**BAB III**

**ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING**

1. **Trend dan Pertumbuhan**

Menurut data, mengatakan bahwa 42% Wanita RI lebih pilih ***bekerja*** daripada diam dirumah. Hasil survei tersebut menyebutkan sebanyak 42% wanita dan 46% pria di Indonesia lebih memilih bekerja dibandingkan harus tinggal diam di rumah, meskipun tidak memiliki masalah keuangan. (Liputan6.com). Ini adalah *lifestyle* wanita zaman sekarang, mereka memilih untuk bekerja dan menabung untuk membantu kehidupan keluarga mereka. Jadi tidak seluruh beban kehidupan keluarga ditanggung oleh sang suami, namun dibantu juga oleh sang istri.

Namun dikarenakan sang istri membantu sang suami mencari nafkah, menjadikan pekerjaan rumah tangga menjadi kurang terhandal. Maka itu keluarga keluarga ini bisa menjadi salah satu peluang berharga *Blue Laundry*. Berikut adalah tabel jumlah tenaga kerja perempuan berdasarkan 9 sektor lapangan kerja.

**Gambar 3.1**

**Jumlah Tenaga Kerja Perempuan Tahun 2017**

Sumber : <https://www.cnbcindonesia.com/>

1. **Analisis Pesaing**

Pesaing akan selalu ada dimana mana, maka itu perlu adanya pengetahuan tentang keunggulan maupun kelemahan mereka, sehingga *Blue* dapat menjadi lebih baik dan menghindari kesalahan mereka. Berikut adalah tabel analisis pesaing *Laundry*

**Tabel 3.1**

**Analisis Pesaing *Laundry***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PESAING | KEUNGGULAN | KELEMAHAN |
| Londre | 1. Memiliki *loyal customer*
2. Memiliki banyak gerai
3. Sudah dikenal Masyarakat
 | 1. Tidak berfokus pada apartement
2. Tidak mencuci pakaian sehari hari
3. Harga mahal
 |
| *Vidi Laundry*Pusat laundry kiloan | 1. Memiliki *loyal customer*
2. Sudah dikenal lingkungan sekitar
3. Harga murah
 | Kualitas kebersihan kalah dengan Londre |
| *Zapp**Coin Laundry* | 1. Cepat
2. Teknologi yang baru
3. Trending
 | 1. Maintenance Mesin akan lebih banyak dilakukan
2. Tidak fleksible
 |

Sumber : Hasil pengamatan penulis

1. **Analisis PESTEL**

Analisis PESTEL merupakan analisis eksternal yang berbeda diluar perusahaan dan dapat menjadi peluang agar perusahaan atau bisnis dapat berkembang dan juga dapat menjadi ancaman bagi jalannya bisnis. Dengan melakukan analisis PESTEL, perusahaan dapat mengetahui segala risiko dan juga potensi suatu bisnis yang terkait dengan lingkungan eksternal. Berikut adalah hasil analisis PESTEL *Blue Laundry*

1. ***Politic (*Politik)**

Dalam bisnis sangatlah penting mempertimbangkan risiko politik dan pengaruhnya terhadap perusahaan. Hal ini patut dipetimbangkan karena perubahan dalam suatu tindakan maupun kebijakan politik suatu negara dapat menimbulkan dampak pada sektor perekonomian negara. Risiko politik umumnya berkaitan erat dengan pemerintahan serta keamanan negara. Faktor tersebut menentukan kelancaran suatu bisnis. Oleh karena itu, jika situasi politik mendukung, maka bisnis secara umum akan berjalan dengan lancar. Bila terjadi kerusuhan politik, maka akan mengganggu kelancaran bagi *blue* dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya. Terutama di bagian keamanan suatu lingkungan. Bisa dibilang kerusuhan tahun 1998 adalah suatu kerusuhan yang sangat merusak dan mempunyai luka permanen di seluruh hati masyarakat. Maka itu ketika adanya permasalahan politik di Indonesia akan membawa suasana seluruh negara menjadi mencekam, terutama bagi masyarakat masyarakat yang berada di posisi *non dominant*.

1. ***Economy* (Ekonomi)**

Bisa dibilang bahwa kerusuhan tahun 1998 itu adalah krisis ekonomi terparah dalam sejarah Indonesia. Dikarenakan banyak perusahaan perusahaan yang tercatat di pasar modal mendadak berstatus *insolvent* alias bangkrut. Sehingga resiko lanjutannya adalah pemutusan hubungan kerja (PHK) yang terjadi secara serentak sehingga angka pengangguran melonjak ke tingkat yang diluar akal sehat. Akibat PHK dan melesatnya harga harga barang, jumlah penduduk yang memasuki garis kemiskinan pun meningkat.

Ada isu mengenai siklus krisis ekonomi yang akan selalu terjadi setiap 10 tahun. Ini dikarenakan adanya krisis di tahun 1998, 2008, dan tahun 2018. Namun pada tahun 2018 kemarin berhasil dicegah. Menurut Ekonom Bank Central Asia (BCA) David Sumual, depresiasi rupiah yang terjadi di tahun 2018 berbeda dengan depresiasi rupiah ketika 1998 silam. Pelemahan rupiah tahun 1998 tidak disertai dengan kenaikan gaji, namun tahun 2018 diiringi dengan kenaikan gaji dan harga harga yang cukup terjaga sehingga daya beli masuarakat tidak menurun.

Daya beli masyarakat itulah yang menolong pada tahun 2018 sehingga tidak terjadinya krisis. Maka itu dengan adanya daya beli masyarakat yang tinggi dapat membantu pertumbuhan ekonomi dan jalannya perusahaan-perusahaan agar tetap terjamin. Begitu juga dengan *Blue*, bila daya beli masyarakat tinggi maka akan berdampak baik pada *Blue*, namun begitu juga sebaliknya. Bila daya beli masyarakat rendah, maka akan berdampak buruk.

1. ***Social (*Sosial)**

Dari segi sosial, *Blue* memahami benar bahwa Indonesia terdiri dari berbagai jenis etnis, agama, dan kebudayaan di masing-masing daerah. Aspek sosial sangat mempengaruhi pola persepsi, sikap, dan tindakan dari masing masing individu. Aspek sosial juga bersifat sangat sensitif bagi beberapa individu, maka itu perlu menghargai dan memahami segala perbedaan itu. Dikarenakan juga bahwa semua pelanggan datang dari berbagai macam daerah, dan berbagai macam latar belakang sosial. Maka itu dibutuhkannya rasa *Bhineka Tunggal Ika*, yang mewujudkan rasa kebersamaan dan rasa saling menerima.

1. ***Technology* (Teknologi)**

Teknologi akan selalu berkembang, walaupun belum siap untuk berpindah ke teknologi yang baru, tetapi teknologi akan selalu berjalan dan berkembang. Contoh yang terlihat pada era sekarang adalah munculnya aplikasi-aplikasi pembayaran via *online* seperti *gopay, ovo, dana,* dan lain lain.

Selain itu media sosial juga berkembang menjadi salah satu sarana promosi terbesar di era sekarang. Dikarenakan hampir seluruh masyarakat sekarang memiliki media sosial mereka sendiri dan bisa dikatakan bila seluruh media sosial diakumulasikan maka seluruh teman adalah calon pembeli. Tidak perlu susah-susah mencari calon pembeli, membuat brosur fisik, spanduk agar masyarakat tahu, bila sudah memiliki media sosial dan seluruh teman diakumulasikan maka seluruh orang itu adalah calon pembeli aktif.

Lalu bila teman puas akan hasil kerja ini, maka teman itu juga bisa memberi tahu seluruh teman dia agar datang ke tempat ini. Maka temannya teman itu juga akan menjadi calon pembeli. Itulah kehebatan teknologi di zaman sekarang. Internet dan media sosial sudah sangat merajai dan mempermudah para penggunanya. Maka itu perlu mempelajari hal ini sebaik mungkin.

1. ***Environment* (Lingkungan)**

Faktor lingkungan dapat digunakan ketika melakukan perencanaan strategis atau mencoba mempengaruhi keputusan pembeli seperti faktor lokasi geografis. Lokasi untuk mendirikan kantor dan gudang haruslah strategis, mudah dijangkau, serta aman. *Blue* memilih *Sudirman Park Apartement* sebagai lokasi pertama dikarenakan apartemen itu memiliki kecocokan dengan apa yang diinginkan oleh *Blue*. Apartemen yang baik untuk sebuah *laundry* adalah diperlunya ruangan penghuni yang tidak terlalu besar, sehingga tidak muatnya mesin cuci didalamnya.

Selain itu juga apartemen tidak boleh memiliki balkon, dikarenakan bila disediakan balkon maka artinya tempat itu luas dan bisa menjemur baju untuk dikeringkan. Selain itu apartemen juga perlu memiliki peraturan bahwa dalam satu apartemen tidak boleh memiliki banyak *laundry,* hanya diperbolehkan 2-3 laundry dalam satu komplek apartemen. Maka itu lokasi *Sudirman Park Apartement* sangatlah sesuai dengan kebutuhan *Blue*.

1. ***Legal* (Legalitas)**

Hukum sangat mempengaruhi jalannya sebuah bisnis. Suatu bisnis yang tidak memiliki kelengkapan surat ijin dan melanggar aturan akan menghambat proses kegiatan perusahaan tersebut. Legalitas untuk menjalankan usaha *Blue* meliputi akte pendirian perusahaan, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), NPWP pemilik usaha, Tanda Daftar Perusahaan (TDP), surat keterangan domisili suatu perusahaan, dan dokumen dasar lainnya.

1. **Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter**

Menurut David (2015:59), “lima kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri.” Berikut adalah lima model kekuatan persaingan model Porter untuk *Blue Laundry*.

**Gambar 3.2**

***Porter’s Five Forces Model***

Sumber : *Michael Porter* (2015:239)

1. ***Industry* *Rivalry* (Persaingan Industri)**

Semangkin banyaknya pesaing didalam industri yang sama menunjukan bahwa tingkat persaingan yang tinggi. Maka itu setiap perusahaan akan menggunakan strategi yang berbeda dengan pesaingnya agar bisa memenangi persaingan dan mendapatkan profit yang lebih tinggi. Pemilihan strategi yang tepat adalah kunci dalam memenangkan persaingan didalam industri yang sama.

*Blue Laundry* berada dalam persaingan yang cukup ketat, dikarenakan sudah banyaknya laundry laundry diluar sana. Namun strategi yang digunakan adalah memilih lokasi yang tepat. *Blue* memilih untuk bersaing di daerah apartemen. Jadi itu sudah menutup beberapa persaingan *laundry-laundry* lain. *Blue* memilih apartemen dikarenakan adanya pemikiran para penghuni yang merasa lebih efisien untuk mencuci di *laundry* daripada perlu membeli mesin cuci dan mesin pengering yang nantinya akan mempersempit ruangan apartemen yang sudah sempit sebelum adanya mesin cuci. Itu adalah salah satu strategi yang akan digunakan *Blue* untuk menutup beberapa pesaing.

1. ***Threat* *of* *Entry* (Ancaman Pendatang)**

Sebuah perusahaan yang sudah berdiri lama tentunya cepat atau lambat akan berurusan dengan yang namanya pesaing baru. Hal ini bisa menjadi ancaman baru bagi perusahaan lama, apalagi bila sang perusahaan lama tidak melakukan inovasi dan perubahaan terhadap produk maupun jasa mereka.

*Blue* *Laundry* pastinya akan menjadi sebuah ancaman bagi para pemain lama, namun setelah *Blue* menjadi pemain lama, *Blue* akan merasakan ancaman dari berbagai pemain baru. Maka itu siklus persaingan bisnis akan selalu seperti ini, tentu saja strategi-strategi yang dipakai akan tetap berubah mengikuti perkembangan zaman.

1. ***Threat* *of* *Substitutes* (Ancaman Barang Pengganti)**

Semua produk dan jasa pasti memiliki barang penggantinya, dan bila bisa menentukan sebuah pengganti suatu produk atau jasa, maka itu sudah menjadi sebuah terobosan untuk ide bisnis. Sebenarnya *laundry* adalah produk pengganti dari mesin cuci. *Blue* menyediakan jasa untuk mencuci baju para pelanggan. Namun produk pengganti untuk jasa *laundry* itu sudah ada, yaitu *laundry* koin, yang dimana sudah tidak membutuhkan jasa para karyawan untuk mencuci baju pelanggan, melainkan hanya memasukan baju kedalam mesin lalu diputar sendiri. Namun hal ini masih ada sisi lemahnya, dikarenakan belum adanya cara untuk melipat baju dengan mesin, maka itu masih dibutuhkannya jasa para karyawan hanya untuk melipat baju dan menjadi kasir.

1. ***Bargaining* *Power* *of* *Suppliers* (Daya Tawar Pemasok)**

Besar kecilnya kekuatan daya tawar pemasok dapat mempengaruhi eksitensi sebuah perusahaan. Kekuatan daya tawar dari pemasok dilihat tinggi apabila ketergantungan yang tinggi antara perusahaan dengan sang pemasok. Ini dikarenakan antara sang pemasok hanya satu-satunya yang kebetulan menjual barang yang dibutuhkan perusahaan, atau satu-satunya yang menjual harga termurah, sehingga bila perusahaan pindah ke pemasok lain dapat menambah biaya lebih besar. Namun kekuatan daya tawar dari pemasok dilihat rendah apabila perusahaan dengan mudah berpindah dari satu pemasok ke yang lain. Dan harga sesama pemasok juga terlihat sama ataupun murah.

1. ***Bargaining* *Power* *of* *Buyes* (Daya Tawar Pembeli)**

Sebagai seorang konsumen akan memilih produk berdasarkan harga, kualitas, dan lain-lain. Setiap konsumen memiliki preferensi mereka sendiri, dan mereka pun memiliki daya tawar. Daya tawar konsumen dianggap kuat bila para konsumen dengan mudah bisa berpindah dari suatu perusahaan ke perusahaan lain, namun dianggap rendah bila konsumen memiliki ketergantungan yang kuat dengan satu perusahaan. Dalam bisnis jasa *Blue Laundry*, dapat dikatakan daya tawar konsumen termasuk tinggi dikarenakan banyaknya *laundry* di luar sana. Walaupun hal ini terjadi, penulis yakin bahwa *Blue* dapat bersaing dengan perusahaan perusahaan lain dengan menggunakan strategi diferensiasi jasa yang unik dan berbeda dari kompetitornya.

1. **Analisis faktor-faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matrix / CPM)**

CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain didalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasikan para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki. Berikut adalah analisis CPM *Blue Laundry*

**Tabel 3.2**

***Competitive Profile Matrix***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Faktor Penentu Keberhasilan** | **Bobot** | **Blue Laundry** | **Londre** | **Zap** |
| **Rating** | **Skor** | **Rating** | **Skor** | **Rating** | **Skor** |
| Pelayanan | 0.25 | 4 | 1 | 3 | 0.75 | 3 | 0.75 |
| Kualitas | 0.24 | 3 | 0.72 | 3 | 0.72 | 3 | 0.72 |
| Harga | 0.20 | 3 | 0.6 | 3 | 0.6 | 3 | 0.6 |
| Lokasi | 0.18 | 3 | 0.54 | 4 | 0.72 | 3 | 0.54 |
| Promosi | 0.15 | 3 | 0.45 | 3 | 0.45 | 2 | 0.3 |
| Total | 1 |  | 3.31 |  | 3.24 |  | 2.91 |

Sumber : *Blue Laundry,2019*

Tabel *Competitive Profile Matrix* (CPM) diatas terdiri dari faktor penentu keberhasilan, bobot, rating, dan skor. Dimana faktor penentu keberhasilan merupakan suatu kunci yang menunjang keberhasilannya suatu perusahaan. Bobot merupakan seberapa besar faktor dari sebuah keberhasilan itu terhadap perusahaan dan bila dijumlahkan harus berjumlah 1. Rating ditunjukan pada nilai 1 sampai 4. Dimana nilai 4 menunjukan nilai yang paling tinggi dan 1 menunjukan nilai yang paling rendah. Skor adalah hasil perkalian antara bobot dengan rating. Jumlah skor yang paling besar menunjukan bahwa perusahaan tersebut lebih unggul daripada perusahaan saingan. Berikut adalah posisi *Blue Laundry*

1. Pelayanan

Apabila usaha dikatakan Jasa , maka dapat dibilang kekuatan terbesar dari usaha itu adalah pelayanan yang diberikan. Dikarenakan Jasa dapat dibilang suatu kegiatan yang dilakukan untuk orang lain. Maka pelayanan yang diberikan menjadi faktor utama dalam suatu kegiatan jasa.

1. Kualitas Cucian

Selain pelayanan yang baik, namun bila tanpa disertai dengan hasil yang memuaskan maka para pelanggan akan tidak kembali lagi, itu sangat sering terjadi di dunia nyata, dimana suatu usaha sangat unggul di awal namun dikarenakan hasil akhir atau kualitas yang tidak memuaskan maka pelanggan akan enggan kembali lagi.

1. Harga

Dengan kualitas yang baik namun bila disertai dengan harga yang tidak masuk akal juga akan membuat para pelanggan berpikir dua kali untuk kembali. Bahkan untuk mau mencuci pun perlu berpikir dulu, dikarenakan harga yang tidak masuk akal.

1. Lokasi

Lokasi yang adalah suatu cara dimana para pelanggan dapat datang dan juga cara dimana para pelanggan bertemu dengan perusahaan. Bila tidak terjangkau maka pelanggan juga akan malas datang.

1. Promosi

Promosi yang diberikan juga harus sesuai, tidak semua usaha dapat dilakukan promosi yang sama. Perlunya menentukan siapa target pasar, siapakah pelanggan usaha, umur berapa, pendapatan berapa, dan juga apa yang dibutuhkan, dengan data data itu maka dapat dibilang perusahaan bisa berhasil merengut pasar

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

SWOT adalah singkatan dari *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats.* Analisis SWOT adalah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan. Analisis ini digunakan untuk mengevaluasi sisi internal dan eksternal suatu perusahaan, Berikut adalah analisis SWOT dari *Blue Laundry*.

1. *Strengths* (Kekuatan)
2. Harga sesuai kualitas
3. Pelayanan yang cepat dan ramah
4. Lokasi yang mudah dijangkau
5. Hasil akhir yang berkualitas
6. Sistem pengantaran ke unit penghuni
7. *Weakness* (Kelemahan)
8. *Merk Laundry* belum dikenal
9. Kurangnya pengalaman dalam bisnis
10. Belum adanya kepercayaan dari pembeli
11. *Opportunity* (Peluang)
12. Peraturan apartemen yang tidak boleh mencuci di unit penghuni
13. Pertumbuhan Ekonomi bertambah
14. Tuntutan kehidupan yang memaksa keluarga muda untuk bekerja
15. *Threats* (Ancaman)
16. Bertambahnya pesaing dan munculnya pesaing yang kuat
17. Teknologi *Laundry* yang terbaru

Untuk melihat strategi yang terbentuk dari adanya kekuatan dan kelemahan serta ancaman dan peluang perusahaan, diperlukannya sebuah alat yang bernama SWOT Matrix. Menurut David (2015:171), Matrix SWOT adalah alat pencocokan penting yang membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi sebagai berikut: strategi kekuatan-peluang (*strengths-opportunities* atau SO), kelemahan–peluang (*weakness-opportunity* atau WO), kekuatan ancaman (*strengths-threats* atau ST), dan strategi kelemahan-ancaman (*weakness-threats* atau WT).

Strategi SO menggunakan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan untuk mengambil keuntungan dari kesempatan eksternal. Strategi WO bertujuan untuk meningkatkan kelemahan internal dengan mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari dan mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT adalah taktik defensif yang dilakukan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Berikut adalah tabel SWOT Matrix *Blue Laundry*.

**Tabel 3.3**

***SWOT MATRIX***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Internal******Eksternal*** | ***Strenghts***1. Harga sesuai kualitas
2. Pelayanan yang cepat dan ramah
3. Lokasi yang mudah dijangkau
4. Pengemasan yang berkualitas
5. Sistem pengantaran ke unit penghuni
 | ***Weakness***1. Perusahaan belum dikenal
2. Kurangnya pengalaman dalam bisnis
3. Belum adanya kepercayaan dari pembeli
 |
| ***Opportunities***1. Peraturan apartemen yang tidak boleh mencuci di unit penghuni
2. Daya beli masyarakat bertambah
3. Tuntutan kehidupan yang memaksa keluarga muda untuk bekerja
 | ***S-O Strategies***1. Memberikan jasa dengan pelayanan dan hasil akhir yang memuaskan ( S1, S2, S4, S5, O1, O2 ).
2. Meningkatkan *customer sattisfaction* terhadap *Blue laundry* (S1, S2, S3, S4, S5, O2 )
3. Memberikan solusi dari segala masalah cucian apartemen (S2, S3, S5, O1, O2, O3)
 | ***W-O Strategies***1. Memperkenalkan dan memberi kepercayaan terhadap customer (W1, W3, O1, O2, O3)
2. Menambahkan pengalaman dalam menghadapi segala tuntutan (W2, W3, O2)
 |
| ***Threats***1. Bertambahnya pesaing dan munculnya pesaing yang kuat
2. Teknologi yang terus berkembang
 | ***S-T Strategies***Memasuki pasar lama dan melawan para pesaing sehingga bisa ikut berkompetisi (S1, S2, S3, S4, S5, T1, T2 ) | ***W-T Strategies***1. Menerima kritik dan saran dari pelanggan ( W2, W3, T2 )
2. Memperkuat relasi dengan customer ( W1, W2, W3, T2)
 |

Sumber : *Blue Laundry, 2019*

Berikut adalah penjelasan mengenai *SWOT Matrix Blue Laundry*

**Strategi S-O (Strengths-Opportunities)**

1. Memberikan jasa dengan pelayanan dan hasil akhir yang memuaskan ( S1, S2, S4, S5, O1, O2 ).

Dengan mengedepankan pelayanan dan hasil kualitas sehingga terciptanya *customer loyalty.*

1. Menambah *customer sattisfaction* terhadap *Blue laundry* (S1, S2, S3, S4, S5, O2)

Dengan mengedepankan hasil akhir yang pelanggan terima sehingga *customer* tidak merasa rugi mengeluarkan harga dikarenakan sesuai dengan kualitas.

1. Memberikan jawaban dari segala masalah cucian apartemen (S2, S3, S5, O1, O2, O3)

Memberikan keuntungan mencuci di *Blue Laundry* dengan sistem pengantaran langsung ke unit penghuni.

**Strategi W-O (Weakness-Opportunity)**

1. Memperkenalkan dan memberi kepercayaan terhadap customer (W1, W3, O1, O2, O3)

Menyatakan bahwa *Blue Laundry* itu nyata, ada, dan siap mencuci pakaian pelanggan

1. Menambahkan pengalaman dalam menghadapi segala tuntutan (W2, W3, O2)

Memulai perjalanan bisnis ini bersama para pelanggan baru yang nantinya akan bertumbuh bersama juga dengan Blue

**Strategi S-T (Strenghts-Threats)**

1. Memasuki pasar lama dan melawan para pesaing sehingga bisa ikut berkompetisi (S1, S2, S3, S4, S5, T1, T2 )

Memunculkan semua kekuatan Blue melawan para kompetitor diluar sana dan percaya bahwa *Blue Laundry* akan bisa memasuki pasar dan dapat bersaing.

**Strategi W-T (Weakness-Threats)**

1. Menerima kritik dan saran dari pelanggan ( W2, W3, T2 )

*Blue* sadar bahwa *Blue* adalah pemain baru, maka itu penuh dengan rasa bangga akan menerima semua kritik dan saran untuk memperbaiki segala kesalahan dan mengejar ketinggalannya dengan pemain lama

1. Memperkuat relasi dengan customer ( W1, W2, W3, T2)

Selain mengejar ketinggalannya dengan pemain lama, *Blue* sadar akan perlunya relasi dengan pelanggan, maka itu *Blue* akan memberikan pelayanan dan hasil jasa yang terbaik sehinga pelanggan akan setia dengan *Blue*