BAB V

PEMBAHASAN

Sesuai dengan hasil temuan dan teori pada bab 2, penelitian Teknologi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada *Marketplace* Shopee Di Toko Kaos Truck Merch Tulungagung, dalam meningkatkan tentunya di perlukanya strategi, strategi dalam peningkatan penjualan di market place shopee sudah berjalan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan beberapa temuan data-data baik dari observasi, dokumentasi dan wawancara dengan pemilik toko kaos truck merch dan kaetawan toko kaos truck merch, dan dokumentasi pada toko kaos truck merch tulungagung teori dari flavel dan William dimana dalam proses strategi mempunyai 3 ciri khusus yaitu *formulasi, implementasi* dan *evaluasi*, dengan begitu dalam proses strategi pemilik toko dalam meningkatkan penjualan bisa berjalan dengan sesuai yang diharapkan, sehingga produk-produk mulai dari kaos motif truck dan hem motif truck bisa laku di pasaran dan memenuhi target penjualannya.

Hal ini sesuai dengan apa yang telah di sampaikan oleh Mahmud dan anomsari yaitu Strategi bisnis adalah kemampuan pengusaha/perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan (*formulasi*) strategi, pelaksanaan (*implementasi*) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam

merumuskan strategi yang akan datang. Variabel ini diukur dengan 3 dimensi yaitu: *differentiation, low cost, dan focus strategy.*[66]

A. Strategi dalam meningkatkan penjualan di *marketplace* shopee pada Toko Kaos Truck Merch Tulungagung

1. Kondisi dan kemampuan penjual

   a. karakteristik barang yang di tawarkan

Karakteristik Produk adalah kondisi yang berbeda dari suatu produk dibandingkan para pesaingnya yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Setiapproduk memiliki karakteristik yang berbeda-beda, dan setiap produsen selalu berusaha menciptakan produk yang memiliki karakteristik tersendiri sehingga konsumen memiliki persepsi khusus terhadap produk tersebut. Banyaknya variasi produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan merupakan langkah untuk menghadapi persaingan dalam merebut pangsa pasar.[67]

Hal ini sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh toko kaos truck bahwa dalam menentukan karakteristik dan kemampuan penjual di desa ngujang, Tulunggaung ini ialah dalam proses perencaaan strategi pemilik toko perluanya memiliki pandangan luas dalam meningkatkan

[66] Mahmud dan Anomsari, Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kawasan Usaha Barito Semarang), Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2011 (Semantik 2011),hal 3.

[67] Rahma Aprilyani, PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN KEBIJAKAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Suatu Studi Pada Disribution Store Eight Wardrobe Tasikmalaya), jurnal. Volume 2 | Nomor 2 | Juni 2020

penjualan mulai dari penentuan produk, bahan-bahan produk, penentuan biaya produk, identifikasi wilayah, peluang dan ancaman sasaran jangka panjang, hal itu memang sangat perlu dilakukan dan di pikirkan secara matang-matang untuk meminimalisir kesalahan-kesalahan pada saat penjualnnya, untuk kwalitas barang yang ditawarkan tentu menggunakan bahan dengan kwalitas yang terbaik seperti cotton combat 24s dan dengan sablon full plastisol,sehingga kwalitas barang terjaga dengan baik dan tidak mudah rusak.

b. menentukan biaya produk

Pengumpulan kos produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. Secara garis besar, cara memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu Produksi atas dasar pesanan adalah Perusahaan yang berproduksi berdasarkan pesanan melaksanakan pengolahan produknya atas dasar pesanan yang diterima dari pihak luar. Produksi masa adalah Perusahaan yang berproduksi berdasarkan produksi massa melaksanakan pengolahan produksinya untuk memenuhi persediaan di gudang. Umunya produknya berupa produk standar.[68]

Hal ini sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh kaos truck bahwa Dalam menentukan biaya produksi secara keseluruhan dan mengambil berapa keuntungan yang kita dapat memang sangat perlu dilakukan oleh pelaku perdagangan karena untuk meminimalisir kwlitas barang yang mungkin ada penurunan, berkaitan dengan biaya produksi

