

## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Akibat perkembangan teknologi yang semakin berkembang, analisis industri sangat penting untuk memahami lingkungan bisnis. Karena itu, penting untuk mengamati dan mempelajari keadaan pesaing, pasar, dan perusahaan. Analisis industri dan pesaing *Speed Shop* akan dibahas dalam bab ini.

#### A. Trend dan Perkembangan Bisnis

Tren berubah seiring dengan pertumbuhan globalisasi yang cepat. Dibutuhkan pengamatan yang konsisten untuk mengetahui perubahan tren yang terjadi dalam perkembangan industri tertentu. Jika manusia masih membutuhkan kendaraan, industri jasa bengkel masih akan terus berkembang.

Akibat perkembangan teknologi yang semakin maju dan moderen, industri otomotif menggerakkan setiap bisnis untuk maju dan berkembang bersama untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik. Di luar fasilitas dealer resmi, bengkel motor memberikan masyarakat pilihan untuk memilih tempat untuk memperbaiki motor mereka. Karena harga yang ditawarkan oleh bengkel resmi biasanya sangat mahal, sebagian pelanggan biasanya menggunakan jasa bengkel di luar bengkel resmi. Akibatnya, bengkel non-resmi muncul dan berkembang dengan cepat.

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,
  - 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

Grafik Wilayah Populasi Sepeda Motor Terbesar



Number: Aisi.or.id 2022

Gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas orang yang menggunakan sepeda motor berada di wilayah Jawa dan Jakarta. Jumlah ini pasti akan terus meningkat setiap tahun karena mobilitas yang tinggi di ibukota dan wilayah Jawa. Industri otomotif akan terus berkembang, dan tren modifikasi, khususnya untuk kendaraan roda dua, akan terus meningkat.

### **B. Analisis Pesaing**

Dalam menjalankan bisnis, kita selalu akan berhadapan dengan pesaing, bahkan pesaing langsung, yang bekerja di bidang yang sama dengan bisnis kita. Oleh karena itu, agar kita dapat bersaing di pasar, kita harus memiliki strategi untuk bersaing dengan para kompetitor. Salah satu metode untuk menilai kualitas pesaing adalah analisis pesaing, yang membatkan menilai kelemahan dan keunggulan masing-masing pesaing. Dalam situasi seperti ini, pemahaman pasar dapat memberikan gambaran yang lebih baik tentang tingkat pesaing yang sebenarnya. Penulis menemukan dua pesaing CTA speed shop yaitu Thongs speedshop dan Ala-Ala shop. Penulis memilih kedua toko tersebut karena mereka menjual barang yang sama dan memiliki lokasi yang dekat di wilayah Jakarta.

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,  
 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.

(C)

Tabel 3.1  
Analisis Kekuatan dan Kelemahan Pesaing

Pesaing	Kelebihan	Kelemahan
Thomas speedshop Tak Cipta Commerce Shopee & Toko Offline di Gunung Sigi Undang-Ala shop (Jln. Praji no 54 RT 002/RW 001, Jakarta Timur)	1.Nama sudah banyak di kenal 2.Memiliki kualitas produk yang baik	1.Memiliki harga yang relative tinggi kisaran Rp. 250.000 – Rp. 500.000 2. Kurangnya fasilitas pelayanan (pemasangan) pelanggan
	1.Harga relatif terjangkau 2.Memiliki varian produk yang lengkap	1.Pelayanan kurang cepat 2.Promosi yang kurang menarik

Sumber: CTA Speed Shop

### 6. Analisis PESTEL

Menurut David (2019:95) menyatakan bahwa terdapat beragam kekuatan eksternal yang berperan dalam konteks bisnis, termasuk aspek ekonomi, budaya, sosial, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, dan teknologi. Pendekatan analisis ini dikenal dengan nama PESTEL, yang meliputi Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum. Analisis PESTEL adalah cara untuk menganalisis baiuk internal dan eksternal. Ini harus dilakukan agar perusahaan memahami "gamabran besar" dari lingkungan tempat ia bekerja.

#### Faktor Politik

Permasalahan hukum dan regulasi, yang merupakan aspek politik yang mengendalikan sektor bisnis dan binis individu, juga memiliki dampak signifikan.

