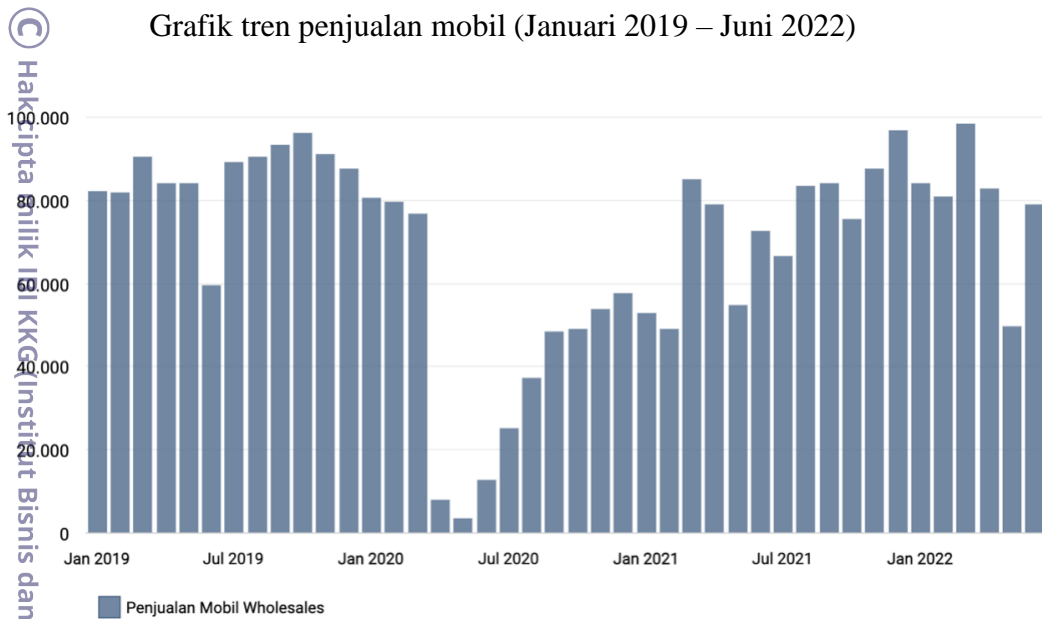






Gambar 3.1

Grafik tren penjualan mobil (Januari 2019 – Juni 2022)

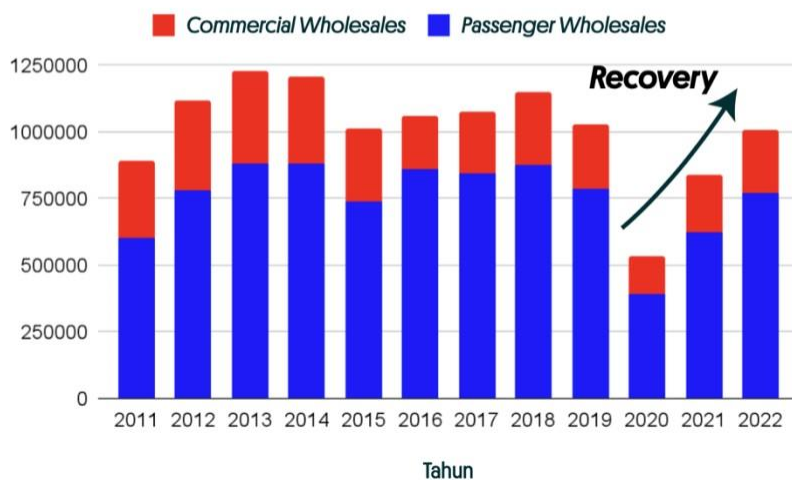


Sumber: [databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/penjualan-mobil-melonjak-60-pada-juni-2022](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/penjualan-mobil-melonjak-60-pada-juni-2022)

Gambar 3.2

Data penjualan mobil baru di Indonesia

Penjualan mobil baru di Indonesia diperkirakan akan mengikuti tren PDB per kapita: yaitu pemulihan pada akhir 2022



Sumber: OLX Autos, 2023

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.



