

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil singkat dan sejarah berdirinya Toko Griya Maira Kudus

a. Profil Usaha

Nama Usaha : Toko Griya Maira Kudus
 Nama Pemilik: Siti Mutmainah
 Alamat : Jl. Kyai Tenggilis NO. 83 Sunggingan
 Kudus
 Tahun Berdiri : 2008
 Jenis Produk : Pakaian Muslim

b. Sejarah Singkat Berdirinya Toko Griya Maira Kudus

Toko Griya Maira Kudus berdiri sejak tahun 2008 oleh pemilik toko yang bernama Ibu Siti Mutmainah. Berawal dari hobi yang suka berjualan dan sudah memiliki tempat, beliau kemudian mengembangkan usaha *fashion* muslim. Dari tahun 2008 sampai tahun 2018 beliau mengambil produk dari kota Jakarta kemudian dijual dan dipromosikan dari rumah ke rumah sisanya dijual di toko offline. Kemudian pada tahun 2019 beliau mulai bekerja sama dengan beberapa brand yaitu dari Nadheera Luxury, Ghinna, Arrafi, dll tetapi yang beliau lebih banyak mengambil brand dari *brand* Nadheera Luxury.¹

Griya Maira menjual berbagai macam produk dari beberapa *brand* mulai dari hijab, mukena, gamis, atasan lengan panjang, bawahan, serta baju anak. Lokasi toko tersebut berada di Jl.Kyai Tenggilis No 83 sunggingan kudus. Lokasi toko Griya Maira cukup strategis karena berada dipinggir jalan raya. Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Griya Maira juga menjual produk secara online karena omset yang

¹ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

didapatkan lebih banyak secara online. Promosi dilakukan dengan selalu update produk di instagram, Tiktok, Fancebook, maupun di E-Commerce seperti shopee, dengan begitu masyarakat akan lebih mudah memilih produk dan membeli produk kapan saja dari rumah.²

Dalam menjalankan usahanya ibu Siti Mutmainah dibantu oleh lima karyawan yang bertugas sebagai 3 admin sosial media, admin packing dan nota, 1 admin yang memegang ready stock produk, 1 oarang yang membantu admin media sosial dan admin ready stock. Dimana admin media sosial bertugas untuk mengelola semua media sosial mulai dari membuat konten, upload produk, dan membalas semua chat dari pelanggan. Kemudian admin packing dan nota yang bertugas untuk menyiapkan pesanan dan mencatat nota yang telah terjual dari pelanggan. Yang terakhir yaitu admin yang mengelola ready stock produk yang bertugas melayani pelanggan jika ada yang bbertanya tentang stock produk tersebut. Ibu Siti Mutmainah sendiri bertugas memutuskan dan menetapkan peraturan serta kebijakan terhadap kegiatan di Toko Griya Maira Kudus secara menyeluruh, mengambil keputusan penentu untuk seluruh kegiatan operasional dalam kegiatan, memberikan arahan dan informasi penting untuk kemajuan Toko Griya Maira Kudus³.

Produk yang dijual didesain sedemikian rupa dan kekian dengan mengikuti perkembangan zaman sehingga membuat produk yang dipakai tetap terlihat elegan dengan berbagai macam model dan warna. Bahan yang digunakan yaitu bahan premium yang nyaman saat dikenakan. Harga produk yang dijual kisaran harga Rp 40.000 sampai dengan harga Rp 800.000 sesuai dengan

² Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkip, Pukul 12.45

³ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkip, Pukul 12.45

bahan yang digunakan serta kualitas produk yang dijual.⁴

2. Visi dan Misi Toko Griya Maira Kudus

a. Visi

Menjadi toko fashion muslim yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan produk yang berkualitas.

b. Misi

- 1) Memberikan layanan yang terbaik untuk konsumen.
- 2) Memberikan produk dengan kualitas yang terbaik.
- 3) Selalu mementingkan kepuasan konsumen.

3. Letak Geografis toko Griya Maira Kudus

Secara geografis Toko Griya Maira Kudus berada di Jl.Kyai Tenggilis No 83 sunggingan kudus. Lokasi toko Griya Maira cukup strategis karena berada dipinggir jalan raya sehingga mudah dijangkau oleh para konsumen.⁵

4. Produk toko Griya Maira Kudus

Produk yang ditawarkan Toko Griya Maira Kudus adalah produk *fashion* muslim seperti hijab, gamis, mukena, atasan lengan panjang, bawahan dan sebagainya. Produk Toko Griya Maira Kudus bisa dipakai mulai dari anak – anak hingga dewasa dengan kualitas terbaik⁶.

Tabel 4.1 Daftar Harga Produk Griya Mayra Kudus

No	Jenis Produk	Harga
1	Hijab Segiempat Motif Ileana Scraf by Nadheera Luxury	Rp 132.000
2	Hijab Segiempat Polos by Nadheera	Rp 62.000
3	Melody Dress Nadheera Luxury	Rp 259.000 – Rp 279.000
4	Ishdya Blouse by Nadheera Luxury	Rp 109.000
5	Haura Blouse by Nadheera Luxury	Rp 99.900
6	Ellen Homeware piyama Nadheera	Rp 249.000 –Rp

⁴ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

⁵ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

⁶ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

No	Jenis Produk	Harga
	Luxury	259.000
7	Tunik Nadheera Guess Tunik	Rp 215.000 – Rp 290.00
8	Celana Kulot Hitam Pauline Pants Nadheera Luxury	Rp 129.000
9	Atasan Blous Rayon Nadheera Luxury	Rp 129.000
10	Selena Bag	Rp 159.000

Sumber : Toko Griya Maira Kudus

Dari data di atas bahwa harga pada hijab kisaran harga Rp 60.000 sampai harga Rp123.000. Untuk produk dress kisaran harga Rp 259.000 sampai harga Rp 279.000 tergantung ukuran mulai dari zise M- XL. Untuk Blouse kisaran harga Rp 99.000 sampai harga Rp 109.00. untuk piyama kisaran harga RP 249.000 sampai harga Rp 259.000 tersedia ukuran M – XL. Untuk produk Nadheera Guess Tunik kisaran harga Rp 215.000 sampai harga Rp 290.000. selanjutnya untuk produk bawahan seperti kulot Paline Pants Nadheera Luxury dengan harga Rp 129.000. kemudian untuk produk tas seharga Rp 159.000.⁷

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Strategi *Business Model Canvas* (BMC) pada Toko Griya Maira Kudus

Toko Griya Maira Kudus sebelumnya belum pernah menerapkan strategi BMC bahkan ownernya sendiri belum tau tentang BMC. Toko Griya Maira kudus masih menggunakan strategi yang biasa digunakan sehari – hari yaitu promosi online seperti mengupload foto dan video di media sosial dan menjaga toko offline.⁸

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan dengan *owner* Toko Griya Maira Kudus mengenai penerapan *Business Model Canvas* sebagai strategi usaha bisnis pada bidang *fashion* muslim, sebagai berikut :

⁷ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

⁸ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

a. Customer Segment (Segmen Pelanggan)

Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Mulai dari anak - anak, baby, seperti jilbab anak, legging, baju- baju anak, hingga usia sekitar 65 tahun.”⁹

b. Value Propositions (Proposisi Nilai)