Hal-hal seperti kebijakan upah, pajak, pembatasan perdagangan, dan kegiatan pemerintah lainnya adalah faktor yang harus dipertimbangkan dengan seksama oleh pelaku usaha yang tentu akan berpengaruh pada biaya operasional bisnis karena dengan adanya perubahan aturan perdagangan atau peningkatan pajak khususnya pada kenaikan harga bahan baku untuk produk CTA Speed Shop seperti produk

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
- 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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

domestik yang naik semakin pesat akibat kebijakan pemerintah maka dari itu *CTA*

**C** **Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)** *Speed Shop* lebih memilih menjual produk asing seperti RCB, KTC, dan Brembo karena penjualan suku cadang lebih menguntungkan daripada penjualan suku cadang merek domestik. Oleh karena itu faktor politik merupakan **peluang** bagi *CTA Speed Shop*.

#### Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi memainkan peran yang signifikan dalam memengaruhi operasional usaha *CTA Speed Shop*. Suku bunga, pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, dan faktor ekonomi lainnya memiliki dampak langsung pada kinerja bisnis.

Ketika kondisi ekonomi stabil, daya beli masyarakat cenderung meningkat, memberikan dampak positif pada penjualan barang dan memberikan manfaat bagi negara dan pemilik usaha. Sebaliknya, dalam situasi ketidakstabilan ekonomi, penurunan daya beli konsumen dapat menghambat arus barang dan uang, karena masyarakat memiliki kecenderungan untuk mengurangi pengeluaran.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tetap kokoh meskipun dalam situasi ketidakpastian ekonomi global. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan III 2023 tetap positif, mencapai 4,94% (yoY), walaupun sedikit melambat dibandingkan dengan pertumbuhan pada triwulan sebelumnya yang mencapai 5,17% (yoY). Ke depannya, pertumbuhan ekonomi diharapkan akan terus didorong oleh permintaan domestik, termasuk konsumsi swasta, belanja pemerintah, dan investasi. Dalam mengantisipasi perkembangan ini, Bank Indonesia memproyeksikan pertumbuhan ekonomi pada kisaran 4,5-5,3% untuk tahun 2023. Sesuai dengan proyeksi pertumbuhan ekonomi oleh Bank Indonesia & data dari Badan Pusat Statistik (BPS) maka faktor ekonomi merupakan salah satu faktor peluang bagi *CTA Speed Shop* dikarenakan daya beli masyarakat yang stabil bahkan cenderung meningkat.

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,
  - 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.



### 3. Faktor Sosial

Kondisi sosial di suatu lokasi memiliki dampak signifikan terhadap kelangsungan usaha. Faktor-faktor sosial, seperti demografi, budaya sosial, gaya hidup, tren, dan Tingkat Pendidikan dapat berpengaruh pada dinamika bisnis, perubahan dalam faktor ini akan terus berkembang seiring berjalannya aktu. Keadaan sosial dan budaya suatu negara memainkan peran kunci dalam membentuk arah bisnis.

Kemunculan tren atau budaya baru dalam Masyarakat dapat memiliki dampak signifikan terhadap cara produk dan layanan dipasarkan dalam suatu negara. Dikarenakan target market untuk CTA *Speed Shop* adalah untuk Gen Z yang lebih menyukai modifikasi motor dengan keunikan berbagai macam modifikasi dengan itu CTA *Speed Shop* memberikan berbagai pilihan yang dapat dipilih, maka faktor sosial merupakan salah satu faktor peluang bagi *CTA Speed Shop*.

### 4. Faktor Teknologi

Karena teknologi semakin maju dan berkembang, perusahaan harus mengubah atau meningkatkan teknologi saat mereka gunakan jika mereka ingin tetap bersaing dengan para pesaingnya yang menggunakan teknologi modern dan canggih.

Kemajuan teknologi seperti pembuatan velg menggunakan las CNC, yang membuat velg lebih presisi dan memiliki keseimbangan kendaraan yang lebih baik, juga memungkinkan pembuatan produk yang semakin canggih dan rapih. Bagian lain juga menggunakan teknologi canggih, seperti pengecatan bagian dengan bahan karbon. Sebagian besar merek tersebut berasal dari negara-negara Eropa dan Amerika Serikat, yang memiliki teknologi yang lebih maju

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,
  - 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

dibandingkan Indonesia, sehingga harga komponen impor lebih mahal dan menguntungkan dibandingkan dengan merek lokal teknologi seperti disain motor, yang menguntungkan bisnis modifikasi motor.

Disain motor ini membantu calon modifikasi membuat gambaran tentang motor dengan mengubah warna bodi dan kaki-kaki seperti velg, shok, dan komponen lainnya. Faktor teknologi CTA *speed shop* dianggap rendah dalam hal ini. Teknologi dapat menjadi peluang bagi bisnis karena dapat membantu operasi CTA *speed shop*.

