



BAB III : ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

C Analisis Industri dan pesaing perlu dilakukan sebelum membuka suatu usaha agar calon pemilik bisnis dapat mengetahui dan mendapatkan gambaran bagaimana situasi dan keadaan dari pesaing industri sejenis. Dengan melakukan analisis industri dan pesaing diharapkan calon pemilik bisnis dapat melihat peluang yang ada dalam suatu usaha dan dapat menyusun strategi dalam menjalankan usahanya nanti.

A Tren dan pertumbuhan Industri

Pertumbuhan Industri ini terutama di Indonesia semakin meningkat dan pesat dikarenakan banyak bermunculan berbagai macam club mobil. Hal itu didukung juga minat dari masyarakat untuk selalu mencuci mobil serta mempertahankan kebersihan mobilnya. Banyak perusahaan mempromosikan bisnisnya lewat media sosial terutama pada instagram yang sekarang sudah menjadi media promosi yang banyak mendatangkan keuntungan dan menggunakan para influencer untuk mempromosikan bisnis kita pada media sosialnya juga.

Bisnis cuci mobil merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini, dapat dilihat dari bermunculannya banyak usaha yang memiliki ciri khas serta konsep yang berbeda, serta diiringi dengan gaya hidup masyarakat yang suka mencuci serta merawat kendaraannya yaitu memoles serta mengcoating hingga mengkilap membuat bisnis ini akan semakin berkembang dalam masyarakat setiap tahunnya

Saat ini cuci mobil sudah menjadi kewajiban bagi para pemilik kendaraan baik dari roda 2 maupun roda 4 dikarenakan ketika kita ingin ikut serta dalam meet up car club

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

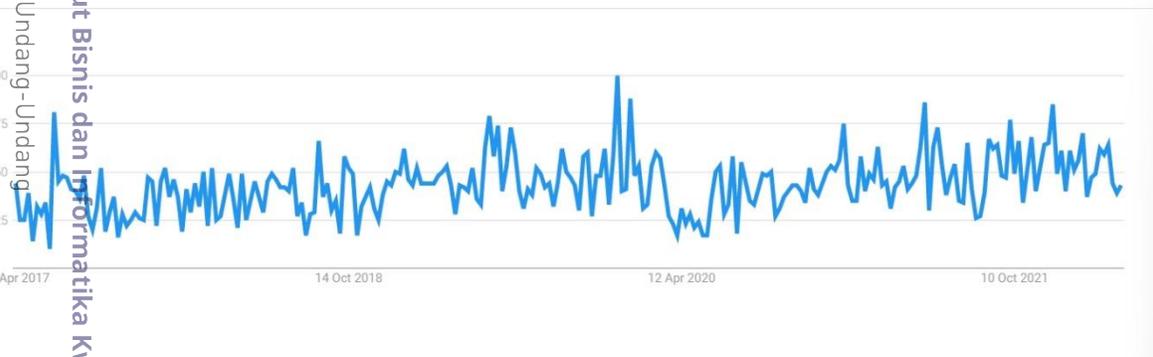
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



maka kendaraan bersih akan menjadi nilai tambah bagi para pemilik kendaraan itu sendiri. Selain itu juga HAP carwash juga bisa dijadikan untuk tempat berkumpul kecil – kecilan karena terdapat rumah makan serta cafe kecil di sekitaran lokasi usaha yang memungkinkan para konsumen melakukan meet up sesudah kendaraannya dicuci

Pertumbuhan Industri carwash ini juga berkembang setiap tahunnya, dapat dilihat dari 5 tahun terakhir mengalami kenaikan yang dapat dilihat pada tabel berikut



Sumber : <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=today%205-y&geo=ID&q=carwash>

Tahun	2017	2018	2019	2020	2021
Unit	1510	2099	2743	2364	3009

Terjadi kenaikan tren pada masyarakat selama 5 tahun terakhir ini walau pada tahun 2020 terjadi penurunan minat konsumen dikarenakan pandemi yang melanda negara Indonesia tetapi ketika pada tahun 2021 kembali meningkat karena menurunnya pandemi covid maka para konsumen mulai kembali berdatangan .

