



BAB II

ANALISIS INDUSTRI

Wirausaha harus jeli dengan mengetahui cukup pengetahuan bagi lingkungan nasional dan pasar yang dapat dipakai dalam pengambilan keputusan. Semua ini merupakan hal yang penting untuk dapat menetapkan apakah usaha yang akan dibuat merupakan bisnis yang potensial atau tidak. Seperti apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, serta harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan kepada konsumen, sehingga pengusaha dengan usahanya mampu bersaing dengan para pesaing.

Dalam upaya agar usaha dapat bersaing dengan para pesaingnya, wirausaha harus mengetahui kekuatan pesaing, ukuran pesaing dan strategi apa saja yang diterapkan oleh pesaing, hal ini dapat menjadi peluang bagi seorang wirausaha untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing agar dapat menetapkan strategi bisnis yang tepat untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi ancaman-ancaman yang akan terjadi di kemudian hari. Pesaing dapat diidentifikasi dengan beberapa cara seperti menanyakan langsung kepada konsumen dan juga dengan melakukan pengamatan terhadap pesaing.

A. Analisis Lingkungan Makro Bisnis

Menurut Ward and Peppard (2002: 70) Analisis PESTLE adalah analisis terhadap faktor lingkungan eksternal bisnis yang meliputi bidang politik, ekonomi, sosial dan teknologi. PESTLE digunakan untuk menilai pasar dari suatu unit bisnis atau unit organisasi. Arah analisis PESTLE adalah kerangka untuk menilai sebuah situasi, dan menilai strategi, arah perusahaan, rencana pemasaran, atau ide. Dimana analisis ini cukup mempengaruhi perusahaan, karena melalui analisis ini dapat diambil suatu peluang atau ancaman baru bagi perusahaan. Dalam menganalisis lingkungan makro bisnis ini, penulis

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menggunakan analisis PESTLE. Analisis ini dipilih karena analisis ini dapat digunakan untuk memahami segala resiko yang terkait dengan pertumbuhan atau penurunan usaha, dan juga posisi, potensi, serta arah strategis untuk bisnis maupun organisasi. Selain itu, PESTLE ini juga berguna untuk memahami gambaran lingkungan secara menyeluruh serta kesempatan maupun ancaman yang ada disekitarnya. Dengan adanya pemahaman lingkungan secara menyeluruh kita dapat mengambil kesempatan yang ada serta meminimalisir resiko atau ancaman. Ada 6 macam analisis yang dianalisa disini yaitu:

1. Faktor politik
2. Faktor ekonomi
3. Faktor Sosial
4. Faktor teknologi
5. Faktor hukum dan peraturan
6. Faktor lingkungan

Berikut adalah hasil analisis PESTLE yang telah dilakukan oleh penulis terhadap

Shiny Car Wash:

1. Faktor Politik

Di dalam faktor ini, seluruh faktor yang berhubungan dengan hukum serta kebijakan dapat mempengaruhi atau membatasi tindakan operasional dan pemasaran perusahaan. Politik telah mengalami perubahan yang berdampak pada tindakan pemasar di seluruh dunia, yaitu semakin banyaknya undang-undang dan kebijakan-kebijakan yang mengatur kegiatan bisnis, penegak hukum yang kuat oleh industri pemerintah, dan penekanan terhadap tanggung jawab etika maupun sosial yang lebih besar ke masyarakat.

Hal yang akan dianalisis dalam faktor ini adalah tentang kebijakan pemerintah dalam membantu UKM terutama dalam hal meningkatkan kemampuan



entrepreneurship, dengan tujuan meningkatkan potensi dan partisipasi aktif UKM di dalam proses pembangunan nasional. Hal ini merupakan peluang bagi kelangsungan usaha *Shiny Car Wash*. Sebab usaha *Shiny Car Wash* ini merupakan usaha *entrepreneurship*, sehingga usaha ini dapat membantu program pemerintah dalam mewujudkan pemerataan pembangunan melalui perluasan kerja dan peningkatan pendapatan.

2. Faktor Ekonomi

Perkeconomian pada suatu Negara dapat berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan bisnis, karena faktor ekonomi dapat mempengaruhi daya beli masyarakat. Semakin baik perekonomian suatu Negara akan membawa dampak baik terhadap daya beli masyarakat. Kondisi dari ekonomi Indonesia yang semakin meningkat dapat memberikan peluang pada beberapa sektor bisnis di Indonesia.