*Environment* atau lingkungan

Agar bisnis dapat terus berkembang, seorang pebisnis harus dapat menentukan lokasi yang tepat dan strategis yaitu mudah diakses, aman, ramai, dan dekat dengan para pemasok. Untuk memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, seorang pengusaha harus memiliki kemampuan untuk menentukan lokasi yang tepat dan strategis. Lokasi yang ideal adalah yang mudah diakses, aman, dan ramai. Faktor lingkungan merupakan sebuah peluang juga bagi CTA *Speed Shop* dikarenakan beroperasi secara *offline* di Sunter, Jakarta Utara, secara langsung kompetitor CTA *Speed Shop* jauh lebih sedikit.

#### 6. Hukum

Hukum atau kebijakan negara merupakan suatu kewajiban yang harus dipatuhi oleh seluruh pelaku bisnis di manapun mereka beroperasi. Saat mendirikan sebuah bisnis, seorang pengusaha harus mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku di negara mereka. Memulai dan mengelola bisnis memerlukan perhatian khusus terhadap aspek hukum dan peraturan yang berlaku di suatu negara.

## (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

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,
  - 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.

Izin Usaha, sesuai dengan *Online Single Submission* (OSS), merupakan izin

yang diterbitkan oleh Lembaga OSS atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran. Di sisi lain, perizinan berusaha dapat diartikan sebagai persetujuan yang diperlukan oleh pelaku usaha untuk memulai dan menjalankan usaha. Persetujuan tersebut diberikan dalam bentuk surat atau keputusan setelah pelaku usaha memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan. Dikarenakan *CTA Speed Shop* akan terdaftar sebagai penjual resmi maka dari itu faktor hukum bagi *CTA Speed Shop* merupakan sebuah **peluang**, dikarenakan secara hukum *CTA Speed Shop* akan resmi berjalan secara legal. ini juga meningkatkan faktor kepercayaan & kredibilitas toko bagi para pembeli dan calon pembeli

#### D. Analisis Lima Kekuatan Persaingan Model Porter

Pengusaha dapat menentukan apakah bisnis atau produk mereka menguntungkan dengan menggunakan lima kekuatan model Porter. Ini sangat bermanfaat untuk industri baru atau memulai bisnis baru. Menurut David (2019: 102) Dalam model porter, lima kekuatan persaingan adalah sebagai berikut: tingkat persaingan dengan pesaing, daya tawar pemasok, hambatan produk pengganti, hambatan pendatang baru, dan daya tawar pembeli. Kami memiliki kemampuan untuk menerapkan lima kekuatan porter ke pasar lokal, domestik, dan internasional. Kita dapat meningkatkan keuntungan dengan rutin melakukan analisis ini untuk menyesuaikan strategi dengan persaingan saat ini.

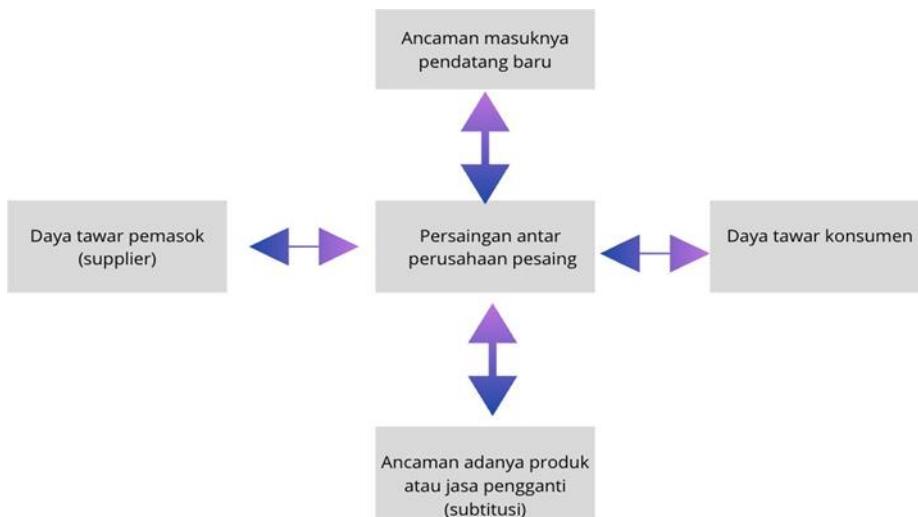
#### (C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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,
  - 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.