[68] Shella Kriekhoff, analisis penetapan harga jual produk kerajinan perahu cengkeh pada pengrajin cengkeh di kampung waemahu desa latuhalat kecamatan nusaniwe kota ambon, jurnal MANEKSI VOL 6, NO. 1, JUNI 2017

tentu kita harus mencari biaya termurah dengan kwlaitas terbaik itu memang menjadi salah satu prinsip dalam memperoleh produk/barang, uttuk kesepakatan dengan tempat produksi barang memang sangat perlu dilakukan karena untuk menyangkut keberlangsungang produk ini sehingga perlu dijalinnya kerjasama dan kepercayaan yang kuat.

c. Kesepakatan

Dalam menjalin kerjasama antara pihak satu dengan pihak yang lain memang sangat diperlukan demi keberlangsungan sebbuah bisnis, Kesepakatan kedua belah pihak yang lazim disebut kesepakatan bagi yang mengikatkan dirinya maksudnya, bahwa pihak – pihak yang mengadakan perjanjian kerja harus setuju/sepakat mengenai hal – hal yang diperjanjikan.[69]

Hal ini sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh pihak toko sebagaiaman yang telah disebutkan bahawa Kesepakatan memang sangat penting dilakukan karena dalam kesepatan antara pemilik modal dan temapt produksi bisa menentukan dengan kebijakan yang dapat disepakati oleh keduabelah pihak Dalam kesepakatan dan kepercayaan memang perlu di bangun dangan kuat sehingga kerjasama terus berjalan secara continue, dalam meningkatkan penjualan tentu tidak hanya menentukan produk, karakteristiknya, biaya produksi dan kesepkatan antar pemproduksi produk dan pemilik produk.

[69] Lalu Husni, Pengantar Hukum Ketenagakerjaan (Jakarta:Raja Grafindo Persada,2014),hal 64-65

2. Kondisi Pasar

a. mentukan jenis pasar untuk produk

Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.[70]

Pengertian pasar dapat dititik beratkan dalam arti ekonomi yaitu untuk transaksi jual dan beli. Pada prinsipnya, aktivitas perekonomian yang terjadi di pasar didasarkan dengan adanya kebebasan dalam bersaing, baik itu untuk pembeli maupun penjual. Penjual mempunyai kebebasan untuk memutuskan barang atau jasa apa yang seharusnya untuk diproduksi serta yang akan di distribusikan. Sedangkan bagi pembeli atau konsumen mempunyai kebebasan untuk membeli dan memilih barang atau jasa yang sesuai dengan tingkat daya belinya. Jadi jenis pasar adalah tempat dimana kita akan menjual produk-produk yang kita miliki supaya lebih tepat sasara dan sesuai dengan apa yang telah buat sebelumnya.

Hal ini sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh pihak toko kaos truck bahwa Memang penentuan pasar dalam memasarkan dagangan sangat penting dilakukan karena pasar merupakan hal yang penting dalam menjalankan penjualan, dengan menentukan pasar, kita mengetahui tujuan dari penjualan tersebut sehingga penentuan pasar

[70] Peraturan Presiden Republik Indonesia no. 112 th. 2007

sangat penting di lakukan karena hal tersebut merupakan landasan penting dalam menentukan patokan penjualan. Pasar untuk kaos ini comunitas pecinta truck dan orang-orang yang memang menyukai sebuah kaos unik yang bermotif truck.

b. mengumpulkan pelanggan

Konsep CRM tidak lepas dari konsep Relationship marketing. Menurut Tunggal konsep ini menyampaikan bahwa tujuan utama yang dibidik oleh semua strategi CRM adalah motif ekonomi, yaitu agar perusahaan mampu mengelola baseline konsumen untuk mengidentifikasi, memuaskan dan berhasil mempertahankan konsumen mereka yang paling menguntungkan dan konsumen pun menjadi loyal pada produk tersebut.[71]

Hal ini sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh pihak toko kaos truck bahwa pengumpulan pelanggan dalam satu wadah memang sangat perlu sekali karena dengan dikumpulkannya pelanggan kita mendapatkan database yang berguna untuk kita beri informasi tentang produk kita yang terbaru selain itu dalam pengumpulan pelanggan sangat penting dilakukan karena konsumen adalah orang yang memberi keuntungan buat penjual, dan pembuatan grub-grub konsumen untuk memberikan informasi produk terbaru maupun produk lama di up kembali, hal tersebut mempermudah pelanggan untuk mendapatkan

