

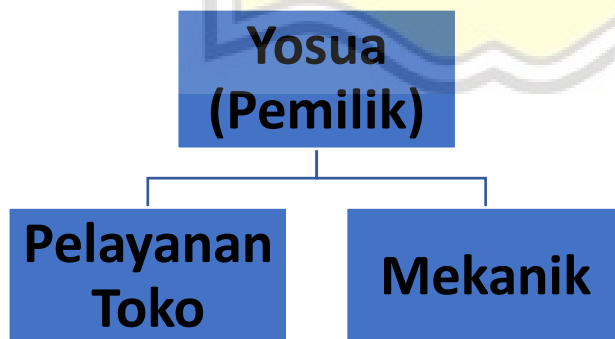
## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Bisnis Bengkel Yos garage merupakan salah satu usaha yang bergerak pada di bidang bengkel. Bengkel Yos garage didirikan sejak tahun 2018 dengan pemilik bernama Yosua. Didirikannya usaha ini pada saat itu karena Yosua memiliki keterampilan dalam dunia bengkel terkhusus roda 2 atau sepeda motor pada saat itu di Jl. Taman raya belum banyak yang membuka bengkel sepeda motor. Pada akhirnya Yosua memutuskan untuk membuka usaha bengkel sepeda motor. Pada saat ini Yosua membuka bengkel dengan modal yang terbatas dan tidak memiliki karyawan. Bermula dari modal kecil dan konsumen orang orang di sekitar kompleks dan sekarang banyak orang yang memngetahui bengkel Yos garage sekarang bengkel Yos garage memiliki karyawan yang hingga sekarang bekerja adalah 1 orang karyawan dan 1 orang mekanik. Pada tahun 2018-2021 banyak munculnya pesaing-pesaing membuat kompetisi semakin ketat di dunia bengkel seperti Sakti motor yang sudah ada dari tahun 2010 dan memiliki modal besar dan lahan yang cukup luas. Alamat bengkel Yos garage berada di Jl. Taman raya Kota Cirebon Jawa barat

#### 4.2 Struktur Organisasi Bengkel Yos Garage



Gambar 4.1

#### 4.2.1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik, 1 Pelayan Toko, dan 1 Mekanik yang telah melakukan pengisian dalam variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta akan mengisi bobot dan juga rating pada setiap variabel yang ada. Sedangkan 10 orang konsumen dari Bengkel Yos garage hanya digunakan sebagai mengkonfirmasi untuk data penelitian SWOT ini.

#### 4.3 Variabel SWOT

Berdasarkan hasil survey ditemukan bahwa faktor internal yang mempengaruhi arah dan tindakan internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan termasuk semua situasi yang ada. Kekuatan mempengaruhi pendekatan dan menentukan kompetitornya. faktor internal menentukan kelebihan dan kekurangan yang menjadi dasar/prinsip dalam perusahaan. Pada dasarnya, faktor eksternal adalah kemungkinan dan risiko yang akan menjadi strategi dasar di masa depan.

Tabel 4.1 Variabel SWOT Bengkel Yos garage

SWOT	Analisis SWOT Bengkel Yos garage
Kekuatan	Yos garage menerima pesanan sparepart kondisi bekas atau baru yang harus terlebih dahulu inden
	Usaha Yos garage mudah untuk diketahui konsumen pengguna motor karena di pinggir jalan
	Yos garage menyediakan berbagai macam sparepart sesuai dengan keinginan konsumen
	Yos garage menyediakan bengkel untuk tune up, servis, dan penggantian sparepart dengan peralatan yang lengkap

	Kecepatan dalam menyelesaikan servis motor menjadi kunci utama bengkel ini menjadi ramai
	Yos garage juga menerima dan melayani servis motor dengan teknologi injeksi yang menggunakan computer
Kelemahan	Yos garage memiliki sumber daya keuangan yang terbatas
	Yos garage memiliki lahan penyimpanan yang terbatas
	Yos garage Kurang link di kalangan komunitas-komunitas motor
	Ruang tunggu tidak ber ac dan kurang nyaman di bandingkan dealer
	Bengkel tidak sebersih dealer motor besar seperti Yamaha dan Honda
Peluang	Makin bertambahnya jenis motor baru tiap tahunnya
	Berubahnya teknologi sepeda motor menjadi injection
	Makin maraknya kebutuhan jasa servis jemput ke rumah
	Makin bertambah jasa setting motor untuk motor racing
Ancaman	Makin bertambahnya competitor sparepart motor
	Kenaikan price list yang terus berubah-ubah

	Bertambahnya dealer motor di kota Cirebon
	Mekanik tidak masuk di saat bengkel sedang ramai

#### **4.4 Tanggapan Responden Konsumen terhadap kekuatan Bengkel Yos Garage**

Kekuatan / Strength Variabel kekuatan merupakan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan ini seperti : Yos garage menerima pesanan sparepart kondisi bekas atau baru yang harus terlebih dahulu inden, Usaha Yos garage mudah untuk diketahui konsumen pengguna motor karena di pinggir jalan, Yos garage menyediakan berbagai macam sparepart sesuai dengan keinginan konsumen, Yos garage menyediakan bengkel untuk tune up, servis, dan penggantian sparepart dengan peralatan yang lengkap, Kecepatan dalam menyelesaikan servis motor menjadi kunci utama bengkel ini menjadi ramai, Yos garage juga menerima dan melayani servis motor dengan teknologi injeksi yang menggunakan computer, Harga yang kompetitif data variabel kekuatan diperoleh dari konsumen selaku responden variabel kekuatan bengkel Yos garage dengan cara mengisi kuesioner.