Hal yang akan dianalisis dalam faktor ini adalah tentang pertumbuhan perekonomian yang baik akan meningkatkan daya beli masyarakat. Hal ini merupakan peluang bagi bengkel *Shiny Car Wash*. Sebab dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi, masyarakat khususnya para pemilik kendaraan mobil tidak akan kehilangan daya untuk membeli jasa perawatan kendaraan mobil dan tidak terbebani dengan pengeluaran akan perawatan kendaraannya pada saat tidak memiliki waktu.

3. Faktor Sosial

Sosial budaya merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap ketergantungan bisnis dari bengkel *Shiny Car Wash*. Hal ini dikarenakan lingkungan budaya Indonesia yang mempengaruhi nilai, persepsi, rasa, selera, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perilaku sosial. Sosial budaya juga berpengaruh pada lingkungan setempat dimana bisnis harus bisa beradaptasi seperti menghindari ancaman dan memanfaatkan peluang yang ada. Pada masing-masing orang tentunya terdapat sebuah perbedaan persepsi dan hal tersebut dijadikan sebuah budaya. Perbedaan budaya menjadikan sebuah gaya hidup seseorang dan pemahaman budaya pada masing- masing orang tersebut akan memberikan pandangan yang jelas untuk memasarkan jasa yang akan ditawarkan.

Dalam analisis ini, mulai timbulnya kesadaran akan kebutuhan perawatan mobil di lingkungan sekitar Karawang Barat merupakan peluang bagi bengkel *Shiny Car Wash*, sebab kawasan ini merupakan lingkungan perdagangan, perumahan dan juga lingkungan sosial, kawasan ini selalu ramai mulai dari kendaraan pribadi sampai kendaraan muatan besar. Sehingga dengan adanya pengadaptasian usaha dengan lingkungan sekitar akan mempengaruhi persepsi masyarakat sekitar akan kebutuhan perawatan mobil, dan tidak menutup kemungkinan akan menjadi gaya hidup masyarakat sekitar.

4. Faktor Teknologi

Perkembangan teknologi dapat dikatakan sebagai penanda perkembangan jaman, sebab dampaknya yang cukup besar bagi kehidupan manusia. Hal yang dianalisis dalam faktor ini adalah faktor teknologi dari lingkungan makro, dimana teknologi yang dianalisis adalah perkembangan teknologi pada mobil-mobil terbaru, yang memunculkan beberapa varian warna yang lebih banyak dan lebih terang khususnya warna putih. Hal ini merupakan peluang bagi *Shiny Car Wash*, disebabkan warna-warna varian yang terang akan membutuhkan perawatan yang ekstra, sebab jika tidak warna akan berubah menjadi kusam atau bahkan berubah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



warna seperti contoh warna putih yang dapat berubah warna menjadi kekuning-kuningan.

5. Faktor Hukum dan Peraturan

Faktor hukum tentu sedikit banyak memberikan pengaruh terhadap suatu usaha, berkaitan dengan kepatuhan hukum yang telah dibuat oleh Negara dan yang dapat dihubungkan dengan perdagangan adalah kewajiban untuk membayar pajak serta mengurus izin-izin terkait untuk mempermudah menjalankan usahanya.

Hal ini merupakan ancaman bagi *Shiny Car Wash* jika tidak memiliki Surat izin terkait usaha yang direncanakan, maka dari itu untuk menghindari ancaman tersebut, *Shiny Car Wash* akan membuat Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Izin Tempat Usaha (SITU), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), agar menjadi legal dimata hukum dan mendaftarkan *Shiny Car Wash* dalam Nomor Register Perusahaan (NRP), dimana NRP ini akan dicantumkan pada dokumen-dokumen usaha dan papan nama usaha, sehingga *Shiny Car Wash* diakui kegiatan usahanya oleh pemerintah.

6. Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan mendapatkan perhatian utama bagi *Shiny Car Wash*. Faktor-faktor lingkungan yang dianalisis disini adalah dampak bengkel *Shiny Car Wash* kedepannya terhadap lingkungan sekitar. Hal ini menjadi perhatian utama sebab *Shiny Car Wash* ingin menghindarkan dampak yang tidak baik pada lingkungan sekitar dengan melihat kondisi dari lingkungan yang erat kaitannya dengan air limbah pembuangan hasil pencucian kendaraan mobil.

Hal ini merupakan peluang bagi *Shiny Car Wash*, dikarenakan *Shiny Car Wash* akan menggunakan *shampoo* dengan bahan kimia yang ramah lingkungan, yang tidak akan menyebabkan dampak tidak baik terhadap lingkungan sekitar. Dimana sisa air limbah dari penggunaan *shampoo* ini akan dengan mudah diuraikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



oleh senyawa lainnya pada saat air limbah dibuang ke selokan. Selain *shampoo*, sistem pembuangan air limbah pun akan diperhatikan, pembuangan air limbah akan dibuat sedemikian rupa agar air limbah hasil pencucian dapat langsung mengalir ke selokan pembuangan.

B. Analisis Persaingan Industri

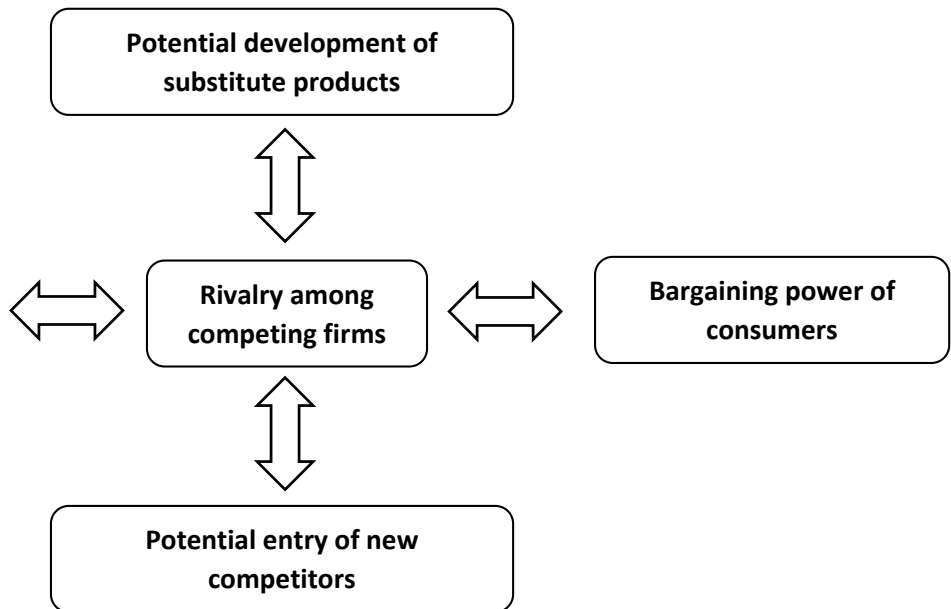
Dalam menganalisis persaingan industri ini, analisis yang digunakan adalah analisis model lima kekuatan Porter. Menurut David (2013: 105) analisis Porter adalah analisis yang digunakan untuk mengembangkan strategi untuk dapat bersaing dengan para pesaing yang bergerak di dalam industri yang sama. Analisis ini juga dapat mengidentifikasi aspek-aspek penting yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam sebuah perusahaan, mengevaluasi kinerja bisnis, serta menentukan kekuatan atau inovasi yang layak agar dapat bersaing dalam industri. Terdapat lima faktor yang dipertimbangkan dalam persaingan, berikut adalah analisis lima faktor persaingan Porter:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 2.1 Five Forces Model of Competition, diambil dari Fred R. David (2013)

I. Rivalry Among Competing Firms

Menurut David (2013: 106) Persaingan di antara perusahaan yang bersaing dalam bidang yang sama merupakan hal yang paling kuat dari lima kekuatan kompetitif. Saat ini jumlah bengkel *car wash* yang ada dalam persaingan hanya ada 1 pesaing dengan jarak 5 kilometer dari bengkel *Shiny Car Wash*. Bengkel *car wash* ini memiliki keunggulan dan kelemahannya dalam menguasai pangsa pasar. Bengkel *car wash* yang menempati kedudukan kompetitif dalam persaingan di industri ini akan lebih dikenal oleh masyarakat.

Hal ini merupakan peluang bagi *Shiny Car Wash* dalam menciptakan keunggulannya sendiri sehingga *Shiny Car Wash* dapat menguasai pangsa pasar dan dapat dikenal oleh masyarakat karena hasil yang memuaskan. Oleh karena itu, *Shiny Car Wash* akan memberikan pelayanan yang terbaik dengan memperhatikan ketepatan waktu dalam mencuci mobil, memfasilitasi para konsumen dengan ruang tunggu yang nyaman serta memberikan hasil berkualitas yang sesuai dengan nama perusahaan yaitu *berkilau*.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. *Bargaining Power of Consumers*

Menurut David (2013: 108) Ketika pelanggan membeli dalam volume atau konsentrasi atau dalam jumlah yang banyak, kekuatan penawaran mereka merupakan kekuatan utama yang mempengaruhi intensitas persaingan dalam industri. Pembeli yang dimaksud disini adalah para konsumen yang ingin mencuci mobilnya. Para pembeli merupakan pihak yang cukup kuat dalam penentuan keputusan pembelian. Harga yang terjangkau dan jasa yang berkualitas merupakan hal yang diinginkan oleh para konsumen.

Kekuatan tawar menawar pembeli berkaitan erat dengan harga yang ditetapkan oleh *Shiny Car Wash* dan berpengaruh dari penawaran para pesaing sejenis. Kekuatan tawar menawar pembeli pun dapat menjadi tinggi ketika hasil didapatkan oleh konsumen adalah hasil yang *standard*, sehingga hal ini dapat menjadi ancaman bagi *Shiny Car Wash* ketika para konsumen memiliki daya beli ke pesaing industri yang sama dikarenakan hasil yang *standard*.

3. *Bargaining Power of Suppliers*

Menurut David (2013: 108) Kekuatan tawar menawar pemasok memiliki efek terhadap intensitas persaingan industri, terutama, ketika pemasok ini berjumlah banyak dan ketika diluar sana hanya ada beberapa pemasok bahan pengganti yang baik atau ketika biaya untuk melakukan pertukaran pemasok sangat tinggi. Pemasok yang dimaksud disini adalah perusahaan yang dapat menyediakan dan menawarkan produk yang diperlukan untuk mendukung proses bisnis *Shiny Car Wash* yaitu peralatan untuk mencuci mobil, alat untuk mengeringkan dan juga alat untuk membersihkan bagian kabin mobil serta perlengkapan dalam proses pembayaran.

Para pemasok tersebut adalah seluruh perusahaan rekanan *Shiny Car Wash* yang terdapat di kawasan Karawang Barat yang dapat menyediakan peralatan serta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi undang-undang. IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Instititit Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



perlengkapan yang dapat mempengaruhi proses bisnis *Shiny Car Wash*. Hal ini merupakan peluang bagi *Shiny Car Wash* dikarenakan cukup banyaknya pemasok produk-produk yang digunakan untuk operasional *Shiny Car Wash*. Sehingga pada saat terjadi perubahan harga yang ditawarkan, *Shiny Car Wash* akan dengan mudah mencari pemasok lain yang dapat menawarkan harga yang lebih rendah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. *Potential Entry of New Competitors*

Menurut David (2013:107) setiap kali perusahaan baru dapat dengan mudah masuk industri tertentu, intensitas persaingan diantara perusahaan pun akan meningkat. Saat ini banyak pendatang baru yang bergerak dalam bidang yang sama dengan *Shiny Car Wash* yaitu jasa pencuci mobil. Para pendatang baru ini datang dengan menawarkan kualitas pelayanan dan juga hasil yang lebih baik dari pesaing-pesaingnya. Namun, usaha jasa pencucian mobil ini merupakan usaha yang tidak mudah dimasuki oleh pendatang baru, dikarenakan usaha ini membutuhkan modal yang cukup besar dan juga lahan yang luas.

Hal ini merupakan peluang bagi *Shiny Car Wash*, dikarenakan persaingan dalam usaha ini tidak terlalu berat dan juga memperpanjang umur dari usaha itu sendiri. Namun, dengan minimnya persaingan tidak membuat *Shiny Car Wash* bersikap santai, *Shiny Car Wash* akan tetap meningkatkan dan menjaga kualitas serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan, dan tidak lupa juga memberikan promosi-promosi guna menjaga loyalitas para pelanggan.

5. *Potential Development of Substitute Products*

Menurut David (2013: 107) seluruh perusahaan akan selalu berkompetisi dengan para produsen produk pengganti di industri yang lain. Produk pengganti ini merupakan barang-barang ataupun jasa berbeda dari luar industri tertentu yang melakukan fungsi serupa dengan produk yang dihasilkan oleh industri tersebut. Secara

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



umum, produk pengganti merupakan ancaman yang kuat bagi suatu perusahaan ketika pelanggan beralih ke produk pengganti yang disebabkan produk substitusi memiliki harga yang lebih rendah atau juga kualitas yang ditawarkan lebih baik.

Minimnya jasa pencucian mobil dengan alat *robotic* di kawasan Karawang Barat ini merupakan peluang bagi *Shiny Car Wash* dalam menguasai pangsa pasar. Namun, terdapat ancaman produk pengganti tetap ada yaitu munculnya bengkel-bengkel kecil dan juga bengkel umum yang menawarkan jasa pencucian mobil. Bengkel tersebut merupakan ancaman bagi *Shiny Car Wash*, karena bengkel tersebut menawarkan harga yang lebih rendah dari harga yang ditetapkan *Shiny Car Wash*. Namun, ancaman tersebut masih memiliki kekuatan rendah karena hasil yang diberikan masih kurang memuaskan dan juga sabun cuci yang digunakan tidak sebaik sabun yang digunakan oleh *Shiny Car Wash*.

C. Analisis Persaingan Usaha

Dalam menganalisis persaingan usaha ini, analisis yang digunakan adalah analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM). Dimana CPM ini menurut David (2013: 153) adalah sebuah alat manajemen strategis yang penting untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing utama dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan.

Dalam menganalisa bisnis digeluti, pelaku bisnis menentukan siapa saja yang menjadi pesaing utama dan mengetahui proses persaingannya terhadap perusahaannya sendiri. Hasil dari analisis yang dilakukan dapat berguna sebagai ukuran dalam menentukan keputusan setiap tindakan yang akan dilakukan nantinya. Setelah mempertimbangkan lokasi bisnis, maka diperoleh beberapa pesaing utama yang bergerak dalam bidang usaha sejenis yang menjadi pesaing bagi *Shiny Car Wash*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dari data yang dikumpulkan dapat diperoleh informasi tentang pesaing utama bengkel *Shiny Car Wash*. Berikut adalah nama-nama pesaing beserta keunggulan dan kelemahannya

1. ZIO Car Wash Hidraulik

Keunggulan dari ZIO Car Wash Hidraulik:

- a. Harga yang ditawarkan untuk cuci *hydraulic* Rp. 50.000

Kelemahan dari ZIO Car Wash Hidraulik:

- a. Tidak memiliki mesin *robotic*.
- b. Jumlah peralatan yang kurang memadai.
- c. Kurangnya kebersihan bengkel.
- d. Kurangnya promosi.
- e. Kurangnya tenaga kerja yang ahli.
- f. Tidak memiliki ruang tunggu
- g. Lokasi kurang strategis

Selain kekuatan dan kelemahan para pesaing utama *Shiny Car Wash*, penilaian CPM dapat diukur berdasarkan factor penentu keberhasilan, dimana factor yang diukur disesuaikan dengan rating dari setiap perusahaan, sehingga memudahkan untuk dilakukan analisis komparatif. Factor-faktor berikut adalah factor penentu berhasil atau tidaknya *Shiny Car Wash* dalam bersaing dengan pesaing utamanya.

1. Kualitas

Kualitas yang dimaksud adalah hasil dari *service* yang diberikan kepada pelanggan serta pencucian dengan menggunakan mesin *hydraulic*. *Service* yang



diberikan yaitu sering dilakukannya *control* terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh pekerja yang menyebabkan kualitas kebersihan pencucian mobil dari bengkel *Shiny Car Wash* terus meningkat serta ketepatan waktu dalam mencuci mobil yang didukung dengan alat yang memadai yaitu *robotic* dan *hydraulic*.

2. Harga

Harga akan menjadi sesuatu yang penting karena harga merupakan salah satu faktor penentu dalam keputusan pembelian dan juga menjadi hal utama yang biasa dijadikan faktor perbandingan dengan para pesaing di industri yang sama. Dalam hal ini, *Shiny Car Wash* menawarkan harga sebesar Rp. 40.000 untuk pencucian mobil standard. Harga yang *Shiny Car Wash* tawarkan kepada para pelanggan relatif murah dibandingkan dengan para pesaing lainnya tanpa mengurangi kualitas yang kami berikan.

3. Promosi

Promosi merupakan salah satu wadah pemasaran yang berguna untuk menarik perhatian para konsumen. Dalam hal ini, *Shiny Car Wash* menawarkan promosi-promosi yang menarik, seperti mencuci mobil gratis dalam rangka pembukaan bengkel. Berbeda dengan para pesaing yang tidak memberikan promosi apapun.

4. Pelayanan

Pelayanan yang dimaksud adalah sikap dan etika pada saat melayani konsumen. Dalam hal ini *Shiny Car Wash* akan memberikan pelayanan yang ramah dan disertai dengan senyuman, mulai dari konsumen masuk untuk mencuci mobilnya sampai konsumen meninggalkan *Shiny Car Wash*. Berbeda dengan para pesaing lainnya yang dapat dikategorikan mulai melupakan hal ini. Hal ini bertujuan agar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

para konsumen merasa nyaman dan secara tidak langsung akan meningkatkan rasa loyalitas konsumen kepada *Shiny Car Wash*.

5. Fasilitas Pendukung

Fasilitas merupakan hal yang diberikan kepada konsumen agar para konsumen merasakan kenyamanan. Dalam hal ini *Shiny Car Wash* memberikan layanan ruang tunggu yang nyaman, dilengkapi dengan televisi dan juga free Wi-Fi serta *Shiny Car Wash* akan menjual makanan seperti mi instan, roti panggang, pisang panggang dan makanan dan minuman lainnya, agar konsumen tidak merasa bosan selama para konsumen sedang menunggu mobilnya dicuci. Berbeda dengan para pesaing lainnya yang hanya memberikan fasilitas ruang tunggu yang hanya dilengkapi dengan televisi saja.

Setelah menganalisa faktor-faktor penentu keberhasilan atau tidaknya *Shiny Car Wash* dalam bersaing dengan pesaingnya, pemberian bobot serta peringkat pun dilakukan untuk menentukan faktor manakah yang merupakan faktor penentu utama dalam persaingan. Berikut adalah faktor-faktor yang telah dianalisis dan diberi bobot serta peringkat pada tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 2.1
Shiny Car Wash
Matrix CPM (*Competitive Profile Matrix*)
Bengkel *Shiny Car Wash* dengan satu pesaing

Faktor penentu kualitas	Bobot	<i>Shiny Car Wash</i> (Direncanakan)		<i>ZIO Car Wash</i> Teluk Jambe	
		Peringkat	Skor Bobot	Peringkat	Skor Bobot
Lokasi	0,3	4	1,2	2	0,6
Harga	0,2	2	0,4	4	0,8
Pelayanan	0,1	3	0,3	2	0,2
Kualitas	0,2	4	0,9	2	0,4
Fasilitas	0,1	3	0,3	2	0,2
Promosi	0,1	3	0,3	2	0,2
Total	1,0		3,4		2,4

Sumber: *Shiny Car Wash*





Keterangan

Angka, 4 = kekuatan mayor, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan mayor.

Skor adalah hasil perkalian dari bobot dan peringkat.

Dapat dilihat dari tabel CPM di atas, dengan total nilai tertimbang sebesar 3,4 maka nilai tersebut membuktikan bahwa bengkel *Shiny Car Wash* dapat mengungguli pesaingnya.

D. ANALISIS SWOT

Menurut David (2013: 206) Analisis SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manager mengembangkan empat jenis strategi, yaitu : strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Strategi SO adalah strategi yang ditetapkan dengan memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Strategi WO adalah strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT adalah taktik bertahan yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal atau mengurangi ancaman eksternal. Berikut adalah analisis pesaing berdasarkan strategi SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman).

A. Strength (Kekuatan)

- 1) Proses dan hasil pencucian yang berkualitas tinggi dan tepat waktu
- 2) Pelayanan yang ramah
- 3) Lokasi yang strategis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4) Tempat yang nyaman

B) Weakness (Kelemahan)

- 1) Brand baru yang masih belum dikenal banyak orang

C) Opportunities (Peluang)

- 1) Perkembangan pembangunan tempat tinggal disekitar lokasi bengkel yang sangat pesat
- 2) Timbulnya kesadaran perawatan mobil
- 3) Rendahnya persaingan di kawasan Karawang Barat

D) Threats (Ancaman)

- 1) Mudah nya konsumen berpindah ke pesaing
- 2) Hadir nya pesaing baru
- 3) Diperlukannya AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan)

Dengan menggunakan analisis SWOT yang telah dilakukan dan digunakan, maka *Shiny Car Wash* dapat menentukan empat strategi yang dapat membantu *Shiny Car Wash* dalam bersaing dengan para pesaingnya. Berikut adalah empat strategi (SO, WO, ST, WT) yang telah ditentukan *Shiny Car Wash*:

1. Strategi SO (Kekuatan-Peluang)

Strategi SO yang ditetapkan *Shiny Car Wash* adalah terus mempertahankan mutu dan kualitas pelayanan dari segi hasil dan ketepatan waktu yang diberikan. Serta terus berinovasi dengan promosi-promosi yang menarik, sehingga promosi ini dapat menarik perhatian konsumen dan juga menjaga loyalitas pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Strategi WO (Kelemahan-Peluang)

Strategi WO yang ditetapkan *Shiny Car Wash* adalah konsistensi dalam hal mutu kualitas jasa, dengan terus memberikan pelatihan dan pengarahan kepada para karyawan yang dapat meningkatkan nama baik dan juga kepercayaan para konsumen kepada *Shiny Car Wash* yang masih tergolong baru. Strategi ini akan meminimalisir kekecewaan pelanggan di masa mendatang, sehingga dapat menimbulkan *word of mouth* di antara pelanggan dengan calon konsumen.

3. Strategi ST (Kekuatan-Ancaman)

Strategi ST yang ditetapkan *Shiny Car Wash* adalah selalu memberikan harga yang kompetitif, dimana harga yang diberikan tidak membuat para konsumen berpindah ke pesaing, dan juga menjalin komunikasi yang baik dengan para pelanggan, sehingga para pelanggan akan merasa nyaman untuk kembali mencuci mobilnya di *Shiny Car Wash*.

4. Strategi WT (Kelemahan-Ancaman)

Strategi WT yang ditetapkan *Shiny Car Wash* adalah melakukan perekrutan yang baik dalam posisi tenaga kerja, sehingga dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang membuat *Shiny Car Wash* mampu menjaga kualitas mutunya, serta, menjaga hubungan dengan para pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berikut adalah matriks SWOT yang dimiliki *Shiny Car Wash* dalam bentuk tabel 2.2:

Tabel 2.2
Tabel SWOT Bengkel *Shiny Car Wash*

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

	<p>Strength (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Proses dan hasil pencucian yang berkualitas tinggi dan tepat waktu 2) Pelayanan yang ramah 3) Lokasi yang strategis 4) Tempat yang nyaman 	<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Brand baru yang masih belum dikenal banyak orang 2) Harga yang cukup tinggi
<p>Opportunities (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Perkembangan pembangunan tempat tinggal disekitar lokasi bengkel yang sangat pesat 2) Timbulnya kesadaran perawatan mobil 3) Rendahnya persaingan di kawasan Karawang Barat 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mempertahankan mutu dan kualitas pelayanan dari segi hasil dan ketepatan waktu yang diberikan. (S1 , S2, O1) 2) Berinovasi dengan promosi-promosi yang menarik perhatian konsumen. (S3, O1, O3) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Konsistensi dalam mutu kualitas dengan memberikan pengarahan kepada karyawan. (W1, W2, O3) 2) Melakukan pemasaran yang menarik untuk meningkatkan kesadaran konsumen. (W1 , O1, O2)
<p>Threats (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mudah nya konsumen berpindah ke pesaing 2) Hadir nya pesaing baru 3) Diperlukannya AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan) 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Memberikan pelayanan dan hiburan yang memuaskan. (S2, S4, T1, T2) 2) Menjalin komunikasi yang baik dengan para pelanggan. (S1, T1, T2, T3) 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Perekrutan tenaga kerja yang baik dan berpengalaman (T1, T2, T3) 2) Menjaga hubungan dengan para pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan. (W2, T1, T2)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.