Dengan pertumbuhan penjualan mobil yang cukup signifikan di pasar retail, belum termasuk di *secondary market*, dapat dilihat bahwa jumlah kepemilikan mobil masyarakat Indonesia meningkat meskipun masyarakatnya sedang dilanda situasi pandemi yang berpotensi menyebabkan kesulitan finansial. Dapat diasumsikan, tren ini meningkat seiring berjalannya waktu, dengan adanya pemilihan situasi pandemic covid-19, yang membuat ketersediaan lahan parkir yang semakin berkurang.

## B. Analisis pesaing

Tabel 3.1  
Analisis Pesaing

| Pesaing  | Kelebihan   | Kelemahan   |
|--|---|---|
| Chezka Parking<br>Jl. Swadarma 6 No.13,<br>RT.2/RW.8, Ulujami,<br>Kecamatan Pesanggrahan,<br>Kota Jakarta Selatan, DKI<br>Jakarta 12250                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi dekat pusat kota</li> <li>- Rentan harga yang ditawarkan lebih murah</li> <li>- Cctv online 24jam</li> <li>- Ada beberapa 'kelas' parkir berdasarkan penempatan kendaraan di lahan parkir.</li> <li>- Bisa parkir harian</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Area parkir terbuka</li> <li>- Tidak menyediakan perawatan mobil berkala</li> <li>- Lahan parkir sempit</li> </ul> |
| Jasa Penitipan Mobil<br>"H.SOHIB"<br>Jl. Kemandoran<br>RTT.001/RW.024, Pekayon<br>Jaya, Kecamatan Bekasi<br>Selaetan, Kota Bekasi, Jawa<br>Barat 17148 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lahan parkir luas</li> <li>- Lokasi padat penduduk</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jauh dari pusat kota</li> <li>- Parkiran outdoor</li> </ul>  |

## C. Analisis PESTEL (Political, Economical, Social, Technological, Environmental, Legal)

PESTEL analysis merupakan sebuah kerangka kerja atau alat yang digunakan oleh pemasar untuk menganalisis dan memantau faktor lingkungan makro (lingkungan pemasaran eksternal) yang berdampak pada organisasi, perusahaan, maupun industry. Analisis ini mengkaji faktor Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum di lingkungan eksternal. PESTEL dapat mengidentifikasi

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.



ancaman dan kelemahan yang digunakan dalam SWOT analysis. Berikut adalah analisis PESTEL dari AUTOTECH:

*Political:*

Situasi politik di suatu daerah sedikit banyak mempengaruhi para pengusaha yang ada di lingkungan atau ekosistemnya. Perubahan situasi politik membuat pengusaha harus siap dengan pengambilannya keputusan yang cepat dan tepat. Kebijakan pemerintah dan masalah hukum mempengaruhi kemampuan perusahaannya untuk menjadi untung dan sukses. Ketentuan hukum yang mengatur jalannya suatu usaha pun juga akan berkembang seiring berjalannya waktu. Ketidakpastian akan perubahan undang-undang yang akan terjadi berpotensi untuk mempermudah atau menyulitkan pengusaha dalam menjalankan bisnisnya.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2021 ayat 2 Tentang Pengupahan menyatakan bahwa, upah pada usaha mikro dan usaha kecil ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara pengusaha dengan pekerja atau buruh di perusahaan dengan ketentuan:

- i. Paling sedikit sebesar 50% (lima puluh persen) dari rata-rata konsumsi tingkat provinsi; dan
- ii. Nilai upah yang disepakati paling sedikit 25% (dua puluh lima persen) di atas garis kemiskinan di tingkat provinsi.

Dengan adanya ketentuan ini, AUTOTECH wajib memperhatikan kesejahteraan pegawai dengan memberikan upah yang sesuai dengan peraturan pemerintah, dalam hal ini ketentuan pemerintah Jawa Barat, agar bisnis dapat berjalan secara legal. AUTOTECH berlokasi di Depok, Jawa Barat, yang mempunyai 6,82 ribu jiwa yang hidup dibawah garis kemiskinan pada Maret 2021 berdasarkan data Badan Pusat Statistik. Garis kemiskinan di wilayah Kota Depok pada tahun 2022 menunjukkan angka



Rp 744.771,00 per kapita/per bulan. Nilai upah minimal yang harus disepakati berdasarkan peraturan pemerintah dengan perhitungann garis kemiskinan tingkat provinsi berarti  $Rp\ 744.771,00 \times 25\% = Rp\ 930.963,75$ . Rata-rata konsumsi masyarakat Kota Depok menunjukkan angka sebesar Rp 2.304.941,48 per kapita/per bulan di tahun 2021. Maka AUTOTECH setidaknya harus memberikan upah sebesar 50% dari konsumsi masyarakat Kota Depok yaitu Rp 1.152.470,74.

#### *Economical:*

Kondisi ekonomi negara dapat mempengaruhi daya beli masyarakat yang akan mempengaruhi keputusan mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Faktor ekonomi terdiri dari evaluasi suku bunga, perubahan inflasi, pengangguran, produk domestic bruto dan ketersediaan kredit. Pertumbuhan ekonomi Indonesia diproyeksikan akan berada di angka 5,3% di tahun 2023; menurut Gubernur Bank Indonesia, Perry Warjiyo, pertumbuhan ekonomi tidak akan tembus diatas angka 5,3%. Melihat pertumbuhan ekonomi yang cukup positive dengan tinggat inflasi 3,25-3,75% membuat AUTOTECH yakin dengan tingkat daya beli masyarakat terkait produk yang kami tawarkan; meski jika dibandingkan dengan tahun 2022, tahun ini prtumbuhann ekonomi menurun.

#### *Social:*

Dalam analisis ini, dimensi social yang dimaksud adalah karakteristik demografi, norma, adat, serta nilai-nilai dimana perusahaan tersebut beroperasi. Faktor social tentu penting bagi perusahaan untuk diperhatikan agar produk dapat sampai kepada target pasar, dan diterima di masyarakat. Faktor social ini juga digunakan perusahaann sebagai alat menimbang-nimbang ketersediaan tenaga kerja lokal dan kesediannya untuk bekerja dalam kondisi tertentu.

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.



Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang cukup baik, serta mulainya era endemic, maka situasi jual beli serta kegiatan social dapat berjalan Kembali normal. Perilaku impulsive masyarakat Indonesia membawa dampak baik kedalam industry otomotif dan modifikasi. Ini membuat keterikatan antar individu dengan kendaraan pribadinya semakin erat, serta *awareness* akan Kesehatan dan kelayakan kendaraan mereka juga semakin tinggi. Disini AUTOTECH memanfaatkan pola pikir tongkrongan anak-anak mobil yang ingin kendaraannya selalu kelihatann bagus serta butuh tempat penyimpanan kenndaraan yang layak.

#### *Technological:*

Membangun bisnis di era digitalisasi memudahkan perusahaan untuk menyebarkan informasi ke khalayak yang lebih banyak dengan modal yang lebih sedikit. Aspek teknologi ini menjadi penting bagi perusahaan untuk dapat membantu meningkatkan penjualan suatu produk dalam bisnis. Digitalisasi memudahkan suatu bisnis berpromosi serta bertransaksi. Hadirnya *mobile banking* membuat konsumen dapat melakukan pembelian dan pembayaran produk dari jarak jauh yang membuat kinerja atau flow suatu system operasional menjadi *cost effective* dan *efficient*. Pemanfaatan teknologi yang semakin canggih juga mempermudah perusahaan untuk melakukann *controlling* terhadap *site* dimana kendaraan konsumen itu disimpan melalui CCTV, melakukan pembukuan secara digital, serta komunikasi dengan konsumen pun dipermudah. Dalam proses pemasarannya, AUTOTECH memanfaatkann beberapa social media seperti Instagram, Tiktok, Email, dan Whatsupp untuk bertukar informasi serta memberikan gambaran produk-produk yang ditawarkan.

