**BAB III**

**ANALISIS INDUSTRI DAN PASAR**

Suatu bisnis atau industri memiliki perbedaan antara satu dan lainnya yang didasarkan atas karekteristik ekonomi, situasi persaingan, dan prospek perkembangannya di masa yang akan datang. Tingkat perubahan berbagai faktor seperti adanya perubahan teknologi, peningkatan atau penurunan ekonomi, pasar dan persaingan akan bergerak dalam satu *range* tetentu secara cepat atau secara perlahan. Analisis industri dan persaingan sangat dibutuhkaan ketika sedang menjalankan bisnis atau industri agar dapat menyesuaikan dengan perubahan dan kemudian membentuk kekuatan dalam menghadapi persaingan.

1. **Tren dan Perkembangan Industri Jasa Salon Mobil**

Banyaknya peminat dari salon mobil yang semakin meningkat karena para pengguna mobil yang semakin hari semakin meningkat dan semakin banyaknya jenis mobil yang di keluarkan oleh produsen mobil. Berhubung dalam bidang usaha ini yang mayoritasnya adalah pencinta otomotif yang karakteristiknya adalah orang-orang yang loyal dan tak khayal untuk mengeluarkan uang lebih untuk merawat kendaraannya. Terlebih banyaknya grup-grup komunitas mobil dari mobil tua, mobil merek tertentu, jenis tertentu dan di grup-grup jual beli mobil di area Bekasi dan sekitarnya, karena TJM Car Spa juga menyediakan jasa salon mobil panggilan agar *consumer* tidak perlu repot-repot meluangkan waktunya untuk menyalonkan mobil di luar karena bisa di kerjakan di rumah maupun kantor *consumer*.

**Analisis Pesaing**

Menganalisis pesaing seperti mengidentifikasi jenis produk yang ditawarkan, melihat besarnya pasar yang telah dikuasai pesaing, peluang dan ancaman yang dapat dilihat dari pesaing, serta keunggulan dan kelemahan pesaing. Ketika mendirikan sebuah usaha atau bisnis, pendiri harus menganalisis secara lengkap produk apa saja yang dimilki oleh pesaing-pesaingnya. Kemungkinan ancaman atau masalah yang timbul pun harus segera diantisipasi sehingga tidak menimbulkan masalah. Dalam mendirikan usaha, harus menganalisis usaha sejenis yang berada di sekitarnya. Hal ini dilakukan agar dapat menetapkan strategi pemasaran yang akan diterapkan agar lebih efektif dan efisien.

Identifikasi kelemahan dan keunggulan berarti memetakan atau mencari tahu keunggulan dan kelemahan yang dimilki pesaing. Identifikasikan kelemahan dan keunggulan pesaing dalam berbagai bidang, misalnya dalam hal kelengkapan produk, mutu, kemasan, harga, distribusi, lokasi, serta promosi.

Guna mengetahui data dan informasi dari pesaing, maka penulis melakukan observasi usaha sejenis yaitu salon mobil. Dalam observasi ini, penulis menetapkan beberapa kriteria seperti harga, kualitas pelayanan, lokasi, fasilitas, promosi, kenyaman tempat menunggu, kualitas bahan yang digunakan, serta hasil dari perawatan mobil dari pesaing. Berikut ini adalah hasil observasi dari TJM Car Spa :

1. Nama Usaha : Salon Mobil Restu Ibu

Lokasi : Jalan Raya Mustika Jaya, Jalur Kota Legenda, Mustika Jaya, Tambun, Jawa Barat 17158.

Harga : Murah

Kualitas pelayanan : Baik

Promosi : Tidak banyak promosi

Kenyamanan tempat : Kurang nyaman

Fasilitas : Biasa saja

1. Nama Usaha : Salon Mobil Auto Pit

Lokasi : Jalan Mustika Jaya, No.60, Lembangsari, Tambun Selatan, Bekasi, Jawa Barat 17510.

