

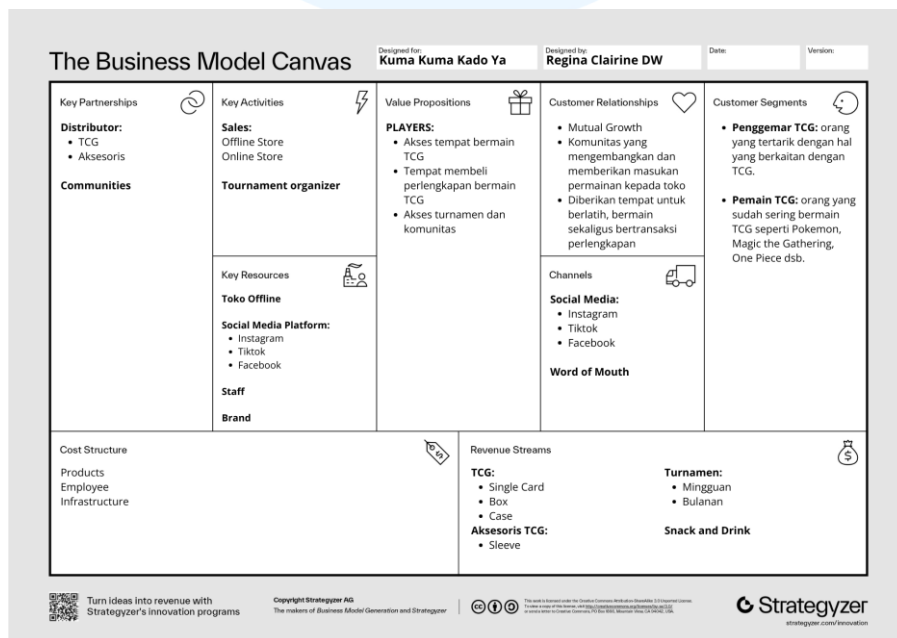
BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Berdiri pada tahun 2023 tepatnya 30 September, Kuma Kuma Kado Ya menjadi salah satu toko TCG terlama yang ada di Gading Serpong. Kuma Kuma Kado Ya menghadirkan produk TCG *official* dan juga menyediakan makanan dan minuman. Berdiri karena keinginan kedua *owner* untuk bisa membuat tempat bermain yang ramah serta saling membangun antar pemain.

Visi dari Kuma Kuma Kado Ya yakni menjadi toko TCG yang terdepan untuk anggota komunitas, menjadi tempat bermain yang ramah dan membangun. sedangkan misi dari Kuma Kuma Kado Ya adalah bisa memberikan tempat main dan berkumpul yang nyaman, aman serta sehat untuk para pengunjung ataupun komunitas yang ada di sekitar (*N. Xavier, komunikasi pribadi, Februari 21, 2026*).



Gambar 2.1 Analisis BMC Kuma Kuma Kado Ya

Sumber: penulis (2026)

Fokus utama Kuma Kuma Kado Ya adalah para *player* baru atau pengunjung yang belum pernah mencoba bermain namun tertarik untuk belajar, para *player*

yang butuh tempat bermain dan transaksi jual-beli kartu. Oleh karena itu, Kuma Kuma Kado Ya memberikan tempat untuk bisa bermain dan juga produk untuk dilakukannya transaksi.

Media sosial Kuma Kuma Kado Ya digunakan untuk bisa menunjukkan pemenang dari turnamen, jadwal turnamen, hingga produk yang dijual. Dengan begitu orang-orang baru bisa mengetahui jadwal ataupun bertanya perihal stok produk. Hal ini membuat pendapatan utama dari Kuma Kuma Kado Ya adalah dari biaya turnamen, penjualan produk dan juga makanan/minuman yang disediakan di toko *offline*. Sedangkan toko online menyediakan produk TCG seperti *single card*, *booster box* dan juga aksesoris seperti *sleeve*.

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

Gambar 2.2 Analisis SWOT Kuma Kuma Kado Ya

Sumber: penulis (2026)

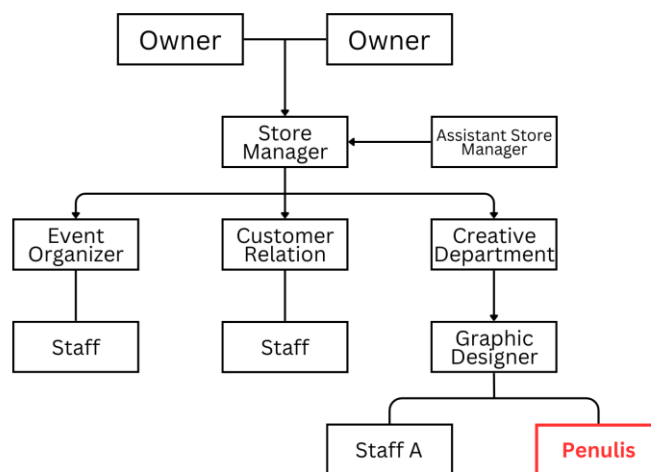
Strength dari Kuma Kuma Kado Ya adalah akses kepada produk atau turnamen official serta jam buka yang fleksibel bagi pemain yang baru bisa bermain di malam hari. Sedangkan *weakness* ada pada pasar yang terlalu *niche* dan juga bertambahnya kompetitor yang memiliki segmen yang sama di area sekitar. Namun ada pula *opportunity* yang dimiliki oleh Kuma Kuma Kado Ya yakni komunitas yang bermain TCG yang *niche* seperti adanya turnamen baru di hari rabu untuk TCG Wixoss dan juga player yang baru bisa bermain setelah bekerja pada malam hari.

dan untuk *threat* terbesar Kuma Kuma Kado Ya adalah komunitas yang perlahan berhenti bermain atau meninggalkan TCG dan juga tutupnya TCG di Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Terdapat 2 *owner* sebagai kedudukan tertinggi di Kuma Kuma Kado Ya. Salah satu *owner* juga bekerja sebagai atasan dan orang yang memberikan informasi ataupun revisi kepada beberapa *design* terutama proyek khusus seperti animasi untuk akhir tahun. Lalu ada *store manager* yang merupakan *supervisor* dari penulis dengan tugas memberikan informasi perihal turnamen yang sedang berjalan.

Kemudian terdapat 3 divisi yang ada di Kuma Kuma Kado Ya yaitu EO atau *Event Organizer*, *Creative Department* dan juga *Customer Relation*. Penulis masih berada dibawah tim *graphic designer* yang merupakan bagian dari *Creative Department*. Dengan tetap berfokus pada pembuatan *design* untuk media sosial dan juga lainnya selain pakaian.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi
Sumber: penulis (2026)