

## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

#### 3.1. Tren dan Pertumbuhan Industri

Keadaan cuaca yang tidak menentu di Indonesia membuat sebagian masyarakat Indonesia semakin terdorong untuk memiliki kendaraan bermobil. Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) jumlah kendaraan bermobil mengalami peningkatan sebesar kurang lebih 5-10% setiap tahunnya. Meningkatnya jumlah penggunaan kendaraan bermobil di Indonesia membuat kebutuhan akan tempat pencucian mobil semakin bertambah banyak di Indonesia.

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat pesat membuat masyarakat Indonesia semakin terbiasa dengan kehidupan yang serba *instant*. Hal seperti menunggu merupakan suatu hal yang dihindari oleh kebanyakan masyarakat di Indonesia. Salah satu contoh hal sederhana yang dihindari adalah menunggu saat mencuci mobilnya di *carwash*. Jumlah tempat pencucian mobil yang diimbangi dengan penggunaan kendaraan bermobil membuat peluang untuk membangun bisnis pencucian mobil semakin luas. Terutama pencucian mobil dengan memanfaatkan teknologi robotic carwash yang jumlahnya masih sangat terbatas di Indonesia.

Bisnis pencucian robotic carwash memiliki peluang yang lebih besar dibandingkan tempat pencucian mobil secara manual karena memiliki kualitas kebersihan yang sama tetapi dengan waktu yang lebih singkat.

#### 3.2. Analisis Pesaing

Analisis pesaing dilakukan untuk mengetahui perbedaan nilai antara perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama. Dengan dilakukannya analisis pesaing, perusahaan dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan perusahaan. Perusahaan harus mengetahui informasi



perusahaan pesaing untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Informasi seperti harga, sistem pengerjaan, dan promosi dibutuhkan untuk menjadi pembanding perusahaan.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, ditetapkan beberapa pesaing potensial yang menawarkan produk yang sejenis dengan *Robotic carwash*. Berikut pesaing-pesaing dari *Robotic carwash* yang menawarkan produk yang sejenis:

1. Clean Up Car Wash

- Harga : Rp 35.000 – Rp. 70.000
- Lokasi : Jl. Gading Elok Utara No.40, RT.3/RW/10, Klp. Gading Tim.,  
Kec. Klp. Gading, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota  
Jakarta 14240
- Kualitas Produk : Baik
- Promosi : Cukup Baik
- Kenyamanan Tempat : Baik

2. Yellow Car Wash

- Harga : Rp 55.000 – Rp 150.000
- Lokasi : Jl. Danau Indah Raya Blok C 2, RT.7/RW.13, Sunter Jaya, Kec.  
Tj. Priok, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta  
14360
- Kualitas Produk : Baik Sekali
- Promosi : Baik
- Kenyamanan Tempat : Baik





### 3.3. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, Hukum) adalah analisis yang digunakan untuk memantau pengaruh eksternal perusahaan agar perusahaan dapat berkembang dan beradaptasi dengan lingkungan eksternalnya. Dengan analisis PESTEL, perusahaan dapat memahami segala risiko yang berhubungan dengan pertumbuhan atau penurunan usaha, potensi, posisi, dan strategis untuk bisnis. Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap *Robotic carwash* yang dilakukan oleh penulis:

#### a. Politik (*Politic*)

Faktor politik adalah faktor eksternal yang memberikan pengaruh terhadap jalannya suatu bisnis. Faktor politik membahas masalah hukum yang berlaku, kebijakan pemerintah, dan aturan formal maupun informal di lingkungan tempat kegiatan bisnis dilakukan. Peraturan dan kebijakan pemerintah sangat mempengaruhi jalannya suatu bisnis.

Di era saat ini, setiap usaha khususnya UMKM mendapat kemudahan dalam mengurus perijinan, sehingga masalah perijinan usaha tidak menjadi masalah untuk mendirikan usaha pencucian mobil.