Value Proposition yaitu sesuatu yang memperkirakan kebutuhan customer yang sudah didefinisikan pada *customer segmen*. *Value propositions* atau proposisi nilai yaitu alasan yang membuat pelanggan beralih dari satu perusahaan ke perusahaan yang lain, proposisi nilai dapat memecahkan masalah pelanggan atau memuaskan kebutuhan pelanggan. Setiap proposisi nilai berisi gabungan produk dan jasa tertentu yang melayani kebutuhan segmen pelanggan secara spesifik. Dalam hal ini, proposisi nilai yaitu kesatuan atau gabungan, manfaat – manfaat yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku *owner* Toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Kalau disini kan jualnya banyak brand (Nadheera, Gheena, Arrafi, dll) kalau dari brand tersebut udah punya kelebihan masing – masing, kalau nilai lebih toko kami ya pelayanan customer lebih dipertingkat lagi kalau pelayanan Online fast respon.”¹⁰

Keunggulan produk dari Toko Griya Maira Kudus Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

⁹ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

¹⁰ Siti Mautmainah, Wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, Transkrip, Pukul 12.45

“Kita kan paling banyak di brand Nadheera, jadi kalau dari Nadheera itu dari bahannya pakai yang premium, dan modelnya selalu uptodate karena sering ada model baru.”¹¹

Keunggulan produk dari Toko Griya Maira Kudus Berdasarkan wawancara dari Nandita selaku pembeli di toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Produk di toko Griya Maira Kudus itu lengkap – lengkap dan bagus kualitasnya juga adem jadi sangat puas.”¹²

Keunggulan produk dari Toko Griya Maira Kudus Berdasarkan wawancara dari Aulia selaku pembeli di toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Toko disini lumayan lengkap banyak brand jadi tidak usah muter – muter beli disini bisa, terus bahannya enak, terus kalau ada yang cacat bisa di tukar kadang kalau di toko lain kan ga boleh, terus karyawannya ramah- ramah harga juga terjangkau”¹³

Keunggulan produk dari Toko Griya Maira Kudus Berdasarkan wawancara dari Sarah Riski Handayani selaku karyawan di toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa:

“Produknya kualitasnya bagus, adem, terus juga modelnya uptodate.”¹⁴

¹¹ Siti Mautmainah, Wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, Transkrip, Pukul 12.45

¹² Nandita, Wawancara oleh penulis, 19 Oktober 2023, Traskip, Pukul 09.31

¹³ Aulia, wawancara oleh penulis, 19 Oktober 2023, transkrip, Pukul 09.35

¹⁴ Sarah Riski Handayani, wawancara oleh penulis, 18 Oktober 2023, transkrip, pukul 09.22

c. Channels (Saluran)

Saluran distribusi di toko Griya Maira Kudus, Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa:

“Kita ada jaringan tim, disini posisinya di distributor, jadi kita distribusinya ada di agen, sub agen, reseller. Jadi kami mempromosikanya dengan menggunakan Tnstagram, Tiktok, Shopee juga ada dan WA Grup seperti upload foto, video tentang produk kami.”¹⁵

d. Customer Relationships (Hubungan dengan Pelanggan)

Toko Griya Maira Kudus berusaha semaksimal mungkin untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Kita selalu menjaga komunikasi dengan pelanggan, kalau ada pelanggan yang datang ke toko kita sapa kita ajak ngobrol gitu aja sih biar lebih dekat dengan pelanggan terus Setiap tahun nya kita ajak meetup, kita kasih Give setiap tahunnya, kalau agen kita kasih reward. Kemudian kalau ada yang complain kita terima dengan baik, biasanya kalau ada komplain itu kita cari dulu kekurangan atau masalahnya. Kalau memang ada barang yang rusak dari pusat bisa di kembalikan dan bisa di retur dan kita ganti dengan barang yang lebih baik.”¹⁶

Toko Griya Maira Kudus membeli produknya, Berdasarkan wawancara dari ibu

¹⁵ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkip, Pukul 12.45

¹⁶ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkip, Pukul 12.45

Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Kita kan bisa dikirim, setiap ada model baru dari pusat nadheera kita share ke tim kami ada Agen dan Sub Agen tadi, mereka ada tim juga setelah di share kita masuk orderan, baru kita lanjut order ke pusat Nadheera setelah datang langsung didistribusikan ke kita dan kita jual”.¹⁷

e. Revenue Streams (Sumber Pendapatan)

Toko Griya Maira Kudus memperoleh pendapatan dari setiap produk yang telah terjual. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa:

*“Sumber pendapatan dari toko ini dari semua produk yang telah terjual secara online dan offline seperti atasan gamis, blouse sekitar Rp400.000.000 perbulan.”*¹⁸

f. Key Resources (Sumber Daya Utama)

Sumber daya perusahaan yang dibutuhkan dalam menawarkan *value propositions*, meraih pasar, dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Sumber daya utama itu satu kita lokasi juga tempat ya, alhamdulillah disini tokonya udah milik jadi nggak ngontrak itu alhamdulillah sekali dan juga karyawan itu juga sumberdaya utama makannya kita selalu menjaga komunikasi yang baik denagn para karyawan terus juga supplier kita kan distributor Nadheera ya, jadi Nadheera juga penting

¹⁷ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

¹⁸ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

banget supaya kita bisa berjalan konsisten dalam jangka waktu yang lama dan juga selamanya sih kalau bisa, terus juga customer seperti tim penjualan juga Agen Sub Agen itu juga jumber daya utama kita berjalan berjalan juga karna mereka.”¹⁹

g. Key Activities (Aktivitas Kunci)

Key Activities yaitu Aktivitas utama perusahaan agar terus berjalan. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Di toko ini tidak melakukan aktivitas produksi tetapi melakukan distribusi kepada pelanggan. Kita biasanya setiap hari aktivitas utamanya ya pesen barang dari pusat kemudian barang datang kemudian bongkaran, setelah bongkaran kemudian dibagikan ke tim, buat di promosikan melalui online, sisanya kita jual di toko. kalau di Nadheera itu setiap hari mesti ada kode baru, jadi setiap hari itu ada bongkaran itu aktivitas utama kita setiap hari ada barang baru terus”²⁰

h. Key Partnership (Mitra Kunci)

Key Partnership yaitu pihak yang menjalin hubungan kerja sama dengan pelanggan. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Kita bekerja sama dengan supplier Nadheera, Ghina, Arrafi, tapi paling banyak pada brand Nadheera, mitra nya ada Agen, Sub Agen dan, Reseller.”²¹

¹⁹ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

²⁰ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

²¹ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

i. Cost Structure (Struktur Biaya)

Ada beberapa biaya yang telah dikeluarkan oleh toko Griya Maira Kudus.. Berdasarkan wawancara dari Ibu Siti Mutmainah selaku *owner* Toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa:

“Kalau biaya di store nya yang sudah dikeluarkan ada biaya listrik, biaya pegawai, biaya plastik packing, lakban dan lain- lain. kalau biaya dari produk kita kulaan dari pusat seperti gamis, blouse, mukena, baju anak dan lain- lain. Kalau biaya listrik perbulannya Rp 200.000 an terus ada AC itu membengkak jadi Rp 800.000, biaya packing satu bulannya Rp100.000, Biaya pegawai kita ada 5, perharinya itu Rp50.000. Kalau pengeluaran dari produk perbulannya sekitar Rp 40.000.000 an itu jadi satu gamis, hijab,dll, Dan pendapatan sebulan sekitar Rp 400.000.000²²”

Keunikan penelitian ini yaitu toko Griya Maira Kudus bersedia mengganti barang jika barang tersebut tidak sesuai dengan apa yang pelanggan butuhkan, bukan cuma itu toko Griya Maira Kudus juga akan mengganti uang ganti jika memang barang tersebut memang tidak sesuai dengan yang pelanggan inginkan.

