

***SERVICE IMPROVEMENT STRATEGY PRINCESS RENTAL CAR KARAWANG
USING SWOT ANALYSIS***

**STRATEGI PENINGKATAN PELAYANAN PRINCESS RENTAL CAR
KARAWANG DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT**

Akhmad¹, N. Neni Triana², Thomas Nadeak³

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2,3}

mn19.akhmad@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, neni.triana@ubpkarawang.ac.id²

thomas.nadeak@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRACT

Service quality is very influential in the business world because it will have an impact on the company's image. In the Princess Rental Car rental business, there are problems related to the service perceived by customers, such as the response to the needs of consumers who are not fast enough and the rental schedule is not organized which results in a mismatch between demand and the number of cars available. The purpose of this research is to maximize the strengths and opportunities strategies, but simultaneously to minimize the weaknesses and threats that affect the Princess Rental Car business. This research method uses a descriptive qualitative approach from the results of interviews and observations which are then analyzed using the SWOT analysis tool. The results of the research and matrix analysis of IFE and EFE obtained Strengths and Opportunities (SO) of 5.44, Strengths and Threats (ST) of 3.65, Weaknesses and Opportunities (WO) of 3.20, Weaknesses and Threats of 1.41. Thus, it can be concluded that Princess Rental Car is in the Quadrant I position, where the x axis = 2.25 and the y axis = 1.79 and supports an aggressive (positive-positive) strategy that allows it to continue to carry out activities, increase business growth and development by how to take advantage of existing strengths and opportunities.

Keywords: SWOT Analysis, Car Rental, Strategy,

ABSTRAK

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh dalam dunia bisnis karena akan berdampak pada citra perusahaan. Dalam usaha jasa sewa mobil Princess Rental Car terdapat permasalahan terkait pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan seperti respon terhadap kebutuhan yang diperlukan konsumen kurang cepat serta jadwal sewa yang tidak terorganisir yang mengakibatkan ketidaksesuaian antara permintaan dan jumlah mobil yang tersedia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memaksimalkan strategi kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) yang memengaruhi bisnis sewa mobil Princess Rental Car. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dari hasil wawancara dan observasi yang selanjutnya dilakukan analisis menggunakan alat analisis SWOT. Hasil penelitian dan analisis matriks IFE dan EFE didapatkan *Strengths* dan *Opportunities* (SO) sebesar 5,44, *Strengths* dan *Threats* (ST) sebesar 3,65, *Weaknesses* dan *Opportunities* (WO) sebesar 3,20, *Weaknesses* dan *Threats* sebesar 1,41. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa Princess Rental Car berada pada posisi Kuadran I, di mana sumbu x = 2,25 dan sumbu y = 1,79 dan mendukung strategi agresif (positif-positif) yang memungkinkan untuk terus melakukan kegiatan, memperbesar pertumbuhan dan perkembangan bisnis dengan cara memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

Kata Kunci: Analisis Swot, Sewa Mobil, Strategi

PENDAHULUAN

Peristiwa globalisasi memengaruhi berbagai bidang kehidupan, termasuk industri transportasi. Peran transportasi sangat penting di negara ini. Produsen, pedagang atau konsumen membutuhkan sarana transportasi untuk melakukan aktivitasnya. Setelah industrialisasi, berbagai penemuan, inovasi, dan

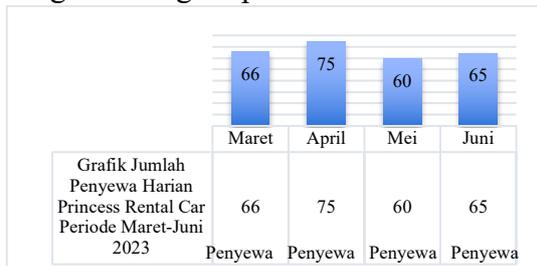
peningkatan baru muncul untuk berbagai moda transportasi.

Saat ini kegiatan pengembangan bisnis di Indonesia sudah mengalami banyak kemajuan yang signifikan dibandingkan sebelumnya. Hal ini dibuktikan dengan semakin berkembangnya kebutuhan masyarakat seperti pangan, sandang, transportasi,

maupun sebagainya yang digunakan supaya kebutuhan sehari-hari dapat terpenuhi.

