



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Analisis industri dan pesaing digunakan oleh pebisnis untuk mengetahui keadaan perusahaan dan lingkungan luar dimana untuk analisis ini perlu dilakukan agar perusahaan mampu beradaptasi dalam bisnisnya.

#### A. Trend Pertumbuhan Industri

Trend pertumbuhan dalam industri jasa, dikarenakan kondisi saat ini yang sedang terjadinya sebuah pandemi Virus *Covid-19*, dan di musim pancaroba menyebabkan masyarakat beralih kepada tren hidup sehat yang dimulai dari makanan sehat setra kebersihan yang harus dijaga. Perkembangan industri jasa seperti *Car Wash* pencucian kendaraan roda empat maupun roda dua di Indonesia sendiri sedang mengalami peningkatan, dengan adanya pencucian doktor Snow *Car Wash* untuk menciptakan kebersihan dan hidup yang sehat sebuah usaha yang sangat tepat.

Dimana dengan hal tersebut membuka peluang besar bagi industri dibidang jasa pencucian yang akan semakin diminati dan dicari bagi Pecinta kebersihan yang tidak sempat membersihkan kendaraannya dikarenakan dengan kesibukan sehari- hari, dan penulis mengambil keputusan dalam membuat usaha Doktor *Snow Car Wash* yang menjadi pusat kebersihan dan akan menjadi sebuah jasa kebersihan yang profesional untuk membantu masyarakat sekitar khususnya yang tinggal di kabupaten bogor dan sekitarnya.

#### B. Analisis Pesaing

Berikut merupakan Analisis pesaing yang dimana hal tersebut bisa menjadi tolak ukur atau perbandingan penulis demi melihat kelebihan dan kekurangan *Doktor Snow Car Wash* dengan para pesaing terdekat nya dan juga untuk mengetahui nilai tambah, *Doktor Snow*

© Hak cipta milik IBIK (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*Car Wash* harus mempunyai kelebihan dan keunikan untuk dapat bersaing dengan pesaingnya.

Dibawah ini merupakan pesaing *Doktor Snow Car Wash* untuk daerah Bogor khususnya

Bogor barat.

#### 1. Nama Pesaing *Mega Car Wash*

*Mega Car wash* berdiri resmi sejak tahun 2009 perusahaan ini sudah memiliki 2 cabang perusahaan di daerah Jawa Barat, *Mega Car Wash* memiliki pencucian sangat canggih dan sudah terkenal di semua kalangan, keunggulan *Mega Car Wash* memiliki beberapa cabang dan sudah dikenal banyak orang, memiliki peralatan dan teknologi yang sangat lengkap, serta memiliki service mobil, dan selain pencucian juga memiliki penginapan khusus kendaraan.

#### 2. Nama Pesaing *Master Car Wash*

*Master Car Wash* berdiri pada tahun 2012 perusahaan ini sudah memiliki dua cabang di yang beralamat Jl. Kerinci No.05, Depok Sukmajaya Kel, Abadi Jaya dan cabang kedua beralamat Jl. Haji Mawi Des. Bojong Indah, Kec, Parung Kab, Bogor. *Master Snow Car Wash* memiliki cucian sangat canggih yang sudah banyak pelanggan tetapnya.

*Master Snow Car Wash* memiliki lokasi yang sangat strategis.

### Analisis PESTEL

Analisis PESTEL merupakan sebuah cara untuk melakukan analisa mengenai lingkungan makro atau secara luas yang tentunya memiliki keterkaitan dan dampak terhadap sebuah usaha yang didirikan. Hal ini sangat penting untuk dilakukan sebelum memulai sebuah usaha atau bisnis dan PESTEL itu sendiri merupakan sebuah singkatan lingkup yang menjadi acuan analisis yaitu kekuatan *politic, economic, social, technology, environment* dan legal.



### 1. *Politic*

Politik merupakan salah satu faktor eksternal yang memiliki keterkaitan dengan keberlangsungan sebuah usaha atau bisnis. Keterkaitan tersebut meliputi keadaan atau situasi politik di negara itu sendiri khususnya di Indonesia dan kebijakan- kebijakan apa saja yang dikeluarkan oleh pemerintah yang terkait dengan keberlangsungan sebuah usaha atau bisnis. Seperti dari sisi regulasi, pemerintah melalui UU Cipta Kerja memberikan dukungan bagi kemudahan perizinan berusaha yang akan mempermudah pelaku usaha untuk mengurus perizinan sehingga mudah dalam membuat usaha. Dengan ini aspek politik akan menjadi sebuah peluang bagi usaha Doktor *Snow Car Wash* .

