</i> testimoni tentang Gristuff Store melalui media social - Memberikan harga dan informasi yang jelas 	<p><i>Customer Relationships</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gristuff Store belum memiliki promo yang menarik untuk <i>customer</i> - Tidak ada produk pengganti jika terjadi kesalahan pada ekspedisi pengiriman
	<p>5. <i>Revenue Stream</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pendapatan Gristuff Store dari penjualan produk dan pembelian oleh <i>customer</i> - Penetapan harga jual untuk produk Gristuff Store sudah sesuai 	<p><i>Revenue Stream</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sumber pendapatan hanya bergantung pada satu arus pendapatan yaitu penjualan produk - Belum ada <i>voucher</i> khusus untuk <i>customer</i> yang sudah berlangganan
	<p>6. <i>Key Resources</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Tempat stok dan peralatan yang dimiliki sudah memadai - Gristuff Store memiliki sumber daya yang cukup baik untuk produksi 	<p><i>Key Resources</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gristuff Store belum memiliki karyawan - Sumber daya yang dimiliki belum dimanfaatkan dengan maksimal
	<p>7. <i>Key Activities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktivitas utama yang dilakukan Gristuff Store adalah aktivitas produksi stok, pemasaran, dan penjualan - Aktivitas promosi Gristuff Store yaitu promosi produk melalui twitter dan komunitas didalamnya 	<p><i>Key Activities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktivitas utama Gristuff Store dapat ditiru oleh pesaing - Promosi yang belum cukup luas

	<p>8. <i>Key Partnership</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gristuff Store memiliki <i>supplier</i> yang tetap - Gristuff Store menjalin hubungan yang baik dengan <i>supplier</i> 	<p><i>Key Partnership</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hubungan kerjasama yang dijalin Gristuff Store masih sangat sedikit - Hanya menjalin hubungan dengan satu <i>supplier</i>
	<p>9. <i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Seluruh biaya yang dikeluarkan oleh Gristuff Store masih tergolong rendah - Harga setiap produk sudah termasuk dengan kemasan packing dan sudah sesuai dengan yang ditawarkan untuk pembeli 	<p><i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Beberapa biaya masih tidak dapat terkontrol - Biaya perbulan tidak dapat diprediksi karena pengelolaan biaya yang belum efisien
OPPORTUNITY	SO STRATEGI	WO STRATEGI
<p>1. <i>Customer Segment</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan varian <i>merchandise</i> lain sehingga lebih banyak menjangkau <i>customer</i> baru - Mempertahankan kualitas produk dengan tetap menjual prroduk official 	<p>Mengembangkan produk <i>merchandise</i> yang banyak diminati kalangan remaja sampai dewasa</p>	<p>Memberi informasi secara jelas kepada pelanggan mengenai produk <i>merchandise</i> di Gristuff Store</p>
<p>2. <i>Value Proposition</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat stok produk agar selalu <i>update</i> - Menambah layanan ekspedisi 	<p>Menyediakan stok produk agar selalu <i>update</i> dan memberikan pelayanan pengiriman yang cepat</p>	<p>Mengembangkan produk <i>merchandise</i> dengan berbagai varian</p>

<p>3. <i>Channels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan lebih luas lagi untuk melakukan promosi - Menambah aplikasi penjualan online lain selain shopee 	<p>Memaksimalkan kegiatan penjualan produk pada <i>e-commerce</i> shopee dan menambah <i>e-commerce</i> lain</p>	<p>Memaksimalkan kegiatan promosi pada media sosial</p>
<p>4. <i>Customer Relationships</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan promo menarik kepada <i>customer</i> - Mempertahankan citra produk yang baik untuk <i>customer</i> 	<p>Memberi informasi mengenai produk secara jelas kepada pelanggan</p>	<p>Memberikan promo – promo menarik kepada pelanggan</p>
<p>5. <i>Revenue Stream</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>loyalty</i> khusus bagi <i>customer</i> yang sudah berlangganan sehingga arus pendapatan Gristuff Store tetap berjalan - Menambah varian <i>merchandise</i> agar <i>customer</i> lebih tertarik 	<p>Mengembangkan varian <i>merchandise</i> sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak, dengan demikian dapat menambah sumber pendapatan Gristuff Store</p>	<p>Arus pendapatan dapat terus berjalan dengan memberikan <i>loyalty</i> kepada pelanggan berbentuk <i>voucher</i></p>
<p>6. <i>Key Resources</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan sumber daya dengan baik sehingga dapat mengembangkan produk Gristuff Store dengan baik - Mempertahankan kualitas produk dan bahan kemasan 	<p>Mempertahankan kualitas produk, bahan kemasan, dan peralatan untuk kelancaran usaha</p>	<p>Menggunakan sumber daya yang dimiliki agar lebih efektif</p>

<p>7. <i>Key Activities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan sistem promosi agar dapat dijangkau secara luas - Mengembangkan promosi dengan mengadakan pembelian secara <i>bundling</i> dengan harga yang lebih <i>worth it</i> 	<p>Mengefektifkan aktivitas promosi lewat komunitas media sosial twitter agar dapat dijangkau secara luas</p>	<p>Mengembangkan promosi yang lebih bervariasi dan beda dari pesaing</p>
<p>8. <i>Key Partnership</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjaga hubungan yang baik dengan <i>supplier</i> - Menambah mitra bisnis 	<p>Bermitra dengan <i>supplier</i></p>	<p>Menambah kerjasama dengan berbagai mitra bisnis</p>
<p>9. <i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat prediksi biaya agar tetap terkontrol dengan baik - Mengelola anggaran seefisien mungkin 	<p>Meminimalis pengeluaran biaya bahan packing agar tetap terjangkau</p>	<p>Membuat rincian anggaran agar terkelola dengan baik</p>
THREAT	ST STRATEGI	WT STRATEGI
<p>1. <i>Customer Segment</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pesaing baru - Kemungkinan <i>customer</i> pindah ke produk pesaing 	<p>Mengembangkan produk maupun layanan sehingga membuat pelanggan terus melakukan <i>repead orders</i></p>	<p>Melengkapi produk <i>merchandise</i> yang diminati oleh kalangan remaja sampai dewasa sehingga membuat pelanggan tertarik</p>
<p>2. <i>Value Proposition</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pesaing yang menawarkan produk <i>merchandise</i> 	<p>Menyediakan produk tanpa pre order dan dapat dibeli secara ecer serta menyediakan pilihan layanan ekspedisi pengiriman</p>	<p>Mengembangkan varian produk sehingga pelanggan memiliki banyak pilihan produk</p>

<p>yang lebih menarik</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan pengiriman masih kurang maksimal karena <i>customer</i> tidak bisa memilih jasa ekspedisi yang diinginkan 		
<p>3. <i>Channels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pesaing yang memiliki sistem pemasaran yang lebih luas dan saluran yang efektif dari Gristuff Store - Adanya pesaing yang sudah memiliki banyak cabang toko online 	<p>Memasarkan produk secara luas dengan menggunakan media sosial</p>	<p>Menambah aplikasi penjualan online</p>
<p>4. <i>Customer Relationships</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pesaing yang memberikan promo lebih menarik daripada Gristuff Store - Adanya pesaing yang memiliki harga jual lebih murah 	<p>Memberi testimoni dan promo menarik kepada pelanggan lewat media sosial</p>	<p>Memberi kejelasan informasi mengenai harga produk sudah include dengan packing sehingga lebih terjangkau</p>
<p>5. <i>Revenue Stream</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya customer yang belangganan pada produk pesaing karena adanya promo khusus yang menarik - Minat beli yang turun mempengaruhi pendapatan Gristuff Store 	<p>Memberi harga jual yang tetap dengan menyesuaikan kualitas produk</p>	<p>Memberi promo – promo menarik dengan memberikan voucher khusus bagi pelanggan dan mengembangkan varian produk untuk menarik pelanggan</p>

<p>6. <i>Key Resources</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pesaing yang memiliki sumber daya yang lebih unggul - Tidak memanfaatkan sumber daya dengan baik dapat menjadi penghambat proses pengembangan usaha 	<p>Memaksimalkan sumber daya yang dimiliki dengan baik</p>	<p>Melakukan pengembangan sumber daya</p>
<p>7. <i>Key Activities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya pesaing yang memiliki aktivitas utama yang lebih baik - Pesaing yang sudah memiliki promosi produk diskon yang lebih besar 	<p>Menjalankan dan mempertahankan aktivitas usaha dan promosi yang telah dijalani selama ini</p>	<p>Melakukan pengembangan terhadap aktivitas promosi usaha agar lebih baik</p>
<p>8. <i>Key Partnership</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki <i>supplier</i> yang sama dengan pesaing - Jika hubungan yang dijalin kurang baik, akan mengancam jalannya usaha 	<p>Menjalani hubungan baik dengan <i>supplier</i> dan melakukan kerjasama</p>	<p>Menambah kerjasama dengan berbagai mitra bisnis</p>
<p>9. <i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya kemasan packing yang naik turun dapat mengancam harga jual produk - Pesaing yang memiliki struktur usaha yang lebih baik 	<p>Meminimalis biaya bahan packing dan tetap menetapkan harga jual produk sesuai dengan kualitasnya</p>	<p>Membuat rincian anggaran agar terkelola dengan baik</p>

4.7 Strategi Pengembangan *Business Model Canvas (BMC)* Gristuff

Store

4.7.1 *Customer Segment*

Target konsumen Gristuff Store merupakan kalangan remaja sampai dewasa dari usia 15-25 tahun. Setelah dilakukan *survey* dengan menyebarkan kuesioner, jawaban responden sesuai dengan target konsumen Gristuff store. Dengan demikian Gristuff Store sudah dapat menargetkan target konsumen untuk produk *merchandise* kpop dengan tepat.

4.7.2. *Value Proposition*

Penjualan produk *merchandise* Gristuff Store saat ini yaitu menjual album dari berbagai *group* kpop yang dapat dibeli secara ecer, stok produk pun selalu *ready*. Kualitas produk yang diberikan juga merupakan kualitas terbaik dengan menjual produk yang original atau *official*. Untuk terus mengembangkan usaha maka Gristuff Store perlu menyediakan berbagai varian album *official* lain agar semakin lengkap dan menambah varian *merchandise* lain seperti *merchandise* buatan fans untuk menarik *customer segment* baru

4.7.3. *Channel*

Pada elemen *Channel*, Gristuff Store dapat melakukan promosi secara *offline* yaitu dengan membuka *stand* pada acara – acara pameran atau bazar sehingga Gristuff Store dapat dikenal secara luas oleh masyarakat. Gristuff Store juga dapat membuka toko online melalui aplikasi *e-commerce* lain seperti Tokopedia dan Lazada, serta melakukan inovasi baru dengan menyediakan *merchandise* buatan fans seperti tas, tumbler, tshirt dan lain - lain

4.7.4. Customer Relationship

Pada elemen *Customer Relationship*, Gristuff Store akan memberikan promo – promo menarik kepada pelanggan dengan menciptakan voucher khusus bagi pelanggan yang telah membeli banyak produk sehingga pelanggan merasa puas dengan layanan yang disediakan dan menciptakan *image* yang baik untuk Gristuff Store. Gristuff Store juga terus menggunakan media sosial Instagram dan twitter agar hubungan yang terjalin dengan pelanggan tetap terjaga dengan baik dan dapat memberi informasi promo – promo melalui media sosial.

4.7.5. Revenue Stream

Untuk meningkatkan pendapatan, Gristuff Store dapat menyediakan berbagai varian merchandise agar menaikkan minat beli pelanggan. Gristuff Store akan membuat voucher untuk pelanggan yang telah mencapai target minimal belanja sehingga membuat pelanggan tertarik untuk melakukan *repead orders* dan akan semakin loyal dalam membeli produk *merchandise*.

4.7.6. Key Resources

Pada elemen tersebut Gristuff Store hanya memiliki sumber daya dalam bentuk financial atau modal. Gristuff Store perlu memiliki sumber daya manusia untuk keberlangsungan usaha karena selama ini pemilik yang merangkap seluruh jalannya kegiatan usaha. Selain itu Gristuff Store akan terus mempertahankan dan memperhatikan kualitas produk dan *packaging* sehingga usaha akan terus semakin berkembang.

4.7.7. Key Activities

Dalam melakukan aktivitas usaha agar lebih terstruktur, Gristuff Store akan terus mengembangkan promosi – promosi pada media sosial sekaligus memposting beberapa *review* testimoni untuk meningkatkan minat beli pelanggan. Aktivitas yang dilakukan yaitu dengan memposting produk, memberi informasi mengenai harga, dan akan melakukan promosi produk dengan menjual produk secara *bundle* dengan harga yang disesuaikan sehingga semakin menarik minat pelanggan. Dengan demikian pelanggan akan terus mendapatkan informasi terbaru dari Gristuff Store

4.7.8. Key Partnership

Dalam pengembangan usaha Gristuff Store akan melakukan kerjasama dengan mitra bisnis seperti pada perusahaan merchandise *unofficial* tas, *tshirt*, *tumbler* dan lain – lain. Selain itu juga akan menambah *supplier* sehingga pasokan produk maupun bahan baku tidak terbatas.

4.7.9. Cost Structure

Dalam mengontrol biaya pengeluaran perbulan Gristuff Store masih belum efisien dikarenakan adanya pengeluaran biaya untuk bahan packing yang sulit diprediksi sehingga tidak terkontrol dengan baik. Maka dari itu Gristuff Store perlu mencari bahan packing yang terjangkau dan memiliki kualitas sesuai standar, Gristuff Store juga perlu menghemat penggunaan bahan packing sesuai dengan kebutuhan masing – masing produk. Dengan demikian pengeluaran biaya dapat digunakan dengan lebih efektif dan terkontrol dengan baik.

Tabel 4.8

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BUSINESS MODEL

CANVAS DENGAN ANALISIS SWOT PADA GRISTUFF STORE

<p>8. Key Partnerships - Melakukan kerjasama dengan lebih banyak <i>supplier</i></p>	<p>7. Key Activities - Melakukan aktivitas penjualan dengan lebih banyak promosi</p> <p>6. Key Resources - Menambah sumber daya, yaitu sumber daya manusia</p>	<p>2. Value Propositions - Produk <i>merchandise</i> original atau <i>official</i> - Produk <i>ready stock</i> atau tidak <i>pre – order</i></p>	<p>4. Customer Relationships - Menyediakan promo menarik - Menggunakan media sosial</p> <p>3. Channels - Melakukan promosi secara offline - Membuka toko online melalui aplikasi <i>e-commerce</i> lain seperti Tokopedia dan Lazada</p>	<p>1. Customer Segments - Kalangan remaja sampai dewasa dari usia 15-25 tahun</p>
<p>9. Cost Structure - Mengontrol biaya pengeluaran agar lebih efisien - Mencari bahan packing yang terjangkau dan memiliki kualitas sesuai standar - Menghemat penggunaan bahan packing sesuai dengan kebutuhan</p>		<p>5. Revenue Streams - Menambah varian <i>merchandise</i> lain - Menyediakan <i>voucher</i> dengan minimal pembelian</p>		