2. Analisis SWOT Pada Toko Griya Maira Kudus

a. Strength (Kekuatan)

Strengths merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi atau perusahaan. Faktor – faktor kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi itu sendiri. Faktor kekuatan tersebut menjadi nilai plus atau keunggulan komperatif dari sebuah organisasi. Toko Griya Maira Kudus sangat mementingkan kepuasan

²² Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 juli 2023, transkrip, Pukul 12.45

pelanggan, Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Iya kita mengusahakan agar memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan supaya mereka bisa menjadi pelanggan yang setia, terus kita memakai brand yang sudah dikenal banyak masyarakatan dan brand itu benar – benar rill bagus dari bahannya, desainnya, dan kenyamanan saat dipakai, kemudian kita juga memiliki lokasi yang Alhamdulillah lumayan strategis sehingga mudah customer untuk datang ke toko kita.”²³

Berdasarkan wawancara dari Aulia selaku pelanggan toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Disini lumayan lengkap banyak brand-brand lain seperti Quinsa, Nadheera jadi gausah muter-muter ditoko ini aja, terus pelayanannya juga ramah”²⁴

b. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan adalah faktor internal perusahaan yang membatasi kinerja perusahaan dan membuat perusahaan tersebut kurang kompetitif dibandingkan pesaing lainnya. Ada beberapa faktor penghambat toko Griya Maira Kudus dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Biasanya kekurangan admin online, karyawan tiba – tiba ada yang keluar ganti – ganti gitu, itu yang biasanya menghambat kinerja disini.”²⁵

Faktor yang perlu ditingkatkan jika ada faktor yang menghambat perusahaan, Berdasarkan wawancara dari

²³ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 Oktober 2023, transkrip, Pukul 09.17

²⁴ Aulia, wawancara oleh penulis, 19 Oktober 2023, transkrip, pukul 09.35

²⁵ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 Oktober 2023, transkrip, Pukul 09. 17

ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa :

“Kalau ada karyawan yang resign kita harus cepat mencari gantinya jangan sampai pekerjaan terganggu. Kalau sekarang kebanyakan pelayanannya di online sejak tahun 2019 jadi pelayanan utama memang ada di admin.”²⁶

Kelemahan yang belum diperbaiki di toko Griya Maira Kudus, Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa:

“Dalam pembagian tugas oleh karyawan belum ditetapkan, jadi kerjanya masih campur belum spesifik itu yang bikin tambah repot.”²⁷

c. **Opportunities (Peluang)**

Peluang pada dasarnya merupakan suatu kondisi dari lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan dan dapat menjadi senjata bagi kemajuan suatu organisasi atau perusahaan. Peluang luar pada toko Griya Maira Kudus. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa:

“Saat ini kan memang zamannya online ya, kita terbantu banget dengan pasar online, dari pasar online itu kita memiliki banyak customer – customer baru, kalau zaman dulu kan kita hanya menunggu orang datang ke toko, kalau sekarang kita dapat customer baru di Shopee, Tiktok maupun di Instagram terus selain itu kita juga punya tim penjualan, dari customer baru itu kita buat group WA kita jadikan tim penjualan kita jadi yang awalnya mereka

²⁶ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 Oktober 2023, transkrip, Pukul 09. 17

²⁷ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 Oktober 2023, transkrip, Pukul 09. 17

*hanya lihat – lihat gambar lama – lama akan tertarik dan membeli.*²⁸

Prospek atau harapan toko Griya Maira di masa yang akan mendatang. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa:

*“Saya ingin memiliki toko yang lebih besar lagi biar bisa punya lebih banya produk yang banyak diminati oleh konsumen dengan cara meningkatkan penjualan biar bisa menambah modal lebih banyak , kalau untuk penjualan online kita mau menuju ke live Toktok biar bisa mencari lebih banyak customer baru.”*²⁹

d. Threat (Ancaman)

Ancaman merupakan kondisi eksternal yang mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa:

“Kalau dari luar biasanya barang – barang reject, kita bukan brand owner kita Cuma distributor tim penjualan juga dari pusat, jadi kita meminta pusat untuk benar – benar melakukan Q.C yang teliti barang yang sudah keluar sampai ke tangan customer jangan sampai ada yang cacat, misalkan ada yang cacat terpaksa minta ke pusat ganti rugi bukan Cuma barangnya saja tetapi juga ongkirnya karena mereka beli kan dengan ongkir, semisal ada yang cacat diganti rugi dengan barang baru dan mengganti ongkirnya juga. barang mudah ditiru juga termasuk ya pasaran memang menuju ke brand semua jadi kita lihat kembali lagi ke rezeki ya, rezeki sudah

²⁸ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 Oktober 2023, transkrip, Pukul 09. 17

²⁹ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 Oktober 2023, transkrip, Pukul 09. 17

ada yang mengatur kita memberi produk yang terbaik semoga pasar di pasaran bisa boom dan rame misalkan ada brand lain yang meniru, customer pinter sih mereka sudah tau mana kualitas yang bagus, model yang selalu uptodate, harga terjangkau semua ada di Nadheera menurut saya sih itu.”³⁰

3. Matriks SWOT pada Toko Griya Maira Kudus.

a. Strategi SO

Strategi SO yaitu untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya dari perusahaan itu sendiri. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa:

“Ya dengan Memperluas pangsa pasar kita mencari agen – agen baru, lalu menjaga hubungan baik dengan mereka agar mereka selalu loyal dengan kita, memperkuat promosi di sosial media seperti Tiktok, facebook, Instagram selalu update produk baru juga bikin konten di media sosial.”³¹

b. Strategi ST

Strategi ST yaitu strategi yang dalamnya menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengatasi sebuah ancaman. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa:

“Ya dengan Memperluas pangsa pasar kita mencari agen – agen baru, lalu menjaga hubungan baik dengan mereka agar mereka selalu loyal dengan kita, memperkuat promosi

³⁰ Siti Mautmainah, wawancara oleh penulis, 18 Oktober 2023, transkrip, Pukul 09. 17

³¹ Siti Mautmainah, Wawancara oleh penulis, 10 Oktober 2023, Transkrip, 10.02

di sosial media seperti Tiktok, facebook, Instagram selalu update produk baru juga bikin konten di media sosial.”³²

c. Strategi WO

Strategi WO yaitu diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan dari perusahaan itu sendiri. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa:

“Ya dengan Menambah admin online supaya pelayanan lebih baik lagi, meningkatkan kinerja karyawan dengan Memberikan pelatihan dan mengontrol kinerja karyawan juga, serta memberikan pelatihan kepada karyawan baru agar bisa bekerja sama dengan tim.”³³

d. Strategi WT

Strategi WT yaitu didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari suatu ancaman dari suatu perusahaan tersebut. Berdasarkan wawancara dari ibu Siti Mutmainah selaku owner toko Griya Maira Kudus mengatakan bahwa:

“Dengan Mengarahkan karyawan supaya memberikan pelayanan yang lebih baik kepada customer, lalu pembagian tugas yang lebih spesifik agar karyawan bisa meningkatkan pelayanan dan memberikan pelatihan kerja serta memberikan inovasi - inovasi baru terhadap produk yang akan launching.”³⁴

³² Siti Mautmainah, Wawancara oleh penulis, 10 Oktober 2023, Transkrip, 10.02

³³ Siti Mautmainah, Wawancara oleh penulis, 10 Oktober 2023, Transkrip, 10.02

³⁴ Siti Mautmainah, Wawancara oleh penulis, 10 Oktober 2023, Transkrip, 10.02

C. Pembahasan dan Analisis

1. Penerapan *Business Model Canvas* Pada Toko Griya Maira Kudus

Ada 9 blok dari *Business Model Generation* yakni blok bangunan dasar pada sebuah bisnis model yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang, gabungan kesembilan blok tersebut yang disebut *Business Model Canvas* (BMC). Kesembilan blok tersebut mencakup empat bidang utama pada suatu bisnis yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan kelangsungan financial³⁵

Dari hasil wawancara dan pengamatan langsung pada objek studi dapat dinyatakan bahwa secara tidak langsung toko Griya Maira Kudus telah menerapkan BMC. Berikut ini blok-blok yang diterapkan pada bisnis model pada toko Griya Maira Kudus berdasar pada konsep *Business Model Canvas*, yaitu :

a. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Blok bangunan *customer segment* atau segmen pelanggan yang menggambarkan sekelompok orang atau organisasi berbeda yang ingin dicapai atau dilayani oleh perusahaan. Tanpa pelanggan (yang memberi keuntungan), tidak ada perusahaan yang mampu bertahan lama untuk lebih menemukan pelanggan, perusahaan dapat mengelompokkan mereka dalam segmen yang berbeda berdasarkan kebutuhan, perilaku, atau atribut lainnya.