#### b. Ekonomi (*Economic*)

Dari sektor ekonomi, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi, yaitu pertumbuhan ekonomi dan tingkat inflasi. Menurut Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) penjualan kendaraan bermobil dari dealer ke konsumen sepanjang 2021 mencapai 863.348 unit. Naik 50,3 % dari penjualan retail tahun 2020 yang hanya 578.321 unit. (<https://www.gaikindo.or.id/2021-whole-sales-mobil-indonesia-naik-66-persen/>)

Pada tahun ini, proyeksi GAIKINDO memperkirakan bahwa target penjualan 2022 kemungkinann mencapai hingga 900 ribu unit. Hal tersebut dapat memberikan keuntungan bagi para pengusaha, salah satunya adalah *Robotic carwash*. Dengan meningkatnya jumlah

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Jl. Cipta Diliris, Gedung - Undang  
 1. Dilarang menyalin atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipannya 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.



pembelian mobil setiap tahunnya dapat membuka peluang bagi pengusaha *Robotic carwash*.

### c. Sosial (*Social*)

Faktor sosial sangat mempengaruhi dunia bisnis dikarenakan berhubungan dengan kepentingan konsumen. Gaya hidup, pola pikir, dan kebutuhann pokok konsumen merupakan titik ukur seseorang dalam membanngunnn suatu bisnis. Pola hidup masyarakat yang semakin meningkat membuat kebutuhan masyarakat akan barang mewah semakin meningkat juga salah satunya kendaraan bermobil.

Dilihat dari lingkungan sosial, mobil merupakan salah satu kebutuhan primer bagi sebagian masyarakat Indonesia. Sebagian besar para pengguna mobil harus menghabiskan waktu untuk mencuci mobilnya namun, kebanyakan orang malas dan tidak memiliki waktu. Sehingga carwash menjadi salah satu pilihan para penggunna mobil agar dapat menghemat waktunya.

Perkembangan industri yang semakin memanfaatkan teknologi membuat segala hal dapat dilakukan dengan *instant* atau dalam waktu yang singkat. *Carwash* yang menggunakan teknologi *robotic* membuat para pengguna mobil dapat lebih menghemat waktunya lebih banyak dari pada *carwash* pada umumnya. Selain itu teknologi yang canggih menarik perhatian masyarakat dikarenakan sistem pekerjaan yang memakan waktu yang singkat.

### d. Teknologi (*Technology*)

Perkembangan teknologi yang memberikan kemudahan bagi kehidupan masyarakat saat ini. Kemudahan ini membuat masyarakat semakin menginginkan hal yang serba *instant* seperti saat memesan makanan secara *online* yang sangat menghemat waktu. Salah satu keuntungan perkembangan teknologi adalah waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan sesuatu menjadi lebih singkat.

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.

Has Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





usaha seperti dokumen Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pemilik usaha,

adalah faktor yang harus diketahui oleh setiap pebisnis sebelum menjalankan usahanya. Faktor ini meliputi legalitas untuk mendirikan suatu usaha agar bisnis dapat berjalan dengan lancar. Legalitas yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha meliputi dokumen Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pemilik usaha, dan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) bagi pelaku usaha mikro dan kecil.

Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) adalah tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha atau kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil dalam bentuk satu lembar. IUMK memiliki tujuan untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (PUMK) dalam mengembangkan usahanya. Syarat untuk memperoleh IUMK sebagai berikut: (depkop.go.id, 2017)

- a. Surat pengantar dari RT atau RW terkait lokasi usaha
- b. Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- c. Kartu Keluarga (KK)
- d. 2 lembar pas foto terbaru berwarna ukuran 4x6 cm
- e. Mengisi formulir yang memuat (nama, nomor KTP, nomor telepon, alamat, kegiatan usaha, sarana usaha yang digunakan dan jumlah modal usaha)

Surat-surat yang dilampirkan diatas adalah faktor legal yang harus dimiliki oleh *Robotic carwash*. Tidak hanya perizinan, *Robotic carwash* juga harus memperhatikan peraturan pemerintah mengenai ketenagakerjaan.