[71] Widjaja Tunggal Amin, , *Customer Relationship Management,* Konsep dan Kasus, (Jakarta: Harvarindo,2006)

informasi terbaru megenai produk apa saja yang populer dan membuat pelanggan tertarik untuk mendapatkan produk itu

c. produk ini bisa menjadi produk utama

Menurut William J. Stanton, produk secara sempit dapat diartikan sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk dapat diidentifikasikan. Sedangkan secara luas, produk merupakan sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang didalamnya mencakup warna, kemasan, harga, presise pengecer, dan pelayanan dari pabrik dan pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sebuah hal yang dapat memberikan kepuasan atas keinginannya.

Produk utama atau inti (*core benefit*), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi pelanggan setiap produk.[72] Dalam hal ini produk utama adalah produk unggulan yang menjadi brand dari sebuah toko sehingga toko tersebut memiliki ciri khas tersendiri.

Hal ini sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh pihak toko kaos truck bahwa menjadikan produk kita menjadi produk unggulan mengan sangat perlu dilakukan karena tentu akan membuat kepercayaan pembeli semakin tinggi sehingga konsumen lebih percaya dengan produk kita selain itu untuk menjadi produk ini menjadi produk utama atau produk unggulan hendaknya kita tetap menjaga kualitas produk, Hal ini bertujuan Untuk meminimalisir kekecewaan pelanggan kepada produk kami sehingga produk ini bisa terus berjalan sesuai dengan apa yang

[72] Anang Firmansyah, PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING &STRATEGY. (Surabaya: Qiara Media 2019). Hal. 7

diharapkan, hal lain yang menjadikan produk ini tetap berjalan adalah harga jual yang sesuai dengan produk sehingga harga jual yang tidak terlalu mahal dan konsumen mendapatkan produk yang berkualitas tinggi Maka konsumen menjadikan produk ini menjadi pilihan utama dalam memperoleh Produk yang mereka inginkan.

d. menarik pelanggan untuk terus membeli

Engel mengatakan bahwa proses pengambilan keputusan membeli mengacu pada tindakan konsisten dan cara bijaksana yang dapat dengan cepat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Pengambilan keputusan membeli merupakan keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli, berapa banyak yang akan dibeli, di mana akan dilakukan, kapan akan dilakukan dan bagaimana pembelian akan dilakukan.[73]

Hal ini sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh pihak toko kaos truck bahwa cara yang dapat kita lakukan untuk membuat pelanggan tetap membeli produk kita, dengan cara memberikan pelayanan yang bagus dan menjaga kwalitas barang juga termasuk bagian strategi yang dilakukan untuk konsumen untuk terus membeli produk kita ini selain itu hal yang dilakukan hal yang harus kita lakukan, mulai dari pembaharuan produk perluasan produk inovasi produk dan lainnya Hal tersebut merupakan faktor-faktor penting agar pelanggan tetap menjadikan produk kita produk unggulan, sehingga hal ini mempengaruhi minat Konsumen, Tentu semakin banyak produk yang

[73] M. Anang Firmansyah, PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran).(Yogyakarta: deepublish 2018). Hal 25

ditawarkan maka semakin banyak pula peluang keuntungan yang dapat kita miliki. dengan inovasi produk ini diharapkan pelanggan Dan akan terus-menerus berdatangan dan menjadi pelanggan tetap. sehingga dalam inovasi juga mempengaruhi penjualan.

e. produk ini bisa memenuhi kebutuhan

Menurut M. Suyanto, Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Pelanggan memuaskan kebutuhan dan keinginan lewat produk. Istilah lain produk adalah penawaran dan pemecahan. Menurut Hendra Rjofita, produk dalam pengertian luas adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk daya tarik, akuisi, penggunaan, atau konsumsi yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan.[74]

Hal ini sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh pihak toko kaos truck bahwa kebutuhan akan kecintaan produk memang tak terbatas, stok akan kesedian produk juga mempengaruhi penjualan karena konsumen tidak mau produk lain selain yang di inginkannya selain itu kebutuhan pasar memang tidak habisnya tapi minat dalam produk memang bisa saja menurun hal tersebut memang harus di antisipasi oleh setiap pedangan, sebisa mungkin pedagang harus memberikan inovasi-inovasi agar memberikan pengaruh dalam peningkatan penjualan.

