

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Turn over atau pergantian asisten rumah tangga yang cepat tentu menimbulkan kerepotan tersendiri bagi para pemberi kerja atau majikan mereka yang akan kebingungan karena orang yang biasanya dapat diandalkan untuk mengurus dan membersihkan rumah sudah tidak ada lagi. Tentunya mereka harus mengurus semuanya sendiri mulai dari mencuci baju anak, mengepel dan juga menyapu lantai, serta mengurus makanan bagi suami dan anak-anak mereka.

Pada jumlah keluarga yang berada di DKI Jakarta seperti yang sudah tertera pada tabel 1.1 di atas membuktikan bahwa terdapat banyak sekali keluarga yang ada di Jakarta. Hal ini yang membuat penulis untuk berasumsi bahwa kebutuhan keluarga akan asisten rumah tangga tidak akan pernah sepi. Tingkat wanita yang bekerja sebagai profesional ataupun berwirausaha sudah sangat banyak di jaman sekarang ini. Menurut CNN Indonesia pada website nya www.cnnindonesia.com menyatakan bahwa 36 persen wanita bekerja pada posisi senior di sebuah perusahaan. Pertumbuhan 16 persen dari tahun lalu ini membuat Indonesia masuk dalam 10 besar negara di dunia untuk jumlah perempuan di posisi manajemen senior perusahaan. Lalu juga mengenai pola hidup terutama ibu-ibu di jaman sekarang yang sudah terlalu mementingkan kehidupan sosial atau biasa disebut dengan “ibu-ibu sosialita”. Mereka cenderung kesusahan dalam menyelesaikan pekerjaan rumah tangga yang seharusnya menjadi tanggung jawabnya. Biasanya ibu-ibu sosialita lebih suka untuk berkumpul bersama teman-temannya, menggelar arisan, pergi shopping

bersama dan sebagainya. Sehingga tugas di rumah pun menjadi terbengkalai. *Trend* gaya hidup ibu-ibu di jaman sekarang ini juga mendorong usaha ini untuk dapat diterima oleh masyarakat.

Kebutuhan akan tenaga kerja asisten setiap menjelang hari raya Lebaran biasanya meningkat sangat besar dikarenakan gaya hidup masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah umat muslim yang biasanya menggelar Halal Bi Halal di di rumah masing-masing. Kondisi rumah harus dalam keadaan rapi dan bersih agar tamu yang datang merasa nyaman ketika melakukan Halal Bi Halal. Hal ini membuat permintaan akan tenaga kerja asisten menjadi meningkat setiap hari Lebaran tiba

Pertumbuhan industri penyedia tenaga kerja asisten ini bisa dibilang beberapa perusahaan sudah menggunakan teknologi sebagai sarana dalam menyediakan tenaga kerjanya. Bisa kita lihat contohnya seperti *Gojek* dengan *Go-clean*-nya yang menggunakan internet untuk dapat menggunakan jasa kebersihan yang bisa langsung didatangkan kerumah. Industri ini pada dasarnya sangat mudah untuk dikaitkan dengan perkembangan teknologi.

B. Analisis Pesaing

Seperti yang kita tahu bahwa setiap usaha yang dibuat pasti memiliki pesaing. Cara bagi setiap usaha untuk melawan pesaingnya berbeda-beda. Dalam dunia perekonomian terdapat dua macam persaingan. Persaingan itu disebut *blue ocean* dan *red ocean*. Untuk masing-masing kondisi diperlukan penerapan strategi yang berbeda-beda. Dalam bisnis

penyedia jasa tenaga kerja, strategi yang digunakan biasanya adalah strategi *red ocean*. Karena penulis akan memasuki pasar yang sudah ada bukan menciptakan pasar yang baru.

