

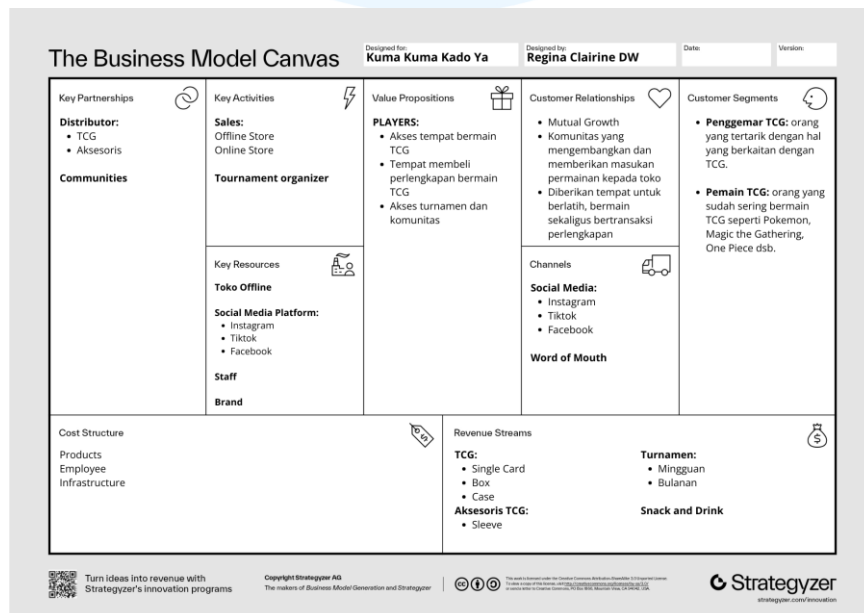
BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Kuma Kuma Kado Ya merupakan toko TCG yang menawarkan produk berupa *single card*, *booster box*, aksesoris TCG hingga makanan dan minuman. Pertama kali berdiri pada tanggal 30 September 2023 di Gading Serpong. Terbentuknya Kuma Kuma Kado Ya karena adanya keinginan kedua pemilik untuk menciptakan tempat bermain TCG yang ramah dan saling membangun antar anggota komunitasnya.

Kuma Kuma Kado Ya memiliki visi yaitu menjadi toko hiburan terdepan bagi anggota dari komunitas dan menjadikan tempat yang ramah serta membangun. Dengan misi memberikan tempat bermain dan berkumpul yang aman, nyaman dan juga sehat bagi pengunjung dan komunitas di sekitar.



Gambar 2. 1 Bussiness Model Canvas Kuma Kuma Kadoya

Sumber: strategyzer.com (2025)

Kuma kuma Kado Ya berfokus kepada penggemar TCG yang mungkin belum pernah bermain namun memiliki ketertarikan dan juga para pemain TCG yang membutuhkan tempat untuk bermain, bertransaksi ataupun membangun relasi antar pemain. Sehingga dari sini Kuma Kuma Kado Ya menyediakan tempat untuk bermain, melakukan transaksi jual-beli kartu dan aksesoris hingga turnamen resmi. Setiap minggunya Kuma Kuma Kado Ya memberikan informasi tentang jadwal pertandingan, barang yang dijual hingga jadwal buka toko melalui akun resmi Instagram dan juga Facebook. Selain itu dengan seringnya mengikuti turnamen toko maupun nasional, Kuma Kuma Kado Ya juga mengajak pemain ataupun bukan pemain untuk datang bermain ke toko.

Pendapatan utama Kuma Kuma Kado Ya datang dari penjualan produk kartu atau aksesoris, biaya turnamen dan juga makanan serta minuman yang disediakan. Produk kartu atau aksesoris tidak hanya diperjualbelikan melalui *offline store* namun melewati *online store* juga seperti Tokopedia. Dan segala informasi mengenai jadwal ataupun produk bisa diakses secara publik melalui akun instagram, facebook dan juga grup whatsapp yang ada pada bio instagram.



SWOT ANALYSIS KUMA KUMA KADO YA

STRENGTH <ul style="list-style-type: none"> • Access to official held tournament • Access to official Product • Opening hours that accommodate players 	WEAKNESS <ul style="list-style-type: none"> • TCG is a very niche market • Many competitor in the same segment around the area
OPPORTUNITY <ul style="list-style-type: none"> • Communities with niche card game choices • Worker that only can play in night time 	THREAT <ul style="list-style-type: none"> • Communities abandoning the card game • TCG close out

Gambar 2. 2 SWOT Analysis Kuma Kuma Kado Ya

Sumber: penulis (2025)

Kuma Kuma Kado Ya juga memiliki rekan dengan distribusi TCG dan aksesoris sehingga dapat meyakinkan pemain atau pembeli mendapatkan produk resmi dan asli dengan harga yang baik. Biaya terpenting yang Kuma Kuma Kado Ya keluarkan adalah untuk membayar gaji para pegawai, stok produk dan juga biaya infrastruktur seperti listrik, air, internet dsb.

Hasil analisis SWOT dari Kuma Kuma Kado Ya ditemukan bahwa kekuatan yang dimiliki adalah akses terhadap turnamen dan produk resmi dan juga jam buka yang dapat mengakomodasi para pemain TCG terkhususnya yang hanya bisa bermain sore atau malam hari. Namun ada juga kelemahannya yaitu market TCG yang sangat khusus sehingga akan sulit untuk menjual produk dan juga banyaknya kompetitor dalam segmen yang sama—terdapat sekitar 6 toko TCG di Gading Serpong, BSD dan Alam Sutera.

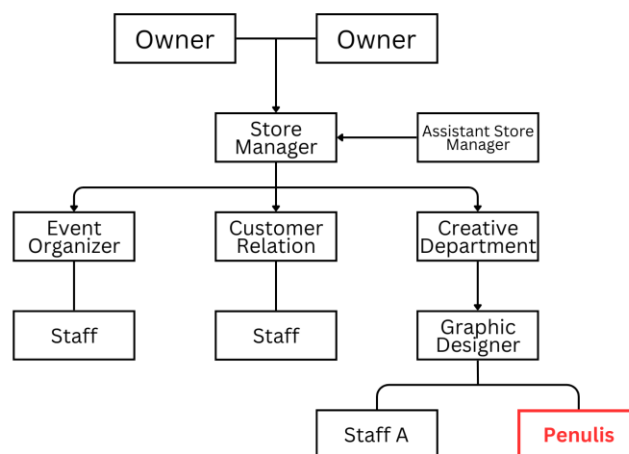
Namun, Kuma Kuma Kado Ya juga memiliki peluang yang besar terkhususnya karena menyediakan komunitas yang bermain TCG yang jarang ditemui seperti

permainan kartu *Weiss Schwarz*. Selain itu juga jam buka hingga malam sehingga pemain yang bekerja hingga malam masih bisa datang untuk bermain. Namun ada juga ancaman yang bisa datang berupa komunitas yang bisa saja meninggalkan TCG dan juga matinya TCG di Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Kuma Kuma Kadoya memiliki 2 pemilik yang menjadi kedudukan tertinggi dalam perusahaan. Kemudian terdapat *store manager* yang sekaligus pembimbing lapangan dari penulis. Selanjutnya terdapat 3 divisi berupa *event organizer* yang mengurus kepentingan pertandingan resmi di Kuma Kuma Kado Ya, *customer relationship* yang bertugas menjawab pertanyaan di sosial media dan customer yang ada di toko, dan juga *creative department*.

Terdapat 2 orang yang berperan sebagai graphic desainer yakni penulis dan juga 1 orang lagi. Penulis lebih berfokus kedalam desain yang berhubungan dengan sosial media dan beberapa ilustrasi desain lainnya. Sedangkan yang satunya lagi lebih berfokus kedalam desain pakaian dan aksesoris TCG.



Gambar 2. 3 Struktur Toko Kuma Kuma Kado Ya

Sumber: penulis (2025)