### *Economic*

Faktor selanjutnya yaitu ekonomi yang juga selalu memiliki keterkaitan dengan sebuah usaha atau bisnis yang mengacu pada keadaan ekonomi makro sebuah negara seperti adanya inflasi, tingkat pengangguran dan pertumbuhan ekonomi suatu negara yang sangat berpengaruh terhadap profitabilitas bisnis yang akan didirikan. Seperti pada masa-masa pandemi Virus *Covid-19* di Indonesia pada tahun 2020, perekonomian Indonesia minus 2.07 persen akibat pertumbuhan ekonomi yang negatif selama tiga kuartal beruntun, yang turut berimbas ke sektor usaha yang mengakibatkan daya beli masyarakat turun dan semakin banyaknya tingkat pengangguran. Hal tersebut berpengaruh terhadap penjualan dari sebuah usaha yang berdiri dan berdampak pada eksistensi sektor usaha.

### 3. *Social*

Faktor sosial yang merupakan hal yang berkaitan dengan lingkungan sosial meliputi perubahan pola atau gaya hidup masyarakat di suatu daerah atau negara. Perubahan pola hidup seperti ketertarikan akan sesuatu yang terus berubah dengan

cepat yang dapat menjadi sebuah peluang atau ancaman bagi para pelaku usaha seperti di masa pandemi *Virus Covid*-yang sampai sekarang belum usai.

#### 4. *Technology*

Teknologi ini berpengaruh sebagai faktor yang penting bagi keberlangsungan usaha. Perubahan dan perkembangan teknologi di dunia sangat mempengaruhi bisnis usaha dari yang besar sampai yang kecil, seperti aplikasi dan marketplace. Dengan adanya pandemi *Virus Covid-19* seperti sekarang ini, tentu sektor teknologi mengalami peningkatan dalam hal penggunaan karena sangat membantu hampir semua orang dan semua pihak yang saat ini sedang mengalami kesulitan. Doktor *Snow Car Wash* sangat erat berhubungan dengan teknologi untuk menggunakan dalam berbagai hal seperti untuk kegiatan marketing dan operasional dan lainnya, yang tentu saja sangat membantu dan membuat pekerjaan operasional lebih mudah. Apalagi dengan semakin berkembangnya berbagai media untuk melakukan kegiatan marketing dan promosi yang tentu akan memberikan peluang besar dari sisi eksternal dan internal bagi Doktor *Snow Car Wash* untuk terus berkembang.

#### 5. *Environment*

Lingkungan merupakan faktor yang berkaitan dengan keadaan di sekitar perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh keberadaan dari Doktor *Snow Car Wash*. Lingkungan yang dimaksud mencakup banyak hal mulai dari masyarakat sekitar yang telah berada di tempat lebih lama sampai keramahan dari perusahaan yang tidak menyebabkan polusi yang tentunya akan mengganggu masyarakat di sekitar perusahaan, seperti polusi suara.

#### 6. *Legal*

Legalitas berkaitan dengan sisi perizinan yang menyatakan sah atau legal nyasebuah usaha untuk dapat didirikan. Bagi usaha kecil, kemudahan atas perijinan



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.

yang ada sangat membantu menyatakan legal atau tidaknya usaha yang dibuat, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB). Hal tersebut merupakan salah satu bentuk dukungan pemerintah terhadap pelaku usaha melalui aspek legalitas. Hal tersebut akan juga membantu penulis dalam mendirikan usaha Doktor *Snow Car Wash* yang memerlukan legalitas, kemudahan yang ada ini menjadi peluang baik bagi perusahaan.