[74]Hendra Rjfita MM, *Strategi Pemasaran*, (Pekanbaru: Mutiara Pesisir Sumatra, 2015), h. 74.

3. Modal

Akan lebih menyusahkan apabila kesepakatan barang dagangan jika produk yang dijual tidak diketahui, penjual harus mulai dengan menawarkan produk kepada pembeli. Untuk melaksanakan alasan ini, sangat penting untuk memiliki tempat dan bisnis, seperti: sarana transportasi, lokasi pameran baik interior maupun eksterior perusahaan, usaha khusus, dan sebagainya. Semua ini dapat dilakukan jika kesepakatan memiliki jumlah modal dasar untuk itu. Misalnya, upaya waktu terbatas memerlukan menteri kesepakatan di mana utusan kesepakatan dipercayakan untuk membangun hubungan dengan klien dan membuat perasaan senang pada klien, karena dengan itu peluang untuk mencapai kemenangan dalam penawaran akan meningkat.[75] Tentu modal yang dikeluarkan untuk memenuhan sarana dan prasarana selain itu jasa yang pelayanan kiriman online.

Hal ini sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh pihak toko kaos truck bahwa dalam hal ini pemilik toko memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin mulai dari tempat, pelayanan dan perlengkapan yang memadai karena memberikan rasa nyaman dan aman kepada konsumen, sarana dan prasana merupan salah satu faktor penentu peningkatan penjualan.

Untuk jasa pengiriman toko hal yang dilakukan oleh pihak toko melakukan pelayanan untuk pembeli secara online adalah memilihkan jasa pengiriman yang tentu cepat tepat dan aman sehingga pelanggan tidak

[75]Robin Lent dan Genevieve Tour, *88 Strategi Penjualan Eksklusif*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama, 2008).hal 5

merasa cemas dengan barangnya. Dalam hal ini pemilik toko memilih jasa pelayanan J&T karena mengan sudah terpercaya, aman, cepat dan tepat.

4. Kondisi perusahaan

Pengertian perusahaan/toko menurut Prof. Mr.W.L.P.A. Molengraff adalah semua perbuatan yang dilakukan dengan terus-menerus, bertindak keluar untuk mendapatkan penghasilan dengan cara memperniagakan barang-barang, menyerahkan barang-barang atau mengadakan perjanjian-perjanjian.[76] Sehingga dapat kita ketahui bahwa kondisi perusahaan adalah suatu keadaan lyang dialami oleh perusahaan apakah berkembang atau malah menurun dalam memperoleh labanya.

Hal ini sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh pihak toko kaos truck bahwa Kondisi baik buruknya toko memang di tangan pemilik toko, pemberian perhatian khusus pada toko karena menyangkut masa depan toko dan untuk mengetahui informasi apa saja yang kurang sehingga perlunya ada pembenahan yang dilakukan, dan evaluasi ini kondisi perusahan atau toko perlu dilakukan karena berkaitan dengan terus berjalannya toko atau perusahan, kekurangan dalam setiap perusahaan memang wajar karena dengan kekurangan yang dapat di analisis setiap toko atau perusahan akan selalu membenahai diri, dengan kekurangan maka perusahan atau toko akan menunjukan kemajuan dirinya

5. Faktor lain

a. Strategi meliputi formulasi implementasi dan evaluasi, pada Formulasi strategi merupakan kegiatan yang harus dilakukan terlebih dahulu dengan perancangan program-program, menentukan tujuan kemudian merumuskan strategi.

Menurut flavel dan wiliams strategi adalah sebagai keseluruhan sistem manajemen, dimana didalamnya terkandung formulasi, implementasi dan evaluasi guna mencapai hasil yang realistis dan obyektif.[77] Senada dengan apa yang telah disampaikan oleh sofjan render bawasannya suatu strategi menentukan rumusan tentang apa yang ingin dicapai, dimana arena yang difokuskan terkait dengan industry dan produk pasar, serta bagaimana pelaksanaannya yang berkaitan dengan penggunaan sumber-sumber daya dan kegiatan pengalokasiannya untuk setiap produk pasar yang dapat memenuhi peluang lingkungan dan sekaligus dapat menghasilkan keunggulan bersaing.[78]

Hal ini sesuai dengan apa yang di ungkapkan oleh Syaiful Sagala dalam point yang ke 4 yaitu perumusan tujuan khusus *objective setting* yaitu penjabaran dan pencapaian misi lembaga yang ditampakkan dalam tujuan lembaga,[79] dalam penentuan tujuan tentunya dibutuhkan program-program untuk membuat tujuan tersebut. Dengan demikian pendapat dari

---

[77] Hassel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Modern untuk Sektor Public,* (Yogyakarta: Balairung,2003), hal 9

[78] Sofjan Assauri, Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value, (Rajawali Pers, Jakarta, 2013),hal 74.