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

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



B. Analisis Pesaing

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

Analisis pesaing adalah proses mengenali dan menilai pesaing utama. Dengan melakukan analisis pesaing, 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 ketat. 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 jasa yang sejenis dengan HAP carwash. Berikut data – data dari para pesaing :

A. CMM Arema: HVGQ+V85, Tapos, Kec. Tapos, Kota Depok, Jawa Barat 16457

NO	Kelebihan	Kekurangan
1	Tempat mudah dijangkau oleh konsumen	Harga pada bisnis ini cukup mahal
2	Harga yang ditawarkan bervariasi serta beraneka ragam	Evaluasi penjualan yang dilakukan konsumen hanya akan diberikan daftar harga yang telah disajikan.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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	Evaluasi yang dilakukan jika pengembalian yaitu jika jasa yang dijual menurut konsumen tidak terasa memuaskan maka akan mengulang prosedur yang telah dilaksanakan.	Logo dari CMM Arema terlalu monoton
---	---	-------------------------------------

B. Azzam Steam Wash : RT 003/01, Jl. Raya Tapos, Cimpaeun, Kec. Tapos, Kota Depok, Jawa Barat 16459

No	Kelebihan	Kekurangan
1	Harga yang ditawarkan cukup bersahabat serta bersaing	Pada bisnis Azzam Steam Wash ini hanya beriklan dengan membuka gerai toko dan memasarkannya melalui spanduk saja
2	Evaluasi yang dilakukan jika pengembalian yaitu jika jasa yang dijual menurut konsumen tidak terasa memuaskan maka akan mengulang prosedur yang telah dilaksanakan serta diberikan garansi hujan 1x24 jam.	Evaluasi penjualan yang dilakukan Konsumen hanya akan diberikan daftar harga yang telah disajikan.

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.



<p>3</p> <p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Harga yang disajikan juga bervariasi dan bersaing .</p>	<p>Logo dari Azzam Steam Wash ini yaitu tulisan dari Azzam Steam Wash itu sendiri agak terkesan terlalu monoton, dilihat dari penggunaan hurufnya serta warna pada logo</p>
--	--	---

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

C. Analisis Pestel

Analisis PESTEL (*Politic, Economic, Social, Technology, Environment, Legal*) merupakan analisis eksternal yang berada diluar perusahaan yang dapat menjadi peluang agar perusahaan atau bisnis dapat berkembang dan juga dapat menjadi ancaman bagi jalannya bisnis, karena dengan melakukan analisis PESTEL perusahaan dapat mengetahui segala risiko dan juga potensi suatu bisnis yang terkait dengan lingkungan eksternal

Dengan memahami 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 HAP Carwash yang dilakukan oleh penulis :

1. Politik (*Politic*)

Faktor politik merupakan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi jalannya suatu bisnis. Faktor politik yang dibahas meliputi masalah hukum yang

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.



berlaku, kebijakan pemerintah, dan aturan formal maupun informal di lingkungan dimana pemilik usaha melakukan kegiatan bisnisnya. Peraturan dan kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi jalannya suatu bisnis.

Kondisi politik berkaitan erat dengan kebijakan pemerintah Indonesia. Di era pemerintahan saat ini, setiap bentuk usaha khususnya UMKM mendapat kemudahan dalam mengurus perijinan sehingga dengan kondisi politik Indonesia saat ini yaitu dengan mengurusnya pada website, masalah perijinan usaha tidak akan menjadi masalah dalam mendirikan usaha di usaha ini ke depannya.

