

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil *Competitive Profile Matrix* (CPM), D'Clean Car Wash memperoleh total *weighted score* sebesar 2,35 dan menempati peringkat keempat dari lima pesaing di sekitar lokasi usaha. Faktor keberhasilan kritis yang memiliki bobot tertinggi adalah kualitas hasil cuci dan fasilitas tempat cuci mobil, masing-masing sebesar 0,25. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut menjadi aspek utama yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan daya saing D'Clean Car Wash.
2. Berdasarkan hasil *SPACE Matrix*, D'Clean Car Wash berada pada kuadran agresif. Posisi ini menunjukkan bahwa D'Clean Car Wash masih memiliki peluang untuk melakukan strategi pertumbuhan dan pengembangan usaha. Sementara itu, hasil *Grand Strategy Matrix* menunjukkan bahwa D'Clean Car Wash berada pada Kuadran II, yaitu kondisi pertumbuhan pasar relatif cepat, tetapi posisi kompetitif perusahaan masih perlu diperkuat.
3. Berdasarkan hasil *SWOT Matrix*, diperoleh 11 alternatif strategi yang terdiri atas strategi SO, WO, ST, dan WT. Alternatif strategi tersebut berfokus pada peningkatan promosi digital, pengembangan program loyalitas, pengembangan layanan tambahan, peningkatan kualitas hasil pencucian, perbaikan sistem antrian, peningkatan fasilitas, serta penanganan keluhan pelanggan.
4. Berdasarkan hasil perhitungan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), strategi dengan nilai STAS tertinggi adalah strategi WO3, yaitu meningkatkan kenyamanan ruang tunggu dan melakukan kajian penambahan fasilitas hidrolik, dengan nilai STAS sebesar 3,45. Strategi ini menjadi prioritas karena paling sesuai dalam merespons faktor

keberhasilan kritis yang memiliki bobot besar, terutama kualitas hasil cuci dan fasilitas tempat cuci mobil.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada tahap formulasi strategi dan belum mencakup pelaksanaan serta evaluasi hasil strategi. Oleh karena itu, D'Clean Car Wash harus melaksanakan strategi prioritas WO3, yaitu meningkatkan kenyamanan ruang tunggu dan melakukan kajian penambahan fasilitas hidrolik secara bertahap. Setelah strategi diterapkan, D'Clean Car Wash harus melakukan evaluasi secara berkala melalui perubahan *rating* Google, jumlah ulasan positif dan negatif, keluhan pelanggan, waktu pelayanan, serta kepuasan pelanggan untuk mengetahui keberhasilan strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing usaha.
2. Penelitian ini dibatasi pada satu objek usaha, menggunakan data pelanggan periode 2024–2025, serta melibatkan satu narasumber internal dalam memberikan penilaian strategis. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu menggunakan data yang lebih terbaru dengan periode pengamatan yang lebih panjang, melibatkan lebih banyak responden seperti pemilik, pengelola, karyawan, dan pelanggan, serta memperluas jumlah pesaing atau wilayah penelitian. Penelitian berikutnya juga perlu melanjutkan kajian hingga tahap implementasi dan evaluasi agar dapat diketahui pengaruh strategi terhadap kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, jumlah ulasan positif, dan peningkatan *rating* Google D'Clean Car Wash.