Hasil dari jawaban konsumen tersebut guna untuk mensamakan hal atau indikator yang dirasakan oleh konsumen apakah sama dengan yang di anggap perusahaan baik. Berikut adalah tanggapan responden 10 orang konsumen:

Tabel 4.2 Hasil Pengisian Kuesioner Kekuatan Responden Konsumen



No	Pertanyaan	Responden										Rating	Sama atau tidak	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Kekuatan														
1	Yos garage menerima pesanan sparepart bekas dan baru yang harus inden dahulu	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Konsumen juga merasakan sama
2	Usaha Yos garage mudah untuk diketahui konsumen pengguna motor	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3.2	Konsumen juga merasakan sama
3	Yos garage menyediakan berbagai macam sparepart sesuai dengan keinginan konsumen	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Konsumen juga merasakan sama
4	Yos garage menyediakan bengkel untuk tune up, servis, dan penggantian sparepart dengan peralatan yang lengkap	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3.8	Konsumen juga merasakan sama
5	Kecepatan dalam menyelesaikan servis motor menjadi kunci utama bengkel ini menjadi ramai	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3.9	Konsumen juga merasakan sama
6	Yos garage juga menerima dan melayani servis motor dengan teknologi injeksi yang menggunakan komputer	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3.3	Konsumen juga merasakan sama
7	Harga yang kompetitif	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	Konsumen juga merasakan sama

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner kekuatan responden konsumen adalah:

1. Konsumen juga merasakan hal yang sama Yos garage menerima pesanan sparepart kondisi bekas atau baru yang harus terlebih dahulu inden karena memang Yos garage menjual sparepart bekas dan baru dan bila jika memang

barang itu tidak kita bisa indenkan jadi konsumen tidak pusing mencari kemana

2. Konsumen juga merasakan hal yang sama Usaha Yos garage mudah untuk diketahui konsumen pengguna motor karena berlokasi di pinggir jalan yang gampang di jangkau oleh konsumen
3. Konsumen juga merasakan hal yang sama Yos garage menyediakan berbagai macam sparepart sesuai dengan keinginan konsumen dengan kata lain lengkap mencari yang murah dan sesuai dengan kantong konsumen
4. Konsumen juga merasakan hal yang sama Yos garage menyediakan bengkel untuk tune up, servis, dan penggantian sparepart dengan peralatan yang lengkap kita mengerjakan motor di dukung dengan alat yang lengkap jadi memang sesuai dengan prosedur yang di gunakan oleh bengkel resmi merk motor
5. Konsumen juga merasakan hal yang sama Kecepatan dalam menyelesaikan servis motor menjadi kunci utama bengkel ini menjadi ramai kerana memang konsumen itu menyukai kecepatan dalam mengerjakan suatu kerusakan motor
6. Konsumen juga merasakan hal yang sama Yos garage juga menerima dan melayani servis motor dengan teknologi injeksi yang menggunakan computer dengan kata lain mengikuti teknologi motor yang sedang di pakai di jaman sekarang ini

- Konsumen juga merasakan hal yang sama Harga yang kompetitif karena itu yos garage banyak konsumen berdatangan karena harga yang berperan dalam tingkat keramaian

#### 4.4.1 Tanggapan Responden terhadap Kekuatan Bengkel Yos garage

Berdasarkan tanggapan responden terhadap kekuatan Bengkel Yos garage yang didapat dari pemilik, 1 pelayan toko dan 1 mekanik maka didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.3 Tanggapan Pemilik Pelayan Toko dan Mekanik terhadap kekuatan Bengkel Yos garage

No	Critical Success Factor	Rating			Kategori
		Pemilik	Pelayan Toko	Mekanik	
1	Yos garage menerima pesanan sparepart bekas dan baru yang harus inden dahulu	4	4	4	Kekuatan Utama
2	Usaha Yos garage mudah untuk diketahui konsumen pengguna motor	4	4	4	Kekuatan Utama
3	Yos garage menyediakan berbagai macam sparepart sesuai dengan keinginan konsumen	3	4	3	Kekuatan Utama
4	Yos garage menyediakan bengkel untuk tune up, servis, dan penggantian sparepart dengan peralatan yang lengkap	3	4	4	Kekuatan Utama
5	Kecepatan dalam menyelesaikan servis motor menjadi kunci utama bengkel ini menjadi ramai	3	3	3	Kekuatan Utama
6	Yos garage juga menerima dan melayani servis motor dengan teknologi injeksi yang menggunakan komputer	3	3	3	Kekuatan Utama
7	Harga yang kompetitif	4	4	4	Kekuatan Utama

Berdasarkan rating responden penelitian, faktor-faktor yang dipandang menjadi kekuatan Bengkel Yos garage adalah sebagai berikut :

- Yos garage menerima pesanan sparepart kondisi bekas atau baru yang harus terlebih dahulu inden karena memang Yos garage menjual sparepart



bekas dan baru dan bila jika memang barang itu tidak kita bisa indenkan jadi konsumen tidak pusing mencari kemana

2. Usaha Yos garage mudah untuk diketahui konsumen pengguna motor karena berlokasi di pinggir jalan yang gampang di jangkau oleh konsumen
3. Yos garage menyediakan berbagai macam sparepart sesuai dengan keinginan konsumen dengan kata lain lengkap mencari yang murah dan sesuai dengan kantong konsumen
4. Yos garage menyediakan bengkel untuk tune up, servis, dan penggantian sparepart dengan peralatan yang lengkap kita mengerjakan motor di dukung dengan alat yang lengkap jadi memang sesuai dengan prosedur yang di gunakan oleh bengkel resmi merk motor
5. Kecepatan dalam menyelesaikan servis motor menjadi kunci utama bengkel ini menjadi ramai kerana memang konsumen itu menyukai kecepatan dalam mengerjakan suatu kerusakan motor
6. Yos garage juga menerima dan melayani servis motor dengan teknologi injeksi yang menggunakan computer dengan kata lain mengikuti teknologi motor yang sedang di pakai di jaman sekarang ini
7. Harga yang kompetitif karena itu yos garage banyak konsumen berdatangan karena harga yang berperan dalam tingkat keramaian

