

ABSTRAK

Toko mainan import *premium brand* untuk bayi dan anak, Tulus Toyland merupakan pemain yang baru (berdiri pada 14 Mei 2012), dalam bidang usaha penjualan dan penyewaan mainan anak dan perlengkapan bayi. Pencapaian sales volume selama tahun 2013 ada pada angka 50 % dari target; hal mengindikasikan bahwa Tulus Toyland belum memiliki image di pasar, dan kepercayaan konsumen terhadap Tulus Toyland belum terbentuk.

Pada penjualan on line market, pengenalan produk antara penjual dan konsumen relative terbatas. Hal ini menuntut suatu terobosan pengenalan produk yang bisa memberikan jaminan kualitas bagi konsumen. Kompetisi harga adalah tantangan utama dalam unit bisnis penjualan. Peneliti menggunakan analisa TOWS dan uji EFAS-IFAS.

Hasil uji EFAS adalah sebesar 3,25, hasil uji IFAS adalah 2,85. Selanjutnya dilakukan matrik internal dan eksternal (IE), didapati hasil uji peningkatan performansi unit usaha Tulus Toyland berada pada sel 2 (dua), yaitu terletak pada posisi *growth situation*. Berdasarkan matrik TOWS didapat upaya peningkatan kinerja penjualan Tulus Toyland terletak pada kuadran peningkatan dan perbaikan internal. Dalam hal ini manajemen Tulus Toyland harus meminimalkan kelemahan internal dan memaksimalkan peluang eksternal.

Kata Kunci : Online Shop, Analisa TOWS, Peningkatan penjualan, Matriks EFAS-IFAS

ABSTRACT

The premium imported toy store for babies and children, Tulus Toyland is a new player (established in May 14, 2012). This company is engaged in the sale and rental of toys and baby gear. Sales volume achievement during 2013 there were at 50% of the target; it indicates that Tulus Toyland's consumer confidence and brand image has not been formed yet.

A sale in the online market is relatively limited in introduction of products between the seller and the consumer. This requires the introduction of a breakthrough product that can provide assurance quality for consumers. Price competition is a major challenge in the sales business unit. In this study the author uses the TOWS analysis and IFAS-EFAS test.

EFAS test results is equal to 3.25, and test results IFAS is 2.85. Furthermore, the internal and external matrix (IE), found an increase in the performance test results of Tulus Toyland business unit is in the cell 2 (two), that position indicated of the growth situation. Based on the TOWS matrix obtained efforts to improve sales performance of Tulus Toyland located in quadrant improvement and internal improvements. In this case Tulus Toyland management should minimize internal weaknesses and maximize external opportunities.

Keywords: Online Shop, TOWS analysis, Sales Improving, Matrix EFAS-IFAS