

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan merupakan tantangan bagi setiap perusahaan, terutama dalam era industri 4.0. Kecepatan perubahan dalam segala bidang dengan mengedepankan efisiensi dan pertumbuhan merupakan suatu hal yang perlu disadari oleh semua perusahaan. Perubahan yang cepat dalam industri menuntut perusahaan untuk memiliki daya saing untuk dapat beradaptasi dengan situasi yang dapat berubah dengan cepat (Bal & Erkan, 2019). Daya saing merupakan kemampuan perusahaan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna (Hill *et al.*, 2015). Adanya peningkatan daya saing yang dilakukan oleh perusahaan ditujukan untuk dapat mendorong pemberian manfaat tambahan bagi konsumennya dari penciptaan nilai tambah maupun efisiensi biaya. Selain itu dengan peningkatan daya saing maka perusahaan akan dapat menciptakan kepercayaan dari pasar karena pasar menilai bahwa perusahaan mampu beradaptasi dengan cepat dalam memenuhi kebutuhan pasar.

Adaptasi terhadap perubahan ini perlu disikapi oleh perusahaan dengan melakukan evaluasi terhadap strategi bisnis yang saat ini digunakan, dengan melihat sumber daya yang dimiliki maupun peluang maupun ancaman dari luar. Strategi bisnis dilakukan oleh perusahaan secara berkala untuk membantu perusahaan dalam mengembangkan area apa yang perlu ditingkatkan dan area yang sudah berjalan dengan baik sehingga agar organisasi berfungsi secara efisien, penting untuk memikirkan bagaimana perubahan positif perlu diterapkan (Hill *et al.*, 2015). Perusahaan dapat menata kembali sumber daya yang dimilikinya, merencanakan investasi dan merumuskan strategi-strategi alternatif yang dapat digunakan secara fleksibel untuk menghadapi situasi-situasi yang terjadi baik saat ini maupun di masa yang akan datang (Wheelen & Hunger, 2012). Alternatif strategi bisnis dapat dirumuskan melalui perbandingan antara kekuatan, kelemahan, peluang dan strategi yang harus dilakukan disebut juga analisis SWOT, dimana tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi strategi-strategi apa saja yang

harus dilakukan ketika menghadapi peluang dari luar dan juga hambatan-hambatannya serta membangun dan melindungi kekuatan perusahaan dan berusaha untuk mengeliminir kekurangannya (Pearce & Robinson, 2017). Berdasarkan alternatif-alternatif strategi tersebut, untuk mengevaluasi berbagai strategi alternative secara objektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal yang diidentifikasi sebelumnya digunakan matriks QSPM yang didasarkan pada pandangan responden mengenai kesesuaian kekuatan kelemahan peluang dan ancaman terhadap daya tarik relatif masing-masing strategi alternatif (Fakhim-rashemi et al., 2015).

Pada masa globalisasi saat ini, di Indonesia mengalami persaingan dunia otomotif yang sangatlah ketat (beritatrans, 2019). Perkembangan pada dunia otomotif juga semakin pesat seiring dengan bertambah banyaknya kebutuhan masyarakat yang mampu berguna untuk memenuhi kebutuhannya. Sepeda motor merupakan suatu alat transportasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Banyak orang yang lebih suka mengendarai sepeda motor daripada alat transportasi mobil. Hal ini karena selain lebih cepat dengan menggunakan sepeda motor dapat menghindari kemacetan dan lebih menghemat biaya dalam pengisian bahan bakar. Banyak masyarakat yang melakukan aktivitas sehari-hari seperti pergi berkeja ataupun melakukan hal lain dengan menggunakan sepeda motor. Dengan penggunaan sepeda motor sehari-hari dalam melakukan aktivitas, masyarakat pun harus juga merasa nyaman dalam berkendara di jalan. Untuk itu kendaraan yang dipakai harus selalu dalam keadaan yang baik, agar kendaraan selalu dalam keadaan yang baik maka juga diperlukan pemeliharaan pada sepeda motor dan perbaikan-perbaikan jika terjadi kerusakan maka dari itu dibutuhkanlah jasa bengkel motor.

Dengan seiringnya peningkatan mobilitas masyarakat, hal itu membuat terjadinya peningkatan jumlah sepeda motor di Indonesia dari tahun ke tahun. Dari data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AIS, 2020) sepanjang tahun 2019 telah melakukan penjualan sepeda motor mencapai 6.487.460 unit. Berkaitan dengan adanya hal tersebut, secara tidak langsung akan dapat memperluas peluang usaha dalam dunia perbengkelan. Meningkatnya jumlah sepeda motor akan juga dapat meningkatkan permintaan konsumen dalam melakukan perawatan sepeda

motor. Dari situlah muncul sebuah peluang yang tidak disia-siakan oleh oknum lain untuk mengambil peluang dalam mendirikan sebuah bengkel motor. Hal ini dapat dilihat dari muncul banyaknya bengkel motor baru yang menawarkan jasa perawatan sepeda motor dengan berbagai macam harga yang bersaing. Menurut Jogiyanto (2008,15) Bengkel motor adalah tempat yang melakukan perbaikan maupun perubahan motor agar dapat kembali berjalan dengan baik sesuai dengan keinginan pemilik atau bentuk asli dari sepeda motor tersebut.

Menurut (infopeluangusaha, 2014) dalam pengambilan peluang usaha bengkel motor merupakan peluang yang cukup menjanjikan dalam meraih keuntungan yang cukup besar. Hal ini karena dari tahun ke tahun perkembangan kendaraan sepeda motor di Indonesia semakin pesat sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai peluang usaha yang tepat bagi calon pengusaha bengkel motor.

Salah satu bengkel yang mengambil peluang tersebut adalah Bengkel motor Sinar Sakti. Bengkel motor Sinar Sakti merupakan salah satu usaha dibidang otomotif yang menjual jasa layanan serta berbagai macam sparepart untuk kebutuhan motor konsumen. Bengkel ini berdiri pada Tanggal 1 Januari 1994 yang terletak di Jalan Bandungrejo Mranggen. Pada awal berdiri perusahaan ini belum memiliki tempat sendiri untuk menjalankan usahanya dan masih menyediakan jasa layanan *service* serta sparepart seadanya. Dengan seiring berjalannya waktu bengkel ini dapat terus berkembang sehingga pada akhirnya perusahaan ini dapat membeli tempat sendiri untuk melanjutkan usaha tersebut, selain itu sekarang perusahaan ini sudah dapat menyediakan berbagai macam sparepart untuk kebutuhan motor konsumen.

Bengkel motor Sinar Sakti juga melakukan beberapa usaha untuk menjaring konsumen agar lebih banyak seperti dengan cara melakukan antar jemput kendaraan konsumen yang akan diperbaiki sehingga konsumen tidak harus langsung datang ke bengkel, memberikan fasilitas-fasilitas tambahan untuk konsumen, serta lebih menyediakan dan memperlengkap sparepart sepeda motor.

Dengan seiring berjalannya waktu bengkel motor Sinar Sakti justru mengalami penurunan jumlah konsumen yang melakukan *service* di bengkel ini dalam kurun waktu beberapa Tahun terakhir. Berikut adalah tabel penurunan *unit entry* di bengkel motor Sinar Sakti selama kurun waktu 3 tahun terakhir.

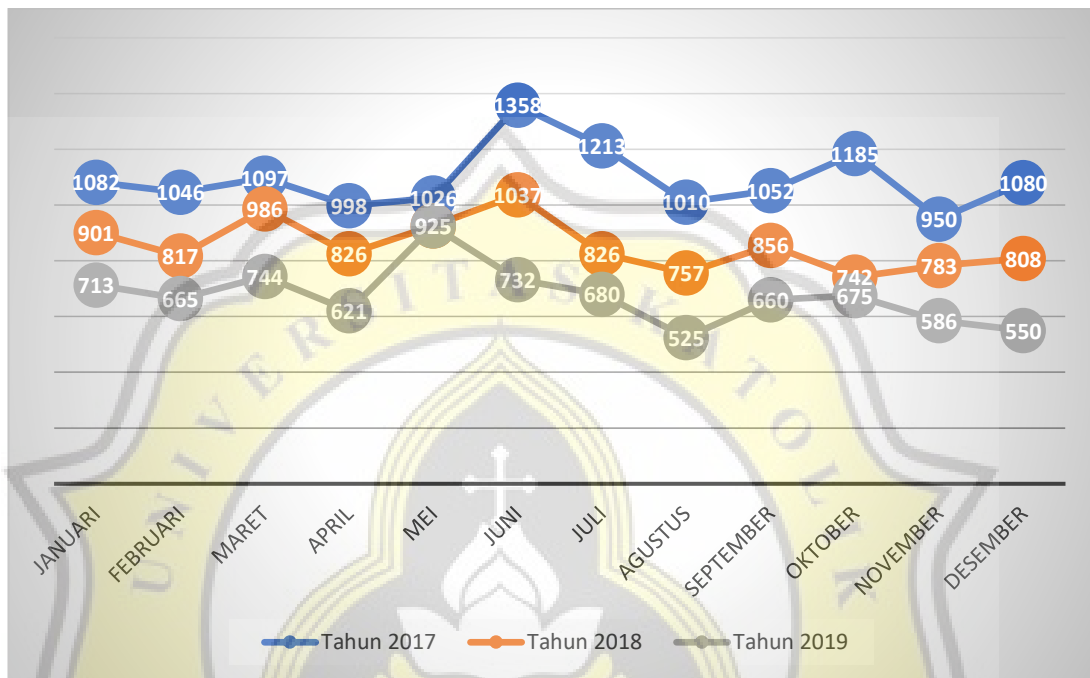
Tabel 1.1 Jumlah Unit Entry Tahun 2017-2019

Bulan	Unit Entry		
	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019
Januari	1082	901	713
Februari	1046	817	665
Maret	1097	986	744
April	998	826	621
Mei	1026	925	925
Juni	1358	1037	732
Juli	1213	826	680
Agustus	1010	757	525
September	1052	856	660
Oktober	1185	742	675
November	950	783	586
Desember	1080	808	550
Total	13.097	10.264	8076

Sumber : bengkel motor Sinar Sakti, 2020

Gambar 1.1

Grafik Fluktuasi Jumlah Unit Entry Bengkel Motor Sinar Sakti Tahun 2017-2019



Sumber : bengkel motor Sinar Sakti, 2020

Dengan adanya permasalahan tersebut, maka bengkel motor Sinar Sakti dapat mengembangkan strategi bersaing dengan cara menganalisa kekuatan dan kelemahan antara bengkel motor Sinar Sakti dengan bengkel motor lainnya. Pengembangan strategi bersaing ini memiliki tujuan agar bengkel motor Sinar Sakti dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal sehingga dapat memperoleh keunggulan dalam bersaing dengan bengkel motor lainnya serta dapat memenuhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu peneliti memilih bengkel motor Sinar Sakti sehingga dapat lebih mengembangkan usaha bengkel tersebut dengan menggunakan analisis *Strength, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT). Berikut merupakan indikator SWOT dari bengkel motor Sinar Sakti yaitu kekuatan atau *strength* (Letak usaha yang strategis, spare part lengkap, pelayanan ramah dan cepat, melayani antar/jemput sepeda motor konsumen yang akan diperbaiki, menyediakan fasilitas tambahan seperti makanan ringan/minuman instant),

kelemahan atau *weakness* (Kurangnya tenaga kerja/mechanik, kurangnya fasilitas ruang tunggu bagi konsumen, harga layanan yang lebih tinggi), peluang atau *opportunities* (Meningkatnya kebutuhan perawatan sepeda motor dan meningkatnya jumlah pengguna sepeda motor), ancaman atau *threats* (Terbatasnya tenaga kerja terampil dan muncul banyaknya pesaing-pesaing baru).

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA BENGKEL MOTOR SINAR SAKTI DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka dapat dirumuskan :
Bagaimana menetapkan strategi pengembangan bisnis di bengkel motor Sinar Sakti dengan menggunakan analisis SWOT.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menemukan strategi dalam pengembangan usaha pada bengkel motor Sinar Sakti dengan menggunakan analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi saran dan referensi bagi pihak pengusaha bengkel motor sehingga dapat melakukan evaluasi kembali terhadap aspek internal dan eksternal agar dapat menghadapi persaingan bengkel motor yang semakin ketat.

1.4.2 Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan/referensi bagi penelitian tentang strategi pengembangan usaha bengkel motor.