KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB II

ANALISIS INDUSTRI

Dalam proses menciptakan serta mengembangkan sebuah usaha, seorang pengusaha memerlukan analisis terhadap usaha yang dijalankan. Pebisnis harus melakukan analisis industri agar dapat mengetahui lebih fokus tentang spesifikasi tren industri menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:12), yaitu:

- **Permintaan**

  Permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan untuk membayar. Hal ini dapat diimplementasikan dengan membedakan kebutuhan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:12), yaitu:

  – Kebutuhan yang dinyatakan (pelanggan menginginkan jasa pencucian kendaraan yang terjangkau).
  – Kebutuhan yang sebenarnya (pelanggan menginginkan pencucian mobil dapat berjalan dengan baik).
  – Kebutuhan yang tidak dinyatakan (pelanggan mengharapkan pelayanan yang baik)
  – Kebutuhan kesenangan (pelanggan ingin merealisasikan keinginan mereka dengan kebersihan yang dilakukan oleh jasa ini).
  – Kebutuhan rahasia (pelanggan ingin agar mereka terlihat merupakan masyarakat yang termasuk digolongan atas karena menggunakan mobil).

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

– **Persaingan**

Pebisnis perlu mempelajari, siapa saja pesaing-pesaignya, hingga pesaing potensialnya. Selain itu kekuatan dan kelemahan serta strategi pesaing pun perlu diidentifikasi sehingga perusahaan dapat mengantisipasi dan pada akhirnya dapat memenangkan persaingan.

– **Fokus pada pasar tertentu**. Sebuah usaha harus mengenal baik konsumennya, siapa calon konsumennya, bagaimana lingkungan bisnis, hingga segmentasi pasar yang akan dibidik. Hal ini bertujuan agar produk dan jasa yang disediakan dapat bermanfaat secara maksimal, dan tentu saja dengan mengedepankan prinsip efisiensi.

Analisis Lingkungan makro Bisnis

Analisis lingkungan makro bisnis yaitu mencakup PESTEL (*Politic, Economi, Social, Technology, Legal, dan Environment*), merupakan suatu alat yang sangat berguna dalam memahami gambaran menyeluruh lingkungan dimana suatu usaha akan didirikan, serta kesempatan maupun ancaman yang ada dalam lingkungan disekitar tempat usaha tersebut. Dengan adanya pemahaman lingkungan secara menyeluruh dimana suatu usaha berada dapat diharapkan agar perusahaan dapat mengambil keputusan untuk meminimalisir resiko dan ancaman.

– **Politik**

Kondisi politik sangat mempengaruhi suatu usaha yang akan didirikan karena kondisi politik yang mendukung dan stabil di suatu Negara dapat mempengaruhi kelangsungan investasi. Sebagai pelaku bisnis harus dapat memperhatikan stabilitas politik karena kebijakan pemerintah sangat dominan terhadap usaha yang akan dibentuk dan dapat menjadi peluang ataupun ancaman bagi bisnis tersebut.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

Kondisi politik di indonesia terhadap bisnis jasa penyediaan cuci mobil *Diamond Wash* sangat berpengaruh karena pemerintah terus mendukung usaha yang bisa membantu peningkatan taraf hidup manusia di indonesia saat ini.

Ekonomi

Faktor ekonomi berpengaruh terhadap usaha yang dibentuk. Demi perkembangan dan kelangsungan bisnis, faktor ekonomi dapat mempengaruhi daya beli masyarakat. Apabila perekonomian suatu negara baik, maka akan berdampak baik juga terhadap daya beli masyarakat. Sebaliknya bila perekonomian suatu negara buruk, maka daya beli masyarakat otomatis akan rendah. Kondisi ekonomi Indonesia yang sekarang ini semakin meningkat, dapat memberikan peluang terhadap jasa pencucian mobil *Diamond Wash* karena meningkatnya juga daya beli masyarakat.

Sosial

Faktor sosial sangat berpengaruh terhadap pelaku bisnis untuk menjalankan bisnisnya karena semakin meningkatnya volume kendaraan di Indonesia akan menciptakan peluang yang lebih besar terhadap *Diamond Wash* sebagai penyedia jasa pencucian kendaraan.