### 3.4. Analisis Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Five Forces Business Model)

Porter's Five Forces adalah pendekatan untuk mengembangkan strategi dengan menilai identitas pesaing dalam suatu industri. Model ini berdasarkan lima kekuatan yang berdampak pada kekuatan dan kelemahan suatu industri guna menentukan potensi keuntungannya.

#### a. *Competitive Rivalry* (Persaingan antar perusahaan yang ada)

Menjalankan usaha tentu saja memiliki pesaing dari berbagai perusahaan dari bidang industri yang sama. Tekanan terbesar dari Five Porter adalah persaingan dalam sebuah pasar tertentu. Tekanan ini mendorong seorang pengusaha bisnis harus menyusun strategi yang unik dan berbeda dari pesaing lainnya seperti memberikan inovasi atau ide yang belum banyak terdapat di pasaran. Ketika inovasi tercipta, para pesaing juga akan beradaptasi untuk menghadapi risiko terlempar keluar dari bisnisnya. Tekanan ini membuat pasar sangat kompetitif dan dinamis antar bisnis satu dengan yang lain.

Tingkat persaingan yang masih belum tinggi dalam usaha pencucian mobil, membuat usaha ini masih memiliki peluang yang cukup besar. Untuk dapat menarik perhatian pasar, penulis memiliki inovasi untuk memanfaatkan teknologi *robotic carwash* dalam pencucian bagian luar mobil agar dapat menghemat waktu para pencuci mobil hal ini tentu saja dapat membuat usaha ini dapat memenangkan persaingan di pasar. *Robotic carwash* memiliki fokus untuk mempersingkat waktu pencucian mobil dengan tetap menjaga kualitas kebersihan.

#### b. *Threat of New Entrances* (Ancaman Pendetang baru)

Jumlah pesaing dalam suatu bisnis akan terus bertambah dalam hal ini pendatang baru menjadi salah satu ancaman bagi suatu bisnis. Ancaman pendatang baru membuat bisnis yang sudah berjalan harus meningkatkan kewaspadaannya untuk menghindari hilangnya konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



*Robotic carwash* merupakan bisnis pencucian mobil dengan menggunakan teknologi, sehingga ancaman dari pendatang baru tidak banyak dikarenakan dibutuhkan biaya

yang cukup besar. Dengan begitu peluang konsumen untuk berpindah tempat cenderung kecil.

### **c. Bargaining Power of Suppliers (Kekuatan Tawar Menawar Pemasok)**

Pemasok berperan penting dalam menjalankan suatu bisnis. *Robotic carwash* membutuhkan pemasok bahan-bahan seperti shampoo mobil. Dalam menyediakan bahan yang diperlukan, *robotic carwash* memilih pemasok utama dan juga pemasok cadangan. Pemasok cadangan dibutuhkan agar ketika pemasok utama mengalami masalah, *robotic carwash* masih dapat berjalan dengan baik.

### **d. Bargaining Power of Customers (Kekuatan Tawar Menawar pembeli)**

Konsumen akan mencari tempat pencucian mobil yang menjamin kualitas kebersihannya, waktu yang sedikit dan harga yang sesuai dengan yang ada di pasar. Untuk itu diperlukan inovasi untuk menarik perhatian konsumen seperti pencucian mobil dengan *robotic carwash*. Daya tawar pembeli terhadap *robotic carwash* adalah kecil karena masih jarang ditemui dan harga yang ditawarkan tidak berbeda jauh dengan *carwash* pada umumnya. Selain itu *robotic carwash* juga memberikan kualitas kebersihan yang terjamin dan waktu pengerjaan yang lebih cepat dari *carwash* pada umumnya.

### **e. Threat of Substitutes (Ancaman Produk Substitusi)**

Setiap bisnis selalu memiliki produk pengganti, hal ini yang membuat perusahaan harus bersaing tidak hanya dengan produk sejenis namun juga produk pengganti. Produk substitusi merupakan ancaman para pelaku bisnis apabila produk tersebut dapat menjadi alternatif yang lebih efektif bagi para konsumen.