2. Ekonomi (Economic)

Dari sektor ekonomi, terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi, yaitu pertumbuhan ekonomi, tingkat suku bunga, standar nilai tukar dan tingkat inflasi. Menurut hasil rapat kerja Pemerintah bersama Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) komisi XI telah menyepakati besaran Asumsi Dasar Ekonomi Makro dan Target Pembangunan dalam dokumen negara KEM PPKF RAPBN Tahun 2022 Kerangka Ekonomi Makro dan Pokok-Pokok Kebijakan Fiskal (KEM PPKF) kepada Komisi XI disepakati bahwa pertumbuhan ekonomi sebesar 5.2-5.8% dengan tingkat inflasi sebesar 2-4%

Pada tahun 2023 ini pemerintah memperkirakan daya beli masyarakat lebih baik lagi yang iringi dengan penurunan dari segi inflasi. Hal tersebut membuat dampak yang cukup menguntungkan bagi usaha HAP carwash ini. Dengan meningkatnya perekonomian masyarakat maka hal itu akan mempengaruhi daya beli masyarakat terhadap jasa ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



3.

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

4. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sosial (*Social*)

Faktor sosial budaya sangat penting dalam dunia bisnis ini karena hal ini sangat erat hubungannya dengan perilaku dan gaya hidup konsumen dengan segala kedinamisannya. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi pola pikir, pola sikap, dan pola tindak dari masing-masing individu terhadap segala macam kondisi. Aspek utama dari faktor sosial merupakan gaya hidup dan tren di kalangan masyarakat.

Dilihat dari lingkungan sosial, masyarakat sekarang cukup sering untuk mencuci serta merawat mobilnya khususnya anak muda yang gemar mengikuti perkumpulan club mobil. Di jaman sekarang fungsi dari sebuah tempat cuci mobil dapat berarti lebih luas lagi dikarenakan banyak bermunculan berbagai jasa baru di antaranya jasa coating, paint corection serta jasa home service yang dulunya kurang terpikirkan oleh orang yang berkecimpung dalam bisnis ini. Dapat disimpulkan bahwa dampak sosial ini akan memberikan dampak positif bagi HAP carwash.

Teknologi (*Technology*)

Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini memberikan begitu banyak kemudahan bagi masyarakat. Saat ini hanya dengan memencet tombol di atas layar ponsel, masyarakat dapat memesan berbagai macam layanan, membayar berbagai tagihan dan berbelanja secara *online*. Salah satu contoh teknologi yang berpengaruh bagi masyarakat adalah gadget dan internet. Hampir

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.



semua orang memiliki *gadget*, dan banyak orang yang memiliki media sosial. Pengaruh media sosial di internet pun semakin besar karena banyak orang yang menggunakan internet.

Hal tersebut juga berdampak pada bisnis HAP carwash untuk meningkatkan image brand kepada masyarakat serta dapat mempromosikan produknya melalui berbagai macam sosial media yang diantaranya : Instagram, facebook, serta Tiktok yang sedang hype pada kalangan masyarakat.

Lingkungan (*Environment*)

Penentuan lokasi yang tepat dan strategis dapat memberikan dampak yang baik bagi suatu bisnis untuk bertahan dan berkembang. Kondisi lingkungan sangat menentukan apakah bisnis yang didirikan bisa berjalan dengan baik atau tidak, karena lingkungan sekitar usaha bisnis harus memiliki dampak yang positif bagi keberlangsungan usaha kedepannya, dimana lokasi yang strategis, antusias masyarakat terhadap penjualan produk, dan juga lokasi yang tidak mudah banjir menjadi hal yang perlu diperhatikan bagi pelaku bisnis.

Pendirian HAP carwash ini dilakukan di daerah Depok, dikarenakan tempat ini berada di pusat keramaian padat penduduk. Hal ini diperlukan agar masyarakat dapat mengetahui tempat usaha dengan mudah sehingga potensi untuk usaha ini dapat berkembang akan semakin meningkat dan pasar yang dituju dapat tepat sasaran.