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,
  - 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 3.2  
Komponen Lima Kekuatan Persaingan Porter



Sumber : David ,David,dan David (2023 : 102)

Berikut adalah analisis model Lima Kekuatan Porter dari *CTA Speed Shop* :

#### Persaingan antar perusahaan

Setelah menyelidiki bengkel CTA, menemukan beberapa pesaing, termasuk

*Thongs Speedshop* dan toko *Ala-Ala*. Keduanya adalah merek bengkel motor yang terkenal dan memiliki pelanggan setia. Akibatnya, *CTA Speed Shop* menyadari bahwa sebagai bengkel baru yang belum memiliki pelanggan, mereka harus mempelajari kelemahan dan kelebihan kompetitor. *CTA Speed Shop* akan menawarkan berbagai fitur dan lingkungan yang unik yang tidak akan ditemukan di bengkel lain. Karena *CTA Speed Shop* akan melakukan beberapa promosi untuk menarik perhatian para pengguna motor besar di negara ini, mereka pasti akan menjual produk dengan harga yang lebih rendah daripada pesaing. Ini akan membuat pelanggan tetap.

## 2. Ancaman dari Produk Pengganti

**(C) Hak Cipta milik BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Toko modifikasi motor CTA *Speed Shop* menjual merek lokal dan asing.

Karena bea cukai dan biaya pengiriman yang tinggi di Indonesia, kami tidak memiliki banyak stok merek asing. Kami biasanya menggunakan sistem musiman untuk menjual merek asing, dan jika stok kosong, kami menawarkan produk pengganti dari merek lokal dengan kualitas yang sama agar pelanggan tidak kecewa

Kami menyediakan berbagai merek lokal dan internasional untuk perubahan komponen. Selain itu, CTA *Speed Shop* menyediakan sistem komponen yang dipesan terlebih dahulu untuk kendaraan motor besar khusus, seperti motor matic besar seperti Xmax, Forza, dan Tmax, serta beberapa motor yang terbatas.

## Ancaman Pendatang Baru

Dengan ancaman dari pesaing, tidak ada jaminan bahwa pesaing baru akan muncul. Oleh karena itu, kami tidak hanya memodifikasi kendaraan tetapi juga memberikan pemilik kendaraan tersebut pengalaman baru yang sulit didapat di tempat lain. Untuk memastikan bahwa pelanggan CTA *Speed Shop* terus membeli produk kami, kami akan melakukan beberapa tindakan berikut.

Kita akan memberikan layanan antar jemput dengan towing secara gratis dan aman. Beri harga paket untuk layanan dan fasilitas di ruang tunggu seperti WiFi, TV, dan modifikasi kendaraan agar harga lebih murah daripada membeli satu-satu. Beri member kesempatan untuk mendapatkan harga lebih rendah dan memperoleh poin untuk menukar produk di kemudian hari. memberikan garansi pada motor dan memastikan bahwa kendaraan mereka dikerjakan oleh mekanik yang berpengalaman dan profesional.

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,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.

#### 4. Daya Tawar Konsumen

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

Karena peran konsumen dalam dunia usaha sangat penting untuk keberhasilan bisnis, daya tawar konsumen sangat penting. Daya tawar pembeli adalah kekuatan tawar-menawar yang dimiliki konsumen atau pembeli, yang dapat mempengaruhi keuntungan atau profitabilitas sektor tertentu. Daya tawar ini akan menjadi komponen penting dalam menentukan orientasi pasar, segmentasi pasar, dan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan posisi dalam pangsa pasar.

CTA Speed Shop membagi pelanggan menjadi beberapa kategori berdasarkan usia dan pekerjaan mereka. Orang-orang di antara usia 17 dan 22 tahun lebih suka memodifikasi mobil mereka dan tidak peduli dengan merek apa pun, hanya mementingkan harga yang terjangkau. Ini karena remaja ini biasanya masih dalam tahap pendidikan dan belum memiliki penghasilan. Orang-orang di rentang usia 23 hingga 40 tahun, yang merupakan dewasa yang bekerja di perusahaan, lebih mementingkan perubahan untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan berkendara, dan mereka sudah menggunakan komponen modifikasi yang dikenal dan mahal. Pengusaha yang rata-rata berusia di atas empat puluh tahun adalah kelompok konsumen berikutnya. Mereka memodifikasi kendaraan mereka dalam berbagai aspek, seperti penampilan, fungsi, dan kenyamanan, karena mereka sudah tidak memikirkan budget yang paling penting. Mereka melakukan ini untuk membuat kendaraan mereka terlihat keren bagi mereka sendiri dan orang lain.

