

PENERAPAN *COMPETITIVE PROFILE MATRIX*(CPM) DAN *GRAND STRATEGY MATRIX* PADA FORMULASI STRATEGI (Studi Kasus: D'clean Car Wash)

Roni Fayyaz Adli

ABSTRAK

D'Clean Car Wash merupakan salah satu usaha jasa cuci mobil yang berlokasi di Jl. Cidodol Raya No.3, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan dan telah beroperasi sejak tahun 2001. Usaha ini memiliki *rating* Google sebesar 4,4 dari 182 ulasan pelanggan, namun masih menghadapi beberapa permasalahan seperti fluktuasi jumlah pelanggan, persaingan usaha cuci mobil di sekitar lokasi, serta kebutuhan peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas. Oleh karena itu, diperlukan formulasi strategi yang sistematis untuk mengetahui posisi daya saing dan menentukan strategi prioritas yang tepat untuk diterapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *Competitive Profile Matrix* (CPM), *Strategic Position and Action Evaluation* (SPACE) *Matrix*, *Grand Strategy Matrix*, *SWOT Matrix*, dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa D'Clean Car Wash memperoleh total weighted score CPM sebesar 2,35 dan berada pada peringkat keempat dari lima usaha yang dianalisis. Hasil SPACE Matrix menunjukkan bahwa D'Clean Car Wash berada pada kuadran agresif, sedangkan hasil *Grand Strategy Matrix* menunjukkan posisi pada Kuadran II. Berdasarkan analisis SWOT diperoleh 11 alternatif strategi yang kemudian dievaluasi menggunakan QSPM. Hasil QSPM menunjukkan bahwa strategi dengan nilai Sum Total *Attractiveness Score* (STAS) tertinggi adalah strategi WO3 dengan nilai 3,45, yaitu meningkatkan kenyamanan ruang tunggu dan melakukan kajian penambahan fasilitas hidrolik secara bertahap.

Kata Kunci: Tempat Cuci Mobil, Formulasi Strategi, CPM, SPACE *Matrix*, *Grand Strategy Matrix*, SWOT, QSPM

**PENERAPAN *COMPETITIVE PROFILE MATRIX*(CPM) DAN
GRAND STRATEGY MATRIX PADA FORMULASI STRATEGI
(Studi Kasus: D'clean Car Wash)**

Roni Fayyaz Adli

ABSTRACT

D'Clean Car Wash is a car wash service business located at Jl. Cidodol Raya No.3, Kebayoran Lama, South Jakarta, and has been operating since 2001. The business has a Google rating of 4.4 from 182 customer reviews. However, it still faces several problems, such as fluctuations in the number of customers, competition from nearby car wash businesses, and the need to improve service quality and facilities. Therefore, a systematic strategy formulation is needed to identify the competitive position and determine the most appropriate priority strategy to be implemented. The methods used in this research include the Competitive Profile Matrix (CPM), Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix, Grand Strategy Matrix, SWOT Matrix, and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The results show that D'Clean Car Wash obtained a CPM total weighted score of 2.35 and ranked fourth out of five businesses analyzed. The SPACE Matrix result indicates that D'Clean Car Wash is positioned in the aggressive quadrant, while the Grand Strategy Matrix result places the business in Quadrant II. Based on the SWOT analysis, 11 alternative strategies were obtained and then evaluated using QSPM. The QSPM result shows that the strategy with the highest Sum Total Attractiveness Score (STAS) is WO3 with a score of 3.45, namely improving the comfort of the waiting room and conducting a gradual assessment of adding hydraulic facilities.

Keywords: *Car Wash, Strategy Formulation, CPM, SPACE Matrix, Grand Strategy Matrix, SWOT, QSPM*