Teknologi

Kemajuan teknologi saat ini sangat berdampak terhadap aspek kehidupan manusia begitu juga terhadap perkembangan aktivitas bisnis dimana kebutuhan teknologi mempunyai peranan yang strategis dalam kegiatan operasional bisnis. Dengan pemanfaatan *Car Wash Machine*, segala kegiatan operasional di *Diamond Wash* akan lebih praktis dan efisien sehingga hasil yang dicapai akan lebih optimal.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

– **Hukum**

Faktor hukum juga berpengaruh terhadap kelangsungan *Diamond Wash*. Hukum di Indonesia mengharuskan setiap individu yang membuka usaha bisnis untuk mempunyai perizinan usaha.

– **Lingkungan**

Pesaing dengan bidang usaha yang sama termasuk dalam faktor lingkungan bisnis. Pesaing yang sama dapat mempengaruhi tingkat pendapatan suatu perusahaan. Dimana apabila pesaing banyak dan kuat, maka akan semakin kecil kemungkinan perusahaan untuk menguasai pasar. Begitu pun sebaliknya, apabila pesaing sedikit, maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan untuk menguasai pasar. Untuk saat ini, penyediaan jasa cuci kendaraan di daerah Tangerang masih tergolong rendah. Hal ini memberikan dampak positif terhadap *Diamond Wash* karena dapat memperluas pasar dengan lebih mudah.

A. Gambaran Masa Depan

Gambaran masa depan merupakan sesuatu hal yang mungkin akan terjadi di masa yang akan datang. Gambaran masa depan sangat diperlukan dalam membuat suatu bisnis karena dalam mengembangkan suatu bisnis seorang pengusaha perlu memprediksi bagaimana perkembangan bisnisnya di masa depan. Di dalam menentukan gambaran masa depan dapat dipelajari bagaimana perilaku konsumen, keinginan konsumen, daya beli konsumen serta perkembangan dari faktor-faktor lainnya.

Banyak bisnis yang akhirnya berdampak pada penutupan yang diakibatkan karena tidak adanya penelitian terhadap aspek-aspek tertentu terlebih dahulu. Oleh sebab itu, agar bisnis pencucian mobil yang terletak di daerah Tangerang, Banten ini dapat

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

berjalan dengan lancar maka sebelum membuka bisnis ini sudah ada penelitian terlebih dahulu terhadap aspek-aspek tertentu agar tidak ada kesalahan atau sesuatu yang dapat berdampak pada bisnis ini. Mengingat bahwa kota Tangerang merupakan kota yang sedang berkembang maka ini merupakan suatu peluang besar karena didaerah Tangerang masih sedikit adanya bisnis seperti ini dan jumlah kendaraan bermotor yang semakin banyak. Keberadaan pencucian kendaraan ini sudah menjadi kebutuhan bagi setiap masyarakat mengingat bahwa kota Tangerang merupakan kota yang lebih didominasi oleh pabrik sehingga ini merupakan peluang besar untuk menjalankan bisnis pencucian kendaraan bermotor ini.

Bisnis pencucian kendaraan ini merupakan bisnis yang tidak mengenal musim, sebut saja musim penghujan di mana tidak dapat dihindari kendaraan bermotor akan terkena genangan air, lumpur, ataupun kotoran-kotoran lainnya yang mengotori rangka serta body kendaraan yang membuat mobil tidak enak dilihat dan apabila tidak dibersihkan akan berdampak pada timbulnya karat pada rangka mobil dan akan membuat rangka mobil mudah rapuh dan keropos, sedangkan pada musin kemarau meskipun tidak perlu mencuci kendaraan namun sekarang ini sudah tidak dapat dihindari lagi polusi yang berlebihan serta debu-debu jalanan yang perlahan-lahan membuat kendaraan menjadi kotor dengan demikian perlu adanya perawatan khusus yang dapat menjaga kenyamanan kendaraan.

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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Visi dan Misi

Visi

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

Visi menurut Pinson (2009:50). Adalah sesuatu yang ingin di capai oleh organisasi atau perusahaan dan menentukan strategi yang akan di gunakan untuk mencapai tujuan atau sasaran. Sedangkan definisi pernyataan misi secara umum menggambarkan arah masa depan suatu organisasi.