Hukum (*Legal*)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Faktor hukum adalah faktor yang harus diketahui oleh setiap pebisnis sebelum menjalankan usahanya. Faktor ini meliputi legalitas untuk mendirikan suatu usaha agar bisnis dapat berjalan dengan lancar. Legalitas yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha meliputi dokumen Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pemilik usaha, dan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) bagi pelaku usaha mikro dan kecil.

Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) adalah tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha atau kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil dalam bentuk satu lembar. IUMK memiliki tujuan untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (PUMK) dalam mengembangkan usahanya. Syarat untuk memperoleh IUMK sebagai berikut: (depkop.go.id, 2017) :

1. Surat pengantar dari RT atau RW terkait lokasi usaha
2. Kartu Tanda Penduduk (KTP)
3. Kartu Keluarga (KK)
4. 2 lembar pas foto terbaru berwarna ukuran 4x6 cm
5. Mengisi formulir yang memuat (nama, nomor KTP, nomor telepon, alamat, kegiatan usaha, sarana usaha yang digunakan dan jumlah modal usaha)

Surat-surat yang dilampirkan diatas adalah faktor legal yang harus dimiliki oleh HAP carwash . Bukan hanya perijinan , tetapi HAP carwash juga harus memperhatikan dari sisi ketenaga kerjaan dengan mempelajari melalui peraturan

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.

pemerintah. Untuk usaha HAP carwash juga sudah terdaftar di OSS dan sudah memiliki NIB

C Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
a. 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 :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.



Gambar 3. 1

Lima Kekuatan Persaingan Model Porter

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Porter's five forces



Sumber: Fred R. David dan Forest R. David (2016 : 229), Strategic Management

1. Competitive Rivalry (Persaingan antar perusahaan yang ada)

Membuat usaha di negara manapun pastinya tidak akan luput dari hadirnya pesaing yang telah bermain di industri yang sama. Tekanan yang paling besar dari kelima kekuatan di kebanyakan industri adalah persaingan yang ada di antara perusahaan yang bersaing dalam sebuah pasar tertentu. Setiap bisnis yang berjalan saling bersaing untuk mendapatkan keunggulan bersaing dan menguasai pasar. Ketika suatu bisnis menciptakan suatu inovasi atau mengembangkan suatu strategi yang unik dan mengubah pasar, bisnis pesaingnya

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.



harus beradaptasi serta menghadapi resiko terlempar keluar dari bisnisnya. Tekanan ini membuat pasar sebagai tempat yang sangat dinamis dan kompetitif.

Tingginya persaingan dalam industri ditandakan dengan jumlah industri sejenis yang bersaing dalam lingkup area usaha, Persaingan antar industry bagi HAP Carwash adalah cukup tinggi, karena dalam area HAP Carwash berdiri beberapa tempat cuci mobil juga.

Tetapi HAP Carwash memiliki beberapa keunikan tersendiri yaitu suasana serta keanekaragaman jasa yang ditawarkan yang berbeda di antara tempat cuci lain serta peralatan yang digunakan cukup berbeda dari segi kualitas. HAP Carwash akan berfokus pada pelayanan kepada konsumen sehingga para konsumennya juga merasa puas serta mereka juga tidak berpindah ke tempat cuci lain. Hal ini dilakukan oleh HAP Carwash agar usaha ini semakin berkembang untuk dikemudian hari.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. *Threat of New Entrances (Ancaman Pendetang baru)*

Ancaman pendatang baru harus dilakukan analisis supaya dapat meningkatkan kewaspadaan perusahaan akan hal-hal buruk yang mungkin akan terjadi di masa depan, dan mempersiapkan strategi untuk melawan perusahaan pesaing.

HAP Carwash adalah sebuah bisnis yang bergerak dibidang jasa cuci sehingga secara umum mudah ditiru oleh banyak pihak, ancaman dari datangnya pendatang baru adalah cukup tinggi. Oleh karena itu, kemungkinan adanya pesaing baru yang menggunakan berbagai macam strategi pasar dengan berbagai macam keunggulan yang ditawarkan. Dengan begitu peluang konsumen untuk berpindah ketempat lain pun akan mengancam keberlangsungan bisnis

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 IBKKG.

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



Untuk mengantisipasi bila adanya pendatang baru yang masuk dan menjadi pesaing, HAP Carwash menciptakan suatu yang menarik yang membuat berbeda dari pesaing dan menjadi keunggulan usaha untuk dapat terus berada di benak para pembeli yaitu jasa home service yaitu ketika konsumen tidak mempunyai waktu untuk datang ke tempat maka tanpa dipungut biaya apapun para karyawan kami akan datang ke rumah dan mengerjakan jasa yang telah pilih oleh konsumennya dengan kendaraan operasional yang telah disediakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. *Bargaining Power of Suppliers (Kekuatan Tawar Menawar Pemasok)*

Pemasok sangat berperan penting dalam memenuhi kebutuhan secara jangka panjang dalam pengadaan bahan baku. Dalam menyediakan bahan baku untuk kelangsungan operasional usaha kami, pemilihan pemasok sangat penting untuk dilakukan.

HAP Carwash akan menghadirkan bahan baku yang berkualitas, mutu yang terjamin, dengan harga yang sesuai. Untuk itulah perlu adanya hubungan yang baik antara pemasok dan pembeli. HAP Carwash akan bekerja sama dengan berbagai macam supplier sabun cuci, semir ban untuk digunakan mencuci kendaraan para konsumen agar kualitas dari hasil cucian yang maksimal.

HAP Carwash juga harus memiliki pemasok cadangan sehingga ketika pemasok utama mengalami masalah maka akan dapat dengan cepat teratasi tanpa mengecewakan para konsumennya. Selain itu, kualitas bahan baku yang tinggi juga dapat menjadi keunggulan tersendiri secara khusus dalam menghadapi para pesaing di industri sejenis. Jadi dapat disimpulkan bahwa daya tawar pemasok HAP Carwash adalah sedang

4. *Bargaining Power of Customers (Kekuatan Tawar Menawar pembeli)*

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 IBKKG.

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



Konsumen akan mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dengan harga yang sesuai. Untuk itu diperlukan adanya daya tarik khusus untuk konsumen serta mengerahkan layanan yang maksimal untuk konsumen. Daya tawar pembeli terhadap HAP Carwash adalah sedang, karena terdapat banyak tempat cuci pengganti yang sejenis.

Daya tarik khusus yang dimiliki antara lain adalah suasana serta kualitas jasa yang dihasilkan serta SOP yang ditawarkan untuk konsumen yang berbeda. HAP Carwash juga berada di tempat yang mudah dijangkau oleh para konsumen yaitu berada dipinggir jalan raya serta dekat dengan pusat kota.

5. **Threat of Substitutes (Ancaman Produk Substitusi)**

Pada setiap bisnis, akan selalu muncul produk pengganti, perusahaan harus bersaing tidak hanya dengan perusahaan dengan produk sejenis tetapi juga bersaing dengan produk – produk substitusi atau produk pengganti. Produk substitusi dapat menjadi ancaman yang kuat apabila produk dan atau jasa tersebut dapat menjadi alternatif secara penuh bagi konsumen.

Bahkan pada bisnis jasa cuci pun ancaman dari produk pengganti tidak dapat dipungkiri. Untuk mengatasi hal tersebut, HAP Carwash menyediakan jasa home service serta memberikan kupon cuci jika kendaraan para konsumen sudah dicuci sebanyak 10x maka akan mendapatkan free cuci 1x serta memberikan gratis claybar pada mobil konsumen apabila mereka memilih layanan cuci full detailing.

A. 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 mengidentifikasi 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*:

1. 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.

2. 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.

3. 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:

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

4. Score (Skor)

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



5. 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 pesaingnya yang ada. Beberapa faktor kunci keberhasilan penting yang dipertimbangkan oleh HAP Carwash adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1

Competitive Profile Matrix HAP Carwash

Critical Success Factor	Bobot	HAP Carwash		CMM Arema		Azzam Steam Wash	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga Kompetitif	0,19	4	0.76	2	0.38	4	0,76
Kualitas layanan	0,21	3	0.63	3	0,63	2	0,42
Lokasi usaha	0,19	3	0.57	3	0,57	3	0,57
Promosi	0,21	2	0.42	4	0,84	3	0,63
Suasana Tempat	0,20	3	0.6	3	0,6	2	0,4
Total	1		2.98		2,64		2,78

Sumber: Data yang diolah HAP Carwash

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Angka bobot yang tertera di analisis CPM pada tabel 3.1 didapatkan dari hasil kuisioner responden laki-laki dan perempuan yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, karyawan ataupun wiraswasta dengan rentang usia kurang dari 20 tahun sampai dengan di atas 30 tahun.

Berdasarkan perhitungan pada tabel diatas, menunjukan bahwa HAP Carwash memiliki dua pesaing yaitu CMM Arema dan Azzam Steam Wash. Angka yang tertera di tabel 3.1 menjelaskan tentang kelebihan dan kelemahan dari masing-masing perusahaan pada faktor yang ada.

1. Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki bobot yang cukup besar yaitu 0,19 dimana produk-produk yang berkualitas merupakan faktor yang cukup penting dalam mendapatkan rasa dan kualitas terbaik dari minuman dan makanan untuk konsumen. Pada faktor ini HAP Carwash mendapatkan rating 4 dan CMM Arema mendapat *rating* 2 karena kualitas cuci dari kendaraan yang kurang bersih dikarenakan pengerjaan yang buru – buru. Untuk Azzam Steam Wash mendapat *rating* 4 karena kualitas hasil serta pelayanan yang memuaskan para konsumennya.

2. Lokasi Usaha

Lokasi usaha memiliki bobot yaitu 0,19 dikarenakan lokasi usaha sangat menentukan apakah usaha yang didirikan strategis dan dapat dijangkau banyak orang.

HAP Carwash memperoleh rating 3 dikarenakan walaupun lokasi cukup strategis dan dijalan raya tetapi akses terkadang terjebak macet. Sedangkan CMM Arema memperoleh *rating* 3 dikarenakan lokasinya terdapat di tempat yang agak dipojok jalan sehingga orang jarang melihat dan membuat kurang dikunjungi oleh konsumen. Azzam Steam Wash mendapat *rating* 4 karena

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
d. Pengutipan hanya 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.



lokasi berada jalan raya serta aksesnya jarang terkena macet karena tempat tersebut berada di tempat yang sering dikunjungi konsumen.

3. Promosi

Promosi merupakan salah satu bagian dalam memperbesar brand kita. Promosi yang tepat akan membuat kita cepat berkembang juga mengikuti brand yang sudah ada duluan dalam masyarakat. Hal ini tentu menguntungkan bagi perusahaan dan menjadi nilai tambah yang penting dalam perusahaan itu sendiri. Promosi mempunyai bobot yaitu 0,21. HAP Carwash memperoleh *rating* 2 karena promosi yang dilakukan dinilai kurang dan membuat merek kita kurang dikenal oleh masyarakat luas, sedangkan CMM Arema mendapatkan *rating* 4 dikarenakan promosi yang dilakukan sudah cukup banyak dan menarik berbagai macam konsumen diantaranya berbagai club mobil didaerah sekitar Depok dan Azzam Steam Wash mendapatkan *rating* 3 karena promosi yang dilakukan sudah cukup banyak hanya saja kurang sosial media untuk promosi online dari usaha itu sendiri.

4. Harga

Faktor harga sering kali juga menjadikan pertimbangan para konsumen ketika akan menggunakan jasa kita, dalam hal ini, harga memiliki bobot 0,19. HAP Carwash dan Azzam Steam Wash memperoleh *rating* 4 dikarenakan harga yang ditawarkan cukup terjangkau sesuai dengan kantong masyarakat setempat yang mencuci mobil dan sesuai dengan suasana yang ditawarkan.

Sedangkan CMM Arema memperoleh *rating* 2 dikarenakan harganya cukup mahal jika dibandingkan oleh yang lainnya.

Hak cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya karya 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.



5. Suasana Tempat

Suasana tempat menjadi acuan penting dikarenakan ketika konsumen mencuci mobil maka mereka akan menunggu hingga selesai maka dari itu diperlukan tempat yang memadai agar nyaman. Suasana tempat memiliki bobot 0,20. HAP Carwash dan CMM memperoleh *rating* 3 dikarenakan suasana yang diberikan cukup nyaman tetapi untuk outdoor kurang diperhatikan karena kurangnya bangku untuk para. Azzam Steam Wash memperoleh *rating* 2 karena suasananya kurang baik dikarenakan tidak ada ac serta ketika siang hari akan tersot sinar matahari hingga panas.

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Ha Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



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 mempertahankan 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 HAP Carwash adalah sebagai berikut:

1. 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 HAP Carwash adalah :

- Harga yang terjangkau, sehingga mampu bersaing di pasar
- Kualitas layanan yang maksimal, mobil di bersihkan dengan teliti secara menyeluruh
- Lokasi yang strategis, mudah dicapai oleh konsumen
- Menyediakan suasana tempat yang nyaman dan bersih

2. 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 HAP Carwash :

- Promosi yang masih kurang, merk cukup dikenal banyak pelanggan

3. 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 oleh HAP Carwash :

- Keperluan pelanggan untuk mencuci mobil tidak pernah berhenti
- Usaha cuci mobil akan lebih ramai pada musim hujan
- Customer relationship yang baik akan mendatangkan banyak pelanggan

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyebutkan sumbernya.

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

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



4. Ancaman (Threats)

Ancaman adalah sesuatu yang sifatnya negatif yang harus segera ditemukan solusinya karena bila terlalu lama maka akan menimbulkan kerugian. Berikut ancaman yang dialami oleh HAP Carwash :

- Adanya pendatang baru
- Perlu bersaing dengan brand yang sudah duluan berada di pasaran
- Sudah banyak orang yang bergelud dibidang ini

Tabel 3. 2

Analisis SWOT MATRIX

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.



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

SWOT	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1.Kualitas layanan yang maksimal 2.Harga yang terjangkau 3.Lokasi yang strategis 4.Suasana tempat strategis dan nyaman 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi masih kurang ,merk cukup dikenal banyak pelanggan
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Keperluan masyarakat dalam mencuci mobil tak pernah berhenti 2. Usaha akan ramai saat musim hujan 3. Customer Relationship yang baik akan mendatangkan pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempekerjakan tenaga ahli dengan <i>skill</i> yang tinggi agar pelayanan dapat maksimal serta feedback yang dihasilkan dari review para konsumen yang sediakan dari setiap pada setiap meja kasir. Serta menyediakan tempat tunggu yang nyaman (S1, S4,O1,O3) 2. Memberikan kupon voucher cuci mobil, membership serta garansi hujan kepada pelanggan (S2,O2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi lewat media sosial (W2,O1,O2) 2. mengumpulkan review dari customer atau word of mouth (W1,O3)
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pendatang baru 2. Perlu Bersaing dengan brand lain 3. Banyaknya pesaing yang lebih berpengalaman dibidang ini 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai layanan yang beda dari lainnya serta harga yang bisa bersaing dengan usaha lainnya (S1,T1,T2,T3) 2. Meningkatkan pelayanan yang lebih baik agar menciptakan <i>brand image</i> yang positif (S2,S3,S4, T1,T2,T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengundang klub mobil serta artis dan <i>Influencer otomotif</i> (W1,T1,T2,T3)

1. Strategi SO

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



- a. **Mempekerjakan tenaga ahli dengan *skill* yang tinggi agar pelayanan dapat maksimal serta feedback yang dihasilkan dari review para konsumen yang disediakan dari setiap pada setiap meja kasir (S1,S4,O1,O3)**

HAP Carwash mempekerjakan tenaga ahli dengan *skill* yang tinggi agar pelayanan dapat maksimal, serta menyediakan QR Code yang berisi untuk para konsumen mengisi feedback dan kemudian di gunakan oleh kita untuk jadi acuan bagi usaha mengimprove hasil pelayanan kedepannya. Menyediakan suasana yang nyaman dikarenakan ruangan yang didesign menggunakan foto mobil dari berbagai generasi sehingga orang bisa melihat mobilnya dari berbagai generasi dan sofa yang didesign dengan legrest membuat para konsumen dapat mengistirahatkan kakinya ketika lelah

- b. **Memberikan kupon voucher cuci mobil, membership serta garansi hujan kepada pelanggan (S2,O2)**

HAP Carwash memberikan kupon voucher yang berisikan 10 stempel, apabila kendaraan konsumen sudah dicuci selama 10x maka akan diberikan cuci gratis 1x . Ketika sehabis cuci mobil akan diberikan garansi hujan 1x24jam apabila terjadi hujan maka mobil akan kembali tanpa dipunggut biaya apapun.

2. Strategi ST

- a. **Mempunyai layanan yang beda dari lainnya serta harga yang bisa bersaing dengan usaha lainnya (S1,T1,T2,T3)**



HAP Carwash memiliki layanan home service yang tidak dimiliki oleh pesaing tanpa dipungut biaya apapun asal memilih paket cuci yang telah ditentukan serta memiliki harga yang kompetitif dengan para pesaingnya sehingga harganya tidak terlalu tinggi dan dapat bersaing dengan pasar

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Meningkatkan pelayanan yang lebih baik agar menciptakan *brand image* yang positif (S2,S3,S4,T1,T2,T3)

Dalam menciptakan pelayanan yang lebih baik lagi HAP Carwash memiliki SOP yang harus diataati oleh para pegawainya yaitu ketika kendaraan datang maka akan ditanya dahulu ingin mengambil jasa apa, kemudian driver akan memindahkan mobil ke slot yang tersedia, sehabis itu kendaraan dicuci dan dikeringkan pada tempat yang telah disediakan dan konsumen membayar atas jasa yang telah dipilihnya

3. Strategi WT

a. Mengundang klub mobil serta artis dan *Influencer otomotif* (W1,T1,T2,T3)

Mengikuti meetup berbagai macam klub mobil guna untuk mempromosikan usaha kita. Ketika sudah masuk dalam komunitas itu maka kita bisa menyarankan untuk mencuci ditempat kita maka dari itu dapat meningkatkan penjualan dan brand kita di masyarakat luas.

4. Strategi WO

a. Melakukan promosi lewat media sosial (W2,O1,O2)

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.



Melakukan promosi melalui media sosial merupakan hal yang terbukti ampuh untuk membangun *brand image* yang baik dan memperkenalkan usaha kepada masyarakat luas karena hampir semua orang mempunyai media sosial dan ini menjadikan produk mudah dikenal oleh masyarakat luas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

b. Mengumpulkan review dari customer atau word of mouth (W1,O3)

Ketika konsumen selesai mencuci kendaraan maka wajiblah kita bertanya tentang apa kekurangan dari layanannya, serta untuk mendapatkan feedback dari konsumen. Hal itu dilakukan guna untuk memberikan peningkatan mutu dan kualitas dari usaha ini serta kita juga bisa melihat feedback dari konsumen lain dari saran dan kritik yang diterima

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.