[79] Sagala, syaiful, *manajemen strategik* …,hal 133

syaiful sagala ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan di toko kaos truck merch tulungagung.

Formulasi strategi merupakan hal yang paling *urgent* dalam berjalannya sebuah bisnis. Formulasi strategi yang baik akan membawa kemajuan sebuah perusahaan/toko yang begitu pesat. Sebaik apapun pemimpinnya kalau formulasi strateginya berantakan maka lembaga akan berantakan pula. Khusunya dalam meningkatkan penjualan produknya.

Formulasi strategi yang dilakukan oleh toko kaos truck merch tulungagung ini adalah menyiapkan toko di marketplace shopee, membuat desain yang menarik pada toko, memberikan voucher diskon, memberikan voucher gratis ongkir, memberikan voucher cash back, menyiapkan program iklan gratis maupun berbayar. Kemudian toko offline nya sudah menyiapkan tempat yang nyaman bagi pengunjung yang datang, kemudian memberikan fasilitas yang memadai, pelayanan oleh karyawan yang sopan, sehingga hal tersebut di siapkan untuk memberikan rasa nyaman kepada pengunjung yang datang ke toko tersebut.

b. Implementasi strategi yang dilakukan tetap dalam kendali pemilik toko dengan menerapkan sistem komunikasi dua arah secara intensif, dan pengawasan.

Terkait dengan mplementasi strategi Guntur setyawan berpendapat, implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling

menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana birokrasi yang efektif.[80] Hal ini juga di perkuat oleh Purwanto dan Sulistyastuti, Implementasi intinya adalah kegiatan untuk mendistribusikan keluaran kebijakan (*to deliver policy output*) yang dilakukan oleh para implementor kepada kelompok sasaran (*target group*) sebagai upaya untuk mewujudkan kebijakan.[81]

Implementasi strategi adalah proses bagaimana melaksanakan strategi yang telah diformulasikan dengan tindakan nyata. Implementasi strategi yang sering juga disebut sebagai eksekusi strategi (*executing strategy*) merupakan faktor yang sangat menentukan bagi keberhasilan suatu program(formulasi). Sehingga tindakan-tindakan tersebut kemudian dikeloladengan baik agar program-program terlaksana dengan baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Dalam proses implementasi strategi, seorang pemimpin lembaga harus memanfaatkan segala sumber daya yang ada baik sumber daya manusia maupun non manusia untuk mewujudkan strategi tersebut, Menempatkan sumber daya manusia sesuai dengan kemampuannya dan menggunakan sumber daya non manusia dengan maksimal akan mampu mewujudkan strategi tersebut. Sebaliknya, jika tidak dikelolah dengan baik maka strategi tersebut tidak akan terwujud.

---

[80]E. Mulyasa, *Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan, (*Jakarta, Bumi Aksara, 2013). Hal 56.

[81] Purwanto dan Sulistyastuti, *Analisis Kebijakan dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan*, Bumi Aksara Jakarta, 1991, Hal 21

Dalam implementasinya formulasi strategi pemilik toko kaos truck merch tulungagung penerapan perencanaan strategi dalam tokonya online shopee nya mulai dari memberikan voucher belanja, voucher diskon, voucher cash back, voucher gratis ongkir, pelaksanaan iklan gratis maupun berbayar, hasil akhir dari pelaksaan program adalah hasil yang didapatkan peningkatan penjualan yang sesuai di harapkan pemilik toko. Tentu dalam hal ini juga di berikan pengawasan yang ketat agar tidak terjadi kesalahan-kesalahan yang di inginkan.

c. Evaluasi strategi dilakukan evaluasi secara internal yang terjadwalkan dan *insidental* di tiap-tiap unit dan evaluasi secara menyeluruh.