Visi dari perusahaan *Diamond Wash* adalah

"Menjadi penyedia jasa pencucian mobil yang terbaik yang dapat memberikan kepuasan kepada setiap pelangganya"

Misi

Misi dari perusahaan *Diamond Wash* ini adalah sebagai berikut:

- Memberikan layanan yang ramah kepada pelanggan
- Mengutamakan kualitas kebersihan hasil pencucian mobil dan motor (kebersihan luar dan dalam kendaraan)
- Menjaga keamanan kendaraan pelanggan
- Mendirikan cabang untuk mendistribusikan usaha kami agar lebih dapat menjangkau pelanggan
- Membangun inovasi terbaru, terutama dalam teknologi perlengkapan dan peralatan.

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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tujuan Perusahaan

Dalam menjalankan sebuah bisnis, bisnis tersebut pasti akan memiliki sebuah tujuan yang ingin dicapai. Tujuan dalam suatu bisnis dapat berupa tujuan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang.

- Tujuan jangka pendek *Diamond Wash* adalah mengenalkan *Diamond Wash* kepada masyarakat sekitar lingkungan Tangerang, Banten
- Tujuan jangka menengah dari *Diamond Wash* adalah dapat terus bertahan dalam bisnis cuci mobil.
- Tujuan jangka panjang dari *Diamond Wash* adalah mengembangkan pangsa pasar dengan cara membuka cabang didaerah berkembang lainnya.

Perkembangan kendaraan bermotor saat ini sudah sangat pesat dikarenakan masyarakat lebih senang menggunakan kendaraan pribadi dibandingkan menggunakan kendaraan umum. Dapat dilihat dari table berikut ini pertumbuhan produksi dan penjualan kendaraan dari tahun ke tahun.

Tabel 2.1

Pertumbuhan Produksi dan Penjualan Kendaraan Bermotor Tahun 2010-2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Produksi	540.000	675.000	840.000	1.000.000	1.250.000
Penjualan	542.000	675.000	846.000	1.057.000	1.300.000
Ekspor	103.000	140.000	180.000	220.000	260.000

Sumber: kementerian Perindustrian

Berdasarkan data dari kementerian industri dapat disimpulkan bahwa peningkatan perioduksi dan penjualan kendaraan bermotor terus bertambah setiap tahunnya dan adanya pertumbuhan penjualan bagi para industri otomotif sehingga dapat berdampak juga bagi bisnis pencucian mobil yang akan bertambah dan akan meningkatkan permintaan akan pencucian mobil. Peningkatan tersebut menjadi peluang bagi bisnis ini.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

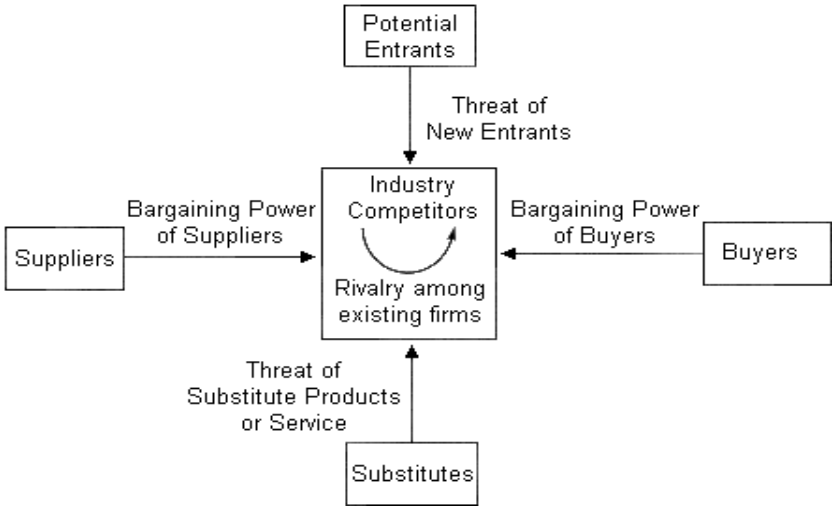
Maka bengkel *Diamond Wash* ini akan berusaha memenuhi keinginan konsumen dan kebutuhan konsumen dalam hal perawatan kendaraan. Bisnis ini akan terus berkembang dan akan menjadi suatu bisnis yang memang sudah harus dijalankan pada masa yang akan datang.