Jawaban Responden Internal tentang kekuatan kemudian di konfirmasi dengan jawaban konsumen

No	Indikator Kekuatan	Rating	
		Internal	Eksteral
1	Yos garage menerima pesanan sparepart kondisi bekas atau baru yang harus terlebih dahulu inden	4	4
2	Usaha Yos garage mudah untuk diketahui konsumen pengguna motor	4	3.2
3	Yos garage menyediakan berbagai macam sparepart sesuai dengan keinginan konsumen	3,3	4
4	Yos garage menyediakan berbagai macam sparepart sesuai dengan keinginan konsumen	3,6	3.8
5	Kecepatan dalam menyelesaikan servis motor menjadi kunci utama bengkel ini menjadi ramai	3	3.9
6	Kecepatan dalam menyelesaikan servis motor menjadi kunci utama bengkel ini menjadi ramai	3	3.3
7	Harga yang kompetitif	4	4

Bila Rating Internal dan Eksternal menunjukkan hal yang sama dalam 7 Kekuatan utama maka menjadi Kekuatan Bengkel Yos garage bila sebaliknya maka 7 Kekuatan itu harus ada yang di hapus yang tidak sesuai.

#### 4.4.2 Tanggapan Responden terhadap Kelemahan Bengkel Yos garage

Berdasarkan tanggapan responden terhadap kelemahan Bengkel Yos garage yang didapat dari didapat dari pemilik, 1 pelayan toko dan 1 mekanik maka didapatkan didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.4 Tanggapan Pemilik Pelayan Toko dan Mekanik terhadap kelemahan Bengkel Yos garage

No	Critical Success Factor Kelemahan	Rating			Kategori
		Pemilik	Pelayan Toko	Mekanik	
1	Yos garage memiliki sumber daya keuangan yang terbatas	2	2	2	Kelemahan kecil
2	Yos garage memiliki lahan penyimpanan yang terbatas	1	1	1	Kelemahan kecil
3	Yos garage Kurang link di kalangan komunitas-komunitas motor	2	1	2	Kelemahan kecil
4	Ruang tunggu tidak berac dan kurang nyaman di bandingkan dealer	2	2	2	Kelemahan kecil
5	Bengkel tidak sebersih dealer motor besar seperti Yamaha dan Honda	1	1	1	Kelemahan kecil

Berdasarkan rating responden penelitian, faktor-faktor yang dipandang menjadi kelemahan Bengkel Yos garage adalah sebagai berikut :

1. Yos garage memiliki sumber daya keuangan yang terbatas salah satu kelemahan bengkel Yos garage yaitu sumber keuangan karena memang modal membuka bengkel dengan dana yang minim

2. Yos garage memiliki lahan penyimpanan yang terbatas lahan menyimpan stok barang menjadi kelemahan juga karena memang lahan bengkel tidak terlalu besar
3. Yos garage Kurang link di kalangan komunitas-komunitas motor link dengan komunitas juga sangat penting karena bisa menjadi ajang promosi bengkel
4. Ruang tunggu tidak ber ac dan kurang nyaman di bandingkan dealer ruang tunggu juga tidak seperti dealer yang ruang tunggu nya nyaman dan ber ac
5. Bengkel tidak sebersih dealer motor besar seperti Yamaha dan Honda karena memang bengkel bukan bengkel resmi merk motor tertentu

#### 4.4.3 Tanggapan Responden terhadap Peluang Bengkel Yos garage

Berdasarkan tanggapan responden terhadap Peluang Bengkel Yos garage yang didapat dari didapat dari pemilik, 1 pelayan toko dan 1 mekanik maka didapatkan didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut :

Tabel 4.5 Tanggapan Pemilik Pelayan Toko dan Mekanik terhadap Peluang Bengkel Yos garage

No	Critical Success Factor Peluang	Rating			Kategori
		Pemilik	Pelayan Toko	Mekanik	
1	Makin bertambahnya jenis motor baru tiap tahunnya	3	4	4	Respon Superior
2	Berubahnya teknologi sepeda motor menjadi injection	4	4	4	Respon Superior
3	Makin maraknya kebutuhan jasa servis jemput	3	3	3	Respon Superior
4	Makin bertambah jasa setting motor untuk motor racing	3	3	4	Respon Superior

Berdasarkan rating responden penelitian, faktor-faktor yang dipandang menjadi Peluang Bengkel Yos garage adalah sebagai berikut :

1. Makin bertambahnya jenis motor baru tiap tahunnya menjadi salah satu peluang yang terus di manfaatkan
2. Berubahnya teknologi sepeda motor menjadi injection bengkel Yos garage juga siap dengan perubahan tekonlogi motor
3. Makin maraknya kebutuhan jasa servis jemput ke rumah suatu layanan yang meningkat peminatnya
4. Makin bertambahnya jasa setting untuk motor racing di kalangan anak muda motor standar di rekayasa menjadi motor semi racing