Dalam bisnis *carwash*, tingkat ancaman produk pengganti cukup rendah dikarenakan tempat yang menggunakan *robotic carwash* masih sangat sedikit. Selain itu, perubahan harga



dan tempat yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen membuat konsumen cenderung malas untuk berpindah tempat. Tentu saja *robotic carwash* akan selalu memberikan pelayanan yang maksimal dengan hasil yang memuaskan kebutuhan konsumen.

### 3.5. Analisis Faktor-Faktor Kunci (CPM)

*The Competitive Profile Matrix* (CPM) merupakan alat manajemen strategis yang berperan penting dalam membandingkan setiap perusahaan dalam sebuah industri yang sama, karena dalam analisis CPM perusahaan mengidentifikasi para berdasarkan *strength* dan *weakness*. Analisis CPM dilakukan secara menyeluruh, baik faktor eksternal maupun faktor internal. Hal ini berbeda dengan penilaian internal dan eksternal perusahaan melalui *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE). Berikut macam-macam komponen yang terdapat dalam *Competitive Profile Matrix*.

#### a. *Critical Success Factor*

*Critical Success Factor* merupakan factor penentu keberhasilan diambil setelah analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Setiap perusahaan memiliki keuntungan dan kerugian yang disebabkan oleh lingkungan eksternal dan internal. Baik tidaknya perusahaan dalam menjalankan usahanya dapat dilihat melalui rating, jika rating tinggi menunjukkan bahwa strategi perusahaan berjalan dengan baik dan sebaliknya.

#### b. *Weight* (Bobot)

Bobot menunjukkan kepentingan dari factor kesuksesan dalam sebuah perusahaan. Nilai 0,0 (tidak penting) dan 1,0 (penting), total nilai yang dihitung dari seluruh factor yang ada harus setara dengan 1,0 dan jika nilai tidak 1,0 dapat dinyatakan bahwa terdapat kesalahan dalam meletakkan bobot di beberapa factor yang harus diperbaiki.





**c. Rating (Peringkat)**

Peringkat dalam CMP menunjukkan reaksi perusahaan terhadap faktor yang menentukan keberhasilan sebuah usaha. *Rating* yang tinggi memperlihatkan reaksi yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factors* (CSF), sedangkan jika *rating* rendah menunjukkan reaksi yang kurang baik. Untuk menentukan peringkat digunakan krasan antara 1,0 – 4,0 dan dapat digunakan dalam berbagai faktor berbeda.

- 1) Reaksi paling rendah adalah 1,0 yang menyatakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan
- 2) Reaksi rata-rata adalah 2,0 yang menyatakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- 3) Reaksi di atas rata-rata adalah 3,0 yang menyatakan kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.
- 4) Reaksi yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan unggul adalah 4,0

**d. Score**

*Score* merupakan hasil perkalian antara *weight* dengan *rating* dari masing-masing perusahaan.

**e. Total Weighted Score**

Totl dari seluruh nilai sama dengan total dari nilai tertimbang, nilai akhir dari total nilai tertimbang harus berada antara 1,0 sampai 4,0. Nilai rata-rata tertimbang untuk CPM adalah 2.5 yang berarti setiap perusahaan dengan total nilai di bawah 2,5 dianggap perusahaan lemah, sedangkan lebih dari 2,5 dianggap sebagai perusahaan kuat.