Dalam sebuah bisnis model dapat menggambarkan satu atau beberapa segmen pelanggan, besar ataupun kecil. Perusahaan perlu memutuskan segmen mana yang akan dilayani dan mana yang akan diabaikan. Setelah itu, organisasi tersebut dapat merancang bisnis

³⁵ Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, *Business Model Generation*, (Jakarta : PT Gramedia, 2012) Hal 15

dengan teliti dan dengan pemahaman yang tepat mengenai kebutuhan dari pelanggan tersebut³⁶

Produk yang dijual di toko Griya Maira Kudus mulai dari busana muslim, atasan lengan panjang, blouse, legging dan lain – lain. Segmentasi pelanggan pada Toko Griya Maira Kudus merujuk pada semua perempuan muslimah, anak – anak sampai dewasa (rentan usia 8 tahun – 65 tahun). Dan masyarakat yang gemar berbelanja online maupun offline.

b. Value Propositions (Proposisi Nilai)

Value proposition atau proposisi nilai adalah alasan yang membuat pelanggan beralih dari satu perusahaan ke perusahaan yang lain, proposisi nilai dapat memecahkan masalah pelanggan atau memuaskan kebutuhan pelanggan. Setiap proposisi nilai berisi gabungan produk dan jasa tertentu yang melayani kebutuhan segmen pelanggan secara spesifik. Dalam hal ini, proposisi nilai yaitu kesatuan atau gabungan, manfaat – manfaat yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan.³⁷

Griya Maira Kudus adalah usaha penjual busana *fashion* muslim yang memiliki banyak *brand* dengan kualitas bahan yang premium dengan harga sesuai kualitas produk, modelnya yang selalu *uptodate* mengikuti dengan perkembangan zaman karena setiap hari selalu mempunyai model baru, dan selalu ready stock.

Pembeli yang datang ke toko dilayani oleh beberapa karyawan yang ramah. Pembeli juga tidak perlu datang ke toko offline karena Griya Maira Kudus juga menyediakan online shop jadi pembeli bisa order melalui online seperti di

³⁶ Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, *Business Model Generation*, (Jakarta : PT Gramedia, 2012) Hal 21

³⁷ Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, *Business Model Generation*, (Jakarta : PT Gramedia, 2012) Hal 21

Tiktok, Instagram, dan WA dengan pelayanan yang *fast respon*.

c. Channels (Saluran)

Channels atau saluran dibedakan menjadi dua yaitu saluran langsung dan tidak langsung. *Channel* milik sendiri yang bersifat langsung seperti *in-house* sales dan website. Sedangkan *channel* yang bersifat tidak langsung contohnya retail. *Channel* milik partner yang bersifat tidak langsung memungkinkan perusahaan memperluas jangkauan dan manfaat dari partner. Contohnya grosir, retail, website milik partner³⁸

Toko Griya Maira Kudus menggunakan dua saluran distribusi, dimana Griya Maira Kudus memiliki jaringan tim yaitu ada Agen, Sub Agen, dan Reseller kemudian menggunakan sosial media dalam menginformasikan *value proposition* kepada pelanggan melalui promosi online seperti Instagram, Tiktok, dan WA story, dan mempromosikan melalui *market place* shoopee. Sedangkan saluran distribusi langsung yaitu pelayanan langsung diberikan kepada pembeli yang datang ke toko offline.

d. Customer Relationships (Hubungan dengan Pelanggan)

Customer relationship adalah alat untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Pelanggan pada dasarnya ingin diperlakukan istimewa, karena dengan memberikan pelayanan yang memuaskan akan meningkatkan loyalitas dari pelanggan.³⁹

Hubungan dengan pelanggan yang dibangun pada toko Griya Maira Kudus yaitu memberikan *give* dan memberikan diskon kepada pelanggan

³⁸ Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, *Business Model Generation*, (Jakarta : PT Gramedia, 2012) Hal 26

³⁹ Bony Yosua Setyaleksana, “Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Grapari Telkomsel Di Kota Malang).”, 48.

setiap tahunnya, serta memberikan *reward* kepada Agen, menyapa pelanggan jika pelanggan datang ke toko dan melayani pelanggan dengan ramah. Toko Griya Maira Kudus juga menerima kritikan dan saran pada produk yang tidak sesuai dan bersedia mengganti produk tersebut dengan produk yang lebih baik.

e. *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan)

Sumber daya ini memungkinkan perusahaan menciptakan dan menawarkan proposi nilai, menjangkau sebuah pasar, mempertahankan hubungan dengan segmen pelanggan, dan memperoleh pendapatan. Kebutuhan sumber daya utama atau *revenue streams* yakni berbeda – beda sesuai dengan jenis model bisnis. Masing – masing dari arus pendapatan mungkin memiliki mekanisme untuk menetapkan harga dengan cara yang berbeda – beda, seperti daftar harga yang tetap, penawaran, pelanggan, kebergantungan pasar, kebergantungan volume, atau dari manajemen hasil.⁴⁰

Aliran pendapatan toko Griya Maira Kudus berasal dari semua produk yang telah terjual melalui penjualan online maupun offline, dan beberapa pihak yang bekerja sama dengan Griya Maira Kudus seperti Agen, Sub Agen dan Reseller. Produk Griya Maira Kudus yang paling banyak terjual yaitu dari *brand* Nadheera seperti gamis, atasan, karena produk gamis di toko Griya Maira Kudus memiliki bahan yang premium, memiliki model yang kekinian dan nyaman saat digunakan sehingga banyak yang tertarik pada produk gamis di toko Griya Maira Kudus. Pendapatan perbulan di Toko Griya Maira Kudus sekitar Rp400.000.000

⁴⁰ Onan Marakali Siregar, *Penerapan Bisnis Model Canvas Sentral UMKM*, 10.

f. Key Resources (Sumber Daya Kunci)

Key Resource merupakan sumber daya yang dibutuhkan dalam menjalankan sebuah bisnis. *Key Resources* yaitu sumber daya yang kita gunakan untuk menghasilkan produk yang akan ditawarkan kepada customer. Setiap model bisnis pasti memerlukan sumber daya utama.⁴¹

Sumber daya utama oleh toko Griya Maira Kudus yaitu Adanya tempat untuk distribusi dan penjualan secara online maupun offline, kemudian ada karyawan yang membantu proses penjualan produk di Toko Griya Maira Kudus. Kemudian ada suplayer dan tim penjualan Agen dan sub agen yang membantu memasarkan produk hingga mencapai target penjualan yang maksimal.

g. Key Activities (Aktivitas Kunci)

Key Activities adalah hal terpenting yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk membuat model bisnisnya semakin bekerja. Setiap model bisnis membutuhkan sejumlah aktivitas kunci. Aktivitas kunci yaitu tindakan – tindakan terpenting yang harus diambil oleh perusahaan supaya dapat beroperasi dengan baik. Seperti halnya sumber daya utama aktivitas kunci diperlukan untuk menciptakan dan memberikan proposisi nilai, menjangkau pasar, dan memberikan sumber daya utama.⁴²