**D. Analisis Faktor-Faktor ( Lima Kekuatan Pesaing)**

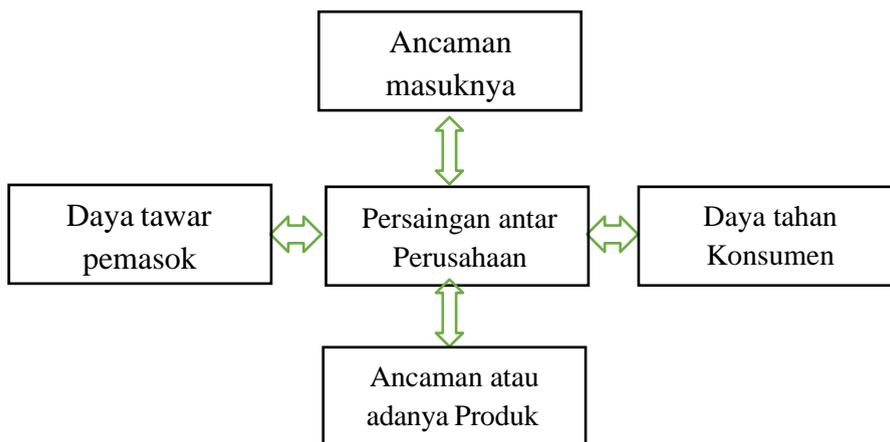
**1. Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (Porter’s Five Forces Business Model)**

Menurut David, (2017), Dalam menjalankan bisnis, persaingan adalah hal yang mutlak ditemui, baik dari sisi produsen, pemasok, dan konsumen. Menurut Michael Porter yang dikutip dari buku (lima model kekuatan persaingan model Porter adalah pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat mengidentifikasi setiap aspek dalam elemen kunci dari setiap kekuatan bersaing yang mempengaruhi perusahaan.

Berikut merupakan analisis *Porter Five Forces Business Model* dari Doctor *Snow Car Wash*.

**Gambar 3.1**

**Lima kekuatan persaingan model**



Sumber : Porter dalam Fred R. David (2013), *Strategic Management*

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

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.



a. Ancaman masuknya pendatang baru

Kekuatan ini menentukan seberapa mudah atau sulit untuk masuk ke industri Jasa.

Jika Industri tersebut bisa mendapatkan *profit* yang tinggi

dengan sedikit hambatan maka pesaing akan segera bermunculan. Semakin banyak perusahaan kompetitor yang bersaing pada Pasar yang sama maka profit atau laba akan semakin menurun. Sebaliknya, semakin tinggi hambatan masuk bagi pendatang baru maka posisi perusahaan kita yang bergerak di industri jasa tersebut akan semakin diuntungkan.

posisi perusahaan kita yang bergerak di industri tersebut akan semakin diuntungkan.

b. Persaingan antar perusahaan pesaing

Persaingan antar perusahaan pesaing (Rivalry Among Existing Firms) biasanya merupakan kekuatan terbesar dalam lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh perusahaan dapat berhasil jika ia memberikan keunggulan kompetitif dibanding strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan strategi oleh satu perusahaan mungkin akan mendapat serangan balasan, seperti menurunkan harga, meningkatkan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, memperpanjang garansi, dan meningkatkan iklan. Perseteruan diantara perusahaan yang bersaing cenderung meningkat kalau jumlah pesaing bertambah karena perusahaan yang bersaing menjadi setara dalam ukuran dan kemampuan, dan potongan harga menjadi biasa.

c. Daya tawar pemasok

Daya tawar pemasok yang kuat memungkinkan pemasok untuk menjual bahan baku pada harga yang tinggi ataupun menjual bahan baku yang berkualitas rendah kepada pembelinya. Dengan demikian, keuntungan perusahaan akan menjadi rendah karena memerlukan biaya yang tinggi untuk membeli bahan baku yang berkualitas tinggi. Sebaliknya, semakin rendah daya tawar pemasok, semakin tinggi pula keuntungan perusahaan. Daya tawar pemasok menjadi tinggi apabila hanya sedikit pemasok yang



menyediakan bahan baku yang diinginkan sedangkan banyak pembeli yang ingin membelinya, hanya terdapat sedikit bahan baku pengganti ataupun pemasok memonopoli bahan baku yang ada.

d. Daya tawar pelanggan

Kekuatan ini menilai daya tawar atau kekuatan penawaran dari pelanggan atau *Customer*, semakin tinggi daya pelanggan dalam menuntut harga yang lebih rendah ataupun kualitas yang lebih tinggi, semakin rendah profit atau laba yang akan didapatkan oleh perusahaan. Harga yang lebih rendah berarti pendapatan bagi perusahaan juga semakin rendah. Di satu sisi, Perusahaan memerlukan biaya yang tinggi dalam menghasilkan berkualitas tinggi. Sebaliknya, semakin rendah daya tawar pelanggan maka semakin menguntungkan bagi perusahaan.

e. Hambatan bagi produk pengganti

Hambatan atau ancaman ini terjadi apabila *Customer* atau pelanggan mendapatkan produk pengganti yang lebih murah atau produk pengganti yang memiliki kualitas lebih baik dengan biaya yang rendah. Semakin sedikit kualitas pengganti yang tersedia dilapangan akan semakin menguntungkan perusahaan. Ancaman pendaatangbaru untuk Doctor Snow *Car Wash* ini cukup tinggi. Kesimpulannya ini menjadi ancaman Doktor Snow *Car Wash*.

## E. Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses *Competitive Profil Matrix* (CPM)

Untuk alat analisis berikutnya adalah (CPM) *competitive profile matrix* dimana digunakan untuk menunjukkan kepada seorang pebisnis dimana titik lemah dan kuat mereka terhadap pesaingnya. Dimana untuk alat analisis ini terdapat empat faktor yang perlu diperhatikan yaitu:

1. *Critical success factor*

Dalam hal ini kunci dalam menentukan kesuksesan dalam suatu industri dimana faktor



ini yang mempengaruhi berasal dari lingkungan eksternal dan internal dan beberapa critical success factor yang dimiliki merupakan faktor dari kualitas. pelayanan, lokasi, promosi, dan harga dari Doktor *Snow Car Wash*.

## 2. Rating

Untuk *rating* (CPM) ini terdiri dari *score* 1-4 dan berikut adalah keterangan berkaitan dengan *score*.

- 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 kekuatan kecil dalam sebuah perusahaan.
- Tanggapan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan adalah memiliki kekuatan utama diwakili oleh besar dari 4.

## 3. Weigh

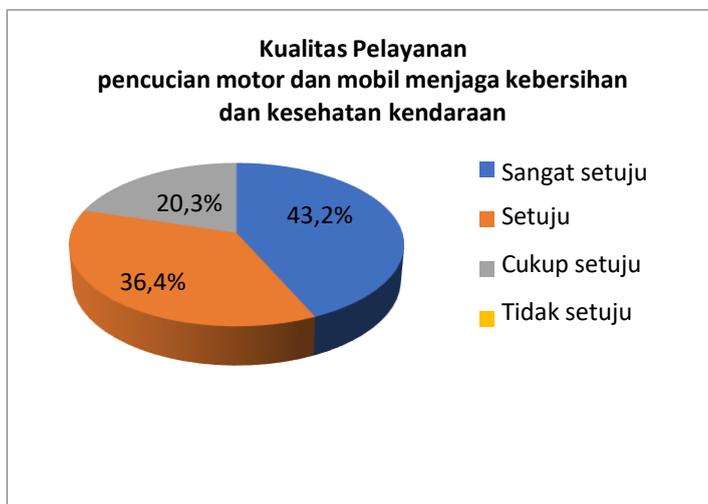
Untuk point berikutnya adalah *weigh* atau pembobotan dimana kita bisa memberi angka dari (1) hingga (10) dimana semakin kecil angka bobot yang kita berikan terhadap *Critical factor* maka faktor tersebut bukan menjadi penentu dalam kesuksesan sebuah industri begitupun sebaliknya.

## 4. Total Weigh Score

Untuk langkah terakhir adalah kita menghitung total *Score* dimana kita menjumlahkan semua *Score* dari setiap perusahaan untuk kita bisa jumlahkan, dan perusahaan yang mendapat total *Score* terbesar adalah perusahaan yang paling kuat dalam sebuah Jasa terkait.

Gambar 3.2

Data Kualitas Pelayanan



Sumber : Quisioner 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil Kuisisioner menggunakan Google. Doc Doktor *Snow Car Wash* ini kualitas pelayanan mendapatkan bobot 16 % lebih besar dari yang pesaing lainnya yaitu, Doktor *Snow Car Wash* mendapatkan *Score* 0.64 bersaing dengan *Mega Car Wash* dengan memiliki hasil *Score* yang berbeda yaitu 0,48. Sedangkan *Master Car wash* mendapatkan *score* 0.48 karena *Master Car Wash* hanya memiliki tenaga kerja 5 orang di bagian pencucian, sedangkan *Doctor Snow Car Wash* memiliki tenaga kerja lebih dari *Master Car Wash*.

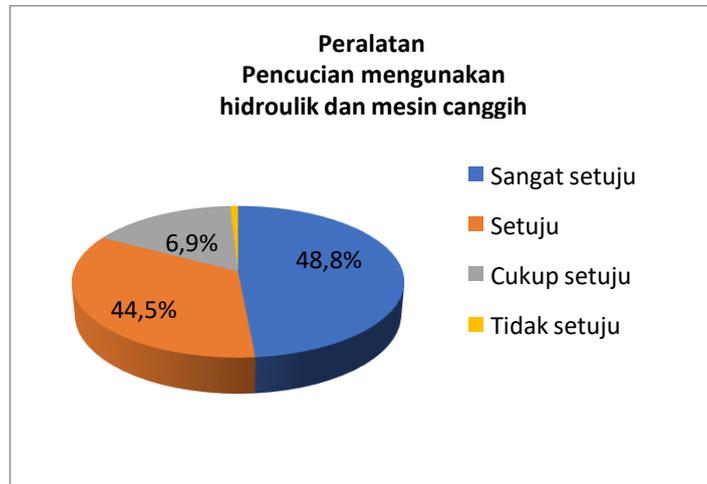
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

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



Gambar 3.3

Data Peralatan



Sumber : Quisioner 2023

C

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Peralatan

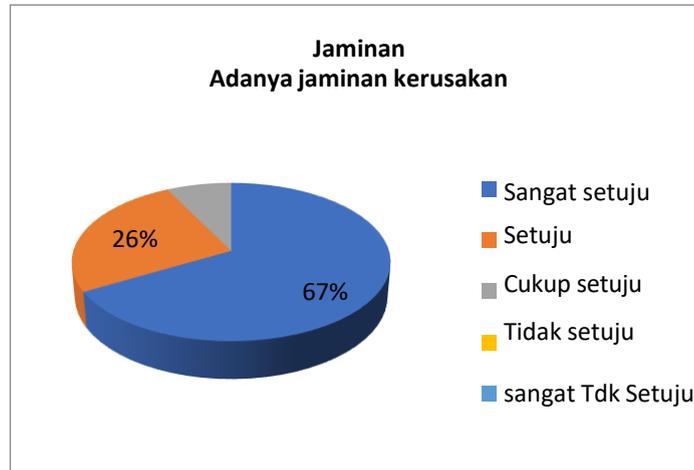
Berdasarkan hasil Kuisisioner menggunakan *Google. doc* Doktor *Snow Car Wash* ini Data Peralatan mendapatkan bobot 0.17 % lebih besar dari pesaing lainnya, Doktor *Snow Car wash* mendapatkan *Score* 0.64 bersaing dengan *Mega Car Wash* yang memiliki hasil *Score* yang sama yaitu 0.64 Sedangkan *Master Car wash* mendapatkan *Score* 0.48 karena Maste hanya memiliki satu varian yang hanya khusus pencucian biasa basic wash, dan hanya kendaraan roda empat saja, sedangkan Doktor *Snow Car Wash* memiliki tiga varian yaitu basic wash, super *Wash*, platinum *Wash* sehingga pelanggan bisa memilih dari ketiga varian yang dimiliki Doktor *Snow Car Wash*.

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



Gambar 3.4

Data Jaminan



Sumber : Data Quisioner 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

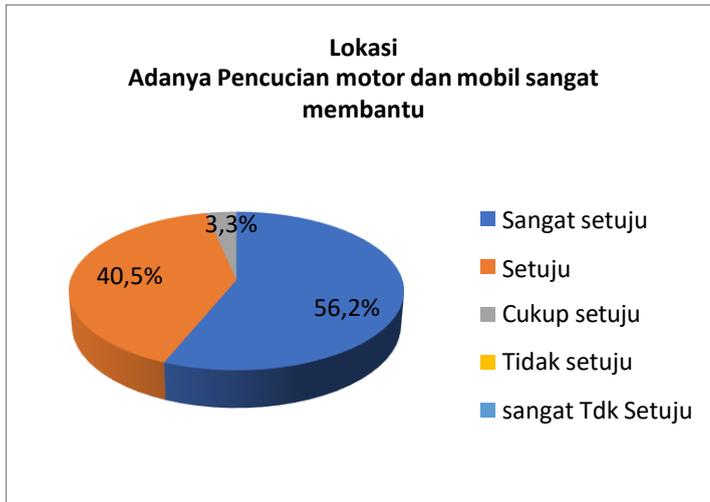
c. Jaminan

Berdasarkan hasil Kuisisioner menggunakan *Google. Doc* Jaminan bobot 0.17 % Doktor *Snow Car Wash* mendapatkan *Score* 0.64 Jaminan yang diberikan sama yang dimiliki pesaing yaitu *Mega Snow Car Wash*. 0.58, Sedangkan *Master Car Wash* memiliki *Score* yaitu 0.51 karena mereka menggunakan jaminan yang tidak dimiliki oleh Doktor *Snow Car Wash* dan *Mega Car wash*, dan juga ketika saya wawancara dengan pelanggan pesaing pelanggan tersebut mengatakan tidak adanya jaminan keamanan untuk pencucian kendaraan pelanggannya meskipun mereka menggunakan alat yang sangat bagus.

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.

Gambar 3.5

Data Lokasi



Sumber : Quisioner 2023

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 3.6

Data Promosi



Sumber : Quisioner 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

e. Promosi

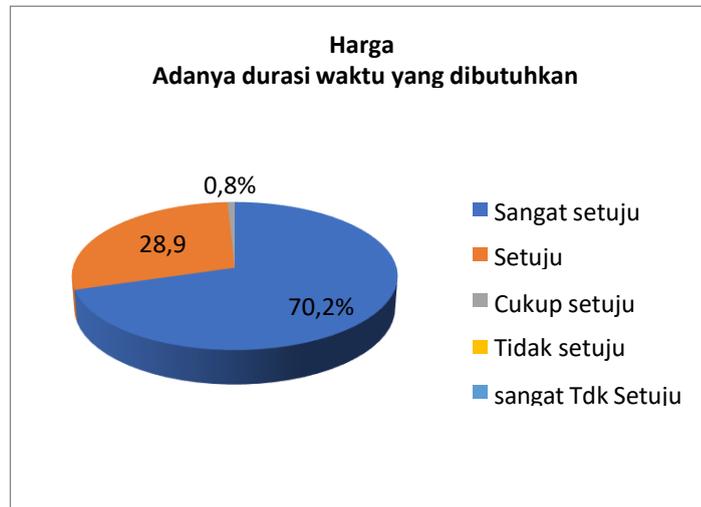
Berdasarkan hasil Kuisisioner menggunakan Google doc Promosi mendapatkan bobot sebesar 0.17 % Doktor Snow Car Wash Memiliki Score 0.34 lebih rendah dari pesaingnya karena Doktor Snow Car Wash mempromosikan melalui media sosial, iklan Instagram, Facebook, dll. Sedangkan pesaing mempromosikan melalui media sosial seperti iklan koran atau Tv IG, benar dan pesaing mendapatkan Score 0.51 lebih besar dari Doktor Snow Car Wash,



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.



**Gambar 3.7**  
**Data Harga**



Sumber : Quisioner 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**f. Harga**

Berdasarkan hasil kuisisioner melalui Google.doc Harga mendapatkan bobot 0,17% dan Doktor Snow Car Wash mendapatkan Score 0.51 lebih kecil dari pesaingnya, karena harga Doktor Snow Car Wash sama dengan pesaingnya, Doktor Snow Car Wash sebagai perusahaan pendatang baru, meskipun perlengkapan yang canggih mrmiliki harga yang standat dengan pesaingnya. Sedangkan Mega Car wash mendapatkan Score 0,68 lebih unggul dari Doktor Snow Car Wash. Karena Mega Car wash sudah memiliki memiliki harga harga yang standar dan dapat bersaing,mrskipun peralatan yang digunakan jauh lebih baik dan Mega Car wash lebih dulu berdiri danyang membedakan mempunyai penginapan kendaraan, juga banyak memiliki pelanggan, yang tidak dimiliki Doktor Snow Car Wash. Dan Master carwash mendapatkan Score 0.34 lebih rendah dari Mega Car Wash meskipun harrga bersaing akan tetapi mega Car wash memiliki tempat kurang strategis juga peralatan nyang tidak secanggih 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan tabel di bawah ini bahwa terlihat faktor bobot dimana urutan yang pertama adalah Kualitas Pelayanan (0.15%), Peralatan (0.16%), Jaminan (0.17%), Lokasi (0.17%), Promosi (0,17%) dan Harga (0.17%). Berikut adalah tabel *Competitive Profile Matrix* perbandingan dengan Doktor *Snow Car Wash*.

**Tabel 3.1**

**Analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM)**

<i>Critical Success Factor</i>	Doktor			Mega Car		Master Car Wash	
	<i>Snow Car Wash</i>			Wash		Wash	
	Weight	Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Kualitas pelayanan	0,16	4	0.64	4	0.64	3	0.48
Peralatan	0,16	4	0.64	3	0.48	3	0.48
Jaminan	0,17	3	0.51	4	0.68	3	0.51
Lokasi	0,17	3	0.51	2	0.34	3	0.51
Promosi	0,17	2	0.34	3	0.51	3	0.51
Harga	0,17	3	0,51	4	0.68	2	0.34
Total	I		2.6		3.3		1.28

Sumber: Doktor *Snow Car Wash* 2024

Hasil analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) diatas *survei* menggunakan *Google Form* dengan responden sebanyak 122 orang. *Critical Success Factor* (CSF) yang didapat dari hasil Analisis dari beberapa pesaing yang ada di daerah bogor sekitar. Hasil Analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) terendah tidak menjadi penentu bahwa suatu bisnis lebih buruk dari pada bisnis lainnya. Karena angka yang terdapat pada *Competitive Profile Matrix* hanya gambaran kelemahan dan kekuatan dari bisnis yang berbeda beda.

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.



## F. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Agar merumuskan strategi yang tepat, tentunya sebuah perusahaan harus terlebih dahulu mengenal tentang situasi perusahaan sendiri. Hal yang dapat dicapai dalam melakukan analisa SWOT ( strength Weakness, oportunitiy, theart, yang merupakan alisis untuk mengidentifikasi Kekuatan dan kelemahan dari sisi internal perusahaan serta mengenali peluang dan ancamanyang dimiliki perusahaan tersebut ( Fred R David 2013)

Menurut P siagian (2014) Analisis SWOT adalah salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pula secara luas bahwa SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah metode untuk menganalisa yang biasa digunakan oleh para pelaku usaha dengan melihat kondisi internal dan eksternal melalui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman agar perusahaan dapat menemukan solusi untuk dapat bersaing.

Berikut merupakan analisis SWOT usaha. Doktor *Snow Car Wash* :

1. *Strength* (S)
  - a. Harga yang ditawarkan mampu bersaing
  - b. Memiliki jasa pencucian yang berbeda dengan pesaing
  - c. Memiliki fasilitas yang lebih lengkap dibandingkan dengan para pesaingnya
  - d. Memiliki lingkungan strategis
  - e. Pelayanan yang baik mengutamakan kepuasan konsumen/ pelanggan.
2. *Weakness*
  - a. Lokasi yang tidak berada di pusat kegiatan kota, namun tetap berada padadaerah ramai aktivitas masyarakat pemukiman warga dan perumahan.



- b. Belum adanya pengalaman dibandingkan dengan pesaing-pesaing terdahulu
- c. Kualitas pelayanan yang belum pernah teruji sebelumnya

3. **Opportunity**

- a. Dukungan regulasi dari pemerintah dan perolehan ijin yang mudah
- b. Menciptakan kebersihan bagikendaraan dan kenyamanan masyarakat
- c. Teknologi yang semakin berkembang dapat mendukung kegiatan diberbagaisektor perusahaan
- d. Meningkatnya *Volume* Kendaraan didunia khususnya di indonesia

4. **Threat (T)**

- a. Belum jelasnya kapan pandemi Virus Covid-19 selesai
- b. Daya beli masyarakat yang belum pulih akibat pandemi sampai saat ini *VirusCovid-19*
- c. Persaingan antar usaha sejenis
- d. Adanya pendatang baru dalamusaha sejenis.

Berikut dibawah merupakan Matriks SWOT dari Doktor *Snow Car Wash*:

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.



Tabel 3.2

Matrik SWOT

<p><b>Strength</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Harga yang dapat bersaing(S1)</li> <li>b. Memiliki metode pelatihanyang berbeda (S2)</li> <li>c. Memiliki Fasilitas yang lebihlengkap (S3)</li> <li>d. Memiliki lingkungan berlatihyang baik dengan pelatih profesional(S4)</li> <li>Pelayanan yang mengutamakan kepuasankonsumen (S5)</li> </ul>	<p><b>Weakness</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Lokasi yang tidak beradadipusat kegiatan kota (W1)</li> <li>b. Belum adanya pengalaman dibandingkan dengan pesaing(W2)</li> <li>Kualitas pelatihan yangbelumteruji (W3)</li> </ul>	
<p><b>Opportunity</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dukungan regulasi dari pemerintah dan perolehan izin yang mudah(O1)</li> <li>b. Masyarakat yang mengutamakan kebersihan Kendaraannya(O2)</li> <li>c. Teknologi atau peralatan yang semakin berkembang dapat mendukung kegiatan perusahaan (O3)</li> <li>d. Meningkatnya Volume Kendaraan di dunia khususnya di Indonesia (O4)</li> <li>Menciptakan kebersihan bagi kendaraan dan kenyamanan Masyarakat (O5)</li> </ul>	<p><b>S-O Strategies</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Membangun data base konsumen untuk melakukan penawaran dan peningkatan penjualan (S1, S5, O2,O3)</li> <li>b. Melakukan pemasaran secara online dan offline (S1, S5, O1, O3)</li> <li>c. Memberi edukasi dini mengenai kebersihan kendaraan (S2, S3, S4, O2, O3,O4)</li> <li>Memiliki kendaraan yang bersih dan baik terawatt memberikan kenyamanan. (S4,O5)</li> </ul>	<p><b>W-O Strategies</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menggunakan teknologi dan media sosial untuk memberitahu lokasi b. (W1, O3)</li> <li>Memberikan edukasi yang akan digunakan melalui media sosial dalam kegiatan marketing (W2, W3,O2, O3, O4)</li> </ul>
<p><b>Threat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Belum jelasnya kapan pandemi Virus Covid-19selesai(T1)</li> <li>b. Daya beli masyarakatyang belum pulih kibat pandemi Virus Covid-</li> </ul>	<p><b>S-T Strategies</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memberikan promo atau harga khusus bagi konsumen /pelanggan(S1, S5,T1, T2, T4)</li> <li>b. Memberikan nilai tambah yang didapat jika bergabung dan dikemas dengan marketing yang</li> </ul>	<p><b>W-T Strategies</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memberikan edukasi terhadap pelanggan dengan media sosial serta menunjukkan value dari perusahaan (W1, W2, W3,</li> </ul>

©

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis Indonesia) dan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>19 (T2) c. Persaingan antar usaha sejenis(T3) d. Adanya pendatang baru dalam usaha sejenis (T4)</p>	<p>baik (S2, S3, S4, T1, T2,T3, T4)</p>	<p>T1, T3, T4)</p>
--	---	--------------------

Sumber: Doktor *Snow Car Wash* 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. S-O Strategies

Membangun data base konsumen untuk melakukan penawaran promosi merupakan salah satu strategi Doktor *Snow Car Wash* untuk meningkatkan penjualan dengan cara mengumpulkan kontak konsumen agar dapat melakukan penawaran berkelanjutan serta menjaga relasi.

- a. Melakukan kegiatan pemasaran melalui online dan offline juga dapat dilakukan mengingat teknologi sudah dapat mempermudah untuk menjangkau calon konsumen.
- b. Memberi edukasi dini mengenai kebersihan
- c. Memilikikendaraan yang bersih dan baik terawat, serta memberikan kenyamanan.

2. W-O Strategies

- a. Menggunakan teknologi dan media sosial untuk memberitahu lokasi b.
- b. Memberikan edukasi yang akan digunakan melalui media sosial dalam kegiatan marketing

3. S-T Strategies

- a. Memberikan *promo* atau harga khusus bagi konsumen /pelanggan.
- b. Memberikan nilai tambah yang didapat jika bergabung dan dikemas dengan marketing yang baik.

4. W-T Strategies

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.

- a. Memberikan edukasi terhadap pelanggan dengan media sosial serta menunjukkan value dari perusahaan.

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Ditindungi 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.