#### 4.4.4 Tanggapan Responden terhadap Ancaman Bengkel Yos garage

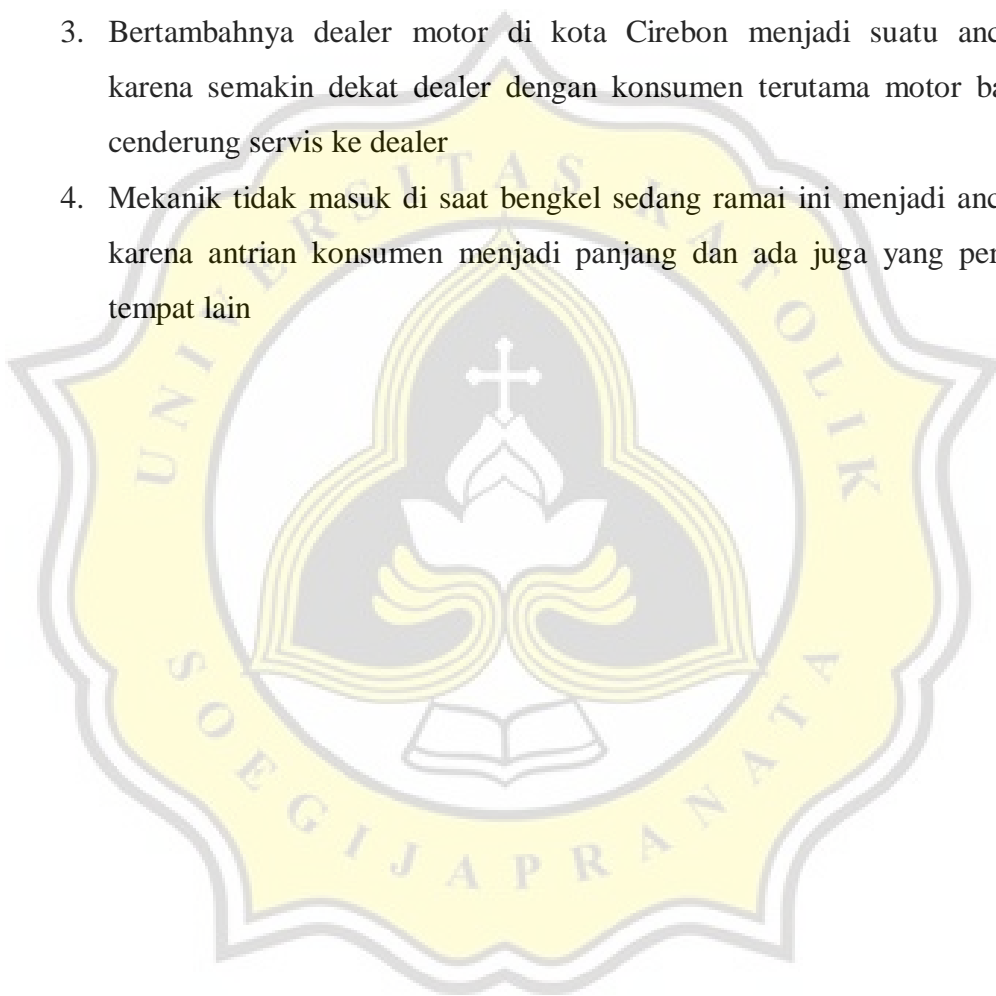
Berdasarkan tanggapan responden terhadap Ancaman Bengkel Yos garage yang didapat dari didapat dari pemilik, 1 pelayan toko dan 1 mekanik maka didapatkan didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut :

Tabel 4.6 Tanggapan Pemilik Pelayan Toko dan Mekanik terhadap ancaman Bengkel Yos garage

No	Critical Success Factor Ancaman	Rating			Kategori
		Pemilik	Pelayan Toko	Mekanik	
1	Makin bertambahnya competitor sparepart motor	3	2	4	Respon di bawah rata-rata
2	Kenaikan price list yang terus berubah-ubah	4	2	2	Respon di bawah rata-rata
3	Bertambahnya dealer motor di kota Cirebon	3	2	3	Respon di bawah rata-rata
4	Mekanik tidak masuk di saat bengkel sedang ramai	3	3	2	Respon di bawah rata-rata

Berdasarkan rating responden penelitian, faktor-faktor yang dipandang menjadi Ancaman Bengkel Yos garage adalah sebagai berikut :

1. Makin bertambahnya competitor sparepart motor menjadi suatu ancaman bengkel Yos garage
2. Kenaikan price list yang terus berubah-ubah mengakibatkan konsumen merasa bahwa harga nya mahal karena terus naik
3. Bertambahnya dealer motor di kota Cirebon menjadi suatu ancaman karena semakin dekat dealer dengan konsumen terutama motor baru ia cenderung servis ke dealer
4. Mekanik tidak masuk di saat bengkel sedang ramai ini menjadi ancaman karena antrian konsumen menjadi panjang dan ada juga yang pergi ke tempat lain