B. ANALISIS PESAING

Menurut Michael E. Porter dikutip dari buku (David, 2013:105), *Porters's Five Forces Model* adalah metode yang banyak digunakan untuk menciptakan strategi di berbagai macam industri. Ada lima model kekuatan utama dalam persaingan suatu industri yang terlihat pada gambar 2.1, yaitu:

Gambar 2.1

Porters's Five Forces Model



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

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

– **Potensi Masuknya Pesaing Baru**

Ancaman pesaing sangat rendah, sehingga masuknya pendatang baru cukup tinggi. Karena itu stategi yang akan dilakukan oleh *Diamond Wash* ini adalah dengan melakukan promosi diawal pembukaan untuk menciptakan loyalitas konsumen. Dan kemudian memperketat kontrol pada tahap selanjutnya agar pelanggan tetap setia dan tidak berpindah ke pesaing.

– **Pesaing antara bisnis sejenis dalam industri**

Pesaing dari bengkel *Diamond Wash* ini sangat tinggi karena sudah banyak jasa pencucian mobil dan menawarkan produk jasa yang sama dan ini menjadi ancaman bagi *Diamond Wash* dalam menjalankan bisnis.

– **Daya tawar pemasok**

Daya tawar pemasok bagi bengkel *Diamond Wash* ini sangat tinggi, karena itu *Diamond Wash* akan mengantisipasi dengan cara awal yaitu mempertimbangkan penggunaan barang yang sulit didapat. Selain itu menetapkan pemasok tidak hanya satu, untuk mengurangi risiko. Dan tentu saja dengan menjaga hubungan baik dengan pemasok.

– **Ancaman produk/jasa pengganti**

Ancaman produk/jasa pengganti untuk bengkel *Diamond Wash* ini sangat tinggi karena sudah banyak bisnis yang mendasarkan pada pencucian mobil namun dengan modal yang lebih rendah. Ini menjadi ancaman bagi *Diamond Wash* untuk menjalankan bisnisnya.

– **Daya tawar pembeli**

Kekuatan menawar konsumen jasa pencucian mobil sangat tinggi, berdasarkan persaingan antar perusahaan sejenis dan kemampuan konsumen itu sendiri untuk

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

mengerjakan sendiri layanan yang disediakan *Diamond Wash*. Cara untuk mengantisipasinya adalah dengan mengoptimalkan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan mempertahankan kualitas agar konsumen tetap setia menggunakan jasa *Diamond Wash*.

C. SEGMENTASI PASAR

Segmentasi pasar, Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2010:215):

"Membagi sebuah pasar ke dalam kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang terpisah."

Melalui segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar yang besar ke dalam segmen-segmen yang kecil, sehingga dapat dijangkau oleh perusahaan secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam segmen tersebut.

Bengkel *Diamond Wash* akan memfokuskan diri pada segmentasi tertentu dimana segmentasi yang akan difokuskan oleh bengkel *Diamond Wash* ini adalah segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi perilaku.

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2010: 217), variable-variabel utama yang dapat digunakan untuk mensegmentasi pasar konsumen adalah:

– **Segmentasi Geografis**

Segmentasi geografis mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, seperti Negara, Negara bagian, wilayah, provinsi, kota, perusahaan dapat beroperasi dalam seluruh wilayah tetapi memberi perhatian pada variable local.

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

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

- **Segmentasi Demografis**

Segmentasi membagi-bagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variable-variabel demografis, yaitu:

- Usia, membagi pasar menjadi kelompok umur dan daur hidup yang berbeda.
- Jenis kelamin, membagi pasar menajdi kelompok berbeda berdasarkan jenis kelamin.
- Pendapatan, membagi pasar menjadi kelompok pendapatan yang berbeda.
- Generasi, membagi pasar menjadi kelompok generasi berbeda.
- Kelas social, membagi pasar menjadi kelompok kelas social yang berbeda.

Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis membagi pembelian menjadi kelompok berbeda berdasarkan gaya hidup atau kepribadian akan nilai.

Segmentasi ini dibagi menjadi:

- **Gaya Hidup**

  Orang-orang menunjukkan jauh lebih banyak gaya hidup daripada yang ditunjukkan oleh kelas social. Barang yang mereka konsumsi menunjukkan gaya hidup mereka.

- **Kepribadian**

  Pemasar telah menggunakan variable kepribadian untuk melakukan segmentasi pasar. Mereka melengkapi produk mereka dengan kepribadian mereka yang berhubungan dengan kepribadian konsumen.

- **Nilai**

  Nilai inti berada jauh dilubuk hati dibandingkan perilaku, sikap dan menentukan pada tingkat dasar pilihan dan keinginan orang selama jangka panjang. Para pemasar yang melakukan segmentasi berdasarkan nilai, yakin

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

bahwa dengan mempengaruhi lubuk hati terdalam pada diri mereka, maka mungkin akan mempengaruhi luarnya, yakni perilaku pembelian.

Segmentasi perilaku

Dalam segmentasi perilaku, pembelian dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian, atau tanggapan mereka terhadap suatu produk. Banyak pemasar yakin bahwa variable kejadian, manfaat, status pemakaian, tingkat pemakaian, status kesetiaan, tahap kesiapan pemasar dan sikap merupakan titik awal terbaik dalam membentuk segmentasi pasar.

Keempat pengelompokan tersebut diyakini berpengaruh terhadap kebutuhan akan produk. Bengkel *Diamond Wash* menentukan pasar berdasarkan:

- **Segmentasi Geografis**

  Bengkel *Diamond Wash* yang terletak di pinggir jalan raya Cikupa, Tangerang ini akan mengincar target pasar yang sedikitnya masyarakat yang berada di daerah Cikupa dan masyarakat yang berada diluar cikupa yang memiliki kendaraan pribadi.

- **Segmentasi Demografis**

  Segmentasi demografis yang akan diambil oleh bengkel *Diamond Wash* ini adalah segmentasi dalam bentuk:

  - Berdasarkan pendapatan. Pendapatan yang ditetapkan adalah kisaran antara Rp 5.000.000,- sampai Rp 30.000.000,-/bulan. Hal ini ditentukan karena masyarakat yang memiliki penghasilan sebesar itu akan memiliki daya beli yang tinggi dan tidak mempermasalahkan untuk membayar lebih untuk kendaraan kesayangannya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

– **Segmentasi Psikografis**

Target pasar yang dituju oleh bengkel *Diamond Wash* ini adalah

– **Gaya Hidup**

Diamond Wash memilih ini karena target pasar usaha Jasa ini masyarakat yang memiliki gaya hidup yang tinggi dan mengutamakan kendaraan merupakan sesuatu hal yang menjadi gaya hidup mereka.

– **Segmentasi Perilaku**

Segmentasi perilaku yang dituju bengkel *Diamond Wash* ini merupakan target masyarakat yang memang ingin mencuci kendaraan namun memilih tempat yang berkualitas serta nyaman dan berada dilokasi yang memang dapat dijangkau oleh masyarakat setempat.

Analisis *Competitive Profile Matrix*

Menurut Fred R. David (2013:113), Matriks Profil Kompetitif (*Competitive Profile Matrix*) mengidentifikasikan pesaing-pesaing suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus dalam hubungannya dengan posisi perusahaan pesaing tidak langsung.

Faktor keberhasilan penting dalam Matriks Profil Kompetitif mencakup baik isu-isu internal maupun eksternal, karenanya peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan utama. Beberapa faktor kunci keberhasilan penting yang dipertimbangkan oleh *Diamond Wash* adalah sebagai berikut:

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 2.2

Competitive Profile Matrix

Critical Success Factor	Bobot	Shark Car Care		Asep Steam Motor dan Mobil		Diamond Wash	
		Peringkat	Skor Bobot	Peringkat	Skor Bobot	Peringkat	Skor Bobot
Harga	0.2	2	0.4	4	0.8	3	0.6
Promosi	0.2	3	0.6	2	0.4	4	0.8
Pelayanan	0.2	2	0.4	2	0.4	3	0.6
lokasi	0.2	3	0.6	2	0.4	3	0.6
Tenaga Ahli	0.2	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Total	1		2.6		2.6		3.2

Harga, promosi, pelayanan, lokasi, dan tenaga ahli digunakan sebagai acuan karena kelima hal itu merupakan kekuatan dari perusahaan *Diamond Wash* untuk dapat menentukan perkembangan usahanya.

Dari segi harga *Diamond Wash* memberikan harga yang cukup bagus namun dilihat dari tabel 2.2 yang memegang kendali untuk harga dengan peringkat 4 dibandingkan dengan yang lainnya adalah Asep Steam Motor dan Mobil karena bengkel tersebut tidak menggunakan peralatan dan perlengkapan yang banyak sehingga mereka dapat memperkecil harga penjualan yang ada.

Untuk promosi yang dilakukan oleh *Diamond Wash* sangat baik dengan peringkat 4. Promosi yang dilakukan seperti: memberikan kupon pencucian gratis, menyebarkan brosur dan kartu nama.

Untuk segi pelayanan *Diamond Wash* memiliki angka tertinggi dalam tabel 2.2, yaitu dengan peringkat 3 karena pelayanan yang kami berikan sesuai dengan kualitas perusahaan dan sesuai dengan keinginan konsumen demi loyalitas konsumen.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

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.

Dari segi lokasi, bengkel *Shark Car Care* dan *Diamond Wash* memiliki peringkat yang sama yakni 3 dikarenakan tempat usaha yang sama-sama berada di pinggir jalan dan mudah dijangkau konsumen. Sedangkan Asep Steam Motor Dan Mobil berada di daerah terpencil dan hanya di ketahui oleh konsumen tertentu.

Dari segi tenaga ahli, Shark Car Care, Asep Steam Motor dan Mobil, dan *Diamond Wash* memiliki angka yang sama yaitu 3 karena hasil survey penulis ketempat pesaing mendapatkan bahwa tenaga ahli mereka sudah memupuni dalam melakukan bidang jasa ini.

Dari kesemua faktor tersebut dapat disimpulkan bahwa penyediaan jasa pencucian mobil *Diamond Wash* ini memiliki keunggulan dibandingkan dengan para pesaingnya.

Analisis SWOT

Agar dapat merumuskan strategi yang tepat, tentunya sebuah perusahaan harus terlebih dahulu mengenal tentang situasi perusahaannya sendiri. Hal ini dapat dicapai dengan melakukan analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang merupakan analisa untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari sisi internal perusahaan serta mengenali peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan tersebut

Fred R. David (2013:206) menggambarkan SWOT sebagai sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan 4 jenis strategi : Strategi SO (*Strength-Opportunity*), Strategi WO (*Weakness-Opportunity*), Strategi ST (*Strength-Threat*), Strategi WT (*Weakness-Threat*).

Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

dampak ancaman eksternal. Strategi WT merupakan taktik defensive yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghadapi ancaman eksternal.

Berikut adalah SWOT *Diamond Wash*:

- ***Streghts***
  - Promosi.
  - Harga yang kompetitif
  - Terletak dilokasi yang sedang berkembang dan strategis
  - Kualitas pelayanan yang terbaik
  - Karyawan yang berkomitmen
- ***Weakness***
  - Masih banyak masyarakat yang tidak memperdulikan kebersihan kendaraannya
  - Nama bengkel yang masih belum dikenal masyarakat
  - Manajemen perusahaan yang belum tertata rapih
- ***Opportunities***
  - Pertumbuhan kendaraan yang setiap tahun semakin meningkat
  - Pangsa pasar yang masih cukup besar untuk daerah Tangerang
  - Teknologi yang terbilang baru
- ***Threats***
  - Pesaing yang sudah lama.
  - Adanya persaingan intensif.
  - Perekonomian yang tidak stabil
  - Adanya pesaing baru yang dapat muncul

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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Kelemahan, kelebihan, ancaman, serta peluang dalam bisnis ini dapat dilihat dari Tabel 2.3 berikut ini:

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 dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG:
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.

Tabel 2.3
Tabel TOWS Bengkel *Diamond Wash*

Internal / Eksternal	**Strength (kekuatan)** 1. Promosi 2. Harga yang kompetitif 3. Terletak dilokasi yang sedang berkembang dan strategis 4. Kualitas pelayanan yang terbaik 5. Karyawan yang berkomitmen	**Weakness (kelemahan)** 1. Masih banyak masyarakat yang tidak memperdulikan kebersihan kendaraannya. 2. Nama bengkel yang masih belum dikenal masyarakat 3. Manajemen perusahaan yang belum tertata rapih
Opportunity (peluang) 1 Pertumbuhan kendaraan yang setiap tahun semakin meningkat 2. Pangsa pasar yang masih cukup besar untuk daerah Tangerang 3 Teknologi yang terbilang baru	**Strategi SO** 1. Meningkatkan mutu pelayanan jasa (S2, S3,O2,O3) 2. Meningkatkan penjualan dari segi kualitas perusahaan (S1, S3, O3)	**Stategi WO** 1. Meningkatkan pasar lebih luas. (W2,O2) 2. Pemberian pelatihan dan pengarahan kepada karyawan. (W1,W3,O1,O3)
Threat (ancaman) 1 Pesaing yang sudah lama. 2. Adanya persaingan intensif. 3 Perekonomian yang tidak stabil 4 Adanya pesaing baru yang dapat muncul	**Strategi ST** 1. Meningkatkan brand image perusahaan dengan pelayanan dan kualitas. (S1, S2, S3, T1, T3, T4) 2. Memberikan harga yang sesuai dengan kualitas. (S2, S4, T3)	**Strategi WT** 1. Membuat image yang baik di masyarakat. (W1, W2, T1, T4) 2. Melakukan kerja sama dengan bisnis yang sudah berkembang agar lebih mendapatkan pengetahuan. (W3, W2, T2)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

D. RAMALAN INDUSTRI dan PASAR

Dalam menjalankan bisnis ini *Diamond Wash* sangat memiliki peluang yang cukup tinggi, di mana sekarang ini pertumbuhan kendaraan yang semakin tahun semakin bertambah dan keinginan masyarakat untuk memiliki kendaraan pribadi. Hal ini menjadi suatu peluang bisnis bagi bengkel *Diamond Wash* sampai masa yang akan datang.

Pertumbuhan produksi dan penjualan kendaraan mengalami peningkatan yang drastis dimana setiap tahunnya sudah mengalami pertumbuhan yang cukup drastis. Sedangkan, pada tahun 2011 pemerintah juga menetapkan kebijakan pajak progresif yang di mana mengharuskan masyarakat tidak boleh memiliki kendaraan lebih dari satu.

Pajak progeresif sendiri merupakan tarif pemungutan pajak dengan persentase yang naik dengan semakin besarnya jumlah yang digunakan sebagai dasar pengenaan pajak, dan kenaikan persentase untuk setiap jumlah tertentu setiap kali naik. Di Indonesia, pajak progresif diterapkan pada pajak penghasilan untuk wajib pajak orang pribadi, yakni:

- Untuk lapisan penghasilan kena pajak (PKP) sampai dengan Rp 50 juta, tarif pajaknya 5%
- Untuk lapisan PKP di atas Rp 50 juta hingga Rp 250 juta, tarif pajaknya 15%
- Untuk lapisan PKP di atas Rp 250 juta hingga Rp 500 juta, tarif pajaknya 25%
- Untuk lapisan PKP di atas Rp 500 juta, tarif pajaknya 30%.

Sumber: **http://id.wikipedia.org/wiki/Pajak_progresif**.

Meskipun pemerintah sudah menetapkan kebijakan tersebut tetapi tidak membuat keinginan masyarakat untuk membeli kendaraan semakin berkurang, melainkan keinginan tersebut semakin bertambah dikarenakan kendaraan sudah menjadi gaya hidup masyarakat sekarang.

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Target pasar yang dituju oleh bengkel *Diamond Wash* ini merupakan pasar masyarakat yang memiliki kendaraan pribadi serta bengkel *Diamond Wash* juga mengkhususkan wilayah Cikupa, Tangerang karena daerah tersebut merupakan daerah yang masih berkembang dan memiliki jumlah penduduk yang sekitar 224.678 jiwa.

Selain kota yang masih berkembang di Cikupa ini masih banyak pesaing yang masih terbilang jarang melakukan bisnis ini. Meskipun para pesaing yang lama sudah menjalankan bisnis ini namun tidak menutup kemungkinan pendatang baru untuk menjalankan bisnis ini. Apalagi bisnis ini merupakan bisnis yang mengutamakan kualitas dan kuantitas pencucian agar konsumen merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh *Diamond Wash* ini.

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