Untuk persaingan dalam bisnis ini, kompetitor yang paling terlihat adalah *Go-Clean* dan *Go-Maid*. Untuk masing-masing produk memiliki keunikannya masing-masing. Seperti *Go-Clean* yang memudahkan pengguna jasa kebersihannya untuk memesan lewat aplikasi online. Pelanggan cukup untuk mengisi keterangan pada aplikasi *Go-Clean*. Keterangan tersebut antara lain data dan alamat pemesanan, waktu pemakaian jasa, jenis dan banyaknya ruangan yang ingin dibersihkan, dan berapa tenaga yang diperlukan serta preferensi gender petugas yang membersihkan. Untuk tarif yang ditawarkan oleh *Go-Clean* adalah bervariasi dengan kisaran Rp 35.000-Rp 45.000 perjamnya. Paket yang disediakan juga bervariasi seperti petugas yang datang dengan alat pembersih atau menggunakan alat pribadi dari klien, paket kost, paket apartemen, dan paket setrika dengan *Kispray Gold* yang hanya mengerjakan setrika dan melipat pakaian. Untuk pemesanan, *Go-Clean* hanya bisa dilakukan pada hari pemakaian jasa, tepatnya waktu pesan jam 00.00-22.00, sedangkan waktu membersihkan pukul 02.00-24.00. Sehingga hal ini membuat klien tidak dapat memesan hari ini untuk dikerjakan besok harinya.

Kemudian untuk pesaing *Go-Maid*, perusahaan ini telah beroperasi di tiga negara yaitu Indonesia, Thailand, dan Vietnam. Jasa yang disediakan juga bervariasi seperti tenaga kerja asisten rumah tangga, suster, tukang masak, tukang kebun, dan supir. Untuk tarif yang ditawarkan oleh *Go-Maid* adalah sebesar Rp 25.000 per dua jam. Tetapi alat kebersihan wajib untuk disediakan oleh klien. Tenaga kerja yang dimiliki oleh *Go-Maid* adalah tenaga kerja profesional dan berpengalaman. *Go-Maid* juga menggunakan aplikasi online yang

dapat diunduh di *Google Play Store* atau *App Store*. Aplikasi ini digunakan untuk melakukan pemesanan jasa yang diinginkan oleh klien.

Tabel 3.1

Daftar Pesaing *Instant Clean*

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<i>Go-Clean</i>	Menggunakan <i>smartphone</i> untuk melakukan pemesanan jasa kebersihan Menyediakan alat kebersihan Terdapat paket untuk luas rumah yang dikerjakan	Tidak bisa melakukan pemesanan untuk hari besok Memerlukan koneksi internet
<i>Go-Maid</i>	Menggunakan tenaga kerja profesional dan berpengalaman Harga yang lebih murah <i>Brand awareness</i> yang sudah menyebar ke empat negara	Harus menyediakan peralatan kebersihan sendiri Lemahnya <i>brand awareness</i> di Indonesia

Sumber : data diolah oleh *Instant Clean*

C. Analisis PESTEL

Analisis PESTEL adalah analisis eksternal perusahaan untuk dapat melihat kesempatan yang ada di pasar dan juga ancaman yang harus dihindari agar berubah menjadi

peluang. Analisis ini dibuat untuk dapat menggali potensi yang bisa didapatkan dari bisnis *Instant Clean*. Kekuatan eksternal PESTEL dibagi menjadi enam kategori, yaitu:

1. Politik

Kondisi politik suatu negara dapat mempengaruhi usaha bisnis yang berjalan di negara tersebut. Seperti contohnya jika suatu negara mengalami kerusuhan atau politik suatu negara bermasalah, maka hal ini bisa mempengaruhi tingkat rupiah. Seorang pebisnis yang handal harus bisa membaca situasi politik yang terjadi di tempat usahanya. Hal ini diperlukan agar suatu bisnis bisa memilih strategi yang tepat untuk diterapkan kedalam usahanya supaya usaha bisnis dapat terus berjalan dengan lancar. Kondisi politik yang terjadi di Indonesia saat ini tidak terlalu mempengaruhi usaha *Instant Clean* karena usaha ini tidak berkaitan langsung dengan kehidupan politik yang terjadi di Indonesia. Tetapi apabila kehidupan politik di Indonesia menjadi tidak stabil, maka hal ini dapat mempengaruhi segala aspek seperti ekonomi yang menjadi melemah yang membuat daya beli masyarakat menjadi berkurang.

2. Ekonomi

Perekonomian suatu negara akan mempengaruhi hampir semua bisnis yang di negara tersebut. Jika perekonomian suatu negara baik, maka daya beli masyarakat juga akan meningkat. Apabila daya beli masyarakat meningkat, maka kemampuan beli di negara tersebut akan meningkat dan hal ini akan membantu banyak sekali usaha dikarenakan profit perusahaan tersebut akan meningkat. Perusahaan *Instant Clean* dapat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi yang sedang berlangsung di Indonesia. Jika daya beli masyarakat meningkat, maka pertimbangan klien untuk menggunakan jasa *Instant Clean* menjadi semakin mudah. Dan akan membuat profit perusahaan

menjadi meningkat. Jika profit perusahaan meningkat, maka karyawan perusahaan *Instant Clean* akan menjadi semakin sejahtera.

