**BAB III**

**ANALISIS INDUSTRI DAN PASAR**

Suatu bisnis atau Industri mempunyai karakteristik yang berbeda-beda dari sisi ekonomi, lingkungan, pasar, dan prospek jangka panjangnya. Perubahan berbagai faktor seperti teknologi, ekonomi, pasar dan persaingan akan bergerak mulai dari yang lambat sampai dengan yang cepat. Untuk menghadapi dan mengantisipasi dampak yang ditimbulkan oleh perubahan yang sangat cepat, maka diperlukan sebuah analisa dan penelitian mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi dan akan dipengaruhi dari perubahan itu sendiri. Analisis yang dapat digunakan ini adalah analisis industri dan pasar disekitar perusahaan atau bisnis. Analisis industri termasuk dalam audit eksternal perusahaan yang mengidentifikasi dan mengevaluasi tren dan kejadian di luar kendali suatu perusahaan atau organisasi, menurut yang disampaikan Fred R David (2015 : 226). Audit eksternal mengungkapkan kesempatan dan ancaman penting yang dihadapi oleh organisasi.

 Pengusaha juga perlu menganalisis permintaan industri yang meliputi pengetahuan tentang lingkungan pasar. Lingkungan sifatnya dinamis dan selalu berubah, terutama dalam perkembangan teknologi. Oleh karena itu, perlu dilakukannya pengamatan dan penelitian khusus terhadap kondisi perusahaan, pasar dan kondisi pesaing dengan tujuan supaya sebuah bisnis dapat terus berlansung dan bertahan. Analisis industri dan pesaing AutoRelianz akan dibahas pada bab ini.

1. **Trend dan Pertumbuhan Industri**

Bisnis rental mobil di Indonesia saat ini, sedang sangat digemari dan banyak yang mencoba untuk merasakan keuntungan yang berlipat dari penghasilan usaha rental mobil. Namun tidak semua lokasi dan daerah memiliki potensi yang baik untuk bisnis rental mobil. Perlu adanya pengamatan dan analisa lingkungan sekitar untuk memastikan usaha rental mobil ini diperlukan oleh masyarakat setempat.

Untuk melakukan pengamatan lingkungan dapat menggunakan berbagai macam metode, salah satunya adalah melihat data pertumbuhan industri di daerah tersebut. Pertumbuhan industri dipengaruhi oleh permintaan konsumen yang terus meningkat setiap waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penduduk, maka tingkat permintaan juga akan semakin tinggi. Berikut adalah gambaran pertumbuhan penduduk yang bisa dilihat pada Tabel 3.1.

**Tabel 3.1**

**Distribusi Jumlah dan Persentase Penduduk**

**di Provinsi Banten dan DKI Jakarta**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tahun | Banten | Jakarta |
| Jumlah (x1000) | Jumlah (x 1000) |
| 2015 |  11 967,6  |  10 179,0  |
| 2016 |  12 157,2  |  10 265,3  |
| 2017 |  12 345,0  |  10 348,3  |
| 2018 |  12 530,8  |  10 428,0  |
| 2019 | 12 714,3 | 10 504,1 |
| 2020 | 12 895,3 | 10 576,4  |
| 2021 | 13 074,2 | 10 645,5 |
| 2022 | 13 251,5 | 10 711,8 |
| 2023 | 13 427,1 | 10 775,1  |
| 2024 | 13 562,5 | 10 896, 2 |

Sumber: UNFPA Indonesia (diakses pada 25 Oktober 2018)

Berdasarkan **Tabel 3.1**, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah dan presentase penduduk di daerah Banten dan Jakarta terus mengalami peningkatan dari tahun 2015 sampai dengan 2024. Dari data di atas dapat disimpulkan dengan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat menimbulkan potensi untuk kebutuhan akan transportasi juga meningkat, yang mana hal ini menjadi potensi untuk peluang jasa rental mobil AutoRelianz.

**Tabel 3.2**

**Jumlah Kendaraan Mobil Penumpang dan Sejenisnya**

**Provinsi DKI Jakarta dan Banten**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tahun | Mobil Penumpang dan Sejenisnya di DKI Jakarta (unit) | Mobil Penumpang dan Sejenisnya di Banten (Unit) |
| 2012 | 2.770.282 | 101.112 |
| 2013 | 3.038.265 | 122.863 |
| 2014 | 3.293.938 | 135.103 |
| 2015 | 3.481.339 | 146.383 |
| 2016 | 3.794.660 | 163.949 |
| 2017 | 4.136.179 | 183.623 |
|  |

Sumber: Badan Pusat Statistik (diakses pada 25 Oktober 2018)

Berdasarkan **Tabel 3.2**, maka bisnis dalam industri jasa ini, memiliki prospek yang bagus. Data di atas menunjukkan peningkatan unit kendaraan untuk jenis mobil penumpang setiap tahunnya baik DKI Jakarta ataupun Banten. Dari data diatas maka didapatkan presentase rata – rata kenaikan jumlah kendaraan mobil penumpang selama 5 tahun sebesar 9% untuk DKI Jakarta dan 12% untuk Banten. Maka dengan rata – rata tersebut, AutoRelianz mencoba untuk meramalkan jumlah kendaraan mobil penumpang pada tahun 2018 sampai 2024 untuk wilayah DKI Jakarta dan Banten berdasarkan rata – rata pertumbuhan.

Jumlah kendaraan mobil penumpang Jakarta pada 2018 sebesar 4.508.435 unit, pada 2019 sebesar 4.914.194 unit, pada 2020 sebesar 5.356.472 unit, pada 2021 sebesar 5.838.554 unit, pada 2022 sebesar 6.364.024 unit, pada 2023 sebesar 6.936.786 unit, pada tahun 2024 sebesar 7.313.426 unit. Sedangkan untuk daerah Banten pada 2018 sebesar 205.658 unit, pada 2019 sebesar 230.336 unit, pada 2020 sebesar 257.977 unit, pada 2021 sebesar 288.934 unit, pada 2022 sebesar 323.606 unit, pada 2023 sebesar 362.439 unit, pada 2024 sebesar 393,321 unit.

Dari **Tabel 3.1** dan **Tabel 3.2** maka dapat disimpulkan bisnis rental mobil memiliki peluang yang sangat oleh kebutuhan masyarakat yang memerlukan alat transportasi setiap harinya dan jumlah penduduk yang bertumbuh terus menerus. Pertumbuhan mobil yang pesat ini dapat memberikan sinyal bahwa permintaan akan mobil penumpang masih sangat tinggi untuk kegiatan sehari – hari.