Harga : Standar

Kualitas pelayanan : Baik

Promosi : Banyak promosi

Kenyamanan temapat : Nyaman

Fasilitas : Baik

Selanjutnya untuk melihat perbandingan harga, kualitas, pelayanan, fasilitas, hasil jasa, promosi, bahan poles, dan kenyamanan tempat TJM Car Spa dibandingkan dengan Restu Ibu dan Auto Pit dapat dilihat pada halaman berikut ini:

Tabel 3.1

Perbandingan TJM Car Spa dengan Restu Ibu dan Auto Pit

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **KRITERIA** | **TJM CAR SPA** | **RESTU IBU** | **AUTO PIT** |
| **Harga** | Standar | Lebih murah | Standar |
| **Kualitas Pelayanan** | Sangat baik | Baik | Baik |
| **Lokasi** | Strategis | Strategis | Strategis |
| **Fasilitas** | Sangat Baik | Biasa saja | Baik |
| **Hasil Jasa** | Memuaskan | Biasa saja | Standar |
| **Promosi** | Banyak Promosi | Kurang Bagus | Banyak Promosi |
| **Bahan Poles** | Kualitas Sangat Baik | Kurang Bagus  | Kualitas Standar  |
| **Kenyamanan Tempat** | Nyaman | Kurang Nyaman |  Nyaman |

 Sumber : ObservasiPenulis, Juni 2018

Berdasarkan tabel 3.1 diatas maka dapat dijelaskan bahwa TJM Car Spa sudah mengungguli pesaingnya dari segi kualitas pelayanan, fasilitas, hasil jasa, bahan poles, dan kenyamanan tempat.

**Analisis Competitive Profile Matrix (CPM)**

Menurut Fred R. David (2017:236), “*The Competitive Profile Matrix (CPM) identified a firm’s major competitors and its particular strenghts and weaknesses in relation to a simple firm’s strategic position*”. Yang artinya (CPM) adalah matriks profil kompetitif mengidentifikasi pesaing utama perusahaan dan kekuatan serta kelemahan khususnya dalam kaitannya dengan posisi strategis perusahaan yang sederhana, karena dalam analisi CPM ini perusahaan mengidentifikasikan para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki. Berikut adalah analisis CPM dari TJM Car Spa.

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix

TJM Car Spa

Sumber: TJM Car Spa

Tabel *Competitive Profile Matrix* (CPM) diatas terdiri dari *Critical Success factor, weight, rating,* dan *score*. Dimana *critical success factor* adalah kriteria faktor yang menunjang sukses atau tidaknya suatu bisnis, bobot ini harus total berjumlah satu. Nilai tertinggi bobot diartikan bahwa faktor tersebut lebih besar pengaruhnya daripada faktor yang lain. *Rating* ditunjukan pada nilai 1 sampai 4. Dimana nilai 4 menunjukan nilai yang paling baik dan 1 menunjukan nilai yang paling buruk. *Score* adalah hasil perkalian dari bobot dikali dengan *rating*. Jumlah *score* yang paling besar menunjukan bahwa perusahaan tersebut lebih unggul dibanding perusahaan saingan. Berikut adalah posisi TJM Car Spa dari pesaing berdasarkan table 3.2.

1. Harga

Jika dilihat dari aspek harga, TJM Car Spa sedikit lebih mahal dibandingkan dengan Salon Mobil Restu Ibu dan Auto Pit. Hal ini dikarenakan kualitas obat poles yang dipakai oleh TJM Car Spa jauh lebih berkualitas agar hasil maksimal. Sedangkan Salon Mobil Restu Ibu dan auto pit menggunakan obat poles yang kualitasnya biasa saja agar harganya murah.

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan TJM Car Spa, Salon Mobil Restu Ibu dan Auto Pit sama-sama sangat baik. Namun TJM Car Spa menawarkan jasa poles panggilan sedangkan Restu Ibu dan Auto Pit hanya melakukan jasa poles di tempat dan untuk melakukan poles mobil *Full detailing* harus *booking* beberapa hari sebelumnya.

1. Lokasi

Lokasi TJM Car Spa dengan Salon Mobil Restu Ibu dan Auto pit sama-sama strategis. Hanya saja untuk lahan parkir, Salon Mobil Restu Ibu kurang luas sehingga tidak bisa menampung pelanggan dalam kapasitas besar, Sedangkan Auto pit memiliki lumayan lahan parkir yang cukup besar.

1. Fasilitas

Fasilitas TJM Car Spa jauh lebih baik dibandingkan dengan pesaing. TJM Spa menyediakan banyak fasilitas untuk menunggu. Seperti menyediakan minuman gratis,tempat menunggu yang nyaman, pelanggan juga bebas berkonsultasi terkait dengan perawatan mobil atau bisa sambal melihat-lihat sparepart mesin yang dipajang di ruang tunggu.

1. Hasil Jasa

Hasil poles dari TJM Car Spa jauh lebih memuaskan dan bertahan lebih lama karena obat yang digunakan adalah obat yang sangat bagus dan ternama. Sedangkan untuk hasil poles di pesaing biasa saja dan kilau tidak bertahan lama.

1. Kenyamanan Tempat

Kenyamanan tempat sendiri TJM Car Spa lebih unggul dibandingkan pesaing . Di tempat pesaing menyediakan tempat untuk makan sehingga pelanggan bisa membeli makanan saat menunggu .

**Analisis Five Porter’s**

Menurut Fred R. David (2017:229), “lima kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Adapun lima model kekuatan dalam persaingan dapat dilihat pada gambar 3.1 dihalaman berikut ini:

Gambar 3.1

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



Potensi pengembangan produk- produk pengganti

Daya tawar konsumen

Daya tawar pemasok

Persaingan antar perusahaan saingan



Potensi masuknya pesaing baru

Sumber : *Fred R. David (2017 :229), Strategic Management*

Berdasarkan gambar 3.1 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

* 1. Persaingan Antar Perusahaan

Persaingan antar perusahaan saingan yaitu perusahaan lain yang menawarkan atau menjual jasa sejenis dalam bisnisnya. Persaingan antar perusahaan merupakan kekuatan yang sangat berdampak pada bisnis TJM Car Spa. Perusahaan harus memberikan keunggulan kompetitif pada segala macam aspek baik cita rasa, inovasi sajian, ataupun *layout* dari bisnis itu sendiri agar dapat bertahan di pasar.

TJM Car Spa memiliki saingan yaitu salon mobil Restu Ibu dan Auto Pit. Persaingan ini cukup tinggi karena kedua saingan dari TJM Car Spa ini sudah lebih dulu ada dan sudah memiliki eksistensi. Auto Pit memiliki tempat yang cukup luas dan strategis, salon Restu Ibu memiliki harga yang cukup murah. Tetapi untuk pelayanan kedua pesaing TJM Car Spa memiliki kekurangan dan ini sebagai peluang untuk TJM Car Spa dalam menghadirkan pelayanan serta jasa poles yang memuaskan pelanggan dan tentunya memiliki kualitas di atas salon mobil Restu Ibu dan juga Auto Pit.

* 1. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Dalam industri jasa banyak sekali bisnis-bisnis baru bermunculan dengan menghadirkan inovasi yang bervariasi dengan maksud untuk mencuri pasar *market leader*-nya. Untuk itu dibutuhkan pemasaran yang baik dan jasa yang terus bervariasi agar *brand image* perusahaan akan tetap ada di benak konsumen.

TJM Car Spa dalam aktivitas bisnisnya terus melakukan pemasaran melalui media sosial yang gencar pada saat ini, bekerja sama dengan *Bengkel TJM* agar jasanya dikenal di pasar, dan terus melakukan observasi terhadap pasar dengan maksud untuk mengetahui perkembangan pasar dalam inovasi pelayanan. Ancaman pesaing baru akan dapat diatasi jika perusahaan selalu memperbarui kualitas pelayanan, melakukan observasi pasar untuk perbandingan, dan terus gencar dalam promosi.

* 1. Potensi Pengembangan Produk Jasa Pengganti

Produk jasa pengganti menjadi ancaman yang besar bagi perusahaan jika perusahaan hanya tetap menghadirkan jasa yang sama tanpa memperbaharui inovasi produk jasanya. Produk subtitusi biasanya ada karena harga produk jasa yang ditetapkan mahal.

Ancaman pengganti TJM Car Spa sangat tinggi karena semua individu dapat membuat bisnis sejenis karena membuatnya mudah. Untuk itu TJM Car Spa terus melakukan inovasi dan menggencarkan pemasaran agar ancaman pengganti dapat diatasi.

* 1. Daya Tawar Pemasok

TJM Car Spa memiliki banyak pemasok untuk kebutuhan bahan baku. Pengaruh pemasok sangat besar karena jika ada perubahan harga atau masalah terhadap pemasok tersebut itu akan menyebabkan bisnis TJM Car Spa mengalami gangguan, untuk itu diperlukan adanya hubungan baik antara perusahaan dengan pemasok agar harga-harga bahan baku akan tetap stabil. Selain itu, TJM Car Spa harus menyediakan pemasok cadangan ketika pemasok utama bermasalah bisnis TJM Car Spa akan tetap berjalan dengan semestinya.

* 1. Daya Tawar Konsumen

Daya tawar konsumen akan tinggi jika ada banyak produk jasa pengganti yang lebih murah, jika kedudukan pembeli adalah yang terpenting bagi penjual, jika pembeli mengetahui informasi tentang produk jasa tersebut, jika penjual sulit menjual jasa yang dijajakan.

Ancaman bagi TJM Car Spa dalam hal ini adalah produk jasa pengganti dari pesaing. *consumer* akan beralih jika ada pesaing menghadirkan jasa sejenis yang lebih murah dan lebih berkualitas. Untuk TJM Car Spa akan terus menjaga kualitas dan harganya karena TJM Car Spa memberikan kualitas yang sangat tinggi dari para pesaingnya maka dari itu TJM Car spa tetap akan mempertahankan harga yang diberikan dan akan terus berinovasi untuk menaikan kualitas jasanya tanpa menaikan harga.

**Analisis Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal (PESTEL)**

Analisis PESTEL merupakan suatu teknik dalam manajemen strategis yang digunakan untuk melihat faktor-faktor lingkungan luar/eksternal bisnis yang berpengaruh terhadap suatu hal (perusahaan, proyek, masalah, dan lain-lain). Analisis PESTEL digunakan untuk dapat melihat kesempatan yang ada di pasar serta ancaman yang harus dihindari agar berubah menjadi peluang untuk kedai TJM Car Spa kedepannya. Analisis ini dibuat untuk dapat menggali potensi yang bisa digali dari bisnis ini.

Analisis PESTLE memiliki beberapa manfaat yang diantaranya :

1. Sangat berguna dalam memahami gambaran menyeluruh lingkungan dimana usaha beroperasi serta kesempatan maupun ancaman yang ada disekitarnya. Sehingga kesempatan yang ada dapat diambil serta dapat meminimalisir resiko atau ancaman.
2. Memahami segala resiko terkait dengan pertumbuhan atau penurunan usaha, dan juga posisi, potensi serta arahan strategis untuk bisnis maupun organisasi.
3. Orientasi generik untuk mencari tahu apakah organisasi di dalam suatu konteks lingkungan dengan segala hal terjadi di luar sana pada saat bersamaan memberi pengaruh ke dalam organisasi.

Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap TJM Car Spa yang telah dilakukan:

1. *Politic* (Politik)

Politik merupakan faktor yang mungkin mempengaruhi dalam bisnis. Dalam kondisi tertentu politik akan berpengaruh. Jika terjadi masalah dan menyebabkan perang atau kerusuhan aktivitas bisnis akan terhenti dan memberikan dampak negatif bagi seluruh sektor industri. Investor akan pergi menyebabkan kehilangan sebagian sumber dana. Ketika sumber dana berkurang, kemampuan produsen untuk memproduksi barang akan semakin sulit karena tidak ada daya beli untuk produksi. Akibatnya adanya kelangkaan bahan dan obat poles untukTJM Car Spa dan menyebabkan harga-harga menjadi tinggi (inflasi). Ketika harga naik akan berkurang jumlah *consumer*. Hal ini menjadi ancaman untuk TJM Car Spa. Keadaan sebaliknya, jika kondisi politik stabil maka banyak investor yang datang dan menyebabkan harga-harga bahan baku turun serta banyak pilihan bahan dan obat poles dengan harga yang bersaing. Ini adalah kesempatan bagi TJM Car Spa untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.

2. *Economic* (Ekonomi)

Faktor ekonomi cukup berpengaruh terhadap bisnis jasa poles mobil. Jika terjadi pertumbuhan ekonomi maka semakin tinggi daya beli pelanggan untuk membeli suatu produk atau memakai jasa . Ini akan berdampak positif bagi TJM Car Spa karena semakin tinggi pendapatan pelanggan, maka semakin meningkatnya keinginan untuk menggunakan jasa perawatan mobil serta bisnis akan mendapatkan profit yang meningkat. Hal ini akan memperluas bisnis untuk dapat berkembang lebih baik lagi. Hal sebaliknya akan berdampak negatif jika pertumbuhan ekonomi semakin memburuk. Tingkat pertumbuhan ekonomi yang positif menjadi peluang bagi TJM Car Spa untuk dapat bertumbuh lebih besar.

3. *Social* (Sosial)

Sosial budaya sangat mempengaruhi pola pikir, pola sikap, dan pola tindak dari masing-masing individu terhadap segala macam kondisi. Pada zaman ini, kehidupan sosial di masyarakat semakin berubah seiring perkembangan teknologi. Cara bergaul dan gaya hidup saat ini adalah dengan banyaknya kegiatan berkumpul dengan anggota komunitas mobil diselingi dengan membahasa tentang perawatan mobil dan modifikasi mobil. Secara tidak langsung TJM Car Spa adalah tempat yang paling tepat untuk melakukan perawatan mobil.