Perbandingan perusahaan dari total CMP menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki nilai paling tinggi dianggap sebagai unggulan dari para pesaing perusahaannya. Beberapa faktor yang menjadi kunci keberhasilan yang harus dipertimbangkan oleh *Robotic Car wash* adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Jl. Cipinang Dalam No. 10, Cipinang, Jakarta Timur 10410  
 Telp. (021) 87540000, Fax. (021) 87540001  
 Email: info@kwikkiangie.ac.id, www.kwikkiangie.ac.id



### Competitive Profile Matrix Robotic Car Wash

Critical Success Factor	Bobot	Robotic Car Wash		Clean Up Car Wash		Yellow Car Wash	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Kualitas Kebersihan	0.2	4	0.8	2	0.4	3	0.6
Lokasi Usaha	0.22	4	0.88	4	0.88	3	0.66
Waktu	0.22	4	0.88	3	0.66	3	0.66
Harga	0.22	3	0.66	3	0.66	3	0.66
Merek	0.14	1	0.14	3	0.42	4	0.56
Total	1		3.36		3.24		3.36

Sumber: Data yang diolah, Robotic Car wash

Angka bobot yang tertera dalam analisis CPM dalam tabel 3.1 didapatkan dari kuisisioner responden laki-laki dan perempuan yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, karyawan, atau wiraswasta.

Berdasarkan perhitungan pada tabel 3.1, terlihat persaingan yang ketat dalam pasar. Dua pesaing terbesar yaitu “Clean Up Car Wash” dan “Yellow Car Wash”. Angka-angka yang tertera dalam tabel 3.1 menunjukkan kelebihan dan kelemahan masing-masing perusahaan.

#### 1. Kualitas kebersihan

Kualitas kebersihan memiliki bobot yang cukup besar yaitu 0.2, dimana alat yang digunakan dijamin dapat membersihkan bagian luar mobil dengan detail dan mampu menghilangkan noda di seluruh bagian mobil. Selain itu, bahan yang digunakan untuk mencuci mobil merupakan bahan yang dapat dengan mudah dibersihkan dan ramah lingkungan. Pada faktor ini *Robotic Car Wash* mendapat rating 4 karena kualitas kebersihan yang diberikan akan selalu berkualitas dan dilakukan pemeriksaan secara menyeluruh dalam waktu yang singkat dan mengutamakan setiap detail yang ada. Untuk *Clean Up Car Wash* mendapat rating 2 karena kualitas kebersihan tidak sesuai harapan pelanggan. Terdapat banyak noda yang tertinggal dan tidak diperiksa secara menyeluruh.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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. Lokasi Usaha

Lokasi usaha memiliki bobot yang besar yaitu 0.22, hal ini disebabkan lokasi usaha menentukan apakah usaha didirikan di lokasi yang mudah dijangkau oleh banyak kendaraan bermobil. *Robotic Car Wash, Clean Up Car Wash* mendapat rating 4 dikarenakan lokasi sangat strategis karena berada dalam kompleks perumahan dengan kelas menengah keatas, berdekatan dengan beberapa hotel dan mall. Untuk *Yellow Car Wash* mendapat rating 3 karena tidak berada di sekitar mall atau pun hotel.

## 3. Waktu

Waktu merupakan salah satu kelebihan yang paling menonjol dalam usaha Car wash. Dalam faktor ini, *Robotic Car wash* memiliki bobot yang cukup besar yaitu 0.22. *Robotic Car Wash* mendapatkan rating 4 karena memfokuskan pencucian dalam waktu singkat dengan hasil yang maksimal. *Robotic Car wash* hanya membutuhkan waktu selama kurang lebih lima menit untuk dapat membersihkan seluruh bagian luar mobil sedangkan 20 menit untuk membersihkan bagian dalam mobil. Untuk *Clean Up Car Wash* dan *Yellow Car Wash* mendapat rating 3 karena waktu yang dibutuhkan untuk membersihkan mobil membutuhkan waktu yang cukup lama kurang lebih 15 menit untuk bagian luar dan 30 menit untuk bagian dalam mobil.

## 4. Harga

Harga memiliki bobot 0.22 karena harga merupakan salah satu faktor penting yang menentukan apakah pelanggan tertarik untuk mencuci mobilnya atau tidak. *Robotic Car Wash* memperoleh rating 4 karena harga yang ditawarkan sangat terjangkau oleh para pengendara mobil dengan kualitas yang baik. Sedangkan *Yellow Car Wash* dan *Clean Up Car Wash* memperoleh rating 3 karena dengan kualitas kebersihan tidak sepadan dengan harga yang ditentukan.