1. **Analisis Pesaing**

Dalam menjalankan suatu bisnis, sama seperti menamburkan bulir – bulir gula di lantai, dimana bulir – bulir makanan tersebut akan dikelilingi oleh semut karena gula tersebut menjadi makanan yang lezat. Dalam berbisnis juga demikian, disaat kita mulai membuka bisnis kita pasti terdapat dengan yang namanya pesaing yang siap untuk menghalangi dan merebut pangsa pasar yang ada untuk menang dalam sebuah pertarungan menarik hati konsumen. Oleh karena ancaman yang diberikan oleh pesaing maka seorang pembisnis agar tidak kalah dari para pesaingnya, perusahaan perlu merencanakan strategi-strategi agar produk mampu bersaing.

Perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Selain itu, diperlukan juga pembandingan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi yang dilakukan perusahaan dengan pesaing terdekat.

Untuk mengatasi segala jenis persaingan yang ada dalam bisnis perlu dilakukan dengan melakukan analisa persaingan. Analisis persaingan adalah usaha mengidentifikasi ancaman, kesempatan atau permasalahan strategi yang terjadi akibat perubahan persaingan potensial serta kekuatan dan kelemahan pesaing. Analisis berguna untuk mendasari keputusan tentang produk yang dipasarkan agar kemudian diperoleh laba. Selain itu, analisa pesaing juga berfungsi untuk membuat peta persaingan yang ada sekarang dan di masa yang akan datang.

Peningkatan permintaan akan rental mobil yang semakin banyak mendatangkan peluang – peluang yang besar bagi banyak pelaku usaha termasuk bagi para pesaing. Bisnis ini memiliki peluang yang besar, karena semakin banyak orang-orang yang berpikir untuk menyewa mobil. Pada musim liburan, banyak rental mobil yang sudah mulai beroperasi. Sehingga kemudian banyak yang memanfaatkan kesempatan ini untuk menyewakan mobilnya sebagai penghasil tambahan. Menyadari hal ini, tingkat persaingan bisnis jasa rental mobil dapat dikatakan cukup tinggi dengan perkembangan setiap tahunnya.

Hal tersebut dibuktikan dengan wawancara yang dilakukan dengan salah satu karyawan pesaing. Jasa rental mobil ini, banyak dibutuhkan oleh masyarakat dan permintaan yang terus meningkat, sehingga menarik perhatian masyarakat lain untuk membuka usaha jasa rental mobil ini yang mengakibatkan persaingan semakin meningkat. Bisnis jasa rental mobil ini sudah semakin banyak, dan hampir tersebar di seluruh lokasi, termasuk area Tangerang yang merupakan sebagai lokasi yang pilih dalam mengadakan bisnis ini. Lokasi tersebut ramai akan pesaing, karena biaya sewanya yang masih termasuk murah dan lokasinya yang strategis. Berikut adalah beberapa pesaing yang berada di daerah sekitar wilayah Poris Tangerang yang di anggap memeliki potensi untuk menjadi pesaing dari AutoRelianz ke depannya.

1. Jaringan Rental
2. Halina Rental
3. ANGELITA RENTCAR
4. ARTHA LARAS
5. Artica Rent A Car
6. AriTrans

Dari 6 enam jumlah pesaing di atas, AutoRelianz melakukan quisioner yang dibagikan kepada masyarakat dan teman sekitar di area Jakarta Barat dan Tangerang untuk menentukan pesaing yang lebih tepat dan dikenal oleh masyarakat. Berdasarkan hasil dari quisioner yang didapatkan, maka pesaing yang sesuai dengan bisnis penyewaan rental mobil AutoRelianzadalah sebgagai berikut:

1. Nama Usaha : ANGELITA RENTCAR

Alamat : Jl. H. Adam Malik No.65, RT.04/RW.01, Kreo

 Selatan, Larangan, Kota Tangerang, Banten 15156

Kisaran Harga : Rp 300.000,00 – Rp 800.000,00

Kualitas Pelayanan : Terbilang Baik, Staf Ramah, Staf menggenakan

 seragam perusahaan dengan rapih

Lapangan Parkir : Cukup Luas

Fasilitas : Memiliki garasi kendaraan, terdapat ruangan tamu

 ruang pribadi bagi para staff operasional

1. Nama Usaha : Artica Rent A Car

Alamat : JL. Lingkar Luar Barat, No. 2, Puri Mansion

Komplek Atlanta 2, RT.13/RW.1, Rw. Buaya, Cengkareng, Kota Jakarta Barat,

Kisaran Harga : Rp 450.000,00 – Rp 900.000,00

Pelayanan : Cukup Baik, Menyambut konsumen datang

Lapangan Parkir : Tidak terlalu luas

Fasilitas : Memiliki garasi kendaraan kecil, ruangan tamu

 menyatu dengan ruang staff operasional

**Tabel 3.3**

**Perbandingan Pesaing**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kategori** | **Auto Relianz** | **Angelita RentCar** | **Artica Rent a Car** |
| Merek Produk | Belum dikenal | Dikenal  | Cukup dikenal |
| Harga | Relatif murah | Relatif murah | Relatif Mahal |
| Testimoni  | Baik | Baik | Kurang baik |
| Promosi | Cukup gencar | Cukup gencar | Cukup Gencar |
|  |  |  |  |
| Kualitas Pelayanan | Relatif Baik | Relatif Baik | Cukup Baik |
| Lahan Parkir | Luas | Cukup Luas | Kurang Luas  |
| Fasilitas | Baik | Sangat Baik | Cukup Baik |
|  |  |  |  |
| Lokasi | Strategis | Strategis | Kurang Strategis |

 Sumber : *Observasi Penulis, Oktober 2018*

1. **Analisis PESTEL**

Untuk melakukan aktvitas bisnisnya, tentunya pelaku bisnis harus menyusun strategi bisnis dengan baik. Dalam menetapkan strateginya, pelaku bisnis harus melakukan analisis terlebih dahulu. Analisis tersebut dapat dilakukan dengan mengidentifikasi melalui lingkungan internal dan lingkungan eksternal dimana analisa tersebut dapat membuat para perlaku bisnis mengetahui kelebihan dan kelemahan perusahaannya sendiri, sehingga bisa memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaannya menjadi lebih baik. Selain itu, analisa lingkungan juga berfungsi untuk mengetahui ancaman dan peluang yang akan berpengaruh terhadap kegiatan bisnis yang akan dijalankan.

PESTEL merupakan sebuah alat yang membantu kita untuk mengetahui hal-hal besar yang terjadi. Hal-hal besar ini adalah faktor – faktor seperti krisis ekonomi, atau populasi yang menua yang dapat mempengaruhi ekonomi, kekuatan sosial budaya, lingkungan dan teknologi.

