



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

SKRIPSI

RONI FAYYAZ ADLI

2110312073

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

2026



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

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Teknik**

RONI FAYYAZ ADLI

2110312073

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

2026

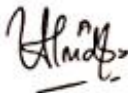
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Roni Fayyaz Adli
NIM : 2110312073
Program Studi : S1 Teknik Industri
Judul Skripsi : Penerapan *Competitive Profile Matrix* (CPM) dan
Grand Strategy Matrix pada Formulasi Strategi (Studi
Kasus: D'Clean Car Wash)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.


Donny Montreano. ST, MT, IPM
Penguji Utama


Armanda Septiala Tarigan, S.T., M.T.
Penguji I


Dr. Eng. Ir. Teguh Firmansyah, S.T.,
M.T., IPM
Dekan Fakultas Teknik


Dr. Nanang Alamsyah, S.T., M.T.,
IPM
Penguji II


Ir. Nur Fajriah, ST., MT., IPM
Kepala Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 10 Juli 2026

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

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

Disusun Oleh:

Roni Fayyaz Adli
2110312073

Menyetujui


Dr. Nanang Alamsyah, S.T., M.T., IPM
Pembimbing I


Santika Sari, S.T., M.T.
Pembimbing II

Mengetahui


Ir. Nur Fajriah, S.T., M.T., IPM
Ketua Program Studi S1 Teknik Industri

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini merupakan hasil karya penulis dan semua sumber yang telah dikutip telah saya nyatakan benar adanya.

Nama : Roni Fayyaz Adli
NIM : 2110312073
Program Studi : SI Teknik Industri

Jika dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 10 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Roni Fayyaz Adli)

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Roni Fayyaz Adli
NIM : 2110312073
Program Studi : S1 Teknik Industri

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya berikut ini yang berjudul:

"PENERAPAN *COMPETITIVE PROFILE MATRIX* (CPM) DAN *GRAND STRATEGY MATRIX* PADA FORMULASI STRATEGI (STUDI KASUS: D'CLEAN CAR WASH)"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 10 Juli 2026

Yang Menyatakan,



Roni Fayyaz Adli
2110312073

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*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan *Competitive Profile Matrix* (CPM) dan *Grand Strategy Matrix* pada Formulasi Strategi (Studi Kasus: D’Clean Car Wash)” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian penelitian tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, dan semangat selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Dr. Nanang Alamsyah, ST., MT., IPM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, serta saran selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Santika Sari, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ir. M. As’adi, MT., IPM. selaku Dosen Pembimbing II pada saat pembuatan proposal.
6. Ibu Ir. Nur Fajriah, ST., MT., IPM. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu, bantuan, dan pengalaman selama masa perkuliahan.
8. Pihak D’Clean Car Wash yang telah memberikan izin, informasi, dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.

9. Teman-teman dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi penulisan maupun isi pembahasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, pihak D'Clean Car Wash, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen strategi dan Teknik Industri.

Jakarta, Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teknik Industri	12
2.3 Manajemen Strategi.....	13
2.4 Jenis Strategi.....	14
2.4.1 Strategi Integrasi (<i>Integration Strategy</i>)	14
2.4.2 Strategi Intensif (<i>Intensive Strategy</i>)	15
2.4.3 Strategi Diversifikasi (<i>Diversification Strategy</i>)	15
2.4.4 Strategi Defensif (<i>Defensive Strategy</i>)	16
2.5 Kerangka Perumusan Strategi	17
2.5.1 <i>Input Stage</i>	17

2.5.1.1 <i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i>	17
2.5.2 <i>Matching Stage</i>	20
2.5.2.1 <i>Strategic Position and Action Evaluation (SPACE)</i>	20
2.5.2.2 <i>Grand Startegy Matrix</i>	23
2.5.2.3 <i>SWOT Matrix (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)</i> ...	26
2.5.3 <i>Decision Stage</i>	27
2.5.3.1 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	27
BAB 3 METODE PENELITIAN	31
3.1 Tahap Persiapan	31
3.1.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.1.2 Jenis penelitian.....	31
3.2 Tahap Pengumpulan Data	31
3.2.1 Data Primer	31
3.2.2 Data Skunder.....	32
3.3 Tahap Pengolahan Data.....	32
3.3.1 <i>Input Stage</i>	32
3.3.2 <i>Matching Stage</i>	34
3.3.3 <i>Decision Stage</i>	34
3.4 Tahap Akhir.....	35
3.5 Diagram Alir (<i>Flowchart</i>) Penelitian	36
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Profil Perusahaan.....	38
4.2 Atribut Faktor Internal dan Eksternal.....	38
4.2.1 Identifikasi Faktor Keberhasilan Kritis.....	38
4.2.2 Identifikasi Faktor Internal	40
4.2.3 Identifikasi Faktor Eksternal.....	41
4.3 Input Stage.....	42
4.3.1 <i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i>	42
4.4 Matching Stage.....	48
4.4.1 <i>Strategic Position and Action Evaluation (SPACE)</i>	49
4.4.2 <i>Grand Strategy Matrix</i>	53
4.4.3 <i>SWOT Matrix (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)</i>	55