Toko Griya Maira Kudus tidak bergerak dalam bidang produksi tetapi toko Griya Maira Kudus lebih fokus dalam bidang distribusi. Aktivitas utama toko Griya Maira Kudus yang pertama yaitu memesan barang dari pusat Nadheera Luxury, Ghinna, Arrafi dll. Kemudian barang datang lalu bongkaran produk kemudian di

⁴¹ Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, *Business Model Generation*, (Jakarta : PT Gramedia, 2012) Hal 37

⁴² Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, *Business Model Generation*, (Jakarta : PT Gramedia, 2012) Hal 37

bagikan ke tim Agen, Sub Agen, Reseller. Sisa dari produk tersebut akan dijual lagi di toko Offline Griya Maira Kudus. Produk di Toko Griya Maira Kudus selalu selalu ter *uptodate* karena setiap hari selalu ada model baru.

h. **Key Partnership (Mitra Kunci)**

Key Partnership adalah bentuk kerja sama dengan pihak lain yang diharapkan dapat menunjang dari bisnis yang telah berjalan, adapun jenis mitra adalah pemasok bahan maupun alat dalam produksi atau *key activity*, sehingga dalam pengoprasian bisnis berjalan dengan lancar⁴³

Toko Griya Maira Kudus bekerja sama dengan beberapa Supliyer dari Nadheera, Araffi, Ghinna, dan bekerja sama dengan mitra seperti Agen, Sub Agen, Reseller, ekspedisi (JNE & JNT) untuk pengingiriman secara online, pelanggan toko Griya Maira Kudus, dan karyawan yang membantu proses penjualan online maupun offline.

i. **Cost Structure (Struktur Biaya)**

Cost Structure mengacu pada semua aktivitas perusahaan yang harus dilakukan oleh seluruh bagian perusahaan untuk menjalankan aktivitas bisnis tersebut agar perusahaan memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dilakukan. *Cost structure* atau struktur biaya menggambarkan semua biaya yang telah dikeluarkan untuk mengoperasikan suatu model bisnis.⁴⁴

Biaya yang telah dikeluarkan toko Griya Maira Kudus diantaranya biaya kulaan produk sekitar Rp40.000.000 perbulan yaitu ada pembelian produk dari pusat Nadheera, Ghinna, Arrafi Dll, biaya listrik dalam sekitar Rp800.000

⁴³ Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, *Business Model Generation*, (Jakarta : PT Gramedia, 2012) Hal 38

⁴⁴ Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, *Business Model Generation*, (Jakarta : PT Gramedia, 2012) Hal 40 - 41

perbulannya, biaya plastik packing dan lakban sekitar Rp100.000 perbulan, biaya karyawan yang terdiri dari 5 orang yakni sekitar Rp 7.000.000 perbulan.

Business Model Canvas adalah bahasa untuk menggambarkan, memvisualisasi, menilai, dan mengubah model bisnis. Canvas ini membagi *business model* menjadi Sembilan elemen utama, kemudian dipisahkan lagi menjadi komponen kanan (sisi kreatif) dan sisi kiri (sisi logika). Persis seperti otak manusia, kesembilan elemen tersebut yaitu *customer segment*, *value proposition*, *Channel*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key reesourch*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structur*⁴⁵. Berikut adalah gambaran Business Model Canvas pada toko Griya Maira Kudus sebagai berikut :

Tabel 4. 2
Hasil Wawancara Penerapan BMC
Toko Griya Maira

<i>Key Partnership</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Costumer Relationship</i>	<i>Customer Segment</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Supplier. 2. Mitra 3. Pelanggan 4. Karyawan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bongkaran produk. 2. Penjualan online & Offline. 3. Promosi online. 4. Distribusi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki banyak Brand 2. Kualitas bahan premium. 3. Model uptodate. 4. <i>Fastrespon</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setiap satu tahun ada diskon atau <i>gift</i>. 2. Pemberian <i>reward</i> kepada Agen. 3. Selalu menjaga komunikasi dengan pelanggan. 4. Pelayanan ramah. 5. Menerima kritikan dan pengembalian barang jika tidak sesuai. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perempuan Muslimah. 2. Anak –anak sampai usia 65 tahun. 3. Masyarakat yang gemar berbelanja online dan offline.

⁴⁵ Vera Sylvia Saragi Sitio, Strategi Bisnis Model Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus Di Industri Kecil Dan Menengah (Ikm) Bir Pletok Bu Lina Di Kelurahan Ciracas, Jakarta Timur), *Journal Of Economics And Business Aseanomics (JEBA)*, Volume 2 No. 1, Januari - Juni 2017, Hal 41

	<p>Key Resources</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi tempat penjualan produk. 2. Karyawan . 3. Supplier. 4. Tim penjualan Agen, Sub Agen, Reseller. 		<p>Channels</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Distribusi melalui Agen, Sub Agen, Reseller. 2. Melayani customer langsung di toko offline. 3. Promosi melalui Instagram, TikTok, dan WA Story. 4. Market Place (Tiktok,Shopp ee, Facebook, Instagram). 	
<p>Cost Structure</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian barang dagang. 2. Gaji pegawai. 3. Biaya listrik. 4. Biaya pengemasan. 		<p>Revenue Streams</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Setiap Produk yang telah terjual melalui online senilai 60% dan 40% dari offline. 		

Keunikan dari penelitian ini yaitu toko Griya Maira Kudus bersedia mengembalikan barang dan uang ganti bila barang tersebut itu tidak sesuai. Hal tersebut dilakukan oleh toko Griya Maira Kudus demi kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan adalah hal terpenting pada toko Griya Maira Kudus.

2. Analisis SWOT Pada Toko Griya Maira Kudus
 a. **Strength (Kekuatan)**

Strengths merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi atau perusahaan itu sendiri. Faktor – faktor kekuatan merupakan suatu kompetisi yang di dalamnya terdapat dalam organisasi itu sendiri. Faktor kekuatan tersebut menjadi nilai plus atau keunggulan komperatif dari sebuah organisasi.⁴⁶

Toko Griya Maira Kudus memiliki kekuatan yang secara umum telah dimiliki dalam menjalankan usahanya, dan kekuatan

⁴⁶ Fajar Nur'aini, Teknik Analisis Swot , (Yogyakarta : Quadrant, 2016) 13

tersebut mempunyai perkembangan dan kemajuan di waktu yang akan datang di tengah banyaknya perusahaan sejenis yang bermunculan. Adapun kekuatan yang dimiliki oleh toko Griya Maira Kudus di antaranya :

1) Pelayanan Ramah

Toko Griya Maira Kudus memiliki 5 orang karyawan yang bertugas melayani pelanggan dan melakukan proses penjualan. Toko Griya Maira Kudus memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan agar pelanggan tersebut merasa puas dengan pelayanan tersebut sehingga perusahaan mendapat keuntungan.

2) Memiliki bahan yang berkualitas

Kualitas produk yang dimiliki oleh toko Griya Maira Kudus sudah sangat baik dengan menggunakan bahan yang premium sehingga nyaman saat dipakai. Kualitas produk sebagai suatu kepuasan konsumen sudah lama diyakini oleh toko Griya Maira. Kualitas produk sangat menentukan adanya suatu kepuasan konsumen. Jika kualitas produk baik dan sesuai dengan harapan akan mendapat respon positif dari para pelanggan.

3) Merek produk atau *brand* yang sudah terkenal di masyarakat

Toko Griya Maira Kudus mengambil beberapa *brand* yang sudah terkenal di Indonesia yaitu Nadheera Luxury, Arrafi, Ghinna dll kemudian didistribusikan melalui toko Offline dan online.