Analisis PESTEL terhadap usaha jasarental mobil AutoRelianzdapat dijabarkan sebagai berikut:

1. **Politik**

Politik merupakan faktor pertama dan menjadi salah satu yang dapat memberikan dampak yang besar terhadap sebuah bisnis. Politik mencangkup hampir seluruh sektor dari sebuah negara. Jika keadaan politik sebuah negara atau mengalami gangguan, maka akan berkakibat kepada sektor lainnya, seperti teknologi, ekonomi, sosial, bahkan lingkungan. Sektor – sektor ini biasanya merupakan sektor yang dijadikan peluang bagi para wirausahawan, sehingga wajar apabila sebuah isu politik dapat mempengaruhi kelangsungan dan keberadaan dari sebuah perusahaan atau bisnis.

Isu – isu dan kejadian seputar politik dapat memberikan dampak positif ataupun negatif. Dampak positif yang dapat dirasakan oleh AutoRelianz adalah pada saat perayaan pemilu dan kampanye. AutoRelianz akan mendapat banyak pesanan dari masyarakat atau partai politik yang ingin melakukan kampanye dengan menyewa mobil untuk berkeliling kampanye atau ke tempat – tempat tertentu. Namun perlu diingat bahwa hal ini hanya terjadi sesaat dan pada masa pemilu dan kampanye saja.

Dampak negatif yang dapat ditimbulkan seperti aksi demonstrasi yang dapat menghambat kegiatan operasional dan merusak asset dari AutoRelianz. Aksi demonstrasi tersebut menyebabkan berbagai masalah bagi AutoRelianzdalam melakukan pelayanannya yaitu arus lalu lintas macet. Dengan arus lalu lintas yang macet maka proses penjemputan konsumen di tempat yang telah disepakati maka akan mengalami keterlambatan. Keterlambatan ini dapat menimbulkan pengurangan kepercayaan pelanggan untuk menyewa mobil kembali di AutoRelianz.

Para masyarakat yang terlibat demonstrasi juga memungkinkan menggunakan kekerasan yang dapat mengakibatkan kerusakana asset di sekitar lingkungan masyarakat bahkan showroom mobil AutoRelianz. Pemerintah juga berperan dalam menjaga keamanan dan ketertiban negara. Kesigapan dari pihak berwajib mampu meredam semua konflik yang akan terjadi baik konflik kecil maupun konflik besar. Oleh karena itu, semua kegiatan operasioanl AutoRelianzdapat dikerjakan dengan lancar.

1. **Ekonomi**

Faktor ekonomi menjadi sebuah kekuatan yang dapat memberikan dampak yang sangat besar bagi sebuah negara, karena merupakan salah satu penilaian apakah negara tersebut sedang berkembang, maju, atau tertinggal. Badan Pusat Statistik, mencatat bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia pada Kuartal II tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 0,16% lebih tinggi dibandingkan Kuartal I tahun 2018 sebesar 5,01%. Menurut data yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik, faktor pendukung pertumbuhan ekonomi Kuartal II ini dikarenakan jumlah konsumsi kebutuhan masyarakat sehari – hari meningkat, sektor pertanian yang sedang musim panen, dan jumlah penjualan mobil yang meningkat.

Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat merupakan sinyal yang baik bagi para wirausahawan. Pertumbuhan ekonomi menandakan bahwa daya beli masyarakat menguat dan dengan menguatnya daya beli tersebut meningkat juga konsumsi masyarakat termasuk untuk biaya sewa mobil dan kendaraa, karena kendaraan sudah menjadi keperluan sehari – hari. Hal ini, menjadikan peluang yang sangat baik bagi usaha AutoRelianz.

1. **Sosial**

Aspek sosial identik dengan cara membangun dan berinteraksi antar sesama manusia. Aspek sosial terdiri dari banyak bulir – bulir pemikiran, seperti pola sikap, pola pemikiran, pola tindakan, serta pola keyakinan dari masing – masing individu atau kelompok. Sosial dan budaya sering dikaitkan karena memang mempengaruhi satu sama lain, dimana budaya membentuk sebuat komunitas sosial yang berlandaskan budaya. Sementara sosial juga dapat menyebabkan sebuah budaya menjadi berubah mengikuti perkembangan zaman dan globalisasi yang semakin luas. Perubahan yang disebabkan oleh globalisasi ini dapat mengubah cara konsumsi sebuah masyarakat menjadi lebih konsumtif dan memperhatikan hal – hal yang tidak pernah diperhatikan sebelumnya.

Menurut Jurnal dari Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret bertemakan “PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL DAN GAYA HIDUP” didapatkan bahwa lingkungan sosial sangat berpengaruh dalam menentukan perilaku seseorang ke depannya. Seseorang yang tadinya tidak konsumtif akan mulai memiliki sifat konsumtif yang berlebih dikarenakan pengaruh dari sekitar. Pengaruh dari lingkungan sosial ini dapat dijadikan sebagai peluang untuk AutoRelianz memasarkan jasanya. Banyak cara berupa aksi sosial yang dapat dimanfaatkan untuk mengenalkan AutoRelianz kepada masyarakat, salah satunya adalah dengan membuat sebuah komunitas AutoRelianz atau acara *Touring* bersama bagi pecinta *tour* ke tempat – tempat baru.

1. **Teknologi**

Mendengar kata “Teknologi” yang terlintas dipikiran pastilah alat yang canggih dan penemuan – penemuan baru yang belum ada sebelumnya. Padahal dalam membahasa teknologi tidak hanya membahas dari segi penemuan yang dihasilkan melainkan dari tingkat perkembangan teknologi itu sendiri yang telah berdampak pada perubahan besar di dunia. Perkembangan teknologi yang semakin cepat juga berdampak kepada Indonesia dalam sektor – sektor industri dan usaha kecil sampai besar.

Teknologi sangat membantu kehidupan masyarakat dunia terkhususnya atas efesiensi dan efektivitas lebih yang dapat ditawarkan dibandingkan tanpa menggunakan teknologi. Konsep efesiensi dan efektivitas ini juga diterapkan dalam dunia usaha dan industri. Sekarang sudah banyak bisnis dan industri yang berbasiskan teknologi untuk menghemat biaya, mempercepat waktu, bahkan sampai memperoleh sebuah informasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan para pelaku ekonomi.

**Gambar 3.1**

**Tingkat Penggunaan Internet dan Sosial Media di Indonesia**

Sumber : *We Are Social*

**Gambar 3.1** di atas menunjukan hasil survey yang dilakukan oleh *We Are Social* pada tahun 2018 menujukkan bahwa terdapat sebesar 132,7 Juta pengguna Internet dan 130 Juta pengguna aktif layanan media sosial di Indonesia. Data ini mengalami peningkatan sebesar 50% untuk pengguna Internet dan 49% untuk pengguna media sosial aktif dari tahun 2017.

 Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa setiap tahunnya jumlah pengguna layanan internet dan media sosial meningkat setiap tahun. Peningkatan ini tidak lepas dari kebutuhan masyarakat akan layanan komunikasi dan jejaringan yang semakin dibutuhkan. Perkembangan ini harus selalu diperhatikan untuk mempersiapkan perubahan teknologi yang semakin cepat dan dampak yang dapat ditimbulkan dari perkembangan teknologi tersebut, baik dampak positif ataupun negatif.

Oleh karena itu, AutoRelianz sebagai bisnis penyediaan jasa rental mobil juga harus memperhatikan dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Salah satu cara yang dilakukan oleh AutoRelianz adalah dengan menerapkan sistem berbasis teknologi ke dalam kegiatan operasional bisnis. Sistem berbasis teknologi yang diterapkan seperti sitem manajemen keuangan yang terkomputerisasi, bekerja sama dengan beberapa perusahaan aplikasi jasa pelayanan sewa mobil, serta membuat media sendiri berupa *website* sebagai informasi dan pemesanan bagi konsumen.

1. **Lingkungan**

Lingkungan menjadi salah satu bagian analisa yang penting untuk diperhatikan. Lingkungan berkaitan dengan kondisi sekitar tempat tinggal, tingkat keamanan dan kebersihan, faktor geografis sebuah tempat yang memberikan sebuah ciri khas tersendiri bagi penduduk/masyarakat sekitar.

Tujuan dari analisa lingkungan ini adalah untuk mendapatkan informasi dan data yang diperlukan oleh seorang pembisnis, seperti tingkat kepadatan lingkungan tersebut, kondisi kebersihan dan keamanan, lokasi yang baik untuk usaha, serta kenyamanan yang dapat diberikan dari lingkungan sekitar.

Lokasi yang dipilih AutoRelianz sebagai lokasi usaha bertempat di Tangerang, Perumahan Poris Paradise. Lokasi ini dipilih karena letak yang cukup strategis, dilalui oleh banyak masyarakat, dekat dengan pemukiman warga dan pusat bisnis di daerah Poris, serta harga sewa gedung di daerah tersebut terbilang murah. Kondisi perumahan juga terjaga aman dikarenakan terdapat posko – posko penjagaan oleh satpam perumahan dan komplek. Analisa lokasi AutoRelianz ini didapatkan dari hasil observasi langsung di daerah perumahan Poris Paradise dan berdasarkan sumber beberapa masyarakat setempat. Pada lingkungan di sekitar Poris Paradise, industri otomotif terbilang cukup diminati dan disukai oleh masyarakat setempat. Hal ini dilihat dari jumlah bengkel dan pembukaan usaha otomotif di sekitar pemukiman warga. Observasi yang dilakukan juga mendapatkan pendirian usaha rental mobil sebanyak 2 showroom yang berada di dekat lokasi Poris Paradise, yang mana menjadi indikasi bahwa bisnis rental mobil ini telah menjadi daya tarik bagi masyarakat sekitar bagi yang membutuhkan jasa rental maupun seorang wirausaha.

1. **Legalitas**

Faktor terakhir yang harus diperhatikan dan sangat penting adalah faktor legalitas atau hukum. Legalitas berkaitan dengan aturan – aturan dan perundang – undangan yang dibuat oleh pemerintah bagi para pelaku bisnis dan harus dipatuhi demi kepentingan bersama. Legalitas untuk mendirikan sebuah usaha di Indonesai pada umumnya meliputi pembuatan Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang wajib dimiliki oleh seluruh pengusaha, NPWP, dan Izin Gangguan. Legalitas yang tidak kalah penting dan sering diabaikan adalah keselamatan pekerja atau K3 (Keselamatan, dan Kesehatan Kerja) pengawai. Faktor – faktor tersebut harus diperhatikan oleh para pembisnis dalam menjalankan usahanya termasuk AutoRelianz yang berada dalam sektor bisnis jasa rental mobil.

1. **Analisis Model Lima Kekuatan Michael Porter’s**

Analisis yang pertama kali dikenalkan oleh Michael Porter ini sangat berguna dan sering dijadikan alat untuk melihat kekuatan – kekuatan yang dapat memberikan pengaruh besar bagi sebuah bisnis. Michael Porter Fred R. David (2015 : 239) berpendapat bahwa analsisi ini merupakan pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan usaha di berbagai industri. Berikut adalah lima kekuatan yang terdapat dalam model tersebut:

1. **Persaingan di antara Industri Sejenis**

Persaingan antarperusahaan menjadi sebuah eksistensi diri yang ditunjukan kepada para pesaingnya dalam industri dan bisnis yang hampir sama atau sejenis. Persaingan antarperusahaan akan meningkat dan menjadi lebih ketat apabila salah satu pelaku usaha memberikan penawaran yang lebih menguntungkan bagi konsumen. Hal ini dilakukan untuk menarik perhati para konsumen dan menjadi strategi untuk menjatuhkan para pesaingnya. Banyak strategi yang dapat digunakan dalam hal bersaing mulai dari, pemberian harga yang murah atau diskon, pelayanan yang sangat memuaskan pelanggan, lokasi usaha yang dekat dengan konsumen, sampai dengan *feedback* yang diberikan konsumen kepada pelaku usaha agar dapat memenuhi apa yang sebenarnya diperlukan konsumen.

Namun tidak jarang juga strategi – strategi tersebut disalah artikan dan digunakan secara berlebihan sehingga menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan itu sendiri. Dampak negatif tersebut seperti jangka waktu diskon yang terlalu lama atau penenutuan harga yang terlalu murah. Hal ini tentunya akan menurunkan pendapatan perusahaan yang akan berakhir pada masalah keuangan perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu sebuah perusahaan atau bisnis harus mempertimbangakn strategi yang terbaik yang harus digunakan untuk menghadapi pesaing. Perusahaan harus memberikan keunggulan kompetitif yang lebih baik daripada pesaingnya untuk dapat menarik perhatian pelanggan.

AutoRelianz memiliki pesaing di industri yang sama diantaranya adalah ANGELITA RENTCAR, Jaringan Rental, Halina Rental, Artha Laras, Artica Rent A Car, AriTrans. Persaingan yang dibentuk sangat tinggi dan ketat karena semua pesaing telah memulai bisnis mereka terlebih dahulu dibandingkan AutoRelianz. Para pesaing memiliki keunggulan dan kelebihannya masing – masing yang dapat ditawarkan kepada konsumen, contoh: ANGELITA RENTCAR memiliki keunggulan dalam hal fasilitas yang baik, pelayanan yang memuaskan, lokasi yang strategis, dan citra perusahaan yang sudah terkenal dan mendapat beberapa penghargaan. Sementara Artha Laras memiliki keunggulan dalam hal harga yang relatif lebih murah, lokasi yang cukup strategis, serta lapangan parkir yang cukup luas.