4. *Technology* (Teknologi)

Faktor teknologi meliputi semua hal yang dapat membantu dalam menghadapi tantangan bisnis dan mendukung efisiensi proses bisnis perusahaan (Contoh: penemuan dan pengembangan baru, biaya dan penggunaan teknologi, perubahan dalam ilmu pengetahuan, dan dampak dari perubahan teknologi). Dalam menjalankan bisnis TJM Car Spa menggunakan teknologi yang sudah berkembang saat ini.

5. *Environment* (Lingkungan)

Faktor lingkungan sangat berpengaruh terhadap aktivitas bisnis TJM Car Spa. Lingkungan sekitar usaha berdiri sangat berpengaruh terhadap proses bisnis tersebut. Lokasi pendirian usaha haruslah strategis, memiliki banyak lahan parkir, dan dekat dengan bank. Prospek bisnis akan maju jika lokasi sekitar lingkungan terdapat kriteria tersebut. Letak TJM Car Spa sangat strategis yaitu di jalan utama yang mudah dijangkau.

6. *Legal* (Hukum)

Faktor terakhir dalam analisis PESTEL adalah hukum. Hukum sangat mempengaruhi jalannya sebuah bisnis. Faktor legal meliputi pengaruh hukum seperti perubahan undang-undang yang ada atau yang akan datang. Suatu usaha yang tidak mempunyai surat izin yang jelas tidak akan bisa beroperasi. Surat izin mendirikan usaha, NPWP pemilik usaha harus dimiliki oleh TJM Car Spa agar bisnisnya dapat berjalan lancar dan tidak akan terjadi masalah- masalah yang tidak diinginkan di kemudian hari. Tidak hanya perizinan tetapi TJM Car Spa juga harus memperhatikan peraturan pemerintah tentang ketenagakerjaan.

**Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) / SWOT**

Menurut Fred R. David (2017:251) SWOT adalah sebuah alat pemaduan atau pemasangan yang penting yang dapat membantu manajer untuk mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO – *Strength* *and Opportunity* (Kekuatan dan Peluang), WO – *Weakness and Opportunity* (Kelemahan dan Peluang), ST – *Strength and Threat* (Kekuatan dan Ancaman), WT – *Weakness and Threat* (Kelemahan dan Ancaman). Berikut adalah analisis SWOT dari TJM Car Spa :

1. *Strengths* (Kekuatan)

a. Harga yang terjangkau dengan hasil yang memuaskan *consumer.*

b. Tempat untuk menunggu nyaman.

c. Bahan dan obat poles memiliki kualitas yang bagus.

d. Lokasi strategis dan mudah dijangkau *consumer.*

e. Pelayanan datang kerumah dan ramah.

2. *Weakness* (Kelemahan)

a. Bisnis belum dikenal luas

b. Tempat yang masih menyewa

c. Kurang pengalaman dalam bisnis pemolesan mobil

3. *Opportunities* (Peluang)

a. Teknologi dan alat poles yang semakin berkembang.

b. Gaya hidup masyarakat yang selalu ingin terlihat mewah dan elegan.

c. Banyaknya media sosial yang memudahkan TJM Car Spa untuk promosi.

1. *Threats* (Ancaman)

a. Adanya pesaing baru.

b. Keinginan masyarakat yang selalu berubah-ubah

c. Adanya inovasi produk dari pesaing yang sudah ada

Tabel 3.3

 SWOT Matrix TJM Car Spa

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Internal******Eksternal*** | ***Strength*(S)** | ***Weakness*(W)** |
| 1. Tempat yang nyaman 2. Promosi yang menarik3. Lokasi strategis4. Bahan poles yang berkualitas 5. Pelayanan yang ramah |  1. Tempat yang masih menyewa 2. Kurang pengalaman dalam bisnis pemolesan mobil 3. Bisnis belum dikenal luas |
| ***Opportunities*(O)** | **Strategi SO** | **Strategi WO** |
| 1. Gaya hidup masyarakat yang ingin mobilnya selalu tampak bersih 2.Teknologi dan pemolesan yang semakin berkembang | 1. kasir yang melayani serta juga turut memberikan informasi kepada *customer* tentang alat yang digunakan. (S5,O2) | 1. Promosi melalui media sosial dan juga internet. (W3, O2)2.Memberikan kuesionerkepada pelanggan. (W2,O1) |
| ***Threat*(T)** | **Strategi ST** | **Strategi WT** |
| 1. Adanya inovasi produk dari pesaing yang sudah ada2. Adanya pesaing baru3. Keinginan masyarakat yang selalu berubah-ubah | 1. Membuat testimony. (S1,S2,S3,S4,S5,T2) | 1. Menggunakan *influencer* untuk promosi. (W3, T1, T2)2. Melakukan observasi dan evaluasi terhadap pesaing. (W2, T1) |

Keterangan:

1. Strategi SO (S5,O2)

TJM Car Spa selalu melayani *Cutomer* dengan baik dan ramah serta menjelaskan penggunaan alat pada setiap pemolesan.

1. Strategi WO
2. W3, O2

Promosi melalui sosial media dan juga internet, teknologi yang semakin berkembang menyebabkan semakin mudahnya promosi tersampaikan dengan cepat kepada pelanggan dengan aplikasi sosial media yang sudah tersedia. Hal ini akan membantu pengenalan bisnis kepada pasar.

1. W2, O1

TJM Car Spa akan selalu melakukan perbaikan pelayanan dan juga mutu dengan membagikan kuesioner kepada *consumer*, demi menaikan kualitas pelayanan serta pekerjaan pemolesan.

1. Strategi ST (S1 ,S2 ,S3 ,S4, S5,T2)

Menanggapi ancaman adanya pesaing baru TJM Car Spa membuat beberapa testimoni yang isinya menyampaikan kekuatan yang dimiliki oleh TJM Car Spa Soal kualitas, Harga, Tempat, dan pelayanan yang diberikan oleh TJM Car Spa dengan adanya testimoni ini adalah untuk menjaga eksistensi perusahaan terhadap pelanggan meskipun ada pesaing baru muncul, TJM Car Spa akan terus bisa tetap unggul.

1. Strategi WT
2. W3, T1,T2

Membangun brand *image* yang baik kepada konsumen dengan promosi menggunakan *influencer* yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Dengan cara ini TJM Car Spa akan dikenal banyak orang dan akibatnya akan mengurangi dampak dari adanya pesaing baru dan inovasi produk dari pesaing yang sudah ada.

1. W2,T1

Pesaing yang lebih dahulu ada pastinya memiliki pengalaman dalam bisnis yang terkait. Melakukan evaluasi kinerja dan observasi terhadap pesaing adalah strategi yang akan dilakukan TJM Car Spa guna mendapatkan informasi dan mengikuti perkembangan serta inovasi-inovasi yang dilakukan oleh pesaing.

1. **Analisis Posisi Dalam Persaingan**

Menurut Kotler dan Keller (2012:332) sebuah produk memiliki siklus hidup, yang berarti mengatakan tentang empat hal berikut:

1. Produk mempunyai usia yang terbatas.

2. Penjualan produk melalui tahap-tahap yang berbeda, setiap tahap mempunyai tantangan yang berbeda, peluang, dan masalah terhadap penjual.

3. Laba naik dan turun pada berbagai tahap siklus hidup produk.

4. Produk memerlukan strategi pemasaran,keuangan, manufaktur, pembelian, dan sumber daya manusia yang berbeda dalam setiap tahap siklus produk.

Siklus hidup produk umumnya dapat digambarkan ke dalam kurva siklus hidup produk. Kurva tersebut menggambarkan tahapan-tahapan dalam produk yang terdiri atas empat tahap. Keempat tahapan tersebut meliputi tahap perkenalan produk (Introducing), tahap pertumbuhan produk (Growth), tahap kedewasaan produk (Maturity), dan tahap penurunan produk (Decline). Berikut adalah penjelasan mengenai empat tahapan dalam siklus hidup produk yang bisa dilihat dihalaman berikutnya.

1. *Introduction* (perkenalan)

Periode pertumbuhan penjualan lambat ketika produk diperkenalkan di pasar. Tidak ada laba karena pengeluaran yang besar untuk pengenalan produk.

2. *Growth* (Pertumbuhan)

Periode penerimaan pasar yang cepat dan peningkatan laba yang substansial.

3. *Maturity* (kedewasaan)

Penurunan pertumbuhan penjualan karena produk telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial. Laba stabil atau turun karena persaingan meningkat.

4. *Decline* (penurunan)

Penjualan memperlihatkan penurunan dan laba terkikis.

Berdasarkan teori diatas TJM Car Spa memasuki tahap introduction (perkenalan), sedangkan Salon Mobil Restu Ibu dan Auto pit memasuki tahap Growth (pertumbuhan).