

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri dan pesaing sangat di perlukan dahulu sebelum membuka sebuah usaha agar calon pemilik bisnis memiliki dan mengetahui gambaran bagaimana situasi dan keadaan dari persaingan industri sejenis. Dengan melakukan analisis industri dan pesaing membantu dalam pengambilan peluang dan menyusun strategi untuk calon pemilik bisnis membuka usaha yang akan dijalankan.

3.1 Tren dan Pertumbuhan Industri

Pertumbuhan industri di bidang otomotif di indonesia sedang berkembang pesat. Dengan adanya dampak kebijakan pemerintah dengan mengadakan PPnBM yang membuat harga mobil menjadi lebih murah membuat masyarakat menggunakan kesempatan ini untuk membeli mobil. Banyaknya juga produsen mobil masih meluncurkan mobil – mobil barunya disaat masa pandemi dikarenakan antusias masyarakat. Saat ini kendaraan juga tidak hanya menjadi sebagai alat transportasi mereka tetapi menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Maka itu banyak masyarakat yang memodifikasi kendaraannya agar mencerminkan gaya hidup mereka.

Industri di bidang otomotif khususnya modifikasi menjadi bukti berkembangnya industri ini. Banyak toko / bengkel mempromosikan barang modifikasi yang mereka jual melalui *media social* seperti *instagram*, *tiktok*, dll. Mereka menjual bukan hanya barang lokal tetapi menjual barang dari luar negeri juga. Hal ini juga yang membuat tren bisnis otomotif khususnya modifikasi di indonesia semakin maju dan meningkat.





3.2 Analisis Pesaing

Analisis pesaing adalah proses mengenal dan menilai pesaing utama. Dengan melakukan analisis pesaing ini untuk dapat diketahui kemampuan bersaing terhadap para pesaing lainnya. Perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Selain itu, diperlukan juga perbandingan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi yang dilakukan perusahaan dengan pesaing terdekat. Hal ini dapat membuat perusahaan mengetahui keunggulan bersaing maupun kelemahannya.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, ditetapkan beberapa pesaing potensial yang menawarkan produk yang sejenis dengan Eighty eight garage Berikut pesaing-pesaing dari Eighty eight garage yang menawarkan produk yang sejenis :

- a) Empiregarage.id

Harga : 500.000 – 30.000.000 (Tergantung barang)

Kualitas Produk : mengadakan barang bekas dan baru

Promosi : Sangat baik

Pelayanan : Sangat baik

- b) Garagefreak.id

Harga : 500.000 – 10.000.000 (Tergantung barang)

Kualitas Produk : mengadakan barang bekas dan baru

Promosi : cukup baik

Pelayanan : baik

3.3 Analisis PESTEL

Analisis PESTEL adalah sebuah analisis lingkungan bisnis eksternal. yang dimana analisis PESTEL terdiri dari Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, *Environment*, dan Legal.

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Analisis ini bertujuan untuk melihat seberapa besar gambaran lingkungan eksternal dari sebuah bisnis agar mengetahui peluang dan ancaman yang bisa terjadi pada sebuah bisnis.

Dengan semua pemahaman dan segala risiko terkait dengan pertumbuhan atau penurunan usaha, posisi, potensi, dan arahan strategis untuk bisnis, bisnis memiliki kesempatan yang lebih baik untuk dapat berkembang. Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap *Eighty Eight Garage* yang dilakukan oleh penulis

Tabel 3. 1
Analisis PESTEL "Eighty Eight Garage"

No.	Ekonomi	Social	Teknologi
1.	Daya Beli	Trend Komunitas Mobil	Digitalisasi

a) Ekonomi (*Economic*)

Dari segi ekonomi dalam usaha ini dapat dilihat dari meningkatnya permintaan Jasa Eighty Eight Garage dari komunitas mobil di daerah Jakarta dapat menjadi peluang dalam usaha ini.

b) Sosial (*Social*)



Dari faktor sosial dapat dilihat dengan berkembangnya komunitas mobil di Jakarta sehingga ini dapat menjadi peluang pada usaha ini. Hal ini dikarenakan, jasa yang kami sediakan termasuk kedalam produk modifikasi.

c) Teknologi (*Technology*)

Faktor teknologi yang berkembang pada saat ini ialah digitalisasi, yang dimana setiap usaha perlu melakukan digitalisasi pada usahanya. Dengan berkembangnya media sosial dan Google Bisnis pada saat ini dapat dijadikan peluang bagi Eighty Eight Garage karena, dapat mengetahui informasi harga pasaran dengan mudah dan pemasaran menjadi lebih mudah.

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

Menurut Fred R. David (2016:229), "*Porter's five forces model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries*". Yang artinya adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri.

Berikut ini adalah gambar dari lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industry menurut Porter :

Gambar 3. 1

Lima Kekuatan Persaingan Model Porter



David dan David (2017:229), *Porter's Five Forces* dalam hal analisis kompetitif adalah pendekatan kompetitif yang digunakan secara makro untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Dalam menganalisis suatu bisnis kita perlu mengetahui bagaimana keadaan persaingan dengan mengidentifikasi lima kekuatan seperti potensi masuknya pesaing baru, daya tawar pembeli, ancaman produk/ jasa pengganti, daya tawar pemasok, dan pesaing sejenis dalam industri. Berikut merupakan analisis *Porter's Five Forces* dari Eighty Eight Garage :

a) Potensi masuknya pendatang baru : Tinggi

Pesaing baru dalam suatu bisnis dapat dikatakan hal yang sering terjadi di Indonesia. Saat suatu bisnis dilihat memiliki tingkat keuntungan yang besar dan mudah dijalankan tentu membuat orang ingin membuka bisnis tersebut yang menjadikan banyaknya pendatang baru untuk mencoba terjun ke industri tersebut. Membuka jasa seperti Eighty Eight Garage sangat mudah dan dibutuhkan modal yang sangat rendah yang membuat potensi bagi pendatang baru sangat tinggi.

b) Daya tawar pembeli : Tinggi

Daya tawar pembeli pada jasa Eighty Eight Garage dapat dinilai sedang. Hal ini tergantung dengan keadaan pasar, yang dimana pada saat seperti ini daya tawar

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



pembeli cenderung sedang dikarenakan, barang yang dihasilkan oleh bengkel

Crekanan yang terhambat karna dampak pandemi.

c) Ancaman produk / jasa pengganti : Sedang

Sebuah bisnis yang sedang berjalan selalu ditemukan produk pengganti sehingga memang memiliki peran yang sangat kuat dalam menarik perhatian konsumen. Hal ini dikarenakan, ada konsumen yang ingin menggunakan jasa *authorize* dan jasa *consignment* yang dimana potensi terhadap jasa pengganti dapat dikatakan cukup tinggi. Hal ini disebabkan banyak perusahaan *authorize* yang juga menyediakan jasa serupa. Namun hal ini tidak berdampak buruk pada usaha jasa *consignment* karena, *sparepart* yang kami sediakan lengkap untuk segala brand mobil.

d) Daya tawar pemasok : Rendah

Dalam usaha jasa ini untuk daya tawar pemasok cenderung sedang. Hal ini dikarenakan, supplier yang bekerja sama dengan kami memberikan harga nett kepada kami yang menyediakan produk dalam usaha jasa kami.

e) Pesaing sejenis dalam industri : Tinggi

Suatu persaingan adalah suatu hal yang tidak bisa dihindari baik dalam dunia usaha maupun kerja. Setiap pebisnis dalam menjalankan bisnisnya selalu ditemukan pesaing baik itu baru ataupun lama. Hal ini lah yang menjadi tantangan setiap pengusaha untuk terus mempertahankan posisi, kualitas layanan, serta faktor-faktor lainnya. Di usaha jasa Eighty Eight Garage berdasarkan riset bahwa pesaing sejenis cenderung Tinggi, yang dimana banyak usaha di bidang ini yang sudah mulai lebih dulu dan memiliki nama yang lebih di kenal. Namun, Eighty Eight Garage tetap akan memberikan yang terbaik untuk konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

3.5 Analisis Faktor-Faktor Kunci (CPM)

Menurut Fred R. David (2016:236) , “*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position*”. Yang artinya CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasikan para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki.

Hal positif tentang CPM adalah termasuk usaha yang dimiliki penulis dan juga pesaing lain untuk memudahkan analisis komparatif. Dalam CPM, analisis dilakukan secara keseluruhan, baik itu faktor eksternal maupun faktor internal. Hal ini berbeda dengan penilaian kondisi internal dan kondisi eksternal perusahaan melalui *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan *External Factor Evaluation (EFE)* yang di mana hanya masing-masing faktor internal dan eksternal saja. Berikut adalah komponen-komponen yang terdapat pada metode *Competitive Profile Matrix*:

a) *Critical Success Factor*

Faktor ini menjadikan penentu keberhasilan yang diambil setelah analisis mendalam dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Jelas di setiap perusahaan ada beberapa keuntungan dan beberapa kerugian bagi perusahaan.dalam lingkungan eksternal maupun





internal. Jika ratingnya tinggi menunjukkan bahwa strategi perusahaan telah dilakukan dengan baik dan rating yang lebih rendah menunjukkan strategi perusahaan yang dijalankan belum cukup baik.

b) *Weight* (Bobot)

Atribut bobot di CPM menunjukkan kepentingan, relatif dari faktor kesuksesan di dalam industri perusahaan. Berat berkisar 0,0 (yang berarti tidak penting) dan 1,0 (berarti penting), jumlah semua berat yang dihitung atau total dari seluruh faktor yang ada harus sama dengan 1,0. Jika total perhitungan bukanlah 1,0 berarti ada kesalahan dalam meletakkan bobot di salah satunya atau beberapa faktor yang ada harus diperbaiki.

c) *Rating* (Peringkat)

Peringkat dalam Competitive Profile Matrix memperlihatkan respon perusahaan terhadap faktor penentu keberhasilan sebuah usaha. Semakin tinggi rating yang didapat memperlihatkan respon yang baik dari perusahaan terhadap *Critical Success Factors*, dan juga sebaliknya bila rating rendah menunjukkan respon yang kurang baik. Peringkat dengan kisaran antara 1,0 – 4,0 dan dapat diterapkan untuk berbagai faktor. Ada beberapa poin penting terkait dengan rating di CPM:

- 1) Peringkat diterapkan untuk masing-masing faktor yang ada pada perusahaan
- 2) Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan
- 3) Tanggapan rata-rata diwakili oleh angka 2,0, yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- 4) Tanggapan di atas rata-rata. Di wakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.
- 5) Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4,0



d) *Score* (Skor)

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

e) *Total Weighted Score*

Jumlah dari semua nilai sama dengan total skor tertimbang, nilai akhir dari total skor tertimbang harus antara rentang 1,0 (rendah) ke 4,0 (tinggi). Nilai rata-rata tertimbang untuk CPM matriks adalah 2,5 di mana setiap perusahaan dengan total skor di bawah 2,5 dianggap lemah, sedangkan bila total skor tertimbang yang lebih tinggi dari 2,5 ini akan dianggap sebagai perusahaan yang kuat. Perbandingan perusahaan dari total CPM adalah perusahaan dengan nilai total skor tertimbang yang paling tinggi dianggap sebagai pemenang di antara para pesangnya yang ada. Beberapa faktor kunci keberhasilan penting yang dipertimbangkan oleh Eighty Eight Garage adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2

Competitive Profile "Matrix "Eighty Eight Garge"

Critical Success Factor	Bobot	Eighty Eight Garage		EmpireGarage.id		GarageFreak.id	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Kualitas Produk	0,23	4	0,92	3	0,69	3	0,69
Harga	0,21	3	0,63	4	0,84	3	0,63
Pelayanan	0,18	4	0,72	3	0,54	4	0,72
Merek	0,19	2	0,38	2	0,38	2	0,38

Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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



Promosi	0,21	4	0,84	2	0,42	3	0,63
Total	1		3,49		2,87		3,05

Sumber: (Eighty Eight Garage)

Berdasarkan Tabel 3.2, angka bobot dalam tabel analisis Competitive profile matrix didapatkan dari hasil survei kuisioner dengan 51 responden. Berdasarkan dari perhitungan tabel diatas, dapat menunjukkan bahwa Eighty Eight Garage memiliki dua pesaing yakni Empiregarage.id dan Garage Freak.id. Berikut adalah penjelasan mengenai posisi dari pesaing Eighty Eight Garage berdasarkan Tabel sebagai berikut :

a) Kualitas Produk

Kualitas produk yang berkualitas merupakan faktor yang cukup penting agar konsumen tertarik dengan barang yang kita jual.

b) Harga

Harga yang menarik juga penting untuk daya tarik konsumen, untuk harga Eighty Eight Garage memiliki bobot 0,63 yang di mana lebih rendah dari kompetitor lain agar memiliki konsumen yang ingin membeli barang. Untuk pembayaran juga bisa menggunakan via qr code, transfer, dll agar memudahkan konsumen berbelanja.

c) Pelayanan

Pelayanan yang terbaik untuk calon pembeli juga menjadi faktor utama untuk pembeli jadi membeli barang. Penjelasan barang yang di jual dengan baik memungkinkan pembeli tertarik. Eighty Eight Garage berusaha memberikan



pelayananyang terbaik kepada calon pembeli agar pembeli akan senang dan ingin membeli barang selanjutnya.

d) Merek

Merek merupakan salah satu bagian penting dari suatu produk. Merek bisa menjadi suatu nilai tambah bagi produk atau jasa. Nilai tambah ini sangat menguntungkan bagi perusahaan, maka dari itu perusahaan berusaha terus memperkenalkan brand yang dimilikinya agar bisa bersaing dengan usaha yang sama.

Eighty Eight Garage berusaha memperkenalkan brand kami ke komunitas mobil di jakarta, social media, dll. Kami juga memiliki kendaraan pribadi untuk di jadikan etalase berjalan / demo car untuk mengetahui kualitas barang yang di jual.

e) Promosi

Promosi merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan sebuah produk dan merupakan bagian penting dalam strategi pemasaran produk. Saat ini, di tengah pesatnya pemasaran secara online, banyak masyarakat yang bisa mendapatkan akses lebih baik tentang sebuah produk. Eighty Eight Garage mempromosikan jasanya lewat social media seperti instagram, tiktok, dll.

3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2017:79), *“An overall evaluation of the company's strengths (S), weaknesses (W), opportunities. (O), and threats (T).Strengths* adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Menganalisis kekuatan diperlukan untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing. Jika kekuatan perusahaan tersebut unggul dalam kualitasnya, maka keunggulan itu dapat

dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik.

Weakness adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kelemahan yang ada dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Jika perusahaan tersebut terdapat kendala pemasaran yang kurang baik, maka perusahaan perlu meneliti kekurangan – kekurangan yang dimiliki dalam bidang pemasaran. Hal ini perlu diperhatikan agar tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mundur dibandingkan para pesaing lainnya.

Opportunities adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan di masa depan. Peluang atau kesempatan ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai visi, misi, dan tujuan dalam jangka panjang.

Threats adalah gambaran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan menganalisis ancaman, perusahaan dapat menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat menyebabkan kemunduran suatu perusahaan.

Metode analisis ini sangat bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil dari analisis ini biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk memperbaharui kekuatan dan untuk menambah keuntungan suatu perusahaan. Selain itu metode ini juga membantu para pebisnis untuk melihat sisi-sisi yang terabaikan atau tidak terlihat dari sebuah perusahaan. Berikut ini adalah analisis SWOT dari Eighty Eight Garage :

a) Kekuatan (*Strengths*) :





Kekuatan (*Strengths*) yaitu sebuah kondisi kekuatan yang dimiliki suatu usaha agar dapat mengetahui di mana faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan bila dibanding dengan

pesaingnya. *Strengths* dari Eighty Eight Garage adalah :

- 1) Memberikan kualitas jasa servis yang baik
- 2) Menggunakan promosi yang menarik dengan media sosial
- 3) Memakai peralatan yang modern

b) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah hal-hal yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan tetapi tidak dimiliki oleh suatu usaha. Kelemahan merupakan suatu kendala serius yang harus diperhatikan oleh suatu usaha agar dapat mengatasi hal tersebut.

Berikut kelemahan dari Eighty Eight Garage :

- 1) Pendirian usaha yang baru membuat brand belum dikenal
- 2) Perlengkapan barang penunjang tidak lengkap
- 3) Kualitas sumber daya manusia yang belum

c) Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah kondisi dimana sebuah usaha memiliki peluang untuk berkembang di masa depan. Peluang ini bisa datang kapan saja dan apabila cepat dalam menanggapi peluang tersebut maka akan menjadi sebuah peningkatan besar dalam proses bisnis tersebut.

Berikut peluang yang dimiliki Eighty Eight Garage :

- 1) Banyaknya bermunculan komunitas mobil di Jakarta



- 2) Perkembangan teknologi yang semakin maju
- 3) Bermunculnya tren baru di industri otomotif

d) Ancaman (Threats)

Ancaman adalah sesuatu yang sifatnya negatif yang harus segera ditemukan solusinya karena bila terlalu lama maka akan menimbulkan kerugian.

Berikut ancaman yang dihadapi oleh Eighty Eight Garage :

- 1) Banyaknya bermunculan kompetitor yang baru
- 2) Harga *sparepart* yang tidak stabil cenderung mengalami kenaikan

Untuk membuat SWOT Quadrant diperlukan identifikasi IFAS (Internal Factor Strategy) dan EFAS (External Factor Strategy) dengan beberapa tahap sebagai berikut:

- a) Tentukan faktor-faktor strategis internal
- b) Tentukan faktor-faktor strategis eksternal
- c) Susunlah di dalam kolom 1 indikator kekuatan dan kelemahan untuk IFAS dan indikator peluang dan ancaman untuk EFAS
- d) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategik.
- e) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat baik) sampai 1 (dibawah rata-rata).
- f) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya variasi mulai dari 4,0 (sangat baik) sampai dengan 1,0 (dibawah rata-rata)



g) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), sehingga diperoleh total skor pembobotan untuk perusahaan bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis baik internal dan eksternal

Tabel 3. 3
Internal Faktor Analysis Strategy

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<i>Strength</i>				
1	Memberikan kualitas jasa servis yang baik	0,17	4	0,68
2	Menggunakan promosi yang menarik dengan media sosial	0,17	4	0,68
3	Memakai peralatan yang modern	0,17	3	0,51
Jumlah Strength				1,87
<i>Weakness</i>				
1	Pendirian usaha yang baru membuat brand belum dikenal	0,17	4	0,68
2	Perlengkapan barang penunjang tidak lengkap	0,16	3	0,48
3	Kualitas sumber daya manusia yang belum	0,17	4	0,68
Jumlah Weakness				1,84
Total IFAS				0,03

Berdasarkan Tabel 3.3, angka bobot dalam Tabel internal faktor analisis strategy didapatkan dari hasil survei kuisisioner dengan 32 responden. Dari Tabel 3.3 diketahui bahwa total skor Strength sebesar 1,87 dan total skor Weakness sebesar 1,84. Total skor IFAS sebesar 0,03 yang didapatkan dari pengurangan total skor Strength dengan total skor Weakness.

Tabel 3. 4
Internal Faktor Analysis Strategy

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<i>Opportunity</i>				
1	Banyaknya bermunculan komunitas mobil di jakarta	0,17	3	0,51
2	Perkembangan teknologi yang semakin maju	0,16	4	0,64
3	Bermunculnya tren baru di industri	0,17	4	0,68

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



	otomotif			
Jumlah Opportunity				1,83
C	Threat			
1	Banyaknya bermunculan kompetitor yang baru	0,17	4	0,68
2	Harga <i>sparepart</i> yang tidak stabil cenderung mengalami kenaikan	0,17	3	0,51
Jumlah Threat				1,19
Total EFAS				0,64

Berdasarkan Tabel 3.4, angka bobot dalam Tabel eksternal faktor analysis strategy didapatkan dari hasil survei kuisisioner dengan 32 responden. Dari Tabel 3.4 diketahui bahwa total skor Opportunity sebesar 1,83 dan total skor Threat sebesar 1,19. Total skor EFAS sebesar 0,64 yang didapatkan dari pengurangan total skor Opportunity dengan total skor Threat.

Gambar 3. 2

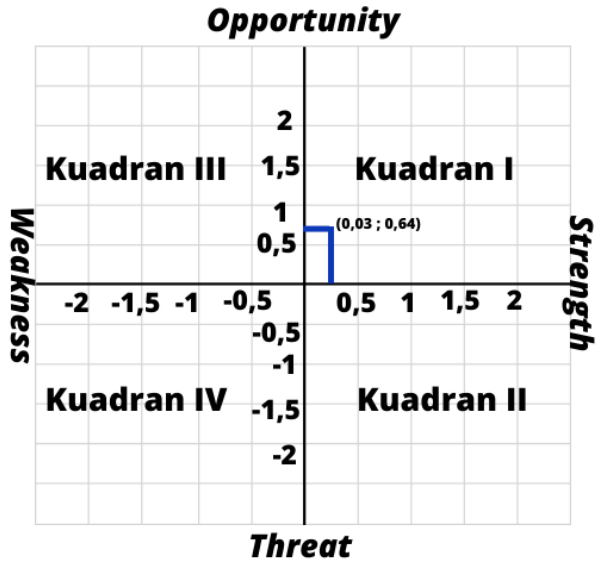
SWOT Quardran "Eighty Eight Garage"

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

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



Berdasarkan Gambar 3.2, dapat diketahui bahwa Eighty Eight Garage berada pada posisi diantara sumbu Opportunity dan Strength yakni berada di kuadran I. Artinya, Eighty Eight Garage disarankan untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunity).

Dari hasil identifikasi Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat, maka dapat disusun SWOT Matrix. SWOT Matrix adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matrix ini dapat mendeskripsikan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Berikut merupakan Gambar Swot Matrix dari Eighty Eight Garage :

Tabel 3. 5
Analisis SWOT MATRIX

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
--	--------------	---------------

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





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

SWOT		
<p>C Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan kualitas jasa servis yang baik. 2. Menggunakan promosi yang menarik dengan media social 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendirian usaha yang baru membuat brand belum dikenal 2. Perlengkapan barang penunjang tidak lengkap
<p>Kelemahan (W)</p>	<p>Strategi S-O</p>	<p>Strategi W-O</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya bermunculan komunitas mobil di Jakarta 2. Perkembangan teknologi yang semakin maju 3. Bermunculnya tren baru di industri otomotif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan Edukasi dan Pelatihan kepada <i>customer</i> cara merawat mobil yang baik dan benar 2. Aktif Melakukan <i>promotion</i> di media sosial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengedukasi Produk unggulan kepada konsumen 2. Membangun <i>brand image</i> kepada calon customer
<p>Ancaman (T)</p>	<p>Strategi S-T</p>	<p>Strategi W-T</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya bermunculan kompetitor yang baru 2. Harga sparepart yang tidak stabil cenderung mengalami kenaikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rutin melakukan promosi baik secara <i>digital</i> dan <i>offline</i> 2. Melakukan <i>training</i> secara rutin 3. Melakukan <i>Update</i> dan pengembangan teknologi baru 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi kepada pelanggan secara langsung melalui acara pameran otomotif. 2. Melakukan pelatihan dan <i>refreshing</i> agar sumber daya manusia dapat bekerja dengan efektif dan efisien.

Berdasarkan Gambar 3.2 diatas menunjukkan bahwa Eighty Eight Garage akan melakukan Strategi SO. Strategi ini diambil atas dasar hasil dari analisis pada Swot quadran dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Berikut merupakan strategi SO yang akan digunakan oleh Eighty Eight Garage:

- a) Memberikan Edukasi / Pelatihan kepada *customer* cara merawat mobil dengan baik



Dengan memberikan Edukasi dan Pelatihan kepada *Customer* cara merawat mobil yang baik sehingga dapat dilihat baik dimata pelanggan bahwa jasa kami memberikan pelayanan yang berkualitas.

b) Aktif Melakukan *promotion* di media sosial.

Dengan trennya promosi menggunakan sosial media Eighty Eight Garage juga melakukan promosi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Tiktok sehingga dapat menjangkau konsumen yang ingin menggunakan jasa modifikasi Eighty Eight Garage.

1. Dilarang menyalin 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.