Namun AutoRelianz tetap memiliki peluang yang cukup besar untuk dapat bersaing dengan para pesaingnya dengan memanfaatkan kelemahan yang dimiliki oleh masing – masing pesaing dan digabungkan menjadi sebuah keunggulan yang dapat ditawarkan. Contoh kelemahan yang dimiliki oleh ANGELITA dan Artica Rent Car adalah pemberian harga yang terlalu mahal, sedangkan kelemahan Artha Laras adalah pelayanan yang kurang memuaskan dan fasilitas yang kurang. Berdasarkan kelemahan masing – masing yang dimiliki oleh pesaing maka AutoRelianzmenggunakan strategi untuk menawarkan jasa pelayanan yang baik, produk yang berkualitas, fasilitas yang berbeda, tetapi dengan harga yang relatif lebih murah.

Untuk saat ini kekuatan pengaruh yang dapat diberikan AutoRelianz kepada para pesaingnya terbilang sangat kecil karena AutoRelianz belum resmi beroperasi. Namun ketika sudah beroperasi tingkat kemungkinan kekuatan pengaruh AutoRelianz akan bertambah dan memungkinkan untuk mengalahkan para pesaingnya.

1. **Potensi Ancaman dari Pendatang Baru**

Salah satu permasalahan sebuah bisnis dalam satu industri adalah ancaman potensi dari pendatang baru. Bila sebuah perusahaan atau usaha baru dapat dengan mudah masuk kedalam sebuah industri maka intensitas persaingan akan meningkat dan menyebabkan perang antar perusahaan. Untuk mencegah sebuah perusahaan baru masuk dengan mudah ke dalam sebuah industri dapat dibuat sebuah hambatan bagi perusahaan baru tersebut. Hambatan tersebut dapat berupa mahalnya barang dasar atau pokok penunjang operasioanal, kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, lokasi yang kurang strategis, jaringan pemasok yang sulit, sampai dengan preferensi merek yang kuat.

Di dalam bisnis jasa penyewaan mobil, hambatan yang dihadapi cukup besar dan menyulitkan seperti modal usaha yang terbilang cukup besar. Adapun syarat yang harus dipenuhi sebuah pengusaha untuk membuka usaha rental mobil seperti; penentuan lokasi yang baik, harga yang menarik konsumen, jenis fasilitas yang ditawarkan, paket – paket yang diberikan kepada konsumen, sampai dengan pelayanan yang memuaskan. Sehingga dapat dikatakan pendatang baru yang ingin memasuki usaha ini terbilang sulit karena hambatan yang diberikan terbilang sulit dan cukup besar. Untuk mengatasi hambatan tersebut maka AutoRelianz akan membangun sebuah *brand awarness* yang tinggi, mencoba untuk selalu memberikan pelayanan yang memuaskan dan lebih baik, penawaran harga yang relatif lebih murah, serta menerapkan inovasi dan mencoba menjalin hubungan yang baik dengan para rekan bisnis.

1. **Potensi Ancaman Produk Pengganti**

Persaingan antar perusahaan yang semakin ketat membuat para pelaku usaha yang ingin mencoba masuk menjadi kesulitan dengan hambatan yang ada, namun hambatan tersebut justru memberikan ide bagi pelaku usaha baru untuk menciptakan sebuat produk pengganti dari industri yang ingin dimasukinya. Tujuan dari pembentukan produk pengganti ini tentunya adalah untuk menciptakan sebuah pasar baru yang termasuk dalam industri yang masih sama namun berbeda dalam produk dan jasanya. Tentu keberadaan barang pengganti ini menjadi sebuah ancaman yang harus diperhatikan bagi para pelaku usaha agar tidak menyebabkan penurunan penjualan.

Untuk industri penyewaan kendaraan mobil, memiliki potensi untuk mendapatkan ancaman dari produk pengganti. Ancaman jasa penyewaan mobil dapat datang dari jasa penyewaan motor, alat transportasi pengganti seperti bus dan kereta api, sampai dengan harga mobil yang tiba – tiba turun menjadi lebih murah.

Namun untuk jasa penyewaan mobil ancaman produk pengganti yang didapatkan cukup rendah, karena untuk beberapa situasi barang pengganti seperti motor tidak dapat digunakan untuk mengangkut penumpang lebih dari 4 orang dan tidak dapat digunakan untuk membawa banyak barang. Kemudian untuk situasi seperti transportasi yang lebih pribadi, produk pengganti seperti bus dan kereta api belum dapat memberikan fasilitas tersebut, sehingga menjadikan kekurangan yang dapat diambil sebagai kelebihan mobil yang bersifat lebih pribadi. Mobil juga dapat digunakan untuk perjalanan jauh bahkan sampai keluar kota dibandingkan motor yang lebih sulit untuk medan jalan di luar kota. Namun ancaman dari produk pengganti ini tetap harus diperhatikan oleh AutoRelianz agar terus melakukan inovasi terbaru, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dalam jangka panjang.

1. **Daya Tawar Pemasok**

Daya tawar pemasok dapat memengaruhi tingkat persaingan di suatu industri yang ada dengan melihat dari jumlah ketersediaan pemasok, bahan baku yang tersedia, atau bahan dasar pengganti yang terbilang mahal. Semakin banyak pemasok dalam sebuah industri maka daya tawar dari pemasok akan semakin rendah karena para pemasok harus bersaing dengan pemasok lainnya dalam hal memberikan penawaran harga dan kualitas bahan baku yang baik.

Dalam industri jasa penyewaan mobil ini, daya tawar pemasok terbilang cukup rendah. Hal ini dikarenakan jumlah pemasok bahan dasar dan perlengkapan operasional AutoRelianz yang beragam, dimana mereka memberikan harga dan kualitas yang saling bersaing. Selain itu AutoRelianz juga akan melakukan kerja sama dengan pihak yang akan melakukan perawatan dan *maintanence* terhadap produk mobil AutoRelianz untuk menjaga kualitas mobil tetap terjaga. Oleh karena itu hubungan yang baik dengan supplier harus selalu dijaga dan diperkuat untuk saling menguntungkan.

1. **Daya Tawar Konsumen**

Konsumen merupakan pihak yang dapat memberikan dampak terbesar bagi sebuah perusahaan atau bisnis. Konsumen cenderung akan membeli dan menggunakan produk yang mereka inginkan berdasarkan referensi yang mereka percayai. Daya tawar konsumen akan meningkat apabila konsumen memiliki banyak referensi terhadap produk yang mereka ingin beli. Konsumen akan mudah beralih ke merek lain apabila produk yang mereka gunakan tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Unsur – unsur ekspektasi konsumen dapat berbentuk dalam hal harga, rasa, kenyamanan, keamanan, kualitas, kuantitas, dan lain – lain.