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (Arianto, 2018) menyebutkan bahwasanya kualitas pelayanan dianggap sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan dan kemanfaatan untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis pelayanan yang ditawarkan perusahaan selama pelanggan berada di perusahaan. Bisnis sewa mobil (rental mobil) adalah suatu bisnis yang cukup menjanjikan terutama saat liburan sekolah, Ramadan, maupun libur tahun baru.

Princess Rental Car merupakan badan usaha milik perorangan yang menyelenggarakan jasa sewa mobil di Karawang. Bertempat di Jl. Galuh Mas Raya No.31, Sukaharja, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361, Princess Rental Car sudah berdiri sejak tahun 2018. Saat ini memiliki jumlah unit kendaraan sewa sebanyak 9 unit dengan berbagai tipe.



Gambar 1. Grafik Jumlah Penyewa Harian Princess Rental Car Periode Maret-Juni 2023

Berdasarkan data yang diperoleh dari Princess Rental Car, penyewaan mobil mengalami fluktuatif (naik-turun) dapat dilihat pada Gambar 1. Pada Bulan Maret menunjukkan sebanyak 66 penyewa, pada bulan April mengalami peningkatan sebanyak 75 penyewa kemudian pada bulan Mei mengalami penurunan menjadi 60 penyewa dan pada bulan Juni sebanyak 65 penyewa.

Seiring perkembangan potensi dan permintaan pasar, perusahaan dituntut untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam bersaing melalui penerapan model bisnis yang tepat sehingga dapat menjadikan tata kelola perusahaan lebih efektif dan efisien. Dalam bisnis jasa sewa mobil ditemukan permasalahan terkait pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan seperti respon terhadap kebutuhan yang diperlukan konsumen kurang cepat serta jadwal sewa yang tidak terorganisir yang mengakibatkan ketidaksesuaian antara permintaan dan jumlah mobil yang tersedia. Sehingga dibutuhkan perencanaan strategis untuk mengetahui apa yang bisa dicapai serta yang harus diperhatikan dalam suatu permasalahan.

Beberapa ahli mendefinisikan analisis SWOT sebagai suatu instrumen perencanaan strategis klasik yang melalui cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam penentuan suatu strategi (Fatimah, 2020). Analisis SWOT merupakan identifikasi dari beberapa faktor dalam merumuskan strategi perusahaan (Kristanto & Muliawati, 2017). Analisis SWOT dianggap sebagai suatu metode yang dipilih dalam evaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), serta ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis (Fatimah, 2020).

Kualitas pelayanan menjadi faktor dominan terhadap keberhasilan organisasi (Arianto & Octavia, 2021). Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Annisa, 2020), bahwasanya posisi pelayanan dari sisi internal berada pada koordinat 0.54, sedangkan sisi eksternalnya berada pada koordinat 0.37 menunjukkan bahwa berada di posisi kuat dan masih memiliki peluang bisnis. Diperkuat oleh penelitian (Jannah et al., 2017) hasil penelitian menunjukkan bahwasanya posisi pelayanan berada di

kuadran I, yang mendukung strategi agresif maupun pertumbuhan karena sumbu y berada di posisi peluang dengan nilai 0.71 dan sumbu x berada di posisi kuat dengan nilai 0.30. Namun berbeda dengan hasil penelitian (Pongantung, 2021) yang menunjukkan posisi pada kuadran III diagram kartesius dengan strategi *Turn around*.

Tujuan dari penelitian ini yakni memaksimalkan strategi kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan mampu mengurangi kelemahan (*weaknesses*) serta ancaman (*threats*) yang memengaruhi bisnis Princess Rental Car.

LANDASAN TEORI

Manajemen Pemasaran

(Sudarsono, 2020) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai “proses perencanaan, pelaksanaan (mencakup pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi) operasi pemasaran di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif”. (Hery, 2019) mendefinisikan Manajemen Pemasaran sebagai “suatu ilmu dan seni dalam pemilihan pasar sasaran sekaligus mendapatkan, menjaga, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Kemudian (Kotler, 2017) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, serta meningkatkan konsumen”.