#### 4.5 Internal Factor Evaluation (IFE)

Tabel 4.7 Analisis Matriks IFE Bengkel Yos garage

No	Critical Success Factor	Rating			Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating
		Pemilik	Pelayan Toko	Mekanik				
1	Yos garage menerima pesanan sparepart bekas dan baru yang harus inden dahulu	4	4	4	12	0,12	4	0,48
2	Usaha Yos garage mudah untuk diketahui konsumen pengguna motor	4	4	4	12	0,12	4	0,48
3	Yos garage menyediakan berbagai macam sparepart sesuai dengan keinginan konsumen	3	4	3	10	0,1	3,3	0,33
4	Yos garage menyediakan bengkel untuk tune up, servis, dan penggantian sparepart dengan peralatan yang lengkap	3	4	4	11	0,11	3,6	0,39
5	Kecepatan dalam menyelesaikan servis motor menjadi kunci utama bengkel ini menjadi ramai	3	3	3	9	0,09	3	0,27
6	Yos garage juga menerima dan melayani servis motor dengan teknologi injeksi yang menggunakan komputer	3	3	3	9	0,09	3	0,27
7	Harga yang kompetitif	4	4	4	12	0,12	4	0,48
	Total				75	0,66		2,7
	Kelemahan							
1	Yos garage memiliki sumber daya keuangan yang terbatas	2	2	2	6	0,06	2	0,12
2	Yos garage memiliki lahan penyimpanan yang terbatas	1	1	1	3	0,03	1	0,03
3	Yos garage kurang link di kalangan komunitas-komunitas motor	2	1	2	5	0,05	1,6	0,08
4	Ruang tunggu kurang nyaman di bandingkan dealer	2	2	2	6	0,06	2	0,12
5	Bengkel tidak sebersih dealer motor besar seperti Yamaha dan Honda	1	1	1	3	0,03	1	0,03
	Total				23			0,46
	Total Keseluruhan				98	1.00		3,16

Matriks IFE dibentuk dengan cara mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Bobot ditentukan oleh rata-rata pemilik, pelayan toko dan mekanik karena pemilik, pelayan toko dan mekanik yang paling mengetahui kondisi perusahaan, Jumlah dari seluruh bobot adalah 1,00 dengan besar kecilnya bobot dilakukan sesuai dengan tingkat penting tidaknya faktor. Perhitungan bobot untuk faktor internal (Yos garage menerima pesanan sparepart bekas dan baru yang harus inden dahulu) didapat dari total jawaban 3 responden dibagi dengan total IFE perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Bobot} = 12:98 = 0,12$$

Untuk Total Bobot IFE harus sama dengan 1,00. Perhitungan rating untuk faktor internal (Bahan baku yang digunakan merupakan produk yang unggul) didapat dari total jawaban 3 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Rating} = 12:3 = 4$$

Perhitungan B x R untuk faktor internal (Yos garage menerima pesanan sparepart bekas dan baru yang harus inden dahulu) didapat didapat dari perkalian bobot dan Rating. Perhitungannya adalah:

$$\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0,12 \times 4 = 0,03$$

Total seluruh nilai tertimbang pada faktor internal didapat dari total bobot x rating pada keseluruhan faktor internal tersebut. Adapun perhitungannya adalah:

$$0,48+0,48+0,33+0,39+0,27+0,27+0,48+0,12+0,03+0,08,+0,12+0,03+= 3,16$$

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa critical success factor yang dianggap terpenting oleh rata-rata responden adalah Bengkel Yos garage menerima pesanan sparepart bekas dan baru yang harus inden dahulu, Usaha Yos garage mudah untuk diketahui konsumen pengguna motor, dan harga yang kompetitif dengan bobot 0,12. Sedangkan critical success factor yang memiliki nilai terendah adalah Bengkel Yos garage memiliki lahan penyimpanan yang terbatas dan bengkel tidak sebersih dealer motor besar seperti Yamaha dan Honda dengan bobot 0,03. Hasil ini menunjukkan bahwa



responden merasa faktor kekuatan dari Bengkel Yos garage dipandang memiliki bobot yang lebih dipertimbangkan dibandingkan dengan kelemahan Bengkel Yos garage.

Rating diberikan dengan cara membandingkan kekuatan perusahaan dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Semakin tinggi kekuatan perusahaan dibandingkan dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan cara membandingkan kelemahan perusahaan dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Semakin lemah perusahaan dibandingkan dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan skala 1-4. Rating didapatkan dari jumlah factor variable responden dibagi jumlah responden terhadap kekuatan maupun kelemahan Bengkel Yos garage menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki prioritas yang sama dalam kekuatan maupun kelemahannya.

Hasil pada perhitungan rating matriks IFE menunjukkan bahwa hasil jawaban responden memiliki kesamaan dengan setuju akan prioritas dan kondisi dari kekuatan serta kelemahan yang dimiliki oleh Bengkel Yos garage saat ini. Rating dengan nilai terbesar adalah pada Kekuatan Bengkel Yos garage yaitu Yos garage menerima pesanan sparepart bekas dan baru yang harus inden dahulu, Usaha Yos garage mudah untuk diketahui konsumen pengguna motor, dan harga yang kompetitif adalah 4, sedangkan yang memiliki respon yang sangat buruk ada pada kelemahan yaitu Bengkel Yos garage memiliki lahan penyimpanan yang terbatas dan bengkel tidak sebersih dealer motor besar seperti Yamaha dan Honda dengan rating 1.

Berdasarkan skor, dapat dilihat hasilnya adalah 3,16, skor ini akan dimasukkan dalam matriks Internal Eksternal (IE). Hasil ini menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh Bengkel Yos garage lebih kuat dibandingkan dengan kelemahannya. Hasil dari matriks IFE di atas menunjukkan bahwa skor pada kekuatan yang menunjukkan indikator kekuatan yang terkuat adalah Bengkel Yos garage menerima pesanan sparepart bekas dan baru yang harus inden dahulu, Usaha Yos garage mudah untuk diketahui konsumen pengguna motor, dan harga yang kompetitif. Indikator kelemahan yang paling tinggi adalah Bengkel Yos garage memiliki lahan penyimpanan yang terbatas dan bengkel tidak sebersih dealer motor besar seperti Yamaha dan Honda.