Wond And Born "*refor to the act or process to dermining the evalue of something"* (mengacu pada suatu tindakan atau prosses untuk menentukan nilai suatu tindakan yang dimaksud adalah tindakan yang dilakukan evaluator terhadap suatu pristiwa kejadian. Tindakan ini mengandung maksud untuk memberikan arti atau makna dari kejadian itu, sehingga dapat diproses lebih lanjut. Tindakan tersebut dilakukan atas dasar obyektivitas dan integritas).[82]

Hal ini juga di dukung oleh Rakhma Oktavina dengan ungkapannya sebagai berikut Evaluasi kinerja yang efisien dan efektif maka dibutuhkan pengelolaan (manajemen) terhadap strategi-strategi evaluasi kinerja yang sesuai dengan karaktersitik usaha yang bersangkutan. Manajemen strategi sebagai sekumpulan keputusan dan

[82] Anas Sudijono, *pengantar Evaluasi Pendidikan ,* (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2009), hal 1

kegiatan dalam memformulasikan dan mengimplementasikan rencana yang dirancang dalam mencapai tujuan perusahaan. Manajemen strategi biasanya dihubungkan dengan pendekatan manajemen yang integrative yang mengedepankan secara bersama-sama seluruh elemen, seperti perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian sebuah strategi bisnis.[83]

Evaluasi strategi dalam berbisnis diharapkan mampu memberikan gambaran untuk berbenah agar lebih baik kedepannya.Dengan bertolak hasil evaluasi, kendala serta hambatan-hambatan yang dihadapi. pemilik toko kaos truck dalam hal ini mas risky saputra mampu merancang program-program baru untuk perbaikan kedepan demi meningkatkan daya saing tokonya.

Langkah terakhir dalam strategi adalah evaluasi strategi. Dari hasil evaluasi inilah yang akan menjadi rujukan untuk melakukan formulasi berikutnya. Sehingga evaluasi strategi dalam manajemen strategik adalah usaha-usaha untuk memonitor hasil-basil dari perumusan (formulasi) dan penerapan (implementasi) strategi termasuk mengukur kinerja karyawan, serta mengambil langkah-langkah perbaikan jika diperlukan.

Evaluasi strategi yang dilakukan di toko kaos truck merch tulungagung ini adalah evaluasi secara internal yang terjadwalkan dan insidental di tiap-tiap unit dan evaluasi secara menyeluruh. Evaluasi internal ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan serta kendala-

[83] Rakhma Oktavina, Model Manajemen Strategis Evaluasi Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Makanan Ringan, Jurnal Ekonomi Bisnis, No. 2 Vol. 14, Agustus 2009,)hal 91

kendala yang dihadapi oleh unit masing-masing. Sedangkan evaluasi secara menyeluruh dilakukan untuk membahas masalah yang melibatkan unit lain. Selain itu, evaluasi ini juga untuk membahas langkah-langkah perbaikan kedepan dan teknik pelaksanaan program yang akan dilaksanakan berikutnya.

B. **Kelemahan dalam penjualan menggunakan *marketplace* shopee pada Toko Kaos Truck Merch Tulungagung.**

kekurangan yang dimiliki oleh *Marketplace* shopee pertama, konsumen tidak bisa melihat barang secara langsung itu kenapa ada beberpa pelanggan yang tidak mempunyai situs jual beli shopee, walaupun sudah ada sitem rating pada toko ataupun pemberian testimoni, namun beberapa orang masih meras bahwa ini tidak mampu menjamin barang ataupun jasa yang seperti sudah di janjikan, kedua, resiko yang besar karena tidak menjamin kemamanan dan kepercayaan, ketiga, persaingan harga, sehingga konsumen mudah membandingkan harga antara toko satu dengan toko yang lainnya, ini baik bagi konsumen namun merugikan bagi penjual.

Untuk memberikan rasa nyaman dan aman kepada penjual trntunya pihak developert shopee terus mengembangkan situsnya, memngan setiap kegiatan apapun tidak memiliki kemungkinan untuk adanya kelemahan, apa lagi dalam jual beli online ini, sehingga rasa saling percaya antara penjual dan pembeli sebisa mungkin untuk di benntuk dengan baik.