3. Sosial

Pentingnya aspek sosial pada gaya hidup wanita Indonesia, terutama ibu – ibu rumah tangga yang senang untuk bersosialisasi menjadi faktor penting yang wajib diperhatikan bagi perusahaan *Instant Clean*. Karena target pasar yang ingin dituju oleh perusahaan adalah ibu – ibu rumah tangga yang tidak terlalu suka dengan pekerjaan rumah tangga.

4. Teknologi

Perkembangan teknologi saat ini sangat terasa bagi setiap individu. Kehadiran teknologi yang semakin modern memudahkan kita untuk berkomunikasi, bahkan beraktivitas. Kemajuan teknologi ini sudah dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan yang bergerak di bidang penyalur tenaga kerja. Dan hal ini terbukti memberikan suatu inovasi baru terhadap bisnis penyalur tenaga kerja yang konvensional. Kemajuan teknologi ini juga dapat menjadi ancaman bagi perusahaan. Pasalnya, teknologi robot yang digunakan untuk membersihkan rumah sedang dikembangkan oleh Jepang. Dan jika robot ini telah sukses dibuat, maka tenaga kerja manusia akan tidak diperlukan lagi.

5. Lingkungan

Lingkungan yang dipadati dengan permukiman merupakan tempat yang paling baik bagi perusahaan *Instant Clean* dibuat. Karena lingkungan yang banyak penduduknya berpotensi besar membutuhkan tenaga kerja asisten untuk membantu kegiatan rumah tangga dirumahnya. Semakin padat penduduk di suatu lingkungan, maka semakin

banyak pula keluarga yang terdapat di area tersebut. Lingkungan penduduk di Jakarta biasanya dilengkapi dengan pusat hiburan seperti *mall*, *cafe*, dan banyak tempat untuk digunakan sebagai sarana berkumpul dengan teman dan juga saudara. Hal ini juga mendorong bagi ibu – ibu sosialita untuk lebih memerlukan jasa tenaga kerja asisten.

6. Hukum/Legal

Setiap usaha yang ingin dijalankan, diperlukan ijin usaha bisnis yang diwajibkan oleh hukum yang berada disuatu daerah tersebut. Hal ini perlu dilengkapi untuk kelancaran usaha tersebut. Terutama bagi perusahaan jasa yang lebih banyak membutuhkan ijin untuk menjalankan bisnis jasa tersebut. Menurut m.hukumonline.com, dikatakan bahwa berdasarkan pasal 66 ayat (3) UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, bahwa perusahaan penyedia jasa pekerja buruh merupakan bentuk usaha yang berbadan hukum dan memiliki izin dari instansi yang bertanggung-jawab di bidang ketenagakerjaan. Ketentuan tersebut dipertegas kembali dalam Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi no.Kep101/Men/VI/2004 tentang Tata Cara Perizinan Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja/Buruh, khususnya dalam pasal 2 dan pasal 3, bahwa untuk dapat menjadi perusahaan penyedia jasa pekerja/buruh wajib memiliki izin operasional dari instansi yang bertanggung-jawab di bidang ketenagakerjaan sesuai domisili perusahaan penyedia jasa pekerja/buruh yang bersangkutan. Ijin dimaksud berlaku di seluruh Indonesia untuk jangka waktu lima tahun dan selanjutnya dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.

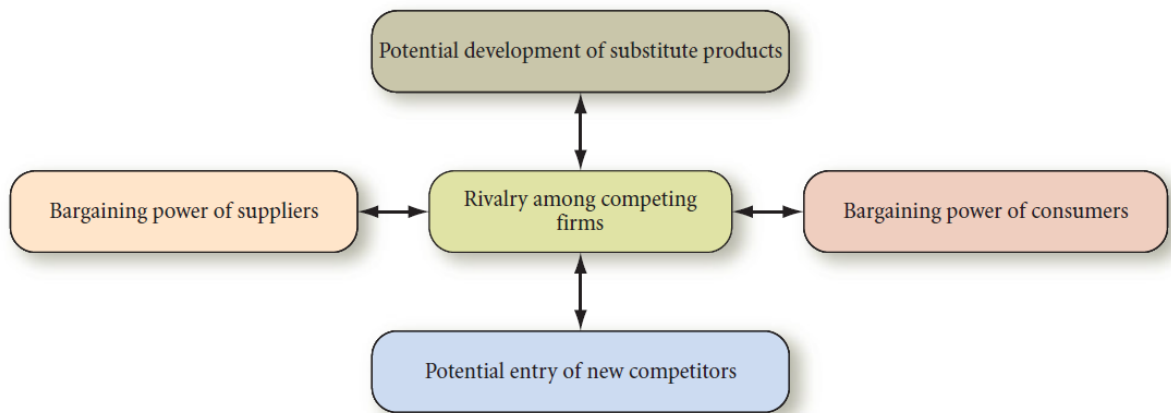
D. Analisis Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter

Menurut Michael Porter yang dikutip dari buku David dan David (2015:239), *Porter's Five-Forces Model* adalah pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri.

Pebisnis yang handal dan pintar harus bisa menguasai dan menganalisa lima kekuatan pesaing untuk menentukan daya tarik pasar yang ingin dimasuki yaitu persaingan sejenis di dalam industri, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan dari produk substitusi, daya tawar pemasok, dan daya tawar pembeli. Berikut ini adalah hasil analisis *Porter's Five-Forces model* dari *Instant Clean*.

Gambar 3.1

Porter's Five Forces Model



Sumber : David dan David, *Strategic Management Concept and Cases* (2015:239)

1. Rivalry Among Competing Firms

Semakin banyak pesaing di dalam industri yang sama menunjukkan bahwa tingkat persaingan semakin tinggi. Setiap perusahaan pasti ingin untuk memenangkan

persaingan agar perusahaannya dapat mencapai profit yang paling tinggi. Pemilihan strategi yang tepat dan akurat sangat dibutuhkan bagi pengusaha untuk dapat memenangkan persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis.

Instant Clean berada dalam persaingan yang cukup ketat. Mengingat pesaing daripada perusahaan *Instant Clean* adalah perusahaan yang cukup besar seperti *Go-Jek* dan *Go-Maid*. Mereka memiliki keunggulannya masing-masing. Tetapi pada dasarnya perusahaan kompetitor ini mengandalkan teknologi untuk menjalankan bisnisnya. Dengan mengandalkan sistem kerja yang baru yakni penyedia tenaga kerja yang terjadwal, penulis memiliki pandangan positif bahwa *Instant Clean* dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang hebat.

2. Potential Entry of New Competitors

Sebuah perusahaan yang sudah berdiri lama tentu akan dihampiri oleh para pesaing baru yang ingin memasuki pasar yang sama. Hal ini bisa saja menjadi ancaman bagi perusahaan yang telah berdiri lama. Apalagi jika perusahaan tersebut tidak melakukan inovasi terhadap produk atau jasanya. *Instant Clean* pasti akan memiliki para pesaing baru selain dengan kompetitor yang sudah ada. Jika *Instant Clean* tidak dapat berinovasi dan bersaing dengan para kompetitor, bisa dikatakan bahwa perusahaan akan jatuh dan mengalami kebangkrutan.

3. Potential Development of Substitute Products

Semua produk dan jasa yang telah diciptakan oleh *entrepreneursip* pasti memiliki produk penggantinya. Bahkan listrik pun juga memiliki pengganti yaitu lilin. Untuk perusahaan jasa penyedia asisten rumah tangga seperti *Instant Clean*, produk substitusinya di jaman sekarang ini dapat dikatakan rendah. Tetapi di jaman yang akan

datang, produk substitusi yang dapat menggantikan asisten rumah tangga adalah *robot* yang diciptakan untuk membersihkan rumah dan menjalankan tugas sehari-hari. Hal ini bisa menjadi ancaman yang berat bagi perusahaan *Instant Clean* jika perusahaan tidak dapat mengikuti perubahan lingkungan.

4. Bargaining Power of Suppliers

Besar kecilnya kekuatan daya tawar dari pemasok dapat mempengaruhi eksistensi perusahaan. Kekuatan daya tawar dari pada pemasok dikatakan tinggi apabila perusahaan memerlukan biaya yang tinggi untuk mengganti sumber daya yang dibutuhkan atau berpindah pemasok. Dikatakan rendah apabila perusahaan dapat dengan mudah berpindah pemasok dan tidak memerlukan biaya yang tinggi.

Bisnis penyedia jasa tenaga kerja asisten ini memiliki daya tawar yang rendah dari pemasok. Menurut databoks.katadata.co.id, mengatakan bahwa banyaknya penduduk yang terdapat di Indonesia sebanyak 265 juta jiwa di tahun 2018. Yang terdiri dari 133,17 juta jiwa laki-laki dan 131,88 juta jiwa perempuan. Dengan jumlah perempuan yang sebanyak itu, maka dapat dikatakan bahwa pemasok perusahaan yang mana berupa tenaga kerja dapat dengan mudah diperoleh perusahaan. Bahan baku lainnya bersifat tidak mudah habis. Sehingga perusahaan dapat melakukan pembelian secara besar-besaran di awal tahun untuk memperlancar jalannya usaha dan sekaligus menghemat pengeluaran karena pembelian secara besar-besaran.

5. Bargaining Power of Consumers

Sebagai seorang konsumen, untuk menuntukan produk atau jasa yang akan mereka pilih pasti memiliki beberapa preferensi seperti harga, kualitas, dan lain-lain. Dalam bisnis jasa *Instant Clean*, kekuatan konsumen dapat dikatakan kuat. Karena konsumen

dapat dengan mudah berpindah menggunakan jasa tenaga kerja kompetitor. Apalagi kompetitor dari *Instant Clean* merupakan perusahaan yang dapat dikatakan cukup besar. Walaupun hal ini dapat menjadi ancaman, tetapi penulis percaya bahwa *Instant Clean* dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan kompetitor yang besar karena memiliki diferensiasi jasa yang unik dan berbeda dari kompetitornya.

E. Analisis Faktor-faktor Kunci Kesuksesan (*Competitive Profile Matrix*)

Competitive Profile Matrix adalah alat manajemen strategis penting untuk membandingkan perusahaan dengan pemain utama industri. Menurut David dan David (2015:245) mengatakan bahwa Profil Kompetitif Matrix mengidentifikasi pesaing perusahaan dan kekuatan serta kelemahannya yang berkaitan dengan posisi strategis perusahaan.

Profil Kompetitif Matrix dapat digunakan oleh pebisnis untuk mengetahui titik terkuat dan terlemah dari bisnisnya. Hal ini berguna sebagai bahan acuan pebisnis untuk melakukan keputusan-keputusan penting yang diperlukan oleh perusahaan agar tetap bisa bersaing dan selamat dari kompetitor yang ada. Profil Komparatif Matrix juga memudahkan pebisnis melakukan analisis komparatif. Dalam CPM, analisis yang dilakukan bersifat keseluruhan, baik itu faktor eksternal maupun internal. Terdapat empat komponen yang digunakan dalam CPM yaitu :

1. *Critical Success Factors*

Faktor ini yang akan menentukan keberhasilan dan nantinya akan diambil setelah analisis dari lingkungan eksternal dan internal telah dilakukan. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap perusahaan pasti memiliki kelemahan dan kelebihan dalam lingkungan eksternal maupun internal. Suatu kelebihan harus ditonjolkan oleh perusahaan untuk

dapat menunjukkan keunggulannya. Sedangkan kelemahan perusahaan harus dikelola sedemikian rupa sehingga tidak menjadi bumerang bagi perusahaan ketika kompetitor datang menyerang.

2. Rating (Peringkat)

Peringkat dalam *Competitive Profile Matrix* memperlihatkan respon perusahaan terhadap 12system 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 12system. Ada beberapa poin penting terkait dengan *rating* di CPM:

- a. Peringkat diterapkan untuk masing-masing 12system yang ada pada perusahaan.
- b. Tanggapan paling rendah akan diwakili oleh 1,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan utama dari sebuah perusahaan.
- c. Tanggapan rata — rata diwakili oleh angka 2,0 yang menunjukkan bahwa ini merupakan kelemahan kecil dari sebuah perusahaan.
- d. Tanggapan di atas rata-rata diwakili oleh 3,0 yang menunjukkan adanya kelebihan kecil dalam sebuah perusahaan.
- e. Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah unggul diwakili oleh 4.0

3. Weight (Bobot)

Bobot dalam CPM menunjukan seberapa pentingnya suatu *critical success factors* di dalam suatu perusahaan. Angka dalam kolom bobot yang diberikan untuk setiap

faktor adalah 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Total dari seluruh bobot dari masing-masing faktor adalah sebanyak 1,0.

4. *Total Weighted Score*

Merupakan total dari seluruh nilai tertimbang. Nilai akhir dari jumlah nilai tertimbang harus berada di antara rentang 1,0 (rendah) hingga 4,0 (tinggi). Rata-rata total nilai untuk CPM adalah 2,5, dimana jika suatu perusahaan berada di bawah nilai 2,5 maka dianggap memiliki posisi yang lemah pada persaingan. Sedangkan jika suatu perusahaan memiliki nilai di atas nilai 2,5 maka dianggap memiliki posisi yang kuat dalam persaingan. Dalam CPM, perusahaan yang memiliki nilai tertimbang paling tinggi dianggap sebagai pemenang di antara pesaing. Namun meski demikian, angka-angka total nilai tertimbang hanyalah menggambarkan kekuatan relatif perusahaan-perusahaan yang dibandingkan. Hal ini akan membantu perusahaan untuk dapat mengambil keputusan yang lebih baik lagi untuk kelanjutan usaha yang dijelankannya.

Di bawah ini penulis akan membuat tabel menjelaskan lebih *detail* lagi mengenai *Competitive Profile Matrix* dimana *Instant Clean* dibandingkan dengan dua pesaing lainnya, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2

Competitive Profile Matrix

<i>Critical Success Factor</i>	Bobot	<i>Instant Clean</i>		<i>Go-Clean</i>		<i>Go-Maid</i>	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Keamanan	0,4	4	1,6	3	1,2	3	1,2
Harga	0,15	3	0,45	2	0,3	4	0,6
Kualitas Kerja	0,3	3	0,9	3	0,9	3	0,9
<i>Brand Image</i>	0,1	2	0,2	4	0,4	2	0,2
Pemilihan Pekerja	0,05	2	0,1	4	0,2	4	0,2
TOTAL	1,00	3,25		3,00		3,10	

Sumber : data diolah oleh *Instant Clean*

Keterangan:

1. Bobot yang bernilai paling tinggi merupakan 14system yang terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
2. Total dari bobot secara keseluruhan adalah 1 (satu).
3. Peringkat yang diberikan mengacu pada kekuatan dan kelemahan, yaitu:
4=*major strength*, 3=*minor strength*, 2=*minor weakness*, 1=*major weakness*
4. Total pada masing-masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian peringkat dengan nilai (peringkat x nilai).

Angka yang tertera pada analisis CPM pada tabel 3.2 didapatkan dari hasil *survey* 107 koresponden yang bekerja sebagai pelajar, pegawai, wiraswasta, ibu rumah tangga, dan lain-lain dengan rentan usia 19-50 tahun. Faktor yang menentukan bisnis jasa asisten rumah tangga terletak pada keamanan yang diberikan oleh jasa pembersih asisten rumah tangga. Faktor ini merupakan keunggulan yang dimiliki oleh *Instant Clean*, yang mana perusahaan menggunakan kamera tersembunyi untuk meningkatkan keamanan saat asisten

rumah tangga sedang mengerjakan tugasnya. *Instant Clean* kalah dalam pemilihan *gender* pekerja dikarenakan *Instant Clean* hanya menyediakan asisten rumah tangga wanita saja. Tetapi menurut kuisioner yang telah disebar, faktor ini dinilai kurang penting oleh responden.

Catatan penting untuk diingat bahwa nilai hasil analisis CPM yang rendah tidak menentukan secara keseluruhan bahwa perusahaan tersebut lebih buruk dibandingkan dengan pesaingnya. Angka – angka tersebut hanya menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki setiap perusahaan dan juga menggambarkan bahwa setiap perusahaan mempunyai kekuatan dan kelemahan di bidang yang berbeda-beda.

F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Analisis SWOT merupakan hasil analisis perusahaan terutama dalam aspek *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat*. Analisis menggunakan SWOT merupakan cara perusahaan untuk dapat mengamati lingkungan baik eksternal maupun internal. Hasil dari analisis SWOT akan digunakan perusahaan untuk mengambil keputusan mengenai strategi apa yang akan dipakai untuk dapat bertahan di dalam dunia bisnis yang terus menerus bergerak. Yang menyebabkan setiap perusahaan harus mudah beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis ini.

Berikut adalah hasil analisis SWOT dari perusahaan *Instant Clean*

1. *Strength*, yaitu analisis kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Faktor ini harus digunakan oleh perusahaan sebaik mungkin apabila ingin memenangkan persaingan bisnis yang ada dalam dunia bisnis ini. *Strength* dari *Instant Clean* adalah :

- a. Perusahaan *Instant Clean* mengedepankan rasa aman bagi klien sehingga perusahaan dapat memperoleh kepercayaan konsumen.
 - b. Memiliki harga yang dapat bersaing dengan kompetitor. Dengan tambahan layanan yang disediakan oleh *Instant Clean*, maka dapat dikatakan bahwa harga yang diberikan untuk layanan jasa yang ditawarkan adalah layak.
 - c. Memiliki kualitas hasil kerja yang cepat dan bersih. Sehingga dapat memberikan rasa *customer satisfaction* kepada klien setelah merasakan jasa asisten rumah tangga *Instant Clean*.
2. *Weakness*, yaitu analisis kelemahan suatu perusahaan. Setiap perusahaan pasti memiliki kelemahan. Tetapi cara tiap perusahaan untuk menutupi kelemahan tersebut pasti berbeda-beda. *Weakness* dari *Instant Clean* adalah :
- a. *Instant Clean* merupakan perusahaan yang baru sehingga belum memiliki *brand awareness* yang tinggi.
 - b. Asisten rumah tangga tidak dapat mengerjakan pekerjaan lain di luar yang sudah disepakati dalam kontrak. Hal ini dapat terjadi karena asisten rumah tangga dilatih untuk mengerjakan pekerjaan rumah tangga dengan kapasitas apartemen.
3. *Opportunity*, yaitu analisis kesempatan yang dapat digunakan oleh perusahaan di lingkungan eksternalnya. Kondisi lingkungan eksternal dapat digunakan sebagai peluang bagi suatu perusahaan untuk berkembang. Peluang yang dilihat wajib untuk digunakan sebaik mungkin oleh perusahaan demi mendapatkan keuntungan yang maksimal. *Opportunity* dari *Instant Clean* adalah :

- a. Gaya hidup ibu rumah tangga yang bergeser dari selalu bekerja di dalam rumah sebagai ibu rumah tangga, menjadi bekerja di luar rumah.
 - b. Daerah Jakarta Barat yang lebih difokuskan sebagai tempat permukiman warga. Sehingga banyak pembangunan apartemen yang dilakukan di daerah tersebut.
 - c. Sumber daya manusia yang melimpah di Indonesia membuat perusahaan *Instant Clean* tidak terlalu susah untuk memperoleh tenaga kerja
4. *Threat*, yaitu analisis ancaman yang datang dari lingkungan eksternal, yang dapat membuat guncangan terhadap perusahaan. Ancaman ini tentu dapat dihindari oleh perusahaan. Tetapi semua tergantung oleh keputusan apa yang diambil oleh pihak manajer senior untuk menghindari ancaman tersebut. Ancaman bagi *Instant Clean* adalah :
- a. Para pesaing yang ada dengan jasa sejenis merupakan perusahaan besar sehingga lebih berpengalaman di bidang ini
 - b. Perusahaan binatu yang diajak bekerja sama tidak dapat menampung pesanan yang banyak diakibatkan permintaan *Instant Clean* yang sangat banyak perharinya.
 - c. Asisten rumah tangga yang mengambil cuti hamil dapat menghambat proses kerja *Instant Clean* karena tenaga kerja asisten rumah tangga yang dipekerjakan adalah berjenis kelamin wanita.

Menurut Fred dan Forest (2015:259) mengatakan bahwa Matriks SWOT adalah alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategis yaitu strategi SO (strengths-opportunities), strategi WO (weakness-opportunities),

strategi ST (strengths-threats), dan strategi WT (weakness-threats). Berikut mengenai Matriks SWOT dari *Instant Clean* :

Tabel 3.3

Matriks SWOT *Instant Clean*

<p style="text-align: center;">MATRIKS SWOT</p>	<p>Strengths :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa aman sebagai prioritas 2. Harga yang bersaing 3. Memiliki sistem pengerjaan yang terjadwal. 	<p>Weakness :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Brand Awareness</i> masih rendah 2. Pekerjaan pekerja yang dibatasi oleh kontrak
<p>Opportunities :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya hidup ibu rumah tangga yang bergeser 2. Daerah Jakarta Barat sebagai tempat permukiman warga. 3. Sumber daya manusia yang melimpah di Indonesia 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengaplikasikan fitur kamera tersembunyi (S1, O1, O2) 2. Memberikan harga promosi (S2, O1) 	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ikut menjadi <i>tenant</i> di <i>mall</i> Jakarta Barat (W1, O1, O2) 2. Memberikan <i>free trial</i> untuk beberapa klien (W1, O3)
<p>Threats :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Para pesaing yang ada merupakan perusahaan besar 2. Kapasitas perusahaan binatu yang terbatas 3. Asisten rumah tangga mengambil cuti hamil 	<p style="text-align: center;">Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan sistem jasa kebersihan yang baru (S1, T1) 2. Memberikan paket harga dengan nilai tinggi (S2, T2) 3. Mengatur asisten pengganti (S3, T3) 	<p style="text-align: center;">Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>video company profile</i> (W1, T1) 2. Membuat lini jasa yang baru (W2, T1, T2)

Sumber : *Instant Clean*

Keterangan :

1. Strategi S-O

- a. Faktor keamanan merupakan hal yang terpenting ketika konsumen memilih jasa kebersihan asisten rumah tangga. Maka dari itu perusahaan *Instant Clean* akan memberikan fitur keamanan bagi klien yaitu berupa kamera

tersembunyi yang disematkan pada seragam asisten rumah tangga. Hal ini membuat para ibu rumah tangga merasa aman ketika membiarkan anaknya yang melakukan pengawasan ketika asisten rumah tangga *Instant Clean* sedang melakukan tugasnya.

- b. Perusahaan *Instant Clean* juga memberikan harga promosi yang mana ketika kontrak yang dibeli langsung tiga bulan atau satu tahun, harganya akan menjadi jauh lebih murah ketimbang klien hanya membeli satu bulan

2. Strategi W-O

- a. Dalam usaha perusahaan meningkatkan *brand awareness*, *Instant Clean* akan ikut menjadi *tenant* di *mall* Jakarta Barat. Pemilihan lokasi di *mall* Jakarta Barat adalah karena ibu-ibu sosialita kebanyakan senang sekali untuk berpergian bersama teman ke tempat untuk berbelanja atau sekedar berkumpul bersama teman. *Mall* merupakan tempat yang menyediakan fasilitas *one stop shop* di mana semua yang dibutuhkan oleh konsumen ada didalamnya. Pemilihan lokasi Jakarta Barat juga sesuai dengan pasar yang ingin dituju oleh *Instant Clean*.
- b. Perusahaan *Instant Clean* juga memberikan *free trial* selama seminggu kepada calon klien yang terpilih. Kemudian calon klien yang mendapat *free trial* akan diliput oleh perusahaan sebagai bahan testimoni untuk meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan. Strategi ini dapat terlaksana dengan menggunakan sumber daya manusia yang telah dilatih oleh *supervisor Instant Clean*.

3. Strategi S-T

- a. Sistem jasa kebersihan yang dimiliki oleh *Instant Clean* merupakan sistem yang baru dalam dunia jasa kebersihan. Karena jasa kebersihan *Instant Clean* sudah terjadwal sehingga klien tidak perlu melakukan pemesanan ketika jasa kebersihan dibutuhkan.
- b. Harga yang tertera pada kontrak sudah termasuk jasa kebersihan yang meliputi proses penyapuan, pengepelan, mencuci piring, membersihkan WC, serta layanan binatu untuk 20 Kg perbulannya.
- c. Ketika terdapat asisten rumah tangga yang mengambil cuti hamil, *supervisor* akan mengatur jadwal dan mencarikan pengganti untuk unit klien sehingga jadwal pengerjaan akan terus dilakukan tanpa ada hambatan.

4. Strategi W-T

- a. Membuat *video* mengenai *company profile* dapat meningkatkan rasa kepercayaan calon klien terhadap citra perusahaan. *Video* ini akan disebar melalui beberapa *platform* seperti di *Instagram* serta akan diputarkan di *tenant mall* sehingga pengunjung yang datang juga dapat melihat *video company profile* kami.
- b. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan *Go-Clean* dan *Go-Maid*, kedepannya perusahaan *Instant Clean* akan membuat lini jasa yang baru seperti menyediakan jasa juru masak, usaha binatu sendiri, *baby sitter*, dan sebagainya.