Menurut beberapa definisi tersebut, bisa disitasikan bahwasanya manajemen pemasaran merupakan suatu ilmu dan seni dalam pemilihan pasar sasaran yang meliputi pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi untuk menarik, mempertahankan, sekaligus meningkatkan konsumen.

Analisis SWOT

(Rangkuti, 2016) mendefinisikan analisis SWOT sebagai “metode perencanaan strategis yang digunakan dalam evaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), serta ancaman (*threats*) dalam suatu proyek maupun spekulasi bisnis”. (Hasiholan, 2021) mendefinisikan analisis SWOT sebagai “suatu analisis yang memberi *output* berupa arahan sekaligus tidak memberikan solusi dalam suatu permasalahan”. Kemudian (Siswanto, 2019) mendefinisikan analisis SWOT sebagai identifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam perumusan strategi.

Menurut beberapa definisi tersebut, bisa disitasikan bahwasanya analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang akan memberikan *output* berupa arahan dan tidak memberikan solusi ajaib dalam sebuah permasalahan.

Pelayanan

Kotler dalam (Mukarom, 2018) mendefinisikan pelayanan sebagai “setiap kegiatan maupun tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang biasanya tidak berwujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun”. (Kasmir, 2017) mendefinisikan pelayanan sebagai perbuatan maupun tindakan seseorang maupun organisasi supaya memberi kepuasan kepada pelanggan maupun sesama karyawan. (Haryanto & Sembiring, 2021) mendefinisikan pelayanan sebagai “suatu aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak lain”.

Menurut beberapa definisi tersebut, pelayanan merupakan suatu perbuatan maupun tindakan seseorang

maupun organisasi untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang maupun jasa dari satu pihak lainnya yang umumnya tidak berwujud bahkan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yakni “suatu metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) di mana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan dianalisis yang bersifat kualitatif lebih menekan pada makna” (Sugiyono, 2018). Analisis deskriptif yaitu “menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi” (Sugiyono, 2019)

Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilaksanakan di bulan Maret-Juni 2023. Populasi tidak digunakan dalam penelitian kualitatif, sebab meneliti kasus tertentu yang dalam situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi tetapi ditransferkan ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari (Sugiyono, 2013). Sampel penelitian ini adalah 5 (lima) orang narasumber di mana sumber data ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu melalui observasi dan wawancara kepada orang yang dianggap mengetahui situasi sosial tersebut yaitu pelanggan Princess Rental Car. Teknik *purposive sampling* menurut (Sugiyono, 2018) adalah “pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa

pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti”.

Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data di penelitian ini dilaksanakan melalui wawancara dan observasi. Observasi dilakukan pada 5 (lima) orang pelanggan Princess Rental Car karena melalui teknik *purposive sampling* di mana kriteria yang diinginkan hanya sebanyak 5 pelanggan dari berbagai kalangan usia, teknik tersebut dipilih untuk memperkuat hasil penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data di penelitian ini menggunakan Analisis SWOT. Data yang telah dikumpulkan lalu diolah dan dianalisis dengan menguraikan faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan perusahaan menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), dan menguraikan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman perusahaan menggunakan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Selanjutnya digambarkan dalam diagram kartesius analisis SWOT dan dibuatkan matriks analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan dari bulan Maret 2023 sampai dengan Juni 2023 bahwa terdapat masalah mengenai pelayanan pada Princess Rental Car, seperti respon terhadap kebutuhan yang diperlukan konsumen kurang cepat serta jadwal sewa yang tidak terorganisir yang mengakibatkan ketidaksesuaian antara permintaan dan jumlah mobil yang tersedia. Sehingga perlu dilakukan analisis bagaimana strategi untuk memperbaiki masalah tersebut. Maka,

peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada 5 (lima) orang narasumber yang merupakan pelanggan Princess Rental Car. Selanjutnya, hasil wawancara tersebut diolah menjadi skala *likert*.

a) Analisis Matriks IFE dan EFE

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) merupakan matriks perusahaan yang menganalisis dua variabel, yakni *strength* (kekuatan) apa saja yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan *weakness* (kelemahan) dari perusahaan tersebut. *Analisis Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix)*, bertujuan untuk “menilai dan mengevaluasi posisi kekuatan dan kelemahan dari faktor internal perusahaan yang meliputi penilaian terhadap area-area fungsional maupun hubungan antar beberapa area tersebut” (Caraka & Rahardjo, 2017)

Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) didefinisikan sebagai suatu strategi untuk merangkum serta mengevaluasi informasi budaya, demografi, ekonomi, hukum, lingkungan, pemerintah, politik, sosial, teknologi, serta persaingan yang dihadapi oleh perusahaan. Analisis EFE Matrix bertujuan memberikan gambaran terkait kemampuan perusahaan dalam menghadapi faktor lingkungan eksternal seperti *opportunities* dan *threats* yang potensial serta sejauh mana perusahaan mampu menghadapi ancaman tersebut sekaligus memanfaatkan peluang yang tersedia (Caraka & Rahardjo, 2017).

Tabel 1. Matriks IFE

No	Faktor Internal Dominan	Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<i>Strengths</i> (Kekuatan)					
1	Biaya sewa yang murah dibandingkan tempat lain	19	0,15	3,8	0,56
2	Persyaratan sewa yang mudah	19	0,15	3,8	0,56
3	Tempat yang strategis karena berada di pusat kota	20	0,16	4,0	0,63
4	Unit kendaraan bervariasi	19	0,15	3,8	0,56
5	Semua unit kendaraan <i>matic</i> sehingga lebih banyak diminati	18	0,14	3,6	0,51

Total <i>Strengths</i> (Kekuatan)		95	0,74	2,82	
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)					
1	Terdapat kompetitor sewa mobil dengan pelayanan lebih baik dari Princess Rental Car	12	0,09	2,4	0,23
2	Respon pelanggan terhadap kurang cepat	9	0,07	1,8	0,13
3	Jumlah unit kendaraan yang terbatas	12	0,09	2,4	0,23
Total <i>Weaknesses</i> (Kelemahan)		33	0,26	0,58	
Total Keseluruhan <i>IFAS</i> (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)		128	1,00	3,40	
X = Selisih Total Kekuatan - Total Kelemahan				2,25	

Diketahui kekuatan terbesar Princess Rental Car yaitu lokasinya yang strategis karena terletak di pusat kota dengan skor 0,63. Kekuatan berikutnya adalah biaya sewa yang murah dibandingkan tempat lain, persyaratan sewa yang mudah, dan unit kendaraan bervariasi dengan skor yang sama yaitu 0,56. Lalu, semua unit kendaraan *matic* sehingga lebih banyak diminati pun menjadi kekuatan Princess Rental Car.

Selain memiliki kekuatan yang dianggap sebagai keunggulan bisnis mereka, Princess Rental Car juga memiliki kelemahan yang menjadi kekurangan mereka. Adanya kompetitor sewa mobil dengan pelayanan lebih baik dari Princess Rental Car dan jumlah unit kendaraan yang terbatas merupakan faktor kelemahan terbesar dengan skor 0,23. Kemudian, kelemahan selanjutnya adalah respon terhadap pelanggan kurang cepat dengan skor 0,13.

Tabel 2. Matriks EFE

No.	Faktor Eksternal	Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<i>Opportunities</i> (Peluang)					
1	Tingginya permintaan rental mobil dari beragam segmentasi konsumen	17	0,20	3,4	0,70
2	Media sosial dapat dikembangkan sebagai sarana untuk promosi	20	0,24	4,0	0,96
3	Dengan kemajuan teknologi dapat dibuat sistem sewa secara elektronik sehingga data	20	0,24	4,0	0,96

dapat terorganisir dan menghindari terjadinya miss					
Total Opportunities (Peluang)	57	0,69	2,62		
Threats (Ancaman)					
1	Rawannya menjadi target operasi pihak yang tidak bertanggung jawab	15	0,18	3	0,54
2	Kompetitor dapat memberikan respon lebih cepat	11	0,13	2,2	0,29
Total Threats (Ancaman)	26	0,31	0,83		
Total Keseluruhan EFAS (External Factor Analysis Summary)					
Y = Selisih Total Peluang - Total Ancaman	83	1,00	3,46		
			1,79		

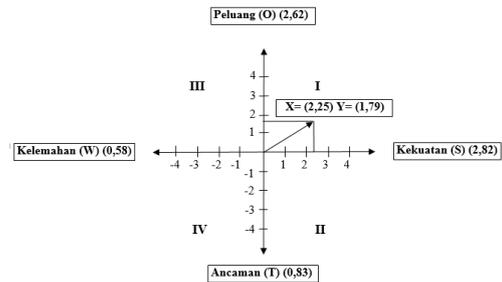
Diketahui peluang tertinggi Princess Rental Car adalah media sosial dapat dikembangkan sebagai sarana untuk promosi, dan dengan kemajuan teknologi dapat dibuat sistem sewa secara elektronik sehingga data dapat terorganisir dan menghindari terjadinya miss pada posisi yang sama yaitu skor 0,96. Peluang selanjutnya adalah tingginya permintaan rental mobil dari beragam segmentasi konsumen dengan skor 0,70.

Selain peluang bisnis, tentunya terdapat ancaman dari lingkungan eksternal, sehingga dianggap sebagai kelemahan bagi bisnis. Ancaman utama Princess Rental Car adalah rawannya menjadi target operasi pihak yang tidak bertanggung jawab dengan skor 0,54. Ancaman lainnya adalah kompetitor dapat memberikan respon lebih cepat dengan skor 0,29.

b) Diagram Kartesius Analisis SWOT

Setelah dilakukan analisis IFE dan EFE, selanjutnya digambarkan ke dalam diagram kartesius analisis SWOT. Sumbu x diperoleh dari selisih total kekuatan dikurangi total kelemahan,

sedangkan sumbu y diperoleh dari selisih total peluang dikurangi total ancaman.



Gambar 2. Diagram Kartesius Analisis SWOT

Diketahui Princess Rental Car berada di Kuadran I, di mana sumbu x = 2,25 dan sumbu y = 1,79. Kuadran I yaitu strategi agresif (positif-positif) yang memungkinkan untuk terus melakukan kegiatan, meningkatkan pertumbuhan serta perkembangan bisnis dengan cara memanfaatkan *strength* dan *opportunities* yang ada.

Dari gambar 2 juga diketahui bagaimana *matriks* kuadran SWOT yang dirincikan seperti berikut:

1. “Kuadran I (positif, positif)
Menandakan suatu strategi yang kuat dan berpeluang, strategi yang diberikan yaitu progresif (memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada)
2. Kuadran II (positif, negatif)
Menandakan suatu strategi yang kuat namun mampu menghadapi tantangan yang besar. Strategi yang diberikan adalah diversifikasi strategi (peluang tidak bisa dimanfaatkan)
3. Kuadran III (negatif, positif)
Menandakan suatu strategi yang lemah namun sangat berpeluang. Strategi yang diberikan adalah ubah strategi (meminimalkan ancaman)
4. Kuadran IV (negatif, negatif)
Menandakan suatu strategi yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Strategi yang diberikan berupa strategi bertahan (*strength* dan *opportunities* yang ada tidak bisa

digunakan dalam pengembangan strategi)”.

Matriks Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis dari seluruh faktor internal dan eksternal yang ada, didapatkan 4 macam strategi berdasarkan karakteristik masing-masing yaitu kombinasi alternatif strategi SO, ST, WO, dan WT dalam matriks analisis SWOT.

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
	Faktor Eksternal	
	Biaya sewa yang murah dibandingkan tempat lain yang mudah Persyaratan sewa yang strategis karena berada di pusat kota Unit kendaraan bervariasi Semua unit kendaraan <i>matic</i> sehingga lebih banyak diminati	Terdapat kompetitor sewa mobil dengan pelayanan lebih baik dari Princess Rental Car Respon terhadap pelanggan kurang cepat Jumlah unit kendaraan yang terbatas
Peluang	Strategi SO	Strategi WO
Dengan kemajuan teknologi dapat dibuat sistem sewa secara elektronik sehingga data dapat terorganisir dan menghindari terjadinya <i>miss</i> Media sosial dapat dikembangkan sebagai sarana untuk promosi Tingginya permintaan rental mobil dari beragam segmentasi konsumen	Pengembangan pemasaran melalui promosi <i>online</i> Memperluas jaringan pemasaran menggunakan <i>database</i> Membuat sistem <i>booking</i> elektronik	Penambahan unit baru Meningkatkan kualitas layanan dengan memberikan respon yang cepat Penambahan admin <i>customer service</i>
Ancaman	Strategi ST	Strategi WT
Kompetitor dapat memberikan respon lebih cepat Rawannya menjadi target operasi pihak yang tidak bertanggung jawab	Memberikan penyewa fotocopy STNK bukan yang asli Memasang <i>Global Positioning System</i> (GPS) untuk memudahkan pelacakan kendaraan Meningkatkan kualitas layanan dengan memberikan respon yang cepat	Memastikan kelengkapan persyaratan administrasi Meminta jaminan balik atas transaksi sewa tersebut

PENUTUP
Kesimpulan

Menurut hasil penelitian dan analisis pada bisnis Princess Rental Car, hasil dari matriks IFE dan EFE didapatkan:

- Strengths* dan *Oppourtunities* (SO) = 5,44,
- Strengths* dan *Threats* (ST) = 3,65,
- Weaknesses* dan *Oppourtunities* (WO) = 3,20,
- Weaknesses* dan *Threats* = 1,41.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Princess Rental Car berada pada posisi Kuadran I, di mana sumbu x = 2,25 dan sumbu y = 1,79 dan mendukung strategi agresif (positif-positif) yang memungkinkan untuk terus melakukan kegiatan, memperbesar pertumbuhan dan perkembangan bisnis dengan cara memanfaatkan *strength* dan *opportunities* yang ada. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk bisnis Princess Rental Car untuk mampu meningkatkan pelayanan melalui kekuatan dan peluang yang diuraik

DAFTAR PUSTAKA

Annisa, M. L. (2020). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Berbasis Swot Pada Online Store Shopee. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 199–210. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V4i1.305>

Arianto, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor* (Vol. 1, Issue 2).

Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98.

- <https://doi.org/10.32493/Drb.V4i2.9867>
- Caraka, P., & Rahardjo, M. (2017). *Pengembangan Strategi Bisnis Menggunakan Metode Ife, Efe, Qspm, Swot Dalam Mengembangkan Bisnis Pt. Xyz*. <http://techno.okezone.com/read/2015/09/19/57/1217340/2015-Pengguna>
- Fatimah. (2020). *Teknik Analisis Swot*. Anak Hebat Indonesia.
- Haryanto, & Sembiring, H. R. U. (2021). *Membangun Pribadi Prima Dalam Pelayanan Publik*. Media Nusa Creative (Mnc Publishing).
- Hasiholan, L. B. S. E. D. A. And A. P. P. (2021). *Peranan Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Franchise Panganan Ringan Di Kota Semarang*. Media Sains Indonesia.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Pt Grasindo.
- Jannah, A., Sulistiyani, E., Administrasi Bisnis, J., & Negeri Semarang, P. (2017). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Berbasis Swot Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Semarang Candisari. In *Jurnal Jobs* (Vol. 3, Issue 2). <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/jobs>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori Dan Praktik*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. And L. K. (2017). *Marketing Management* (15th Ed.).
- Kristanto, T., & Muliawati, C. (2017). Rachman Arief 3) , Dan Syaiful Hidayat 4) Jurusan Teknik Informatika, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya 1),3) Jurusan Teknik Kimia, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya 2) Jurusan Teknik Informatika, Universitas Dr. Soetomo 4) Jl. Arief Rachman Hakim No. 100 Surabaya 1),2),3)
- Jl. Semolowaru No. 84 Surabaya 4) Telp : +6285730370856 1. In *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia* (Issue 2).
- Mukarom, Z. And L. (2018). *Manajemen Pelayanan Publik*. Cv. Pustaka Setia.
- Pongantung. (2021). 76 Manajemen Strategis Pemerintah Desa Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Di Desa Motoling Dua Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan Maria Christina Pongantung Salmin Dengo Rully Mambo. *Ejournal.Unsrat.Ac.Id*.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis Swot*. Pt Gramedia.
- Siswanto, A. And S. M. (2019). *Analisis Swot Dengan Metode Kuesioner*. Cv Pilar Nusantara.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran* (Pertama). Cv Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta