

LAMPIRAN

A. DATA IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Sebelum menjawab kuesioner, mohon untuk mengisi beberapa data berikut. Lingkari (o) untuk jawaban yang saudara pilih.

1. Usia
 - a. 15 – 20 Tahun
 - b. 20 – 25 Tahun
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki – Laki
 - b. Perempuan
3. Status
 - a. Menikah
 - b. Belum Menikah

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Responden dapat memilih jawaban dengan memberikan tanda silang (x) pada salah satu kolom yang tersedia. Responden dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenar – benarnya

Keterangan :

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
N = Netral
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Tabel Pernyataan Kuesioner Responden

CUSTOMER SEGMENT						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
KEKUATAN						
1.	Ada keinginan untuk <i>repead orders</i> dari <i>customers</i> setelah membeli produk <i>merchandise</i> di Gristuff Store					
2.	Produk Gristuff Store diminati oleh kalangan remaja sampai dewasa					
KELEMAHAN						
1.	Produk <i>merchandise</i> yang dijual masih kurang lengkap					
2.	Beberapa <i>customer</i> masih sulit membedakan <i>merchandise</i> official dan <i>replica</i>					
PELUANG						
1.	Mengembangkan varian <i>merchandise</i> lain sehingga lebih banyak menjangkau <i>customer</i> baru					
2.	Mempertahankan kualitas produk dengan tetap menjual prroduk official					
ANCAMAN						
1.	Adanya pesaing baru					
2.	Kemungkinan <i>customer</i> pindah ke produk pesaing					
VALUE PROPOSITION						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
KEKUATAN						
1.	Produk <i>Merchandise</i> Gristuff Store dapat dibeli secara ecer dan tanpa pre order					
2.	Pembelian <i>merchandise</i> di Gristuff Store dapat langsung dikirim ke pelanggan pada hari yang sama					
KELEMAHAN						
1.	Stok produk yang disediakan masih kurang <i>update</i>					
2.	Gristuff Store hanya menggunakan 1 layanan ekspedisi untuk melakukan pengiriman					
PELUANG						
1.	Membuat stok produk agar selalu <i>update</i>					

2.	Menambah layanan ekspedisi					
ANCAMAN						
1.	Adanya pesaing yang menawarkan produk <i>merchandise</i> yang lebih menarik					
2.	Pelayanan pengiriman masih kurang maksimal karena <i>customer</i> tidak bisa memilih jasa ekspedisi yang diinginkan					
CHANNELS						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
KEKUATAN						
1.	Sistem pemasaran melalui media sosial (twitter, instagram)					
2.	Gristuff Store menggunakan layanan aplikasi penjualan online yang sudah dikenal luas oleh <i>customer</i> (shopee)					
KELEMAHAN						
1.	Pembelian hanya dapat dilakukan melalui aplikasi shopee					
2.	Sistem promosi yang masih monoton					
PELUANG						
1.	Mengembangkan lebih luas lagi untuk melakukan promosi					
2.	Menambah aplikasi penjualan online lain selain shopee					
ANCAMAN						
1.	Adanya pesaing yang memiliki sistem pemasaran yang lebih luas dan saluran yang efektif daei Gristuff Store					
2.	Adanya pesaing yang sudah memiliki banyak cabang toko online					
CUSTOMER RELATIONSHIPS						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
KEKUATAN						
1.	Memberikan <i>review</i> testimoni tentang Gristuff Store melalui media social					
2.	Memberikan harga dan informasi yang jelas					
KELEMAHAN						

1.	Gristuff Store belum memiliki promo yang menarik untuk <i>customer</i>					
2.	Tidak ada produk pengganti jika terjadi kesalahan pada ekspedisi pengiriman					
PELUANG						
1.	Memberikan promo menarik kepada <i>customer</i>					
2.	Mempertahankan citra produk yang baik untuk <i>customer</i>					
ANCAMAN						
1.	Adanya pesaing yang memberikan promo lebih menarik daripada Gristuff Store					
2.	Adanya pesaing yang memiliki harga jual lebih murah					
REVENUE STREAM						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
KEKUATAN						
1.	Pendapatan Gristuff Store dari penjualan produk dan pembelian oleh <i>customer</i>					
2.	Penetapan harga jual untuk produk Gristuff Store sudah sesuai					
KELEMAHAN						
1.	Sumber pendapatan hanya bergantung pada satu arus pendapatan yaitu penjualan produk					
2.	Belum ada <i>voucher</i> khusus untuk <i>customer</i> yang sudah berlangganan					
PELUANG						
1.	Membuat <i>loyalty</i> khusus bagi <i>customer</i> yang sudah berlangganan sehingga arus pendapatan Gristuff Store tetap berjalan					
2.	Menambah varian <i>merchandise</i> agar <i>customer</i> lebih tertarik					
ANCAMAN						
1.	Adanya <i>customer</i> yang belangganan pada produk pesaing karena adanya promo khusus yang menarik					
2.	Minat beli yang turun mempengaruhi pendapatan Gristuff Store					
KEY RESOURCES						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS

KEKUATAN						
1.	Tempat stok dan peralatan yang dimiliki sudah memadai					
2.	Gristuff Store memiliki sumber daya yang cukup baik untuk produksi					
KELEMAHAN						
1.	Gristuff Store belum memiliki karyawan					
2.	Sumber daya yang dimiliki belum dimanfaatkan dengan maksimal					
PELUANG						
1.	Memanfaatkan sumber daya dengan baik sehingga dapat mengembangkan produk Gristuff Store dengan baik					
2.	Mempertahankan kualitas produk dan bahan kemasan					
ANCAMAN						
1.	Adanya pesaing yang memiliki sumber daya yang lebih unggul					
2.	Tidak memanfaatkan sumber daya dengan baik dapat menjadi penghambat proses pengembangan usaha					
KEY ACTIVITIES						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
KEKUATAN						
1.	Aktivitas utama yang dilakukan Gristuff Store adalah aktivitas produksi stok, pemasaran, dan penjualan					
2.	Aktivitas promosi Gristuff Store yaitu promosi produk melalui twitter dan komunitas didalamnya					
KELEMAHAN						
1.	Aktivitas utama Gristuff Store dapat ditiru oleh pesaing					
2.	Promosi yang belum cukup luas					
PELUANG						
1.	Mengembangkan sistem promosi agar dapat dijangkau secara luas					
2.	Mengembangkan promosi dengan mengadakan pembelian secara <i>bundling</i> dengan harga yang lebih <i>worth it</i>					
ANCAMAN						

1.	Adanya pesaing yang memiliki aktivitas utama yang lebih baik					
2.	Pesaing yang sudah memiliki promosi produk diskon yang lebih besar					
KEY PARTNERSHIP						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
KEKUATAN						
1.	Gristuff Store memiliki <i>supplier</i> yang tetap					
2.	Gristuff Store menjalin hubungan yang baik dengan <i>supplier</i>					
KELEMAHAN						
1.	Hubungan kerjasama yang dijalin Gristuff Store masih sangat sedikit					
2.	Hanya menjalin hubungan dengan satu <i>supplier</i>					
PELUANG						
1.	Menjaga hubungan yang baik dengan <i>supplier</i>					
2.	Menambah mitra bisnis					
ANCAMAN						
1.	Memiliki <i>supplier</i> yang sama dengan pesaing					
2.	Jika hubungan yang dijalin kurang baik, akan mengancam jalannya usaha					
COST STRUCTURE						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
KEKUATAN						
1.	Seluruh biaya yang dikeluarkan oleh Gristuff Store masih tergolong rendah					
2.	Harga setiap produk sudah termasuk dengan kemasan packing dan sudah sesuai dengan yang ditawarkan untuk pembeli					
KELEMAHAN						
1.	Beberapa biaya masih tidak dapat terkontrol					
2.	Biaya perbulan tidak dapat diprediksi karena pengelolaan biaya yang belum efisien					
PELUANG						
1.	Membuat prediksi biaya agar tetap terkontrol dengan baik					

2.	Mengelola anggaran seefisien mungkin					
ANCAMAN						
1.	Biaya kemasan packing yang naik turun dapat mengancam harga jual produk					
2.	Pesaing yang memiliki struktur usaha yang lebih baik					

C. HASIL PERNYATAAN RESPONDEN

Terdapat 5 kategori yang digunakan untuk menjawab pernyataan diantaranya, sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS). Dari jawaban tersebut memiliki bobot skor dengan rincian berikut :

Tabel Bobot Skor

Kategori	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

D. TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI INDIKATOR *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)

CUSTOMER SEGMENT							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Ada keinginan untuk <i>repead orders</i> dari <i>customers</i> setelah membeli produk <i>merchandise</i> di Gristuff Store	10	3	0	0	0	62
2.	Produk Gristuff Store diminati oleh kalangan remaja sampai dewasa	13	0	0	0	0	65
3.	Produk <i>merchandise</i> yang dijual masih kurang lengkap	0	7	4	2	0	44

4.	Beberapa <i>customer</i> masih sulit membedakan <i>merchandise</i> official dan <i>replica</i>	2	6	3	2	0	47
5.	Mengembangkan varian <i>merchandise</i> lain sehingga lebih banyak menjangkau <i>customer</i> baru	10	3	0	0	0	62
6.	Mempertahankan kualitas produk dengan tetap menjual prroduk official	4	9	0	0	0	56
7.	Adanya pesaing baru	5	7	1	0	0	56
8.	Kemungkinan <i>customer</i> pindah ke produk pesaing	2	3	8	0	0	46
	TOTAL						438
VALUE PROPOSITION							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Produk <i>Merchandise</i> Gristuff Store merupakan produk official yang dapat dibeli secara ecer dan tanpa pre order	4	9	0	0	0	56
2.	Pembelian <i>merchandise</i> di Gristuff Store dapat langsung dikirim ke pelanggan pada hari yang sama	6	7	0	0	0	58
3.	Stok produk yang disediakan masih kurang <i>update</i>	2	4	6	1	0	52
4.	Gristuff Store hanya menggunakan 1 layanan ekspedisi untuk melakukan pengiriman	9	4	0	0	0	61
5.	Membuat stok produk agar selalu <i>update</i>	8	5	0	0	0	60
6.	Menambah layanan ekspedisi	4	7	2	0	0	54
7.	Adanya pesaing yang menawarkan produk <i>merchandise</i> yang lebih menarik	4	5	4	0	0	52
8.	Pelayanan pengiriman masih kurang maksimal	3	5	5	0	0	50

	karena <i>customer</i> tidak bisa memilih jasa ekspedisi yang diinginkan						
	TOTAL						443
CHANNELS							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Sistem pemasaran melalui media sosial (twitter, instagram)	9	4	0	0	0	61
2.	Gristuff Store menggunakan layanan aplikasi penjualan online yang sudah dikenal luas oleh <i>customer</i> (shopee)	10	3	0	0	0	62
3.	Pembelian hanya dapat dilakukan melalui aplikasi shopee	9	4	0	0	0	61
4.	Sistem promosi yang masih monoton	0	4	6	3	0	40
5.	Mengembangkan lebih luas lagi untuk melakukan promosi	6	7	0	0	0	58
6.	Menambah aplikasi penjualan online lain selain shopee	6	4	3	0	0	55
7.	Adanya pesaing yang memiliki sistem pemasaran yang lebih luas dan saluran yang efektif dari Gristuff Store	5	5	3	0	0	54
8.	Adanya pesaing yang sudah memiliki banyak cabang toko online	3	5	5	0	0	50
	TOTAL						441
CUSTOMER RELATIONSHIPS							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Memberikan <i>review</i> testimoni tentang Gristuff Store melalui media sosial	5	8	0	0	0	57
2.	Memberikan harga dan informasi yang jelas	10	3	0	0	0	62
3.	Gristuff Store belum memiliki promo yang menarik untuk <i>customer</i>	2	4	5	2	0	45

4.	Tidak ada produk pengganti jika terjadi kesalahan pada ekspedisi pengiriman	2	4	5	2	0	45
5.	Memberikan promo menarik kepada <i>customer</i>	4	9	0	0	0	56
6.	Menggunakan bahan <i>packing</i> yang lebih baik sehingga meminimalis kerusakan saat pengiriman	7	6	0	0	0	59
7.	Adanya pesaing yang memberikan promo lebih menarik daripada Gristuff Store	3	6	4	0	0	51
8.	Adanya pesaing yang memiliki harga jual lebih murah	3	6	4	0	0	51
	TOTAL						426

REVENUE STREAM

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Pendapatan Gristuff Store dari penjualan produk dan pembelian oleh <i>customer</i>	5	8	0	0	0	57
2.	Penetapan harga jual untuk produk Gristuff Store sudah sesuai	5	8	0	0	0	57
3.	Sumber pendapatan hanya bergantung pada satu arus pendapatan yaitu penjualan produk	4	9	0	0	0	56
4.	Belum ada <i>voucher</i> khusus untuk <i>customer</i> yang sudah berlangganan	4	7	2	0	0	54
5.	Membuat <i>loyalty</i> khusus bagi <i>customer</i> yang sudah berlangganan sehingga arus pendapatan Gristuff Store tetap berjalan	3	5	5	0	0	50
6.	Menambah varian <i>merchandise</i> agar <i>customer</i> lebih tertarik	4	9	0	0	0	56
7.	Adanya <i>customer</i> yang berlangganan pada produk pesaing karena	3	5	5	0	0	50

	adanya promo khusus yang menarik						
8.	Minat beli yang turun mempengaruhi pendapatan Gristuff Store	5	8	0	0	0	57
	TOTAL						437
KEY RESOURCES							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Tempat stok dan peralatan yang dimiliki sudah memadai	4	9	0	0	0	56
2.	Gristuff Store memiliki sumber daya yang cukup baik untuk produksi	3	7	3	0	0	52
3.	Gristuff Store belum memiliki karyawan	5	5	3	0	0	54
4.	Sumber daya yang dimiliki belum dimanfaatkan dengan maksimal	3	5	5	0	0	50
5.	Memanfaatkan sumber daya dengan baik sehingga dapat mengembangkan produk Gristuff Store dengan baik	7	6	0	0	0	59
6.	Mempertahankan kualitas produk dan bahan kemasan	8	5	0	0	0	60
7.	Adanya pesaing yang memiliki sumber daya yang lebih unggul	3	4	3	3	0	46
8.	Tidak memanfaatkan sumber daya dengan baik dapat menjadi penghambat proses pengembangan usaha	6	7	0	0	0	58
	TOTAL						435
KEY ACTIVITIES							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Aktivitas utama yang dilakukan Gristuff Store adalah aktivitas produksi stok, pemasaran, dan penjualan	5	8	0	0	0	57

2.	Aktivitas promosi Gristuff Store yaitu promosi produk melalui twitter dan komunitas didalamnya	7	6	0	0	0	59
3.	Aktivitas utama Gristuff Store dapat ditiru oleh pesaing	3	5	3	2	0	50
4.	Promosi yang belum cukup luas	3	5	5	0	0	50
5.	Mengembangkan sistem promosi agar dapat dijangkau secara luas	5	5	3	0	0	54
6.	Mengembangkan promosi dengan mengadakan pembelian secara <i>bundling</i> dengan harga yang lebih <i>worth it</i>	5	5	3	0	0	54
7.	Adanya pesaing yang memiliki aktivitas utama yang lebih baik	3	5	5	0	0	50
8.	Pesaing yang sudah memiliki promosi produk diskon yang lebih besar	3	6	4	0	0	51
	TOTAL						425
KEY PARTNERSHIP							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Gristuff Store memiliki <i>supplier</i> yang tetap	5	8	0	0	0	57
2.	Gristuff Store menjalin hubungan yang baik dengan <i>supplier</i>	4	4	5	0	0	51
3.	Hubungan kerjasama yang dijalin Gristuff Store masih sangat sedikit	2	4	7	0	0	47
4.	Hanya menjalin hubungan dengan satu <i>supplier</i>	2	5	4	2	0	46
5.	Menjaga hubungan yang baik dengan <i>supplier</i>	5	8	0	0	0	57
6.	Menambah mitra bisnis	9	4	0	0	0	65
7.	Memiliki <i>supplier</i> yang sama dengan pesaing	4	7	2	0	0	54
8.	Jika hubungan yang dijalin kurang baik, akan	3	5	5	0	0	50

	mengancam jalannya usaha						
	TOTAL						427
COST STRUCTURE							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Seluruh biaya yang dikeluarkan oleh Gristuff Store masih tergolong rendah	4	4	5	0	0	51
2.	Harga setiap produk sudah termasuk dengan kemasan packing dan sudah sesuai dengan yang ditawarkan untuk pembeli	7	6	0	0	0	59
3.	Beberapa biaya masih tidak dapat terkontrol	3	3	5	0	0	42
4.	Biaya perbulan tidak dapat diprediksi karena pengelolaan biaya yang belum efisien	3	3	5	0	0	42
5.	Membuat prediksi biaya agar tetap terkontrol dengan baik	7	6	0	0	0	59
6.	Mengelola anggaran seefisien mungkin	5	8	0	0	0	57
7.	Biaya kemasan packing yang naik turun dapat mengancam harga jual produk	7	6	0	0	0	59
8.	Pesaing yang memiliki struktur usaha yang lebih baik	5	5	3	0	0	54
	TOTAL						423

Keterangan

SS (Sangat Setuju) = Jumlah Responden x 5

S (Setuju) = Jumlah Responden x 4

N (Netral) = Jumlah Responden x 3

TS (Tidak Setuju) = Jumlah Responden x 2

STS (Sangat Tidak Setuju) = Jumlah Responden x 1

E. TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI INDIKATOR SWOT

1. Tanggapan Responden Mengenai Indikator Internal

CUSTOMER SEGMENT							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Ada keinginan untuk <i>repead orders</i> dari <i>customers</i> setelah membeli produk <i>merchandise</i> di Gristuff Store	10	3	0	0	0	62
2.	Produk Gristuff Store diminati oleh kalangan remaja sampai dewasa	13	0	0	0	0	65
3.	Produk <i>merchandise</i> yang dijual masih kurang lengkap	0	7	4	2	0	44
4.	Beberapa <i>customer</i> masih sulit membedakan <i>merchandise official</i> dan <i>replica</i>	2	6	3	2	0	47
VALUE PROPOSITION							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Produk <i>Merchandise</i> Gristuff Store merupakan produk official yang dapat dibeli secara ecer dan tanpa pre order	4	9	0	0	0	56
2.	Pembelian <i>merchandise</i> di Gristuff Store dapat langsung dikirim ke pelanggan pada hari yang sama	6	7	0	0	0	58
3.	Stok produk yang disediakan masih kurang <i>update</i>	2	4	6	1	0	52
4.	Gristuff Store hanya menggunakan 1 layanan ekspedisi untuk melakukan pengiriman	9	4	0	0	0	61
CHANNELS							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Sistem pemasaran melalui media sosial (twitter, instagram)	9	4	0	0	0	61

2.	Gristuff Store menggunakan layanan aplikasi penjualan online yang sudah dikenal luas oleh <i>customer</i> (shopee)	10	3	0	0	0	62
3.	Pembelian hanya dapat dilakukan melalui aplikasi shopee	9	4	0	0	0	61
4.	Sistem promosi yang masih monoton	0	4	6	3	0	40
CUSTOMER RELATIONSHIPS							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Memberikan <i>review</i> testimoni tentang Gristuff Store melalui media sosial	5	8	0	0	0	57
2.	Memberikan harga dan informasi yang jelas	10	3	0	0	0	62
3.	Gristuff Store belum memiliki promo yang menarik untuk <i>customer</i>	2	4	5	2	0	45
4.	Tidak ada produk pengganti jika terjadi kesalahan pada ekspedisi pengiriman	2	4	5	2	0	45
REVENUE STREAM							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Pendapatan Gristuff Store dari penjualan produk dan pembelian oleh <i>customer</i>	5	8	0	0	0	57
2.	Penetapan harga jual untuk produk Gristuff Store sudah sesuai	5	8	0	0	0	57
3.	Sumber pendapatan hanya bergantung pada satu arus pendapatan yaitu penjualan produk	4	9	0	0	0	56
4.	Belum ada <i>voucher</i> khusus untuk <i>customer</i> yang sudah berlangganan	4	7	2	0	0	54
KEY RESOURCES							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Tempat stok dan peralatan yang dimiliki sudah memadai	4	9	0	0	0	56

2.	Gristuff Store memiliki sumber daya yang cukup baik untuk produksi	3	7	3	0	0	52
3.	Gristuff Store belum memiliki karyawan	5	5	3	0	0	54
4.	Sumber daya yang dimiliki belum dimanfaatkan dengan maksimal	3	5	5	0	0	50
KEY ACTIVITIES							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Aktivitas utama yang dilakukan Gristuff Store adalah aktivitas produksi stok, pemasaran, dan penjualan	5	8	0	0	0	57
2.	Aktivitas promosi Gristuff Store yaitu promosi produk melalui twitter dan komunitas didalamnya	7	6	0	0	0	59
3.	Aktivitas utama Gristuff Store dapat ditiru oleh pesaing	3	5	3	2	0	50
4.	Promosi yang belum cukup luas	3	5	5	0	0	50
KEY PARTNERSHIP							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Gristuff Store memiliki <i>supplier</i> yang tetap	5	8	0	0	0	57
2.	Gristuff Store menjalin hubungan yang baik dengan <i>supplier</i>	4	4	5	0	0	51
3.	Hubungan kerjasama yang dijalin Gristuff Store masih sangat sedikit	2	4	7	0	0	47
4.	Hanya menjalin hubungan dengan satu <i>supplier</i>	2	5	4	2	0	46
COST STRUCTURE							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Seluruh biaya yang dikeluarkan oleh Gristuff Store masih tergolong rendah	4	4	5	0	0	51

2.	Harga setiap produk sudah termasuk dengan kemasan packing dan sudah sesuai dengan yang ditawarkan untuk pembeli	7	6	0	0	0	59
3.	Beberapa biaya masih tidak dapat terkontrol	3	3	5	0	0	42
4.	Biaya perbulan tidak dapat diprediksi karena pengelolaan biaya yang belum efisien	3	3	5	0	0	42

2. Tanggapan Responden Mengenai Indikator Eksternal

CUSTOMER SEGMENT							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Mengembangkan varian <i>merchandise</i> lain sehingga lebih banyak menjangkau <i>customer</i> baru	10	3	0	0	0	62
2.	Mempertahankan kualitas produk dengan tetap menjual produk official	4	9	0	0	0	56
3.	Adanya pesaing baru	5	7	1	0	0	56
4.	Kemungkinan <i>customer</i> pindah ke produk pesaing	2	3	8	0	0	46
VALUE PROPOSITION							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Membuat stok produk agar selalu <i>update</i>	8	5	0	0	0	60
2.	Menambah layanan ekspedisi	4	7	2	0	0	54
3.	Adanya pesaing yang menawarkan produk <i>merchandise</i> yang lebih menarik	4	5	4	0	0	52
4.	Pelayanan pengiriman masih kurang maksimal karena <i>customer</i> tidak bisa memilih jasa	3	5	5	0	0	50

	ekspedisi yang diinginkan						
CHANNELS							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Mengembangkan lebih luas lagi untuk melakukan promosi	6	7	0	0	0	58
2.	Menambah aplikasi penjualan online lain selain shopee	6	4	3	0	0	55
3.	Adanya pesaing yang memiliki sistem pemasaran yang lebih luas dan saluran yang efektif daei Gristuff Store	5	5	3	0	0	54
4.	Adanya pesaing yang sudah memiliki banyak cabang toko online	3	5	5	0	0	50
CUSTOMER RELATIONSHIPS							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Memberikan promo menarik kepada <i>customer</i>	4	9	0	0	0	56
2.	Mempertahankan citra produk yang baik untuk <i>customer</i>	7	6	0	0	0	59
3.	Adanya pesaing yang memberikan promo lebih menarik daripada Gristuff Store	3	6	4	0	0	51
4.	Adanya pesaing yang memiliki harga jual lebih murah	3	6	4	0	0	51
REVENUE STREAM							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Membuat <i>loyalty</i> khusus bagi <i>customer</i> yang sudah berlangganan sehingga arus pendapatan Gristuff Store tetap berjalan	3	5	5	0	0	50
2.	Menambah varian <i>merchandise</i> agar <i>customer</i> lebih tertarik	4	9	0	0	0	56
3.	Adanya <i>customer</i> yang belangganan pada	3	5	5	0	0	50

	produk pesaing karena adanya promo khusus yang menarik						
4.	Minat beli yang turun mempengaruhi pendapatan Gristuff Store	5	8	0	0	0	57
KEY RESOURCES							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Memanfaatkan sumber daya dengan baik sehingga dapat mengembangkan produk Gristuff Store dengan baik	7	6	0	0	0	59
2.	Mempertahankan kualitas produk dan bahan kemasan	8	5	0	0	0	60
3.	Adanya pesaing yang memiliki sumber daya yang lebih unggul	3	4	3	3	0	46
4.	Tidak memanfaatkan sumber daya dengan baik dapat menjadi penghambat proses pengembangan usaha	6	7	0	0	0	58
KEY ACTIVITIES							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Mengembangkan sistem promosi agar dapat dijangkau secara luas	5	5	3	0	0	54
2.	Mengembangkan promosi dengan mengadakan pembelian secara <i>bundling</i> dengan harga yang lebih <i>worth it</i>	5	5	3	0	0	54
3.	Adanya pesaing yang memiliki aktivitas utama yang lebih baik	3	5	5	0	0	50
4.	Pesaing yang sudah memiliki promosi produk diskon yang lebih besar	3	6	4	0	0	51
KEY PARTNERSHIP							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah

1.	Menjaga hubungan yang baik dengan <i>supplier</i>	5	8	0	0	0	57
2.	Menambah mitra bisnis	9	4	0	0	0	65
3.	Memiliki <i>supplier</i> yang sama dengan pesaing	4	7	2	0	0	54
4.	Jika hubungan yang dijalin kurang baik, akan mengancam jalannya usaha	3	5	5	0	0	50
COST STRUCTURE							
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1.	Membuat prediksi biaya agar tetap terkontrol dengan baik	7	6	0	0	0	59
2.	Mengelola anggaran seefisien mungkin	5	8	0	0	0	57
3.	Biaya kemasan packing yang naik turun dapat mengancam harga jual produk	7	6	0	0	0	59
4.	Pesaing yang memiliki struktur usaha yang lebih baik	5	5	3	0	0	54

F. IFAS DAN EFAS

1. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Tabel 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				

No	KEKUATAN			
1.	Produk <i>Merchandise</i> Gristuff Store merupakan produk official yang dapat dibeli secara ecer dan tanpa pre order	0,04	4	0,16
2.	Pembelian merchandise 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

2. Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Tabel 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 produk 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				
No	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				
No	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 <i>customer</i> yang belangganan 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

Keterangan :

- Faktor Internal

Bobot = Indikator Internal : jumlah indikator internal

Rating = Peringkat

Skor = Bobot x Rating

- Faktor Eksternal

Bobot = Indikator Internal : jumlah indikator internal

Rating = Peringkat

Skor = Bobot x Rating

G. MATRIKS SWOT

Tabel Matriks SWOT Gristuff Store

IFE	KEKUATAN (Strength)	KELEMAHAN (Weakness)
EFE	1. <i>customer segment</i> 2. <i>value propositions</i> 3. <i>channels</i> 4. <i>customer relationship</i> 5. <i>revenue streams</i> 6. <i>key resources</i> 7. <i>key activities</i> 8. <i>key partnerships</i> 9. <i>cost structure</i>	1. <i>customer segment</i> 2. <i>value propositions</i> 3. <i>channels</i> 4. <i>customer relationship</i> 5. <i>revenue streams</i> 6. <i>key resources</i> 7. <i>key activities</i> 8. <i>key partnerships</i> 9. <i>cost structure</i>
PELUANG (Opportunity) 1. <i>customer segment</i> 2. <i>value propositions</i> 3. <i>channels</i> 4. <i>customer relationship</i> 5. <i>revenue streams</i> 6. <i>key resources</i> 7. <i>key activities</i> 8. <i>key partnerships</i> 9. <i>cost structure</i>	STRATEGI SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
ANCAMAN (Threats) 1. <i>customer segment</i> 2. <i>value propositions</i> 3. <i>channels</i> 4. <i>customer relationship</i> 5. <i>revenue streams</i> 6. <i>key resources</i> 7. <i>key activities</i> 8. <i>key partnerships</i> 9. <i>cost structure</i>	STRATEGI ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

H. HASIL KESIMPULAN ANALISIS BMC DAN SWOT

1. BERDASARKAN ANALISIS BMC

No.	Elemen	Jumlah	Ranking
1.	<i>Customer Segment</i>	438	3
2.	<i>Value Propositions</i>	443	1
3.	<i>Channels</i>	441	2
4.	<i>Customer Relationship</i>	426	7
5.	<i>Revenue Streams</i>	437	4
6.	<i>Key Resources</i>	435	5
7.	<i>Key Activities</i>	425	8
8.	<i>Key Partnerships</i>	427	6
9.	<i>Cost Structure</i>	423	9

2. BERDASARKAN ANALISIS SWOT

Berdasarkan hasil bobot IFAS dan EFAS dapat diketahui :

$$\text{Strength} = 0,67$$

$$\text{Weakness} = 0,30$$

$$\text{Opportunity} = 0,66$$

$$\text{Threats} = 0,29$$

Dengan demikian, urutan kombinasi alternatif strategi SWOT dari paling tinggi hingga sampai yang terendah yaitu

Keterangan

$$\begin{aligned} \text{SO} &= \text{S} + \text{O} \\ &= 0,67 + 0,66 \\ &= 1,33 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{WO} &= \text{W} + \text{O} \\ &= 0,30 + 0,66 \\ &= 0,96 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ST} &= \text{S} + \text{T} \\ &= 0,67 + 0,29 \end{aligned}$$

$$= 0,96$$

$$WT = W + T$$

$$= 0,30 + 0,29$$

$$= 0,59$$



PAPER NAME

TA-17.D1.0093.docx

WORD COUNT

13968 Words

CHARACTER COUNT

79913 Characters

PAGE COUNT

94 Pages

FILE SIZE

538.6KB

SUBMISSION DATE

Dec 9, 2022 9:32 AM GMT+7

REPORT DATE

Dec 9, 2022 9:33 AM GMT+7

● **16% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 15% Internet database
- 5% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 9% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)