#### 4.6 Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Tabel 4.8 Analisis Matriks EFE Bengkel Yos garage

No	Critical Success Factor	Rating			Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating
		Pemilik	Pelayan Toko	Mekanik				
1	Makin bertambahnya jenis motor baru tiap tahunnya	3	4	4	11	0,14	3,6	0,5
2	Berubahnya teknologi sepeda motor menjadi injection	4	4	4	12	0,16	4	0,64
3	Makin maraknya kebutuhan jasa servis jemput	3	3	3	9	0,12	3	0,36
4	Makin bertambah jasa setting motor untuk motor racing	3	3	4	10	0,13	3,3	0,42
	Total				42			1,92
	Ancaman							
1	Makin bertambahnya competitor sparepart motor	3	2	4	9	0,12	3	0,36
2	Kenaikan price list yang terus berubah-ubah	4	2	2	8	0,1	2,6	0,26
3	Bertambahnya dealer di kota Cirebon	3	2	3	8	0,1	2,6	0,26
4	Mekanik tidak masuk di saat bengkel sedang ramai	3	3	2	8	0,1	2,6	0,26
	Total				33	1,00		1,14
	Total keseluruhan				75			3,06

Matriks EFE dibentuk dengan cara mendaftar semua peluang dan ancaman yang masuk dalam critical success factors. Bobot ditentukan oleh Pemilik, Pelayan toko dan Mekanik karena dipandang yang paling mengetahui kondisi perusahaan. Jumlah dari seluruh bobot adalah 1,00 dengan besar kecilnya bobot dilakukan sesuai dengan tingkat penting tidaknya faktor. Perhitungan bobot untuk faktor eksternal (Berubahnya teknologi sepeda motor menjadi injection) didapat dari total jawaban 3 responden dibagi dengan total EFE perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Bobot} = 12:75 = 0,16$$

Untuk Total Bobot EFE harus sama dengan 1,00. Perhitungan rating untuk faktor eksternal (Berubahnya teknologi sepeda motor menjadi injection) didapat dari total jawaban 3 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Rating} = 12:3 = 4$$

Perhitungan B x R untuk faktor eksternal (Berubahnya teknologi sepeda motor menjadi injection) didapat dari perkalian bobot dan Rating. Perhitungannya adalah:

$$\text{Bobot} \times \text{Rating} = 0,16 \times 4 = 0,64$$

Total seluruh nilai tertimbang pada faktor internal didapat dari total bobot x rating pada keseluruhan faktor internal tersebut. Adapun perhitungannya adalah:

$$0,5 + 0,64 + 0,36 + 0,42 + 0,36 + 0,26 + 0,26 + 0,26 = 3,06$$

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa critical success factor yang dianggap peluang atau terpenting oleh rata-rata responden adalah Berubahnya teknologi sepeda motor menjadi injection dengan bobot 0,16 dan dari sisi ancaman kenaikan price list yang berubah-ubah, bertambahnya dealer di kota Cirebon, dan mekanik tidak masuk saat bengkel sedang ramai adalah dengan bobot 0,1. Rating diberikan dengan cara melihat cara perusahaan dalam merespons peluang yang ada. Semakin baik cara perusahaan untuk merespons peluang-peluang yang ada maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan cara melihat cara perusahaan menghindari ancaman eksternal. Jika perusahaan tidak mampu untuk menghindari ancaman eksternal yang timbul maka ratingnya akan semakin tinggi. Rating diberikan dengan skala 1-4. Rating didapatkan dari jumlah faktor variable 1 responden dibagi 13 dari responden. Hasil pada perhitungan rating matriks EFE menunjukkan bahwa hasil jawaban responden memiliki kesamaan dengan setuju akan prioritas dan kondisi dari peluang serta ancaman yang

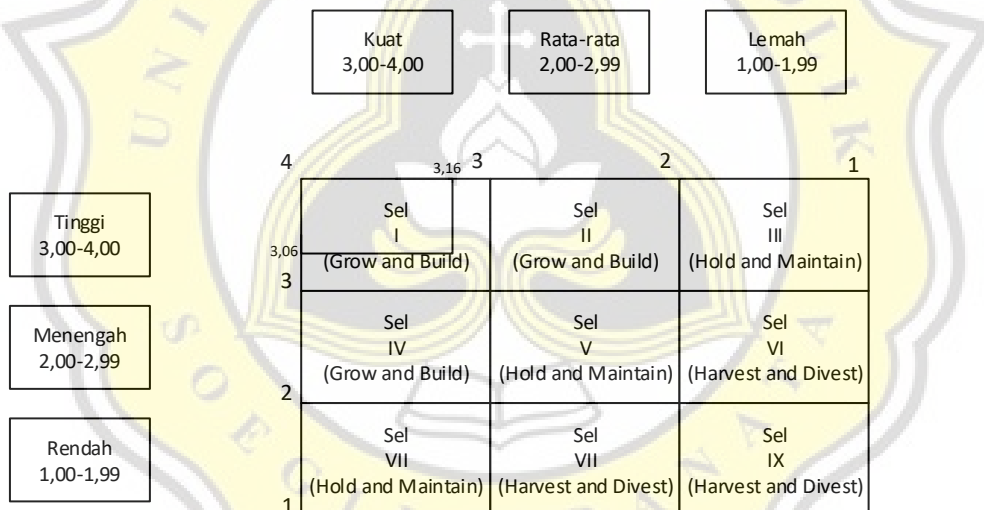
dimiliki oleh Bengkel Yos garage saat ini. Rating dengan nilai terbesar adalah pada peluang Bengkel Yos garage yaitu Berubahnya teknologi sepeda motor menjadi injection adalah 4, sedangkan yang memiliki respon yang sangat buruk ada pada ancaman yaitu kenaikan price list yang berubah-ubah, bertambahnya dealer di kota Cirebon, dan mekanik tidak masuk saat bengkel sedang ramai dengan rating 2,6. Berdasarkan skor, dapat dilihat hasilnya adalah 3,06 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi eksternal yang kuat. Skor ini akan dimasukkan dalam matriks Internal Eksternal (IE). Hasil ini menunjukkan bahwa peluang bagi Bengkel Yos garage lebih besar dibandingkan dengan ancaman bagi Bengkel Yos garage. Hasil dari matriks EFE menunjukkan bahwa faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman pada Bengkel Yos garage masuk dalam kategori kuat. Hal ini berarti bahwa Bengkel Yos garage memiliki peluang ke depan untuk meningkatkan bisnisnya namun ancaman yang timbul cukup mengancam eksistensi Bengkel Yos garage. Peluang dengan skor tertinggi dimiliki Berubahnya teknologi sepeda motor menjadi injection. Namun di sisi lain Bengkel Yos garage mendapatkan ancaman yang cukup kuat dan belum ada strategi konkrit dari Bengkel Yos garage untuk peningkatan bisnisnya di masa depan. Ancaman terbesar yaitu kenaikan price list yang berubah-ubah, bertambahnya dealer di kota Cirebon, dan mekanik tidak masuk saat bengkel sedang ramai.

#### 4.7 Matriks Internal - Eksternal (I-E)

Membuat Matriks Internal – Eksternal (I-E) dengan mengukur total skor bobot IFE pada sumbu x dan total skor bobot EFE pada sumbu y dan mengidentifikasi sembilan sel strategi perusahaan. Berdasarkan bobot pada matriks IFE dan EFE, didapatkan skor pada IFE adalah sebesar 3,16 dan nilai EFE sebesar 3,06. Maka matriks Internal-Eksternal sebagai contohnya adalah sebagai berikut:

Matriks Internal Eksternal (IE) Matriks

Total Skor IE



Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix)

Gambar 4.2

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan pada matriks IE sel I, sel II dan sel IV merupakan sel tumbuh dan membangun (growth and build). Strategi yang berkaitan dengan sel-sel tersebut adalah pengembangan pasar, penetrasi pasar, pengembangan produk, integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan strategi horizontal. Pada sel II, sel V, dan sel VII merupakan sel yang menjaga dan mempertahankan, strategi pengembangan yang cocok untuk sel-sel ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Dari hasil analisis matriks internal eksternal, posisi perusahaan berada pada posisi sel I yaitu growth and build (tumbuh dan membangun). Pada sumbu X di Matriks IE dengan skor bobot IFE sejumlah 3,16 menunjukkan posisi internal perusahaan yang kuat karena berada pada interval 3.0 sampai 4.0 yang berarti kuat sedangkan pada sumbu Y di Matriks IE dengan skor bobot EFE sejumlah 3,06 yang menunjukkan posisi eksternal perusahaan yang tinggi. Pada posisi ini perusahaan bisa menggunakan kekuatannya untuk memasuki peluang dan menghadapi ancaman. Adapun strategi yang berkaitan dengan posisi sel I yaitu dengan pengembangan pasar dengan cara pengenalan produk yang ada saat ini ke area geografi yang baru dan mencari peningkatan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk saat ini. Strategi yang tepat dalam tumbuh dan bangun ini adalah strategi integrasi dilakukan dengan penetrasi pasar yaitu dengan cara aktif mencari peluang usaha untuk peningkatan bisnis Bengkel Yos garage dan Pengembangan bisnis yang dapat dilakukan Bengkel Yos garage dengan strategi melalui usaha intensif guna tetap menjaga persaingan perusahaan melalui pengembangan produk.

Titik Koordinat di Matriks SWOT.

#### 4.8 Matriks SWOT

Membuat matriks SWOT dengan memasukkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada kolom yang tersedia, mengkombinasikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dan strategi intensif atau integrasi. untuk menghasilkan strategi SO, WO, ST, dan WT. Berdasarkan matriks IFE dan EFE, maka matriks SWOT dapat dibentuk seperti tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9 Matriks SWOT Bengkel Yos garage

Analisis SWOT	Strenght(S)	Weakness(W)
	1.Yos garage menerima pesanan sparepart kondisi bekas atau baru yang harus terlebih dahulu inden 2.Usaha Yos garage mudah untuk diketahui konsumen pengguna motor karena di pinggir jalan 3.Yos garage menyediakan berbagai macam sparepart sesuai dengan keinginan konsumen 4.Yos garage menyediakan bengkel untuk tune up, servis, dan penggantian sparepart dengan peralatan yang lengkap 5.Kecepatan dalam menyelesaikan servis motor menjadi kunci utama bengkel ini	1.Yos garage memiliki sumber daya keuangan yang terbatas 2.Yos garage memiliki lahan penyimpanan yang terbatas 3.Yos garage kurang link di kalangan komunitas-komunitas motor. 4.Ruang tunggu tidak ber ac dan kurang nyaman di bandingkan dealer 5.Bengkel tidak sebersih dealer motor besar seperti Honda dan Yamaha

	<p>menjadi ramai</p> <p>6. Yos garage juga menerima dan melayani servis motor dengan teknologi injeksi yang menggunakan computer</p> <p>7. Harga yang kompetitif</p>	
<p>Opportunity(O)</p> <p>1. Makin bertumbuhnya jenis motor baru tiap harinya</p> <p>2. Berubahnya teknologi sepeda motor menjadi injection</p> <p>3. Makin maraknya kebutuhan jasa servis jemput ke rumah</p> <p>4. Makin bertambah jasa setting motor untuk motor racing</p>	<p>Strategi (SO)</p> <p>1. Tetap menjual semua sparepart motor yang terbaru atau yang sudah lama dan juga menerima pesanan (S1,O1)</p> <p>2. Melayani servis semua motor dari yang masih karburator sampai yang sudah injection (S6,O2)</p>	<p>Strategi (WO)</p> <p>1. Menutupi kurangnya modal dan lahan dengan melayani jasa servis jemput ke rumah (W1,W2,O1)</p> <p>2. Menambah link di komunitas motor dengan menggunakan jasa setting motor racing (W3,O4)</p>



<p>Threat</p> <p>1.Makin bertambahnya competitor sparepart motor</p> <p>2.Kenaikan price list yang terus berubah-ubah</p> <p>3.Bertambahnya dealer motor di kota Cirebon</p> <p>4.Mekanik tidak masuk di saat bengkel sedang ramai</p>	<p>Strategi (ST)</p> <p>1.Mengikuti keinginan konsumen dengan menyediakan sparepart yang sesuai dengan kantong konsumen (S3,T1)</p> <p>2.Terus mempertahankan kecepatan servis supaya tidak kalah saing dengan dealer(S5,T3)</p>	<p>Strategi (WT)</p> <p>1.Karena sumber daya modal dan lahan kurang jadi menambah jumlah mekanik menjadi pilihan supaya saat ada mekanik yang tidak masuk ada cadangan (W1,T4)</p> <p>2.Memberikan kenyamanan kepada konsumen yang menservis dengan memberikan minuman gratis atau disediakan koran (W4,W5, daanT3)</p>
--	--	---

Berdasarkan matriks SWOT, maka dapat dirumuskan empat alternative strategy dengan strategi yang tepat dalam tumbuh dan bangun ini adalah strategi integrasi dilakukan dengan penetrasi pasar yaitu dengan cara aktif mencari peluang usaha untuk peningkatan bisnis Bengkel Yos garage dan Pengembangan bisnis yang dapat dilakukan Bengkel Yos garage dengan strategi melalui usaha intensif guna tetap menjaga persaingan perusahaan melalui pengembangan produk menurut responden yang terdiri dari Pemilik, Pelayan toko, dan Mekanik. Berikut adalah analisis masing-masing strategi berdasarkan hasil diskusi antar responden.

#### **4.8.1 Analisis Strategi S-O**

Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan. Strategi yang dilakukan adalah Tetap menjual semua sparepart motor yang terbaru atau yang sudah lama dan juga menerima pesanan (S1,O1). Melihat kekuatan dan peluang yang dimiliki, Bengkel Yos garage harus agresif dalam mencari konsumen yang ingin mencari sparepart yang harus inden atau pesan terlebih dahulu karena tidak semua toko sparepart bisa memesan barang yang tidak di jual. Strategi lainnya adalah Melayani servis semua motor dari yang masih karburator sampai yang sudah injection (S6,O2). Dengan bisa menservis motor injection konsumen menjadi bertambah banyak karena sekarang teknologi motor sudah berubah menjadi injection tidak semua bengkel biasa melayani servis motor injection itu menjadi keunggulan Bengkel Yos garage.

#### **4.8.2 Analisis Strategi W-O**

Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal. Alternative strategi W-O adalah Menutupi kurangnya modal dan lahan dengan melayani jasa servis jemput ke rumah (W1,W2,O1). Walaupun Bengkel Yos garage memiliki banyak kekurangan dalam hal modal dan lahan tapi Bengkel Yos garage memiliki layanan jasa servis jemput ke rumah yang menjadikan suatu pembeda dengan bengkel yang lainnya. Strategi yang lainnya adalah Menambah link di komunitas motor dengan menggunakan jasa setting motor racing (W3,O4). Dengan sekarang banyak

anak muda yang memodif motornya supaya menjadi lebih kencang dari yang standar maka dari itu link dengan komunitas motor terus dilakukan supaya banyak anak muda menjadi konsumen Bengkel Yos garage.

#### **4.8.3 Analisis Strategi S-T**

Melalui strategi ini, perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal. Alternative strategi S-T adalah Mengikuti keinginan konsumen dengan menyediakan sparepart yang sesuai dengan kantong konsumen (S3,T1). Dengan pengembangan strategi ini lah diharapkan Bengkel Yos garage dapat mempertahankan konsumennya ditengah banyaknya dealer dan bengkel yang baru muncul. Strategi lainnya adalah Terus mempertahankan kecepatan servis supaya tidak kalah saing dengan dealer(S5,T3). Kecepatan servis menjadi suatu kunci Bengkel Yos garage ramai oleh karena itu kecepatan dalam menservis harus terus di pertahankan supaya konsumen terus datang kembali karena jaman sekarang kecepatan menjadi kunci utama.

#### **4.8.4 Analisis Strategi W-T**

Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman. Alternative strategi W-T adalah Karena sumber daya modal dan lahan kurang jadi menambah jumlah mekanik menjadi pilihan supaya saat ada mekanik yang tidak masuk ada cadangan (W1,T4) dan Memberikan kenyamanan kepada konsumen yang menservis dengan memberikan

minuman gratis atau disediakan koran (W4,W5, daanT3). Dengan menambah mekanik bisa menutupi ancaman yang dimiliki dan juga bisa menambah kekuatan yaitu kecepatan dalam menservis. Walaupun bengkel kecil harus ada juga unsur hiburan supaya konsumen tidak jenuh seperti minuman gratis dan koran untuk membaca sembari menunggu.