#### Daya Tawar Pemasok

Karena produsen dan pemasok menjalin hubungan yang saling menguntungkan, daya tawar pemasok sangat penting untuk bisnis. CTA Speed Shop memiliki beberapa pemasok, termasuk perawatan peralatan rutin di bengkel

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,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

toolkit dan dukungan untuk alat transportasi towing dari berbagai merek towing di Indonesia. Semua pemasok ini memberikan keuntungan bagi CTA *Speed Shop* karena setiap kali kami menjemput dan mengantar motor besar milik pelanggan, kami akan melihat merek towing yang digunakan sudah terkenal, meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bengkel CTA *Speed Shop*. Selain itu, kami memiliki beberapa pemasok pemasok komponen modifikasi motor berskala besar seperti Ohlins, Brembo, KTC, dan RCB, yang merupakan merek terkenal di masyarakat.

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

Menurut David (2019: 110) *Competitive Profile Matrix (CPM)* The *Competitive Profile Matrix (CPM)* reveals how a focal firm compares to major competitor sacross a range of key factors. Competitive profile matrix dimana digunakan untuk menunjukkan kepada seorang pebisnis dimana titik lemah dan kuat mereka terhadap pesaingnya.

Menggunakan analisis CPM, sebuah analisis berguna, untuk menentukan posisi peringinan relatif sebuah perusahaan jika dibandingkan dengan pesaing utamanya (Rangkuti, 2020). Perusahaan dapat menggunakan CPM untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaingnya. Hasil analisis CPM bengkel CTA *Speed Shop* ditunjukkan dalam Gambar 3.3

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,
  - 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.



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

**Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (Competitive Profil Matrix/CPM)**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Edukasi dan Inovasi**

**Kwik Kian Gie**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**I**

**B**

**I**

**S**

**T**

**E**

**C**

**A**

**N**

**D**

**E**

**R**

**S**

**O**

**N**

**G**

**H**

**I**

**J**

**K**

**L**

**M**

**N**

**O**

**P**

**Q**

**R**

**S**

**T**

**U**

**V**

**W**

**X**

**Y**

**Z**

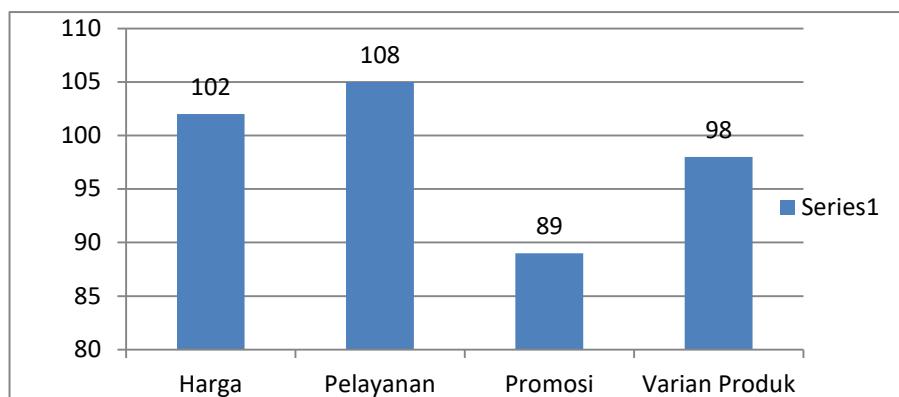
(C)

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

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pengembangan dan penyebarluasan pengetahuan dan memperbaikinya.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mendapat izin dan menyebutkan sumber.

Gambar 3.3

Grafik CPM



Sumber : Riset yang dilakukan penulis

Tabel 3.2

Tabel *Competitive Profile Matrix*

Critical Success Factor	Total	Weight	CTA Speed Shop		Ala-Ala shop		Thongs speedsshop	
			Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga	102	0,26	2	0,51	3	0,77	2	0,51
Pelayanan	108	0,27	4	1,09	2	0,54	2	0,54
Promosi	89	0,22	2	0,45	2	0,45	4	0,90
Varian Produk	98	0,25	3	0,74	3	0,74	4	0,99
Total	397	1,00		2,79			2,50	2,94

Sumber: Gambar 3.3

Dalam CPM, peringkat menunjukkan seberapa baik perusahaan melakukan di setiap bidang. Peringkat 1 hingga 4 menunjukkan kelemahan besar, kelemahan kecil, kekuatan besar, dan kekuatan besar. Bengkel cepat Thongs menerima skor tertinggi dengan skor 2,94, sedangkan bengkel CTA berada di posisi kedua dengan skor 2,79, dan bengkel cepat Ala-Ala berada di posisi ketiga dengan skor 2,50. Oleh karena itu, bengkel CTA pertama adalah bengkel Ala-Ala, dan bengkel Thongs menempati posisi kedua dengan skor 2,79. Berdasarkan hasilnya, perhitungan CPM dihasilkan pada tabel 3.2.