#### *Environmental:*

Setiap bisnis mempunyai kewajiban untuk bertanggung jawab atas dampak yang disebabkan oleh bisnis tersebut dalam proses operasionalnya. Memperhatikan

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



Kesehatan dan kelayakan lingkungan merupakan tugas dari perusahaan untuk dapat berkontribusi dalam merawat serta menggantikan atas kerugian yang sudah ditanggung oleh lingkungan sekitar. Perusahaan AUTOTECH mempunyai tempat penyimpanan kendaraan yang berada dekat dengan pemukiman warga. Hal ini bukannya menjadi hal serius yang perlu diperhatikan karena AUTOTECH tidak memproduksi limbah yang berdampak buruk kepada lingkungan sekitar, serta dalam proses operasionalnya tidak mengganggu warga karena areanya yang tertutup.

*Legal:*

Indonesia merupakan negara hukum, dan sebagai pebisnis yang baik, perlu mengetahui hal-hal yang legal ataupun tidak legal agar kegiatan promosi dan penjualan dapat berjalan dengan lancar dan sesuai etika. Pentingnya memperhatikan undang-undang yang berkaitan dengan bisnis yang dijalani akan membuat perusahaan lebih berhati-hati sehingga dapat terhindar dari pelanggaran. AUTOTECH sebagai perusahaan wajib untuk membayar pajak, serta sebelumnya wajib pula memiliki surat ijin usaha.

#### **D. Analisis pesaing: Porter Five Forces Business Model**

##### **a. Persaingan antar perusahaan sejenis**

Banyaknya jumlah kendaraan yang ada di kota besar seperti Jakarta dan sekitarnya membuat ketersediaan lahan parkir yang tidak mencukupi. Hal ini membuat banyak pebisnis yang memanfaatkan fenomena ini dengan menyediakan lahan parkir di pinggir kota Jakarta, mengingat harga tanah di dalam kota Jakarta harganya jauh lebih mahal dibandingkan diluar Jakarta. Rata-rata penyedia lahan penitipan kendaraan merupakan perusahaan perorangan yang memanfaatkan kesempatan. Persaingan bisnis ini cukup ketat mengingat pertumbuhann kendaraan yang melonjak dan kebijakan

pemerintah kota Jakarta yang mendorong penggunaan transportasi umum di dalam kota Jakarta mengkondisikan individu yang tinggal diluar Jakarta untuk menitipkann kendaraannya di lahan parkir dekat akses masuk kota Jakarta. AUTOTECH yakin dapat bersaing dengan competitor karena memiliki diversifikasi produk yang lebih banyak dan pemanfaatan lokasi yang strategis.

b. Ancaman pendatang baru

Adanya pedatang baru membuat marketshare perusahaan berkurang di suatu pasar. Hal ini membuat perusahaan harus berbagi keuntungan dengan perusahaan sejenis lainnya. AUTOTECH berstrategi untuk memiliki diversifikasi produk yang berbeda dengan perusahaan pengikut, sehingga perusahaan ini bisa berada di dua market secara bersamaan. Dengan penawaran jasa penitipan kendaraan eksklusive dan collectible denngan treatment khusus membuat AUTOTECH mempunyai market yang niche. Dilain sisi, AUTOTECH masih menyediakan layanan penitipan kendaraan biasa yang pelayanannnya tidak jauh berbeda dengan perusahaan yang sudah ada. Berkembangnya jumlah penduduk di ibukota membuat ketersediaann lahan berkurang serta harganya yang mahal. Hal ini membuat pendatang baru mempertimbangkan jika mereka ingin menjalankann bisnis serupa, karena cost ketersediaan lahannya mahal.

c. Ancaman produk pengganti

Produk pengganti mempunyai fungsi dan tujuan untuk menyampaikann value yang sama kepada pengguna dengan system atau produk substitusi. Hal ini berpotensi mematikan bisnis penitipan kendaraan karena issue controlling jumlah kendaraan yang berkeliaran secara bersamaan dan

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

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.



ketersediaan lahan parkir merupakan issue daerah yang juga melibatkan pemerintahan daerah. Sehingga issue ini besar kemungkinan akan dikondisikan untuk penyelesaiannya dilakukan oleh pemerintah. Perusahaan BUMN berpotensi untuk menyediakan lahan parkir yang lebih dekat dengan transportasi umum dengan pemanfaatann lahan PEMDA. Hal ini berpotensi untuk mematikan pengusaha perorangan yang lokasinya kurang strategis dan brand awarenessnya belum sebaik BUMN. Bagi AUTOTECH, hal ini bukan menjadi hambatan. Setiap individu pasti mempunyai hobi, dan hobi otomotif merupakan salah satunya yang membuat perusahaan ini akan tetap hidup. Kecintaan dan kepedulian individu terhadap hobi otomotifnya membuat mereka rela untuk mengeluarkan uang berapapun untuk keberlangsungan hobinya.

d. Kekuatan penawaran pemasok

Pemasok atau kelompok pemasok bisa tergolong kuat jika beberapa persyaratan berikut terpenuhi; industry pemasok didominasi oleh sedikit perusahaan, dan produk atau jasanya unik dan mempunyai biaya pengganti yang menambah kekuatan.

e. Kekuatan penawaran pembeli

Lamanya era pandemic ini membuat masyarakat mempunyai banyak waktu luang, sehingga tidak jarang dari mereka yang focus kepada hobi dan keisengannya masing-masing. Industry otomotif di Indonesia sudah cukup berkembang dan *awareness*-nya juga sudah dapat terlihat. Tidak sedikit orang yang memiliki kendaraan lebih dari satu dan bertambah terus meskipun daya beli masyarakat saat ini tidak begitu kuat; karena pada dasarnya impulsive. Ada beberapa kasus yang mungkin bisa dilihat disekitar

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



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

area padat penduduk, jumlah kendaraan mereka melebihi kapasitas tempat parkir yang tersedia. Ini membuat kendaraan jadi bertebaran dan tidak teratur. Belum lagi situasi menuju resesi yang membuat orang giat mencari peluang dan pundi-pundi. Autotech menyediakan lahan parkir layak, serta ikut membantu pemilik kendaraan untuk merawat kendaraannya.

**E. Analisis faktor faktor kunci sukses (*Competitive Profile Matrix*)**

*Competitive profile matrix* adalah suatu metode pendekatan yang digunakan untuk mengetahui baik kekuatann maupun kelemahan relative suatu perusahaan terhadap pesaingnya pada variable-variabel seperti produk, promotion, place, dan price.

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2017:236), *competitive profile matrix* merupakan sebuah matriks yang digunakan perusahaan untuk mengidentifikasi pesaing utama suatu perusahaan, serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaingnya dengan posisi strategis perusahaan. Analisis mengenai faktor-faktor kunci sukses ini dapat memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai posisi strategisnya, berikut dengan kekuatan dan kelemahannya, sehingga perusahaan dapat Menyusun strategi operasional yang lebih baik dan menguntungkan perusahaan.

Tabel 3.2

*Competitive Profile Matrix* AUTOTECH:

| Critical Success Factor  | Bobot | AUTOTECH |       | Jasa penitipan mobil "H. SOHIB" |       | Chezka Parking |       |
|--------------------------|-------|----------|-------|---------------------------------|-------|----------------|-------|
|                          |       | Rating   | Score | Rating                          | Score | Rating         | Score |
| Lokasi                   | 0.2   | 3        | 0.6   | 2                               | 0.4   | 4              | 0.8   |
| Harga                    | 0.25  | 2        | 0.5   | 4                               | 1     | 3              | 0.75  |
| Variasi Produk           | 0.1   | 4        | 0.4   | 2                               | 0.2   | 3              | 0.3   |
| Keamanan                 | 0.25  | 4        | 1     | 2                               | 0.5   | 3              | 0.75  |
| Aksesibilitas            | 0.1   | 4        | 0.4   | 2                               | 0.2   | 3              | 0.3   |
| Ukuran Lokasi Usaha      | 0.07  | 4        | 0.52  | 3                               | 0.21  | 2              | 0.14  |
| Technological Competence | 0.03  | 4        | 0.12  | 2                               | 0.06  | 3              | 0.09  |
| Total                    | 1.00  |          | 3.54  |                                 | 2.57  |                | 3.13  |

Sumber: AUTOTECH 2023

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.



Keterangan:

1. Nilai tertinggi pada bobot merupakan faktor terpenting dalam kesuksesan usaha
2. Total bobot keseluruhan adalah 1
3. *Rating* yang diberikan mendefinisikan kekuatan atau kelemahan perusahaan; 4 = paling kuat, 3 = cukup kuat, 2 = lemah, 1 = paling lemah
4. Nilai total yang didapatkan masing-masing perusahaan merupakan hasil dari perkalian jumlah bobot dengan *rating*.

Dilihat dari hasil perhitungann *competitive profile matrix*, perusahaan AUTOTECH terlihat lebih unggul dibandingkan penitipan mobil H. SOHIB dan Chezka Parking. Tidak dapat dipungkiri bahwa AUTOTECH tidak selalu unggul dalam faktor kritis perusahaan. Kedua pesaing AUTOTECH mempunyai keunggulan masing-masing yang membuat mereka masih mempunyai pasarnya sendiri.

#### F. Analisis lingkungan eksternal dan internal (SWOT)

Menurut Phillip Kotler dan Gary Armstrong, SWOT analysis merupakan alat penilaiann yang dipakai untuk mengetahui kekuatan (strengths), kekurangan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dari sebuah organisasi. Metode SWOT digunakan untuk sebagai dasar suatu organisasi atau perusahaan untuk mengambil sebuah Langkah dan keputusan. Analisis ini didasarkan dengan asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalisir kelemahan dan ancaman.

##### a) Strengths

- Penyediaan layanan lebih seperti antar jemput kendaraan dan perawatan kendaraan secara berkala
- Penyediaann lahan parkir tertutup
- Pemilihan lokasi padat penduduk, dekat ibu kota dengan jumlah kendaraan dan GDP tertinggi di Indonesia



- Lahan parkir seluas 1000m<sup>2</sup>
- b) Weaknesses
- Price point yang lebih mahal dibandingkan competitor
  - Biaya maintenance yang lebih mahal
  - Jumlah ketersediaann lahan parkir yang lebih sedikit karena penempatan parkir yang tidak berdempetan
- c) Opportunities
- Massivenya perkembangan teknologi membuat pemasaran lebih mudah dilakukan; efektif dann efisien
  - Meningkatnya awareness mengenai perkembangan inndustri otomotif di sector modifikasi dan mobil klasik membuat orang akan lebih merawat mobilnya
  - Orang Indonesia terkenal FOMO dan impulsive
  - Daya beli masyarakat Indonesia jarang mengalami penurunan, mereka beradaptasi dengan harga
- d) Threats
- Tingkat kepedulian akan kendaraan menurun sehingga ada yang tidak menggunakan jasa penitipan kendaraan lagi
  - Penawaran harga competitor yang lebih bersaing
  - Daya beli masyarakat berpotensi menurun, mengingat kondisi keonomi sedang tidak stabil

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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

SWOT Matrix merupakan sebuah alat yang dapat digunakan untuk membantu perusahaan atau organisasi memetakan posisi bisnis terhadap faktor internal dan eksternal. Menurut Forest David, SWOT Matrix merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategi; Strategi



S-O (Strengths-Opportunities), Strategi W-O (Weaknesses-Opportunities), Strategi S-T (Strengths-Threats), dan Strategi W-T (Weaknesses-Threats).

Tabel 3.3  
SWOT MATRIX

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Strengths</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyediaan layanan lebih seperti antar jemput kendaraan dan perawatan kendaraan secara berkala</li> <li>- Penyediaan lahan parkir tertutup</li> <li>- Pemilihan lokasi padat penduduk, dekat ibu kota dengan jumlah kendaraan dan GDP tertinggi di Indonesia</li> <li>- Lahan parkir seluas 1000m<sup>2</sup></li> </ul>   | <p><b>Weaknesses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Price point yang lebih mahal dibandingkan competitor</li> <li>- Biaya maintenance yang lebih mahal</li> <li>- Jumlah ketersediaan lahan parkir yang lebih sedikit karena penempatan parkir yang tidak berdempetan</li> </ul>  |
| <p><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Massivenya perkembangan teknologi membuat pemasaran lebih mudah dilakukan; efektif dan efisien</li> <li>- Meningkatnya awareness mengenai perkembangan industri otomotif di sector modifikasi dan mobil klasik membuat orang akan lebih merawat mobilnya</li> <li>- Orang Indonesia terkenal FOMO dan impulsive</li> <li>- Daya beli masyarakat Indonesia jarang mengalami penurunan, mereka beradaptasi dengan harga</li> </ul> | <p><b>S-O</b></p> <p>Tingginya jumlah penduduk dan kendaraan di kota besar seperti Jakarta, dengan tingkat GDP yang tinggi dan pertukaran budaya dan informasi yang cukup massive membuat awareness yang diciptakan melalui pemanfaatan perkembangan teknologi lebih cepat tersampaikan.</p> <p>Konsistensi dalam menyampaikan value kepada customer dan pemasaran yang baik membuat perusahaan mendapatkan brand image yang baik</p> |
| <p><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat kepedulian akan kendaraan menurun sehingga ada yang tidak menggunakan jasa penitipan kendaraan lagi</li> </ul>   | <p><b>S-T</b></p> <p>Luasnya lahan parkir dimanfaatkan untuk beberapa peruntukan yang dapat menguntungkan perusahaan seperti penyediaan lahan parkir harian mengingat lingkungannya sekitar perusahaan yang padat penduduk.</p>   |
| <p><b>W-O</b></p> <p>Tingginya harga produk yang kami tawarkan menjadikan perusahaan AUTOTECH berada di market yang lebih eksklusif, serta dapat memonopoli harga. Kesempatan ini dapat dimanfaatkan perusahaan untuk membangun <i>brand image</i> serta penyediaan layanan jasa yang lebih mewah daripada competitor yang sudah ada.</p>   | <p><b>W-T</b></p> <p>Dengann membangun brand image melalui konsistensi penyampaian value dan pemasaran yang baik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, perusahaan dapat membuktikan kelayakan kepastian price point dan</p>   |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

|  |   |   |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penawaran harga kompetitor yang lebih bersaing</li> <li>- Daya beli masyarakat berpotensi menurun, mengingat kondisi keonomi sedang tidak stabil</li> </ul> | <p>Menciptakan market eksklusif dengan tingginya harga yang perusahaan berikan kepada customer, didukung dengan pelayanan yang eksklusif; niche market.</p> | <p>pelayanan yang perusahaann berikan.</p> <p>Menyediakan lahan parkir biasa untuk pelanggan yang tidak ingin menggunakan pelayanan eksklusif yang kami tawarkan dengan price point yang lebih terjangkau</p> |
|--|---|---|

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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.