4) Lokasi yang strategis

Lokasi Toko Griya Maira Kudus berada di Jl. Tenggilis NO 83 Sunggingan Kudus, lokasi tersebut cukup strategis karena berada dipinggir jalan raya. Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor

terpenting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, karena lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan lokasi bagi para perusahaan dan menjangkau sebuah pasar.

b. Weaknesses (Kelemahan)

Kelemahan adalah faktor internal perusahaan yang membatasi kinerja perusahaan dan membuat perusahaan tersebut kurang kompetitif dibandingkan pesaing lainnya. Kelemahan ini dapat meliputi aspek seperti produk yang kurang berkualitas, merek yang lemah, sumber daya yang kurang, ketinggalan teknologi, dan tenaga kerja yang kurang berkualitas.

Toko Griya Maira Kudus Memiliki kelemahan dalam menjalankan usahanya yang mengakibatkan pekerjaan tersebut terganggu. Kelemahan tersebut di antaranya :

1) Kekurangan admin online.

Toko Griya Maira Kudus sejak tahun 2019 sudah mulai menggunakan aplikasi online untuk mempromosikan produknya. Kekurangan admin online menyebabkan Toko Griya Maira Kudus mengalami kualahan saat penjualan online karena menggunakan aplikasi online sangat cepat menjangkau pasar.

2) Pelayanan kadang kurang memuaskan.

Pelayanan merupakan salah satu hal yang terpenting dalam memasarkan suatu produk, dimana pelayanan yang baik akan menimbulkan perasaan yang puas bagi konsumennya. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang baik Tetapi jika Pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada harapan pelanggan, maka kualitas

pelayanan akan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan-kemampuan penyediaan layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

- 3) Pembagian tugas belum ditetapkan secara spesifik.

Pembagian tugas pada suatu usaha sangatlah penting dilakukan, dengan adanya pembagian kerja, karyawan dapat dilatih sesuai dengan bidangnya karena melalui keahlian yang dimilikinya sehingga karyawan dapat memberi sumbangan maksimal terhadap pencapaian tujuan. Pembagian kerja juga dapat membantu dalam penempatan karyawan dengan menggunakan prinsip *the right man in the right place* yaitu orang yang ditempatkan pada tempat yang tepat berdasarkan pada latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, ketrampilan, jenis kelamin, dan lain sebagainya sehingga akan memberikan jaminan terhadap kestabilan, kelancaran, dan efektivitas kerja.

c. **Opportunities (Peluang)**

Peluang pada hakikatnya adalah keadaan yang menggantungkan dari lingkungan suatu organisasi dan juga dapat menjadi senjata bagi kemajuan suatu perusahaan atau organisasi. Peluang dapat mencakup aspek – aspek seperti pasar negara berkembang, perubahan teknoligi, perubahan tren pasar dan munculnya pasar baru.⁴⁷

Toko Griya Maira Kudus memiliki peluang yang bisa menguntungkan toko Griya Maira Kudus di antaranya:

⁴⁷ Mujito, Manajemen Strategik Dengan Pendekatan Analisis SWOT, (Banyumas :Wawasan Ilmu, 2023),Hal 20

- 1) Adanya aplikasi online seperti Tiktok, Shopee, Facebook.

Dengan adanya aplikasi online tersebut penjualan di Toko Griya Maira Kudus semakin meningkat. Selain itu dengan menggunakan media sosial seperti TikTok, Facebook, Instagram Toko Griya Maira Kudus juga dapat membangun koneksi dengan pelanggan dan berinteraksi dengan pelanggan dan menjangkau pasar dengan mudah.

- 2) Adanya tim penjualan Agen, Sub agen, Reseller

Dengan adanya Agen, Sub Agen, dan Reseller toko Griya Maira Kudus dapat memperluas penjualan serta dapat meningkatkan pangsa pasar dan mampu membawa perusahaan agar terus berkembang.

d. Threats (Ancaman)

Threats atau ancaman ini merupakan kebalikan dari peluang (*opportunities*). Ancaman merupakan kondisi eksternal yang mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat meliputi hal – hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Apa bila ancaman tersebut tidak segera ditanggulangi maka akan mengakibatkan dampak yang berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat tercapainya visi dan misi perusahaan tersebut.⁴⁸

- 1) Komentar negatif dari konsumen.

Komentar negatif dari konsumen memang biasa terjadi bagi para pebisnis,

⁴⁸ Fajar Nur'aini DF, *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*, ,(Anak Hebat Indonesia, 2016),Hal 18

bisa karena produk yang terjual ada yang rusak, produk yang dikirim tidak sesuai dan lainnya. Maka dari itu Toko Griya Maira Kudus meminta kepada pusat brand Nadheraa, Arrafi, Ghina agar selalu menjaga kualitas produk tersebut supaya terhindar dari komentar negatif dari costumer.

2) Barang mudah ditiru dari toko lain.

Dalam sebuah bisnis persaingan memang kerap kali terjadi salah satunya yaitu produk yang mudah ditiru oleh toko sejenis. Maka dari itu perusahaan sebaiknya memberikan inovasi – inovasi baru terhadap produk tersebut. tujuan perusahaan melakukan inovasi produk yaitu untuk mempertahankan kelangsungan hidup dari perusahaan agar semakin berkembang.

Gambar 4. 1
Diagram Matriks SWOT Toko Griya Maira Kudus

Internal Eksternal	Strengths (S) 1. Pelayanan yang ramah. 2. Menggunakan bahan premium. 3. Lokasi yang strategis. 4. Merek atau <i>brand</i> sudah dikenal banyak orang. 5. Hubungan baik dengan mitra.	Weaknesses (W) 1. Kekurangan admin online. 2. Pelayanan kadang masih lemot 3. Dalam pembagian tugas belum di tetapkan secara spesifik. 4. Kurangnya iklan publikasi untuk informasi produk. 5. karyawan kurang teliti.
	Opportunities (O) 1. Media sosial membantu pangsa pasar secara cepat (Shopee, TikTok, Facebook, Instagram) 2. Adanya Agen, Sub Agen, dan Reseller. 3. Loyalitas pelanggan. 4. Live Tiktok, Shopee. 5. Kemajuan teknologi.	Strategi SO (Strengths, Opportunities) 1. Memperluas pangsa pasar. (S3, S4, O1) 2. Mempertahankan hubungan kerja yang lebih baik dengan Agen, Sub Agen, Reseller, dan <i>brand – brand</i> terkait.(S4, O2) 3. Memperkuat promosi di sosial media dengan selalu mengupdate produk baru di instagram, tiktok, facebook. (S4, O1)

<i>Threats (T)</i>	<i>Strategi ST (Strengths, Threats)</i>	<i>Strategi WT (Weakneses, Threats)</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Komentar negatif dari customer. 2. Produk mudah ditiru oleh toko lain. 3. Persaingan tarif yang kompetitif dari competitor 4. Keadaan ekonomi yang belum stabil. 5. Pebisnis online lebih meminati jasa pengiriman yang berbentuk satuan atau retail. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan inovasi produk lain agar memiliki ciri khas dan berbeda dengan produk fashion muslim lainnya.(S2,3,4, T2) 2. Lebih Meningkatkan promosi pada berbagai media seperti brosur, pamflet, Tiktok, Instagram, Facebook. (S2,3,4, T2) 3. Meningkatkan pelayanan dan menjaga produk supaya tidak terjadi adanya komentar negatif dari customer. (S1, T1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengarahkan karyawan supaya memberikan pelayanan yang lebih baik kepada customer. (W2, T1). 2. Menata pembagian tugas yang lebih spesifik dan meningkatkan pelatihan kerja dan menciptakan inovasi baru terhadap produk.(W3,T2)

Keunikan dari penelitian ini yaitu toko Griya Maira Kudus menyediakan pelatihan kerja bagi karyawan baru dengan bekerja sama dengan Agen dan sub Agen serta mengarahkan karyawan agar karyawan tersebut mampu bekerja dengan baik. Memberi motivasi kepada karyawan supaya mampu mengoptimalkan kualitas pekerjaan berdasarkan tujuan dari perusahaan tanpa memberikan tekanan yang memberatkan karyawan tersebut, membantu karyawan agar menemukan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan secara efisien.

3. Strategi SO

Strategi SO yaitu untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut serta memanfaatkan peluang sebesar – besarnya dari perusahaan itu sendiri.⁴⁹ Strategi SO pada toko Griya Maira Kudus yaitu :

⁴⁹ Frewddy Rangkuti, Analisis Swot Teknikbedah Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 31

a. Memperluas pangsa pasar.

Setiap perusahaan memiliki strategi untuk terus memperluas pangsa pasar atau biasa disebut *market share*. Semakin besar pangsa pasar yang dibentuk maka profit yang akan didapat akan semakin meningkat pula.

b. Mempertahankan hubungan kerja yang lebih baik dengan Agen, Sub Agen, Reseller, dan *brand – brand* terkait.

Dengan mempertahankan hubungan baik dengan tim maka kinerja akan semakin efisien. Mempertahankan hubungan baik dengan tim dapat dilihat sebagai sesuatu yang besar manfaatnya, baik bagi kepentingan organisasi maupun perusahaan itu sendiri. Bagi organisasi adanya efisiensi kerja akan menjamin terpeliharanya kelancaran pelaksanaan tugas, sehingga diperoleh hasil yang optimal. Dengan demikian, mempertahankan hubungan yang baik dengan tim Agen, Sub agen, dan brand – brand terkait dapat semaksimal mungkin terwujudnya tujuan yang diharapkan.

c. Memperkuat promosi di sosial media

Memperkuat promosi di media sosial sangatlah penting dilakukan. Dengan selalu mengupdate produk baru di instagram, tiktok, facebook produk akan lebih dikenal oleh masyarakat luas dan meningkatkan penjualan secara signifikan.

4. Strategi ST

Strategi ST yaitu strategi yang didalamnya menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengatasi sebuah ancaman⁵⁰. Strategi ST pada Toko Griya Maira Kudus yaitu :

a. Meningkatkan Inovasi Produk

Dengan meningkatkan inovasi terhadap produk berarti fokus pada tampilan produk itu sendiri, bisa melalui model produk, warna,

⁵⁰ Frewddy Rangkut, Analisis Swot Teknikbedah Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 32

aksesoris dan sebagainya. Melalui inovasi tersebut yang menarik akan lebih mudah mempengaruhi minat konsumen dan memiliki ciri khas dan berbeda dengan produk *fashion* muslim lainnya.

b. Lebih Meningkatkan promosi

Ada beberapa cara yang harus dilakukan dalam meningkatkan sebuah promosi yaitu memanfaatkan media sosial, dengan memanfaatkan media sosial seperti mengupload foto produk di Tiktok, Facebook, Instagram akan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

c. Meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga produk supaya tidak terjadi adanya komentar negatif.

Toko Griya Maira Kudus berusaha semaksimal mungkin agar pelayanan terhadap customer tetap terjaga dan sudah menjadi keharusan agar kualitas pelayanan yang terbaik mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Toko Griya Maira Kudus meminta bantuan kepada pusat untuk selalu menjaga kualitas produk agar tetap terjaga supaya tidak ada lagi komentar negatif para customer.

5. Strategi WO

Strategi WO yaitu diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan dari perusahaan itu sendiri⁵¹. Strategi WO pada Toko Griya Maira Kudus yaitu :

a. Menambah admin online

Dengan menambah admin online pada Toko Griya Maira Kudus akan memaksimalkan kinerja pada perusahaan. Tugas utama admin online yaitu mengelola media sosial yang dimiliki oleh perusahaan mulai dari menanggapi komentar

⁵¹ Frewddy Rangkuti, Analisis Swot Teknikbedah Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 32

hingga melayani calon konsumen yang memiliki pertanyaan seputar produk yang dijual.

b. Meningkatkan kinerja karyawan dengan baik.

Ada beberapa hal yang harus dilakukan untuk meningkatkan kerja karyawan, di antaranya :

- 1) Memberi motivasi kepada karyawan supaya mampu mengoptimalkan kualitas pekerjaan berdasarkan tujuan dari perusahaan tanpa memberikan tekanan yang memberatkan karyawan tersebut.
- 2) Membantu karyawan agar menemukan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan secara efisien.

c. Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja baru.

Pembagian job kerja juga dapat memiliki kesempatan untuk mempelajari keahlian pada karyawan yang dapat terfokus pada tanggung jawab masing – masing sehingga dapat memudahkan karyawan dalam melaksanakan pekerjaan tersebut, sehingga efektivitas kerja dapat tercapai.

6. Strategi WT

Strategi WT didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari suatu ancaman dari perusahaan tersebut.⁵² Strategi WO pada Toko Griya Maira Kudus yaitu :

a. Mengarahkan karyawan supaya memberikan pelayanan yang lebih baik kepada customer.

Owner Toko Griya Maira Kudus selalu mengarahkan karyawan agar memberikan pelayanan yang terbaik kepada customernya karena kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah penilaian setiap

⁵² Frewddy Rangkut, Analisis Swot Teknik bedah Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 32

konsuen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan customer tersebut. jika pelayanan yang diberikan baik maka pelanggan tersebut akan merasa puas. Sebaliknya jika pelayanan terhadap pelanggan buruk atau tidak sesuai dengan ekspektasi maka customer akan merasa kecewa.

- b. Menata pembagian tugas yang spesifik dan meningkatkan pelatihan kerja serta menciptakan inovasi baru terhadap produk.

Toko Griya Maira Kudus memiliki 5 pegawai yang memiliki beberapa tugas diantaranya admin sosial media dan admin stock produk, tetapi belum di tetapkan secara spesifik. Maka dari itu sebaiknya Toko Griya Maira Kudus memberikan pembagian tugas yang spesifik terhadap karyawan tersebut. ada beberapa cara yang harus diperhatikan dalam pembagian kerja adalah sebagai berikut :

- 1) Menempatkan posisisi karyawan sesuai dengan kemampuannya.

Dalam menempatkan posisi karyawan sesuai dengan kemampuannya hal akan menimbulkan rasa nyaman pada karyawan. Apabila menempatkan posisi karyawan yang salah maka akan menimbulkan berbagai kekhawatiran bagi perusahaan yang dampaknya akan mempengaruhi hasil kerja karyawan yang selanjutnya akan menjadi penghambat dalam proses pencapaian tujuan dari perusahaan tersebut. jika penempatan karyawan dilakukan dengan benar dan sesuai dengan kebutuhan maka dapat menghindari kesulitan dalam mencapai hasil kerja yang maksimal.

- 2) Pelatihan kerja pada karyawan baru.

Pelatihan kerja bagi karyawan baru merupakan sebuah proses mengajarkan ilmu pengetahuan dan keahlian serta sikap karyawan supaya semakin trampil dan

mampu melaksanakan tanggung jawab dan kinerja yang baik. Tujuan pelatihan kerja bagi karyawan yaitu untuk meningkatkan kualitas dan keterampilan para karyawan dalam mencapai tujuan suatu organisasi.

Tabel 4. 3
Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Kekuatan			
1. Pelayanan yang ramah	0,11	4	0,44
2. Menggunakan bahan premium	0,10	5	0,50
3. Lokasi yang strategis	0,11	4	0,44
4. <i>Brand</i> sudah dikenal banyak orang.	0,11	4	0,55
5. Hubungan baik dengan mitra	0,10		0,50
Total	0,53		2,22
Kelemahan			
1) Kekurangan admin online.	0,10	3	0,30
2) Pelayanan masih kurang maksimal	0,11	4	0,44
3) Pembagian tugas belum ditetapkan secara spesifik	0,07	4	0,28
4) Kurangnya iklan publikasi untuk informasi produk	0,10	3	0,30
5) Karyawan kurang teliti	0,09	4	0,36
Total	0,47		1,67
Total IFE	1		3,89

Matriks EFE digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari factor – factor eksternal perusahaan. Matriks EFE menggambarkan kondisi peluang dan ancaman perusahaan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot.

Tabel 4. 4
Matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Peluang			
1. Media sosial membantu pangsa pasar secara cepat (Shopee, TikTok, Facebook, Instagram)	0,11	4	0,44
2. Adanya Agen, Sub Agen, dan Reseller	0,11	5	0,55
3. Loyalitas pelanggan	0,10	4	0,40
4. Live Tiktok, Shopee	0,10	4	0,40
5. Kemajuan teknologi	0,11	5	0,55
Total	0,53		2,34
Ancaman			
1. Komentar negarif dari costumer	0,11	4	0,44
2. Produk mudah ditiru oleh toko lain	0,07	5	0,50
3. Persaingan tarif yang kompetitif dari kompetitor	0,09	4	0,36
4. Keadaan ekonomi yang belum stabil	0,10	4	0,40
5. Pebisnis online lebih meminati jasa pengiriman yang berbentuk satuan atau retail.	0,10	3	0,30
Total	0,47		1,71
Total EFE	1		4,05

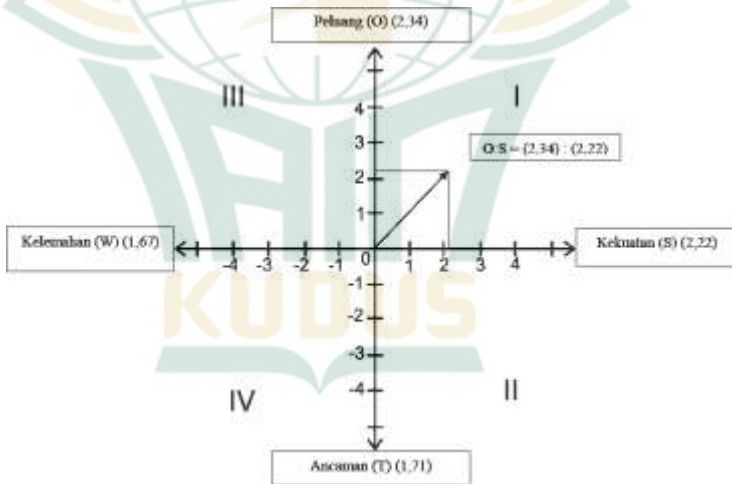
Pada tabel di atas faktor kekuatan pada toko Griya Maira Kudus yaitu pelayanan ramah memiliki skor senilai 0,44. Menggunakan bahan premium memiliki skor senilai 0,50. Lokasi yang strategis memiliki skor senilai 0,44. Brand dikenal banyak orang memiliki skor senilai 0,55. Hubungan baik dengan mitra memiliki skor senilai 0,50. Jadi jumlah seluruh faktor kekuatan senilai 2,22

Faktor kelemahan dari toko Griya Maira Kudus yaitu kekurangan admin online memiliki skor senilai 0,30. Pelayanan masih kurang maksimal memiliki skor senilai 0,44. Pembagian tugas belum ditetapkan secara spesifik memiliki skor senilai 0,28. Kurangnya iklan publikasi produk memiliki skor senilai 0,30, karyawan kurang teliti memiliki skor senilai 0,36, jadi jumlah seluruh kelemahan pada toko Griya Maira Kudus senilai 1,67.

Faktor peluang dari Toko Griya Maira Kudus yaitu media sosial membantu pangsa pasar lebih cepat memiliki skor senilai 0,44. Adanya agen, sub age, dan reseller memiliki skor senilai 0,55. Loyalitas pelanggan memiliki skor senilai 0,40. Live tiktok, shoope memiliki skor senilai 0,40. Kemajuan teknologi memiliki skor senilai 0,55. Jadi jumlah seluruh peluang toko Griya Maira Kudus senilai 2,34.

Faktor ancaman dari toko Griya Maira Kudus yaitu komentar negatif dari costumer memiliki skor senilai 0,44. Produk mudah ditiru oleh toko lain memiliki skor senilai 0,50. Persaingan tarif yang kompetitif dari competitor memiliki skor 0,36. Keadaan ekonomi yang belum stabil skor 0,40. Pebisnis online lebih meminati jasa pengiriman yang berbentuk satuan/retail skor 0,30. Jadi jumlah seluruh faktor ancaman dari toko Griya Maira Kudus senilai 1,71

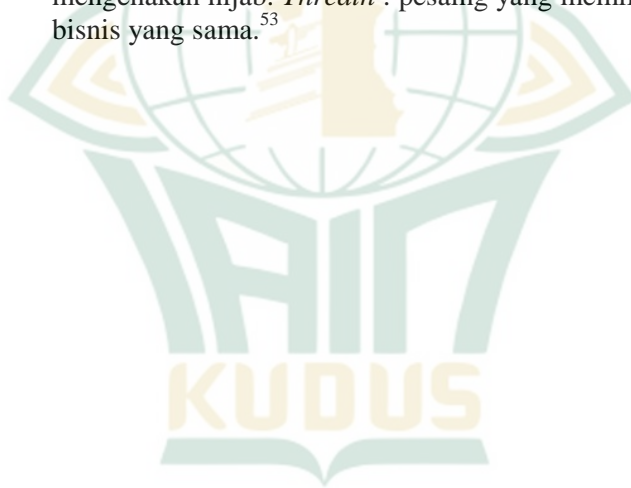
Gambar 4. 2
Diagram Analisis SWOT toko Griya Maira Kudus



Hasil analisis menempatkan titik pada kuadran I dari diagram analisis SWOT. Posisi pada Kuadran I menjelaskan bahwa Toko Griya Maira Kudus memiliki peluang dan kekuatan besar sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Kondisi ini mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Sehingga tidak menutupkemungkinan toko Griya Maira Kudus untuk memperluas pangsa yang dapat ditawarkan.

Penelitian ini selaras dengan penelitian dari Intan Ratu Permata, Dkk tentang analisis Bisnis Model Canvas produk online shop yang telah menerapkan BMC dan analisis SWOT dalam pengembangan usahanya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa analisis SWOT yang telah dilakukan pada elemen BMC ditemukan keunggulan, kelemahan, peluang, serta ancaman pada usaha ini. Dari sisi faktor internal yaitu *strength* adalah dari pemasaran dan produk yang baik, memiliki pelanggan yang loyal, bekerja sama dengan distributor hijab, memiliki sumberdaya yang mengetahui *trend fashion*. *Weakness*: keterbatasan modal dalam pemasaran produk, pemasaran hanya mouth to mouth. *Opportunity* :kewajiban wanita muslimah untuk mengenakan hijab. *Threath* : pesaing yang memiliki konsep bisnis yang sama.⁵³



⁵³ Intan Ratu Permata dan Rosnaini, “Analisis Bisnis Model Kanvas Produk Hijab Online Shop (Studi Kasus @Needhijab.Mks)