Daya tawar konsumen terhadap AutoRelianz terbilang tinggi, dikarenakan banyaknya pilihan penyediaan jasa sewa mobil disekitar Jakarta dan Tangerang. Tidak hanya dalam satu industri, namun konsumen juga memiliki kekuatan untuk dapat beralih ke produk pengganti apabila dianggap barang atau jasa yang dibelinya sekarang kurang memuaskan. Untuk AutoRelianz akan terus menjaga kualitas pelayanan yang diberikan dengan harga yang relatif terjangkau daripada pesaingnya.

**Gambar 3.2**

***Porter’s Five Forces Model* (Model Lima Kekuatan Porter)**

Potensi pengembangan produk-produk pengganti

Daya tawar

pemasok

Daya tawar konsumen

Persaingan antar perusahaan saingan

Potensi masuknya pesaing baru

Sumber : Fred R. David (2015 :239*), “Strategic Management”*

1. **Analisis Posisi dalam Persaingan**

Setiap perusahaan atau bisnis pasti memiliki yang namanya jangka waktu hidup sama halnya seperti mahluk hidup, yang dimulai dari tahap perkenalan, tumbuh, dewasa, hingga menjadi tua. Tahap – tahap kehidupan ini juga dimiliki oleh produk barang ataupun jasa yang biasanya dikenal dengan *Product Life Cycle*.

*Product Life Cycle* merupakan sebuah tahap kehidupan dari barang atau jasa yang melalui tahapan – tahapan tertentu sebelum melanjutkan ke tahap selanjutnya. Phillip Kotler dan Gary Amstrong (2014 : 326) membahas siklus hidup sebuah produk ini dalam buku “Prinsip – prinsip pemasaran” dan menjelaskan bahwa *Product Life Cycle* adalah merupakan perjalanan sebuah produk yang akan memiliki masa – masa perkembangan yang berbeda – beda setiap periode, dimana setiap periode memiliki tahapan – tahapan dan jangka waktu berbeda – beda yang harus dilewati dan akan dihadapi hasilnya.

**Gambar 3.3**

***Product Life Cyle***

Sumber: Kotler dan Gary Amstrong (2014 : 326) “Prinsip – Prinsip Pemasaran”

**Gambar 3.3** menunjukkan siklus hidup produk (Produk Life Cycle). Siklus hidup produk mempunyai empat tahapan yang berbeda, yaitu:

1. **Tahap Pengenalan (*Introduction*)**

Pada tahap ini, produk mulai diluncurkan untuk pertama kali. Pada umumnya pada masa ini aktivitas yang difokuskan adalah pemasaran dan pengenalan kepada masyarakat bahwa produk tersebut ada. Pengenalan membutuhkan waktu yang tidak sebentar, sehingga sering kali menghambat pertumbuhan penjualan. Biasanya biaya yang dikeluarkan pada tahapan pertama ini terbilang besar, karena digunakan untuk memperkenalan produknya melalui promosi, diskon, dan strategi lain untuk menarik perhatian dan kedatangan pelanggan.

AutoRelianz yang merupakan bisnis jasa penyewaan mobil juga akan memulai dari tahapan pengenalan. Strategi yang digunakan oleh AutoRelianz dalam memasarkan produknya adalah dengan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Website, dan applikasi Berbayar. Tentunya perlu manajemen keuangan yang baik untuk menerapkan kegiatan promosi AutoRelianz ini, tetapi seiring berjalannya waktu maka masyarakat akan mengenali AutoRelianz dan mulai menggunakan jasa yang ditawarkan.

1. **Tahap Pertumbuhan (Growth)**

Tahap ini akan mulai muncul ketika sebuah produk baru dapat memuaskan pasar. Tahap ini ditandai dengan penjualan produk mulai menanjak dengan cepat. Keuntungan akan meningkat selama tahap ini dikarenakan masyarakat sudah mulai mengenal dan menggunakan produk baru secara berulang – ulang lebih dari 1 kali pembelian. Penjualan yang meningkat akan memberikan pendapatan yang besar juga, dimana pendapatan ini nantinya akan dijadikan sebagai modal kembali untuk mengembangkan suatu produk atau bisnisnya menjadi lebih besar lagi.

AutoRelianz akan memasuki tahap ini pada saat jasa penyewaan ini telah digunakan oleh masyarakat sekitar Poris Paradise dan mengalami peningkatan pendapatan yang cukup tinggi. Berdasarkan visi AutoRelianz yang telah dijelaskan dalam bab dua, AutoRelianz akan mengembangkan usahanya tidak hanya pada daerah seputaran Tangerang melainkan juga menargetkan pasar JABODETABEK pada tahun 2025 – 2030.

1. **Tahapan Kedewasaan Produk**

Pada tahap kedewasaan sebuah produk akan mengalami pertumbuhan penjualan yang melambat dikarenakan produk sudah dikenal luas dan hampir digunakan oleh semua masyarakat**.** Melambatnya pertumbuhan penjualan mengakibatkan banyak produsen mempunyai banyak produk untuk dijual. Selanjutnya, kelebihan kapasitas ini akan memicu persaingan yang lebih besar lagi. Para pesaing mulai menurunkan harga, menambah iklan dan promosi penjualan mereka. Langkah – langkah yang dilakukan ini justru akan menurunkan keuntungan yang didapat. Pada akhirnya beberapa pesaing yang lemah akan tersingkir dan hanya tersisa para pesaing yang siap dalam segi manajemen perusahaan yang baik.

Tahap ini sering dikenal juga dalam tahap jebakan bagi para pengusaha karena apabila seorang manajer atau pengusaha tidak dapat mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dan menjatuhkan sama lain maka akan tersingkir dari pasar. Oleh karena itulah perlu pemahaman mengenai strategi mengatur dan menyajikan seseuatu yang baru kepada pelanggan dari sektor jasa yang ditawarkan.

Dari permasalahan di atas maka AutoRelianz memiliki strategi untuk berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman agar tidak kalah dalam bersaing dan dapat bertahan dari serangan para pesaingnya. Strategi yang dilakukan mulai dari kerja sama dengan beberapa perusahaan hotel terbaru untuk penyediaan fasilitas mobil, memberikan pilihan untuk penyewaan bus, dan kendaran roda dua.

1. **Tahap Penurunan**

Dalam tahap ini, penjualan mulai mengalami penurunan yang dikarenakan oleh barang atau jasa yang ditawarkan mengalami kejenuhan dan tidak ada inovasi yang dirasakan oleh konsumen. Semua produk pasti akan menghadapi tahap ini, namun tahap ini dapat diperlambat dengan melakukan beberapa alternatif berikut ini:

1. Melakukan pengembangan fungsi dan inovasi terhadap produk
2. Memperbaiki sistem manajamen dan strategi yang digunakan dalam beberapa waktu berjalan
3. Menggunakan *feedback* dari masyarakat ataupun kosnumen untuk mendapatakn informasi pengembangan dan kebutuhan yang belum terpenuhi.

Pada siklus hidup jasa, posisi usaha AutoRelianzmasih berada pada tahap **pengenalan produk**. Memang sifat bisnis ini sudah mulai banyak beredar dimana – mana. Tetapi tingkat keberadaan pesaing yang sudah mulai tinggi menunjukkan bahwa bisnis jasa ini memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan yang besar dalam jangka panjang.

1. **Analisa *Competitive Profile Matrix* (CPM)**

Kesuksesan adalah keadaan yang diharapkan oleh semua pengusaha dan perusahaan yang menjalankan kegiatan operasionalnya. Untuk mendapatkan kesuksesan tersebut perlu strategi dan analisa yang matang terhadap bisnis dan pesaingny, salah satu analis yang terkenal adalah ***Competitive Profile Matrix* (CPM)** . “*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitiors and its particular streghts and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position*”, ujar Fred R. David (2015 : 245) dalam buku “*Strartegic Management*”. Artinya CPM adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi pesaing utama dari suatu bisnis atau perusahaan melalui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

Faktor keberhasilan penting dalam *Competitive Profile Matrix*  mencakup baik isu – isu internal maupun eksternal; oleh karena itu *Competitive Profile Matrix* memiliki peringkat yang mengacu kepada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = sangat kuat, 3 = kuat, 2 = lemah, dan 1 = sangat lemah.

Berikut merupakan *Competitive Profile Matrix* AutoRelianzyang akan dibandingkan dengan kedua pesaingnya yang terdapat pada **Tabel 3.4**

**Tabel 3.4**

***Competitive Profile Matrix* AutoRelianz**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Criticial Success Factor** | **Weight** | **AutoRelianz** | **ANGELICA RENTCAR** | **Artica****Rent a Car** |
| **Rating**  | **Score** | **Rating** | **Score** | **Rating**  | **Score** |
| Harga | 0,21 | 3,00 | 0,62 | 3,00 | 0,62 | 2,00 | 0,42 |
| Lokasi | 0,19 | 4,00 | 0,76 | 4,00 | 0,76 | 3,00 | 0,57 |
| Kualitas Pelayanan | 0,17 | 3,00 | 0,51 | 4,00 | 0,68 | 3,00 | 0,51 |
| Fasilitas | 0,11 | 2,00 | 0,22 | 4,00 | 0,44 | 3,00 | 0,33 |
| Testimoni Konsumen | 0,14 | 3,00 | 0,42 | 3,00 | 0,42 | 2,00 | 0,28 |
| Promosi | 0,12 | 3,00 | 0,36 | 3,00 | 0,36 | 3,00 | 0,36 |
| Kelengkapan Media Informasi | 0,06 | 3,00 | 0,18 | 3,00 | 0,18 | 2,00 | 0,12 |
| **TOTAL** | **1** |  | **3,07** |  | **3,46** |  | **2,59** |

 Sumber : AutoRelianz, 2018

 Pada **Tabel 3.4** di atas menunjukkan ***Competitive Profile Matrix*** antara AutoRelianz dengan para pesaingnya dalam satu industri. Dalam ***Competitive Profile Matrix*** terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan sebuah perusahaan atau usaha, faktor – faktor ini disebut sebagai *critical success factor*. Untuk menghitung porsi atau seberapa besar faktor tersebut mempengaruhi maka diberikan sebuah bobot (*weitght*) perhitungan pada setiap faktor. Pada setiap industri yang akan diteliti maka akan diberikan penilaian dari skala 1 sampai dengan 4, dimana angka 1 mengindikasikan kekuatan perusahaan sangat lemah dan angka 4 mengindikasikan kekuatan perusahaan sangat kuat. *Weight* dan *rating* yang telah diberikan akan dihitung untuk menentukan score masing – masing faktor pada setiap perusahaan. Dalam industri jasa sewa mobil, maka ditentukan *critical success factor* yang digunakan oleh AutoRelianz adalah sebagai berikut:

1. Harga

Penentuan harga yang tepat menjadi faktor kunci untuk menarik perhatian konsumen. Harga yang baik adalah harga yang mampu bersaing dan memberikan nilai tambah kepada konsumen. Konsumen yang merasa cocok dengan harga yang ditawarkan maka akan membeli atau menggunkan produk atau jasa yang ditawarkan. Pada Tabel 3.4 di atas AutoRelianz mendapatkan *point* 3 yang menunjukkan faktor harga menjadi kekuatan dari AutoRelianz karena menawarkan harga yang kompetitif dengan para pesaingnya dibandingkan para pesaingnya.

1. Lokasi

Lokasi yang tepat dan strategis dapat menjadi sebuah kekuatan bagi perusahaan untuk bersaing. Lokasi perusahaan harus dicocokan dengan bidang usaha yang digeluti. Jika konsumen merasa kesulitan atau bahkan tidak pernahuntuk mengakses tempat usaha maka lokasi tersebut kurang baik dan kurang strategis. Untuk faktor ini, AutoRelianz mendapatkan *point* 4 yang menandakan bahwa letak *showroom* cukup baik karena dekat dengan pemukiman warga dan sering dilewati oleh masyarakat.

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan sebuah loyalitas pelanggan dan dapat dijadikan kekuatan yang kuat untuk bersaing. Namun untuk menciptakan loyalitas tersebut perlu diimbangi dengan pelayanan yang sangat memuaskan. Untuk faktor ini AutoRelianz mendapatkan *point 3*. AutoRelianz mencoba untuk memberikan pelayanan yang memuaskan dan dapat bersaing denga kompetitornya walaupun pesaingnya memiliki kelebihan dalam melayani konsumen dengan tingkat jam kerja yang lebih lama.

1. Fasilitas

Fasilitas yang dimiliki oleh AutoRelianz masih terbilang cukup kurang dikarena baru berdiri. Namun untuk tetap menjaga kualitas fasilitas maka AutoRelianz akan melakukan pembelian bahan dasar operasional mobil dalam keadaan baru dan tersedia 10 kendaraan. Fasilitas mendapatkan nilai cukup yaitu 2, namun seiring berjalannya waktu AutoRelianz akan memberikan fasilitas yang lebih baik lagi kedepannya

1. Testimoni Konsumen

Testimoni Konsumen dapat dijadikan sebagai feedback oleh perusahaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Testimoni ini berguna untuk memperbaiki kekurangan yang dimiliki dan menjadikannya kekuatan ke depannya. Dengan pemberian *test drive* oleh AutoRelianz kepada konsumen diharapkan dapat memberikan testimoni yang berharga bagi konsumen dan mendapatkan *feedback* yang baik.

1. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh AutoRelianz harus sangat gencar mengingat AutoRelianz merupakan usaha baru berdiri. Oleh sebab itu kegiatan promosi masih perlu dikencangkan sehingga diberi *point* 3. Namun seiring berkembangnya maka AutoRelianz akan mengembangkan kegiatan promosi menjadi lebih baik dengan pemberian diskon atau pun penawaran menarik lainnya.

1. Kelengkapan Media Informasi

Kelengkapan yang dimaksuda dalam faktor ini adalah penyediaan informasi atas jasa atau produk yang ditawarkan. AutoRelianz akan menggunakan manfaat dari media sosial dan media komunikasi lainnya seperti Line, Whatsaap, dan Facebook untuk dapat berkomunikasi dengan konsumennya. Sehingga konsumen yang ingin bertanya seputar AutoRelianz tidak perlu datang langsung ke *showroom* apabila sedang sibuk.

1. **Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT)**

Fred R David (2015: 259) berpendapat bahwa Matriks SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threat) adalah sebuah alat pencocokan yang dapat membantu manajer dan pengusaha untuk mengembangkan empat strategi, yaitu strategi SO (Stength – Opportunity), strategi WO (Weakness – Oppoertunity, strategi ST (Strength – Threat), dan strategi WT (Weakness – Threat). Berikut adalah analisis SWOT dari AutoRelianz:

1. *Strength* (Kekuatan)
2. Harga yang Kompetitif
3. Kualitas Kendaraan yang masih baru
4. Inovasi fitur *test drive* yang berbeda dari pesaing
5. Fasilitas lepas kunci dan pemakaian driver
6. Fasilitas luar kota dan dalam kota
7. *Weakness* (Kelemahan)
8. Merek Usaha belum dikenal
9. Keterbatasan sumber daya manusia
10. Pengalaman berbisnis yang kurang
11. Loyalitas pelanggan masih rendah
12. Bisnis yang masih kecil
13. Aspek keuangan yang belum kuat
14. *Opportunity* (Peluang)
15. Teknologi dan transportasi yang semakin berkembang
16. Kebutuhan akan mobalitas dan aksesibilitas transportasi yang semakin tinggi
17. Gaya hidup masyarakat yang cenderung konsumtif
18. Pembangunan sarana transportasi yang semakin bertambah di Indonesia
19. Tawaran kerja sama dari perusahaan lain, seperti hotel dan jasa perawatan mobil
20. Pertumbuhan industri parawisata yang memerlukan sarana transportasi
21. *Threat* (Ancaman)
22. Perkembangan barang pengganti seperti saranan transportasi kereta, bus, pesawat, dan lain – lain.
23. Munculnya pesaing baru dalam satu industri *competitive advantage*
24. Perubahan stabilitas kondisi ekonomi terhadap kerja sama dengan industri parawisata dan industri jasa lainnya
25. Pelanggaran terhadap kerja sama dengan pihak kepentingan seperti kerja sama usaha dengan industri parawisata, hotel, dan perawatan mobil

**Tabel 3.5**

**SWOT *MATRIX* AUTORELIANZ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  **Internal**  **Eksternal** | ***Strength*(S)**1. Harga yang Kompetitif
2. Kualitas Kendaraan yang masih baru
3. Inovasi fitur *test drive* yang berbeda dari pesaing
4. Fasilitas lepas kunci dan pemakaian *driver*
5. Fasilitas luar kota dan dalam kota
 | ***Weakness*(W)**1. Merek usaha belum dikenal
2. Keterbatasan sumber daya manusia
3. Pengalaman berbisnis yang kurang
4. Loyalitas pelanggan yang masih rendah
5. Bisnis yang masih kecil
6. Aspek keuangan yang belum kuat
 |
| ***Opportunities*(O)**1. Teknologi dan transportasi yang semakin berkembang
2. Kebutuhan akan mobalitas dan aksesibilitas transportasi yang semakin tinggi
3. Gaya hidup masyarakat yang cenderung konsumtif
4. Pembangunan sarana transportasi yang semakin bertambah di Indonesia
5. Tawaran kerja sama dari perusahaan lain, seperti hotel dan jasa perawatan mobil
6. Pertumbuhan industri parawisata yang memerlukan sarana transportasi
 | **Strategi S-O**1. Menjangkau konsumen di dalam dan luar daerah Tangerang (S1,S2,S5,O2,O4,O5,O6)
2. Bekerja sama dengan penyedia layanan aplikasi online (S2, S3, S4, O1, O2, O3,O5,O6)
3. Memberikan pelayanan berupa pengalaman baru bagi konsumen (S3, O2, O3)
4. Promosi melalui sarana media sosial dan website untuk menarik perhatian konsumen (S1,S2,S3, S4, S5, O1, O2, O, O4,O5,O6)
 | **Strategi W-O**1. Mengikuti seminar dan pelatihan bisnis di beberapa tempat secara berkala (W2,W3,O1, O2, O3, O5, O6)
2. Melakukan pemasaran yang lebih giat untuk membentuk *brand awarness* konsumen (W1, W4,W5, O1, O2, O3, O5,O6)
3. Melakukan kerja sama dengan beberapa perusahaan pengguna transportasi khusus mobil (W1,W3,W4,W5 O2, O5,O6)
 |
| ***Threat*(T)**1. Perkembangan barang pengganti seperti saranan transportasi kereta, bus, pesawat, dan lain – lain.
2. Munculnya pesaing baru dalam satu industri competitive advantage
3. Perubahan stabilitas kondisi ekonomi terhadap kerja sama dengan jasa perawatan mobil
4. Pelanggaran terhadap kerja sama dengan pihak kepentingan seperti kerja sama usaha perawatan mobil
 | **Strategi S-T**1. Memberikan pelayanan yang memuaskan dan lengkap untuk menjaga kepuasan konsumen (S1, S2, S3, S4,S5, T1, T2, T3, T4)
2. Mengikuti perkembangan teknologi, transportasi, dan lingkungan yang terjadi (S2, S3, T1, T3)
3. Memberikan penawaran menarik kepada konsumen untuk menjaga loyalitas (S1, S3, S4,S5, T1, T2)
4. Memberikan pelatihan dan pembekalan kepada karyawan mengenai perkembangan informasi dan teknologi (S2, S3, T1, T2,T3)
 | **Strategi W-T**1. Melakukan evaluasi terhadap kinerja usaha pada periode tertentu (W1, W3, W4,W6, T1,T2, T3, T4)
2. Menerima masukan dan kritikan dalam bentuk testimoni atau feedback pelanggan (W2, W3, W4, T1, T2, T3, T4)
 |