## F. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats)

**C**Menurut David (2019 : 42) (*SWOT*) Analysis is an important matching tool that helps managers develop four types of strategies: SO (strengths-opportunities) strategies, WO (weaknesses-opportunities) strategies, ST (strengths-threats) strategies, and WT (weaknesses-threats) strategies.

Analisis SWOT adalah teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman proyek. Hal ini penting dilakukan saat membuat rencana penjualan dan gagasan bisnis baru. Analisis SWOT bengkel CTA Speed Shop tersedia di sini.

### 1. Kekuatan (*Strength*)

Berikut merupakan Kekuatan (*Strength*) dari *CTA Speed Shop* :

#### Fasilitas lengkap

Dalam sebuah bisnis fasilitas merupakan hal yang penting dalam sebuah bisnis untuk membuat konsumen nyaman yang akan diberikan tentunya akan berbeda dengan bengkel lainnya yang membuat pelanggan nyaman seperti ruang tunggu yang nyaman dan fasilitas wifi sehingga jika motor dikerjakan dengan waktu yang lama pelanggan dapat menunggu atau hanya sekedar mengakses internet agar tidak bosan.

#### Pelayanan yang baik kepada konsumen atau pembeli

*CTA Speed Shop* akan memberikan pelayanan yang terbaik di bengkel maupun pembelian barang secara *online*. Tentunya memiliki Prosedur Operasional Pelanggan (SOP) untuk melayani keramahan dan merespon cepat pelanggan. Tentunya *CTA Speed Shop* memberikan garansi resmi setelah konsumen selesai modifikasi kendaraannya.

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,
- 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.

## 2. Kelemahan (*Weakness*)

Berikut merupakan Kelemahan (*Weakness*) dari *CTA Speed Shop*:

Harga yang lebih mahal dari pesaing

*CTA Speed Shop* menawarkan harga jual produk yang lebih mahal daripada pesaingnya. Namun, hal ini tidak mengurangi daya tarik bagi konsumen untuk datang dan memodifikasi kendaraan mereka di *CTA Speed Shop*. Kualitas produk yang sama dengan pesaing, terjamin keasliannya, dan garansinya merupakan keunggulan yang kami tawarkan kepada pelanggan.

Meskipun harga produk kami lebih tinggi, kami meyakini bahwa nilai tambah yang kami berikan, seperti kualitas yang tak tertandingi dan pelayanan pelanggan yang unggul, membuat pengalaman modifikasi kendaraan di *CTA Speed Shop* menjadi pilihan yang bijak bagi konsumen yang mengutamakan kualitas dan keandalan.

Promosi atau iklan yang masih kurang

Promosi atau iklan *CTA Speed Shop* dilakukan melalui Instagram-ads, instastory, dan komunitas motor besar seperti mengikuti *International Motor Show* yang akan menjadi langkah awal yang akan diambil karena adanya peluang yang baik dalam melakukan hal tersebut.

## 3. Peluang (*Opportunities*)

Berikut merupakan Peluang (*Opportunities*) dari *CTA Speed Shop*:

a) Perkembangan teknologi semakin maju

Teknologi semakin maju seiring dengan perkembangan waktu dengan memudahkan penjualan produk melalui *E-commerce* dan melakukan promosi di sosial media. Kemajuan teknologi juga berdampak pada hasil produksi karena



menggunakan peralatan yang semakin canggih yang dapat membuat produk semakin bervariasi yang akan berdampak baik pada peluang *CTA Speed Shop*.

Selain itu dengan banyaknya media sosial yang semakin maju memudahkan transaksi antara penjual dan pembeli untuk mempermudah transaksi maka pembeli hanya melalui *online* sehingga tidak perlu datang ke toko untuk membeli barang. Pelanggan juga dapat membantu untuk membuat iklan *CTA Speed Shop* dengan memberikan *feed back* yang sangat bermanfaat untuk *CTA Speed Shop* semakin maju dan berkembang.

Pemulihan ekonomi di Indonesia yang semakin membaik dan daya beli meningkat

Populasi di Indonesia semakin banyak dan terus bertambah setiap tahun yang berdampak pada peningkatan jumlah kendaraan lebih dari satu setiap keluarga untuk memudahkan aktivitas setiap harinya yang akan menjadi peluang untuk mencari pelanggan tetap dan yang dilihat dari aktivitas setiap keluarga akan juga menambah daya beli masyarakat jauh lebih banyak dengan pendapatan yang akan dihasilkan dari kendaraan yang mereka punya.