4.5 Decision Stage	64
4.5.1 Penyusunan Alternatif Strategi untuk QSPM	64
4.5.2 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	67
4.5.3 Implikasi Strategi Prioritas	69
BAB 5 PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Foto Lokasi dan Rating D’Clean Car Wash.....	1
Gambar 1. 2	Peta Sebaran Lokasi D’Clean Car Wash dan Pesaing dalam Radius 2 Km	3
Gambar 2. 1	SPACE Matrix	22
Gambar 2. 2	Contoh Grand Strategy Matrix	24
Gambar 3. 1	Flowchart Penelitian	37
Gambar 4. 1	Rekapitulasi Google <i>Review</i>	44
Gambar 4. 2	Koordinat SPACE <i>Matrix</i> D’Clean Car Wash	52
Gambar 4. 3	Grand Strategy Matrix D’Clean Car Wash	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Grafik Jumlah Pelanggan D'Clean Car Wash Tahun 2024-2025	2
Tabel 1. 2	Perbandingan <i>Rating</i> dan Ulasan Pesaing D'Clean Car Wash	4
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
Tabel 2. 2	Jenis–Jenis Strategi Menurut Fred R. David	17
Tabel 2. 3	Contoh Faktor Kritis Keberhasilan (<i>Critical Success Factors</i>) dalam CPM	18
Tabel 2. 4	<i>Weighted Score Competitive Profile Matrix</i> (CPM)	18
Tabel 2. 5	Contoh Faktor-Faktor yang Membentuk Sumbu dalam Matriks SPACE	20
Tabel 2. 6	Matrix SWOT	27
Tabel 2. 7	Format Umum Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	29
Tabel 3. 1	Faktor Kritis Keberhasilan (Critical Success Factors) dalam CPM	32
Tabel 4. 1	Faktor Keberhasilan Kritis <i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM)	40
Tabel 4. 2	Faktor Internal D'Clean Car Wash	40
Tabel 4. 3	Faktor Eksternal D'Clean Car Wash	41
Tabel 4. 4	Faktor Keberhasilan Kritis CPM	43
Tabel 4. 5	Nilai Rata-Rata Setiap Faktor	45
Tabel 4. 6	Kategori <i>Rating</i> CPM	45
Tabel 4. 7	Rating CPM D'Clean Car Wash dan Pesaing	46
Tabel 4. 8	<i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM) D'Clean Car Wash dan Pesaing....	47
Tabel 4. 9	Urutan Posisi Kompetitif Usaha Cuci Mobil.....	48
Tabel 4. 10	Rekapitulasi Dimensi <i>Financial Position</i> (FP).....	50
Tabel 4. 11	Rekapitulasi Dimensi <i>Competitive Position</i> (CP).....	50
Tabel 4. 12	Rekapitulasi Dimensi <i>Stability Position</i> (SP)	51
Tabel 4. 13	Rekapitulasi Dimensi <i>Industry Position</i> (IP).....	51
Tabel 4. 14	Rekapitulasi <i>SPACE Matrix</i> D'Clean Car Wash	52
Tabel 4. 15	Rekapitulasi Hasil Wawancara <i>Grand Strategy Matrix</i>	53
Tabel 4. 16	Rekapitulasi Penentuan Posisi <i>Grand Strategy Matrix</i>	54
Tabel 4. 17	Matriks SWOT D'Clean Car Wash.....	57
Tabel 4. 18	Alternatif Strategi SWOT D'Clean Car Wash	58
Tabel 4. 19	Alternatif Strategi QSPM D'Clean Car Wash.....	64
Tabel 4. 20	Faktor Keberhasilan Kritis dan Bobot QSPM	65
Tabel 4. 21	Skala Penilaian <i>Attractiveness Score</i> (AS)	66
Tabel 4. 22	QSPM Strategi SO dan WO D'Clean Car Wash	67
Tabel 4. 23	QSPM Strategi ST dan WT D'Clean Car Wash	67
Tabel 4. 24	Rekapitulasi Hasil QSPM D'Clean Car Wash.....	68