## 5. Merek

Merek merupakan salah satu faktor yang penting dalam suatu bisnis. Merek dapat menambah nilai suatu barang atau jasa secara signifikan yang akan memberikan keuntungan suatu bisnis terutama dalam memperkenalkan brand ke masyarakat. Merek mempunyai bobot yang paling kecil yaitu 0.14. *Robotic Car Wash* memperoleh rating 1 karena belum dikenal oleh masyarakat luas, sedangkan *Yellow Car Wash* mendapat rating 4 karena merek yang sudah dikenal oleh masyarakat dan memiliki cabang lebih dari satu tempat.

### 3.6. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT)

Berikut ini adalah analisis SWOT dari *Robotic Car Wash*:

#### a. Kekuatan (*Strengths*):

Kekuatan atau *strengths* adalah suatu keunggulan dan kelebihan yang dimiliki oleh suatu badan usaha jika dibandingkan dengan kompetitor badan usaha sejenis. Kekuatan biasanya akan ditonjolkan dan dimanfaatkan agar dapat unggul dari saingannya. Beberapa kekuatan dari *robotic car wash* jika dibandingkan dengan *car wash* lain:

- Konsep otomatisasi yang baru sehingga mobil dapat dibersihkan dengan lebih konsisten dan detail.
- Waktu pencucian mobil yang lebih cepat dan efisien
- Harga yang terjangkau, dan dapat bersaing dengan kompetitor
- Tempat yang strategis (di dekat perumahan) dan mudah dijangkau dari kompleks perumahan gading elok.



## b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah hal-hal yang harus diperhatikan karena merupakan faktor yang dapat menjadi peluang pelanggan untuk memilih kompetitor dari badan usaha. Kelemahan harus dicari dan ditemukan solusinya agar dapat bersaing dengan badan usaha lain.

Berikut kelemahan dari *Robotic Car Wash*:

Merek *car wash* yang belum dikenal luas dan baru dibandingkan dengan badan usaha sejenis lainnya.

## c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah kesempatan yang dimiliki badan usaha untuk berkembang di masa yang akan datang. Peluang harus dimanfaatkan dengan cepat dan seksama agar badan usaha dapat berkembang dengan cepat, dan mendapat keuntungan dan selangkah lebih maju dari kompetitor.

Berikut peluang yang dimiliki *Robotic Car Wash*:

- 1) Masyarakat yang selalu mencoba hal-hal baru (dalam hal ini cuci mobil otomatis dengan robot) yang nantinya bisa menjadi kebiasaan masyarakat
- 2) Perkembangan zaman yang semakin menuju otomatisasi

## d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah kondisi badan usaha yang sifatnya negatif dan bila tidak diperbaiki dapat menimbulkan kerugian dan dampak negatif untuk badan usaha.

Berikut ancaman yang dihadapi oleh *Robotic Carwash*:

- 1) Menanamkan keyakinan pada masyarakat bahwa mencuci otomatis dengan robot aman dan dapat dipercaya. (terhindar dari lecet dan bersih)
- 2) Banyaknya pesaing yang lebih berpengalaman



Tabel 3. 2

Analisis SWOT MATRIX

SWOT	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<p>a. Konsep otomatisasi yang baru sehingga mobil dapat dibersihkan dengan lebih konsisten dan detail.</p> <p>b. Waktu pencucian mobil yang lebih cepat dan efisien</p> <p>c. Harga yang terjangkau, dan dapat bersaing dengan competitor</p> <p>d. Tempat yang strategis (di dekat perumahan) dan mudah dijangkau dari kompleks perumahan gading elok</p>	<p>a. Merek <i>car wash</i> yang belum dikenal luas dan baru dibandingkan dengan badan usaha sejenis lainnya.</p>
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<p>Masyarakat yang selalu mencoba hal-hal baru (dalam hal ini cuci mobil otomatis dengan robot) yang nantinya bisa menjadi kebiasaan masyarakat</p> <p>Perkembangan zaman yang semakin menuju otomatisasi</p>	<p>1. Memberikan diskon saat Grand Opening dengan periode tertentu sehingga masyarakat lebih tertarik untuk mencoba mencuci mobil di <i>Robotic Car Wash</i> (S1, S3, O1)</p> <p>2. Mempromosikan pelayanan dengan proses cepat, efisien dan lebih bersih dari cuci mobil biasa serta lokasi yang mudah ditemukan oleh para pengguna kendaraan mobil. (S1, S2, S4, O2)</p>	<p>1. Melakukan promosi lewat media sosial dan mengundang influencer untuk mencoba cuci mobil di <i>Robotic Car Wash</i> (W1, O1, O2)</p>

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip 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.



Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<p>a. Menanamkan keyakinan pada masyarakat bahwa mencuci otomatis dengan robot aman dan dapat dipercaya. (terhindar dari lecet dan bersih)</p> <p>b. Banyaknya pesaing yang lebih berpengalaman</p>	<p>1. Memastikan system robot berjalan sesuai dengan yang diinginkan (S1, S2, S3, T1, T2)</p>	<p>1. Menampilkan video testimoni pencucian mobil di <i>Robotic Car Wash</i> dan foto hasil mobil yang di cuci (W1, T1)</p>

**a. Strategi SO**

**1) Memberikan Diskon saat Grand Opening dalam Periode Tertentu (S1, S3, O1)**

Dengan adanya diskon yang diberikan, akan lebih menarik masyarakat untuk mencoba pelayanan yang ditawarkan. Pada dasarnya konsumen harus tertarik untuk mencoba terlebih dahulu untuk merasakan keuntungan yang didapatkan dari pelayanan badan usaha. Jadi sebaik apapun pelayanan yang ditawarkan, tantangan utamanya adalah untuk menarik pelanggan untuk mencoba.

**2) Mempromosikan Pelayanan dengan Proses yang Cepat, Efisien dan Lebih Bersih dari Cuci Mobil Biasa Serta Lokasi Usaha yang Mudah Ditemukan (S1, S2, S4, O2)**

Promosi sangat diperlukan untuk memperkenalkan, dan menunjukkan keunggulan yang ditawarkan oleh produk atau pelayanan yang dijual oleh badan usaha. Dengan melakukan promosi calon konsumen dapat mengetahui dan tertarik dengan keunggulan yang ditawarkan badan usaha.

**b. Strategi ST**

**1) Memastikan Sistem Robot Berjalan Sesuai Keinginan (S1, S2, S2, T3, T4)**

Keunggulan yang ditawarkan oleh badan usaha adalah otomatisasi sehingga proses bisa berjalan dengan lebih cepat, dan lebih efisien. Jika system robot tidak bekerja

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.





dengan baik, maka keuntungan dan keunggulan yang ditawarkan tidak lagi berlaku sehingga penting bagi badan usaha untuk memastikan system robot berjalan dengan lancar dan sesuai dengan prosedur yang benar

### c. Strategi WO

#### 1) Melakukan Promosi Lewat Sosial Media dan Mengundang artis, *influencer* (W1, O1)

Promosi secara online juga hal yang perlu dilakukan secara serius di zaman sosial media ini. Majoritas masyarakat menggunakan media sosial, badan usaha harus memanfaatkan kebiasaan ini untuk mempromosikan usahanya. Selain itu mengundang *influencer* untuk mencoba produk atau pelayanan dari badan usaha juga cara yang efisien untuk dilakukan karena sering kali masyarakat mengikuti tren yang dimulai dari para *influencer*

### d. Strategi WT

#### 1) Menampilkan Video Testimoni dan Foto Hasil Pencucian Mobil (W1, O1, O2, O3)

Melakukan dokumentasi terhadap video testimoni pelanggan akan produk dan pelayanan yang didapatkan juga merupakan Tindakan yang baik dilakukan untuk menarik dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.