Mengikuti berbagai komunitas motor

*CTA Speed Shop* akan bergabung menjadi anggota komunitas motor besar yang pastinya menjadi peluang besar untuk mendapatkan sponsor dan support dari komunitas yang diikuti oleh *CTA Speed Shop*. Dengan membuat konten di media sosial juga dapat menarik pelanggan baru yang akan berdampak baik kedepannya yang akan membuat *CTA Speed Shop* semakin maju dan berkembang.

## (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

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,
  - 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.

#### 4. Ancaman (*Threats*)

Berikut merupakan Ancaman (*Threats*) dari *CTA Speed Shop*:

- Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- ①. Persaingan yang kuat dengan pesaing

*CTA Speed Shop* ingin tampil lebih dan berbeda dari beberapa pesaing kuat yang sudah lama beroperasi di Jakarta dan memiliki pelanggan setia dengan menawarkan pelayanan dan fasilitas unik yang dapat menarik perhatian pelanggan dan membuat mereka tetap menjadi pelanggan *CTA Speed Shop*. Selain itu, dengan kualitas yang sama dengan bengkel lain, produk yang ditawarkan akan lebih murah melalui harga.

- ②. Adanya pesaing baru.

Setelah bengkel modifikasi *CTA Speed Shop* sudah beroperasi, tidak menutup kemungkinan bahwa pesaing baru akan muncul. Mereka dapat meniru konsep yang telah dibuat oleh bengkel *CTA Speed Shop* atau bengkel lain yang telah beroperasi sebelumnya. Untuk mempertahankan pelanggan tetap dan menarik pelanggan baru ke bengkel lain, *CTA Speed Shop* akan terus berinovasi meningkatkan pelayanan dan kinerja agar pelanggan puas dengan kinerja *CTA Speed Shop* berikan.

- 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,
    - 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 3.3

Matriks SWOT Bengkel CTA *Speed Shop*

		C) Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	
		Internal	External
	Hak Cipta Dalam Eksternal	Kekuatan (Strength) 1. Fasilitas lengkap, Pelayanan yang baik kepadakonsumen atau pembeli 2. Kelengkapan produk dibanding pesaing	Kelemahan (Weakness) 1. Memiliki harga yang lebih mahal dibanding pesaing 2. Promosi atau iklan yang masih kurang baik.
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, 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.	Peluang (Opportunity) 1. Teknologi yang semakin maju 2. Pulihnya ekonomi di Indonesia yang semakin membaik dan daya beli meningkat 3. Mengikuti beberapa komunitas motor besar di Indonesia	Strategi SO 1. menyediakan layanan transportasi seperti towing dari CTA <i>Speed Shop</i> dan tidak dikenakan biaya berpotensi meningkatkan penjualan CTA <i>Speed Shop</i> ( S1, O1 ) 2. Harga ,fasilitas dan produk yang ada dibengkel CTA <i>Speed Shop</i> semakin berkembang dan lengkap karena kemajuan teknologi produksi ( S1, S2,O2 ) 3. pelayanan yang memuaskan akan menambah support dan sponsor dari berbagai komunitas (S1, O3)	Strategi WO 1. akan mengajak kerja sama dengan komunitas dan promosi di berbagai sosial media ( W1, O1,O3 ) 2. Penggunaan teknologi untuk mempromosikan bengkel CTA <i>Speed Shop</i> dan menambah rasa kepercayaan konsumen dengan memanfaatkan <i>platform E-commerce</i> dan memberikan beberapa jaminan garansi resmi ( W2, O2,O1 )
	Ancaman (Threats) 1. Persaingan yang kuat dengan para kompetitor 2. Tendapat pesaing baru yang terus bermunculan	Strategi ST 1. Dengan menyediakan fasilitas yang lengkap dan nyaman seperti ruang tunggu ber AC, Wifi, TV, snack dan minuman dan harga produk yang lebih murah dapat bersaing dan melawan para kompetitor lain ( S1, S2, T1 ) 2. Dengan memberikan fasilitas member bengkel tentunya dapat melawan pesaing baru yang bermunculan ( S1, T2 )	Strategi WT 1. Memberikan publikasi kepada konsumen tentang nilai lebih yang diberikan bengkel CTA <i>Speed Shop</i> yaitu pelayanan dan <i>Aftersale</i> yang baik ( W1, T1 ) 2. Memberikan reminder kepada konsumen tentang pentingnya garansi resmi sebuah produk untuk menjamin kualitas barang dengan harga yang bersahabat karena beberapa promo dan fasilitas yang diberikan bengkel CTA <i>Speed Shop</i> ( W2, T2 )

Sumber: CTA *Speed Shop* 2023



Berikut penjelasan dari table 3.3 diatas sebagai berikut:

### 1. S-O Strategi

(C)

Berikut S-O Strategi dari *CTA Speed Shop* yaitu:

- a. Harga, fasilitas, dan produk yang ada dibengkel *CTA Speed Shop* semakin berkembang dan lengkap karena kemajuan teknologi produksi (S2, O2)

*CTA Speed Shop* menyediakan berbagai macam produk yang unik dan terlengkap yang dapat menarik calon pelanggan dengan harga murah terjangkau yang bersaing dengan kompetitor. Jika saat pelanggan menunggu motor untuk dimodifikasi dapat menunggu difasilitas yang sudah pasti nyaman dan membuat pelanggan tidak merasa bosan.

- b. Lokasi yang strategis dan pelayanan yang memuaskan akan menambah support dan sponsor dari berbagai komunitas (S1, S3, O3)

Lokasi *CTA Speed Shop* sangat strategis karena berada dipusat kota yang akan terhindari dari razia kendaraan modifikasi dengan menambah pelayanan yang baik berdasarkan SOP yang sudah ditetepkan akan membuat pelanggan merasa nyaman. *CTA Speed Shop* juga akan bergabung di komunitas besar di Jakarta dan membuat *content* sosial media dengan komunitas-komunitas yang pastinya akan menjadi kabar baik untuk perkembangan *CTA Speed Shop* karena mendapatkan support dan sponsor dari berbagai komunitas.

### 2. W-O Strategi

Berikut W-O Strategi dari *CTA Speed Shop* yaitu:

- a. Mengajak kerja sama dengan komunitas dan promosi di berbagai sosial media (W1, O1). *CTA Speed Shop* mengajak komunitas-komunitas motor terutama di wilayah Jabodetabek untuk kerja sama dengan cara melakukan

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,
  - 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.

promosi melalui media sosial komunitas tersebut dan pastinya di sebuah komunitas yang besar memiliki banyak anggota yang akan mempromosikan ke anggota komunitas lainnya bahwa produk yang ada di *CTA Speed Shop* sangat bervariasi yang tidak ada di bengkel pesaing.

- b. Menggunakan sosial media untuk mempromosikan *CTA Speed Shop* dan menambah rasa kepercayaan konsumen dengan memanfaatkan platform *E-Commerce* dan memberikan beberapa jaminan garansi resmi (W2, O1).

### 3. S-T Strategi

Berikut S-T Strategi dari *CTA Speed Shop*:

- a. Wifi, TV, Snack, minuman dan harga produk yang lebih murah dapat bersaing melawan kompetitor lain (S2, S4, T1). Dengan menyediakan fasilitas yang lengkap dapat membuat pelanggan tidak bosan untuk menunggu saat motor sedang dimodifikasi. Disamping itu *CTA Speed Shop* juga memberikan harga yang lebih murah dibandingkan competitor karena *CTA Speed Shop* langsung mengambil barang modifikasi dari distributor tangan pertama.
- b. Memberikan sistem member bengkel untuk dapat melawan pesaing baru yang bermunculan (S3, S1, T2). *CTA Speed Shop* memberikan sistem member selama maksimal lima kali modifikasi motor seharga Rp. 650.000 (enam ratus ribu rupiah) dengan berbagai permasalahan di kendaraan yang akan sangat menguntungkan bagi konsumen.

### 4. W-T Strategi

Berikut W-T Strategi dari *CTA Speed Shop*:

- a. Memberikan publikasi kepada konsumen tentang nilai lebih yang diberikan kepada bengkel *CTA Speed Shop* yaitu pelayanan dan *Aftter*

- 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,
    - 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.

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

## Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



*Sale* yang baik (W1, T1). Publikasi *CTA Speed Shop* seperti postingan media sosial yang memberikan pengalaman positif tentang *CTA Speed Shop* yang akan menjadi nilai tambah *CTA Speed Shop* dibandingkan bengkel lainnya.

- b. Memberikan arahan kepada konsumen tentang pentingnya garansi resmi sebuah produk untuk menjamin kualitas barang dengan harga yang terjangkau karena beberapa promo dan fasilitas yang diberikan bengkel *CTA Speed Shop* (W2, T2). Dengan memilih produk yang dilengkapi dengan garansi resmi, konsumen dapat yakin bahwa jika konsumen membayar lebih untuk mendapatkan produk yang bagus konsumen tidak akan rugi dan *CTA Speed Shop* juga memberikan promo dan fasilitas garansi resmi untuk diskon servis berkala kendaraan dan perlindungan tambahan untuk produk tertentu. Maka dari itu, konsumen lebih percaya diri dalam memilih produk dan mendapatkan nilai tambah di mata konsumen.

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,
  - 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.

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

## Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie