

Strategi Pengembangan Bisnis pada Bengkel Kukun Motor Kecamatan Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang

Nabila Nur Salsabila

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia
bilaardiani28@gmail.com

Submitted: 01st Feb 2025 | **Edited:** 08th April 2025 | **Issued:** 01st June 2025

Cited on: Salsabila, N. N. (2025). Strategi Pengembangan Bisnis pada Bengkel Kukun Motor Kecamatan Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang. *INOVASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 12(1), 69-83.

Abstract

Increasingly improving technology causes things to be done very quickly. One variable that can help people move quickly and efficiently is transportation. One of the transportation used is motorbikes. The number of motorbike vehicles has increased from year to year, peaking in 2022 with a total of 125,305,332 units. This increase in the number of motorized vehicles causes the need for motorized vehicle maintenance to also increase, thereby opening up quite large business opportunities in the motorbike repair and maintenance service business such as workshops. The aim of this research is to determine the internal and external factors of the Kukun Motor Workshop and determine the right strategy for developing the Kukun Motor Workshop business. The research method used in this research is SWOT analysis in the form of descriptive research with a qualitative approach. In this research, the results of the analysis of internal and external factors of the Kukun Motor Workshop were obtained. Another research result in the form of a business development strategy for the Kukun Motor Workshop is in quadrant I on the SWOT diagram so that the Kukun Motor Workshop should implement a growth strategy, which means that the Kukun Motor Workshop is in a prime and stable position, so that it is possible to continue to develop, expand, increase growth. to achieve maximum progress.

Keywords: Workshop; SWOT Analysis; Transportation; Qualitative Approach

Abstrak

Teknologi yang semakin meningkat menyebabkan berbagai hal dilakukan dengan sangat cepat. Salah satu variabel yang dapat membantu masyarakat untuk bergerak cepat dan efisien adalah transportasi. Salah satu transportasi yang digunakan adalah sepeda motor. Jumlah kendaraan sepeda motor mengalami peningkatan dari tahun ke tahun puncaknya di tahun 2022 dengan jumlah 125.305.332 unit. Peningkatan jumlah kendaraan bermotor ini menyebabkan kebutuhan akan perawatan kendaraan bermotor juga meningkat, sehingga membuka peluang usaha yang cukup besar dalam usaha jasa perbaikan dan perawatan sepeda motor seperti Bengkel. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menentukan faktor internal dan faktor eksternal Bengkel Kukun Motor serta menentukan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha Bengkel Kukun Motor. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisa SWOT

berupa penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pada penelitian ini di peroleh hasil analisis faktor internal dan eksternal Bengkel Kukun Motor. Hasil penelitian lainnya berupa strategi pengembangan bisnis Bengkel Kukun Motor berada pada kuadran I pada diagram SWOT sehingga Bengkel Kukun Motor sebaiknya menerapkan strategi *growth* yang artinya Bengkel Kukun Motor berada dalam posisi yang prima dan mantap, sehingga dimungkinkan untuk terus menjalankan berkembang, melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan untuk meraih kemajuan secara maksimal.

Kata Kunci: Bengkel; Analisa SWOT; Transportasi; Pendekatan Kualitatif

PENDAHULUAN

Teknologi yang semakin meningkat menyebabkan berbagai hal dilakukan dengan sangat cepat. Hal tersebut menyebabkan setiap elemen masyarakat dituntut untuk bergerak lebih cepat dan efisien dalam melakukan berbagai aktifitas di kehidupan sehari-harinya (Tambunan, 2016). Salah satu variabel yang dapat membantu masyarakat untuk bergerak cepat dan efisien adalah transportasi. Menurut UU Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, transportasi adalah perpindahan orang dan/atau barang dari satu tempat ke tempat lain menggunakan kendaraan di ruang lalu lintas jalan.

Salah satu transportasi yang digunakan adalah sepeda motor. Sepeda motor, atau yang biasa disebut motor. Motor adalah kendaraan beroda dua yang digerakkan oleh mesin (Sudarismiati, et al., 2016). Selain karena kebutuhan akan transportasi, harga yang cukup terjangkau untuk masyarakat menengah ke bawah menyebabkan jumlah kendaraan bermotor mengalami lonjakan yang signifikan setiap tahunnya (Ban, 2023).

Bengkel adalah tempat di mana seseorang mekanik melakukan pekerjaannya melayani jasa perbaikan dan perawatan kendaraan (Cahaya, 2020). Bengkel umum kendaraan bermotor adalah bengkel umum yang berfungsi untuk membetulkan, memperbaiki, dan merawat kendaraan bermotor agar tetap memenuhi persyaratan teknis dan layak jalan (Kulkarni, 2013). Bengkel juga merupakan suatu usaha jenis wirausaha kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan perbaikan baik itu sepeda motor atau mobil, lebih dari itu bengkel juga melakukan usaha penjualan sparepart guna melengkapi kebutuhan penggantian sparepart kendaraan yang rusak (Kotler & Armstrong, 2010).

Bengkel, dalam hal ini khususnya roda dua atau motor pada umumnya menyediakan jasa perbaikan atau perawatan dan juga menyediakan aksesoris peralatan dan perlengkapan motor untuk memenuhi kepuasan pelanggan terhadap motornya (Sylvia & Hayati, 2023). Menurut (Tambunan, 2016) kualitas suatu bengkel dapat dilihat dari jumlah pelanggan yang datang ketika bengkel buka atau beroperasi dan dapat dilihat dari jumlah kualitas peralatan dan alat kerja serta kelengkapan sparepart yang disediakan.. Bengkel dapat dibagi menjadi bengkel repair shop dan body shop (Mashuri & Nurjannah, 2020). Bengkel repair shop melakukan pekerjaan seperti perbaikan mesin kendaraan, rem, knalpot, transmisi, ban, maupun penggantian oli. Bengkel body shop melakukan pekerjaan seperti perbaikan cat terhadap goresan, lecet, penyok, maupun pecah terhadap kerusakan kendaraan serta kerusakan yang disebabkan oleh tabrakan dan kecelakaan besar.

Untuk itu paling tidak ada beberapa alasan mengapa bengkel motor dibutuhkan:

1. Motor adalah salah satu alat transportasi yang tingkat komponen *consumable*-nya (habis terpakai) sangat tinggi, misal: Oli, Busi, Laher, *Bearing*, Kopling dan sebagainya
2. Keterbatasan kemampuan pemakai motor dalam memperbaiki motor saat memasang komponen sesuai dengan spesifikasi teknis
3. Keterbatasan alat untuk memasang komponen motor, karena motor adalah salah satu alat transportasi yang membutuhkan alat yang khusus saat memasang komponen tertentu
4. Keterbatasan waktu, memperbaiki motor bagi yang belum terbiasa dapat menghabiskan waktu yang sangat lama, maka dari itu biasanya pemakai motor lebih memfokuskan pemakaian motor bukan untuk membuang waktu dirinya dalam memperbaiki motor itu sendiri.

Salah satu bengkel yang memanfaatkan peluang pada usaha perbengkelan adalah bengkel Kukun Motor yang terletak di Jalan Raya Kalipandan No.110, RT.03/RW.01, Kalipandan, Sukaluyu, Kecamatan Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Bengkel tersebut merupakan usaha bengkel yang menyediakan perawatan dan perbaikan serta kelengkapan aksesoris seperti *sparepart* kendaraan bermotor khususnya roda dua. Penulis tertarik untuk melakukan studi kasus pada usaha bengkel Kukun Motor karena bengkel tersebut adalah salah satu dari usaha bengkel di daerah sekitar Kalipandan yang buka pada setiap harinya, dan usaha yang beroperasi mulai dari pukul 08.00 sampai dengan 17.00 tersebut memiliki pelanggan yang cukup banyak pada setiap harinya yang berjumlah sekitar 20-30 pelanggan pada setiap harinya khusus untuk memperbaiki motor, diluar dari pembeli yang hanya membeli *sparepart* atau aksesoris kendaraan roda dua menurut Pak Aang Hasanudin selaku pemilik bengkel Kukun Motor.

Meskipun bengkel tersebut ramai dikunjungi pelanggan, masih terdapat kekurangan yaitu pada Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum memadai terutama pada jumlah teknisi terampil yang bekerja pada bengkel tersebut. Hal tersebut dikarenakan Bengkel Kukun Motor hanya memiliki dua teknisi terampil dan teknisi lainnya adalah teknisi baru yang belum memiliki pengalaman yang cukup dalam mengatasi permasalahan perbaikan dan perawatan kendaraan roda dua, sehingga teknisi baru hanya dapat melakukan perbaikan dan perawatan berbagai masalah kendaraan yang ringan. Sedangkan bengkel resmi honda atau bengkel resmi yamaha yang memiliki karyawan atau teknisi yang terampil dan sudah diberi pendidikan serta pelatihan terdahulu dan memiliki sertifikat yang sesuai pada bidangnya.

Dengan tingginya tingkat persaingan pada usaha perbengkelan, tidak sedikit usaha bengkel yang tutup, dan ada juga yang berkembang pesat. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan persaingan bisnis yang ada sekarang ini baiknya usaha bisnis menerapkan strategi bisnis untuk mendukung perkembangan usahanya. Salah satu strategi bisnis yang baik diterapkan menurut penulis adalah dengan strategi metode analisis SWOT (*Strange, Weekness, Oportunity, Threads*). Menurut (Kurtz & L, 2008) SWOT analisis adalah suatu alat perencanaan strategi yang penting untuk membantu

perencanaan untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan kesempatan dan ancaman dari eksternal.

LANDASAN TEORI

Manajemen Strategis

Manajemen strategis adalah sebuah perencanaan, pemantauan, analisis, dan penilaian yang berkelanjutan dari semua aktivitas yang dilakukan organisasi untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan (Mathis & Jackson, 2006). Manajemen strategi sangat dipengaruhi oleh lingkungan bisnis yang terdiri dari lingkungan eksternal dan internal organisasi (Slamet et al., 2021).

Analisis Faktor Internal

Lingkungan internal organisasi adalah semua elemen sumber daya yang ada di dalam organisasi yang terdiri dari pimpinan dan anggota organisasi, pemegang saham dan dewan direksi, manajemen dan aktivitas organisasi, modal dan peralatan fisik, budaya organisasi dan aturan-aturan yang di dalamnya (Mudatsir, 2018).

Analisis Faktor Eksternal

Menurut Priliantina & Wijaksana, (2017) organisasi yang berkembang harus beradaptasi, mengeksploitasi, dan menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan eksternal. Organisasi adalah sekelompok orang yang sengaja dibentuk secara bersama-sama untuk tujuan tertentu dengan rencana yang terstruktur dan terkoordinasi (Warsiningsih, 2020). Dengan demikian, organisasi akan beroperasi di lingkungan eksternal yang berbeda dan diatur serta terstruktur secara internal untuk memenuhi tuntutan dan peluang eksternal dan internal.

Analisis SWOT

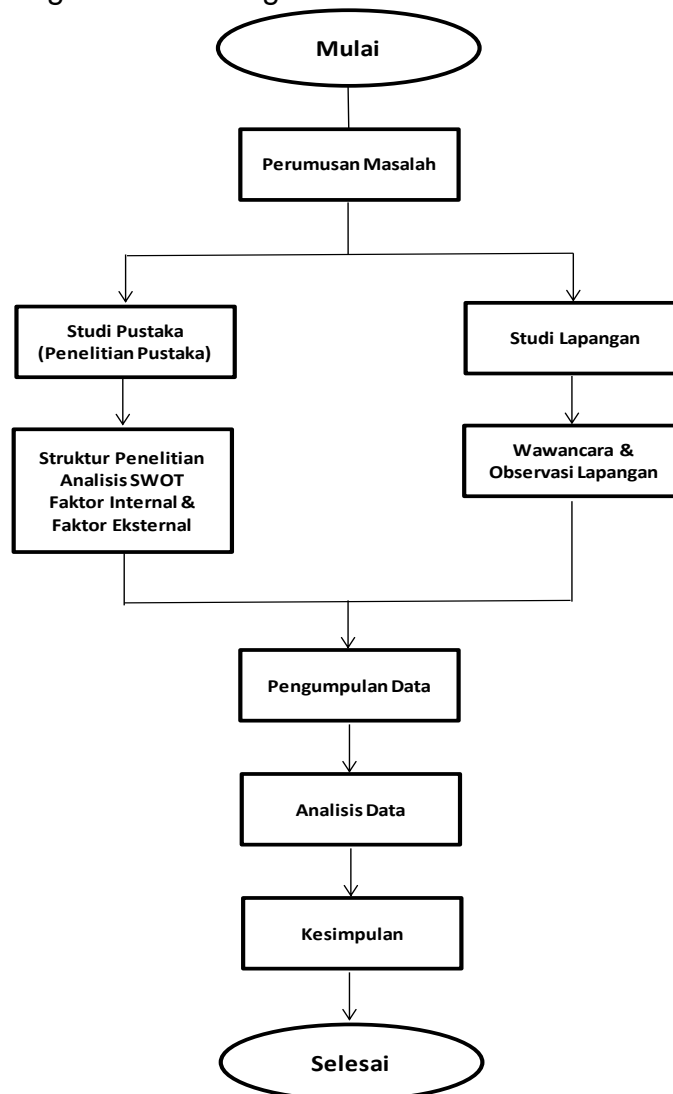
Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah teknik yang dikembangkan di Stanford pada tahun 1970-an dan menjadi alat dalam penyusunan perencanaan strategis dalam suatu organisasi (Umar, et al., 2016). SWOT merupakan metode perencanaan terstruktur yang mengevaluasi keempat elemen organisasi, proyek, atau usaha bisnis (Rangkuti, 2018). Analisis SWOT merupakan kerangka kerja yang sederhana akan tetapi memiliki manfaat yang besar untuk mengidentifikasi kekuatan organisasi, memperbaiki kelemahan, meminimalkan ancaman, dan memanfaatkan peluang organisasi (Samsudin, et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Moleong (2004) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini adalah studi terapan yang membahas mengenai ilmu manajemen strategi, yang mana berfokus pada strategi pengembangan dan perbaikan usaha dengan pendekatan Analisis SWOT. Penelitian ini memiliki objek yaitu Bengkel Kukun Motor yang berlokasi di Jalan Raya Kalipandan, Kecamatan Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang. Usaha Bengkel Kukun Motor ini berlokasi di jalur lintas para pekerja pabrik menuju kawasan KIIC, KIM dan Suryacipta dan sebaliknya sehingga lokasi usaha Bengkel Kukun Motor dinilai cukup strategis. Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 2 bulan pada bulan awal bulan Agustus

hingga akhir bulan September sehingga memperoleh pemahaman dan data yang lebih mendalam mengenai lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang mempengaruhi usaha Bengkel Kukun Motor.

Banyaknya peluang pada usaha Bengkel disertai juga dengan banyaknya ancaman sehingga Bengkel Kukun Motor ingin menerapkan strategi yang tepat dalam melakukan pengembangan usaha dengan memperhitungkan kekuatan dan kelemahan internal usaha serta peluang dan ancaman dari luar. Variabel yang terlibat dalam penelitian ini mencakup faktor internal dan faktor eksternal Bengkel Kukun Motor. Analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Faktor internal dan faktor eksternal Bengkel Kukun Motor dijadikan sebagai data pendukung dalam memperoleh strategi yang tepat dalam pengembangan usaha Bengkel.



Gambar 1. Flowchart Penelitian

Sumber : Data Penelitian, 2024

Pada Gambar di atas merupakan alur penelitian yang dilakukan oleh peneliti dari perumusan masalah hingga kesimpulan.

Deskripsi Flowchart

Berikut merupakan deskripsi *flowchart* penelitian dari perumusan masalah hingga kesimpulan.

1. Mulai

Penelitian dilakukan pada Bengkel Kukun Motor, Kecamatan Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang. Penelitian ini dimulai pada hari Senin, 4 Agustus 2024, dan jam kerja bengkel pukul 08.00 WIB – 17.30 WIB.

2. Perumusan Masalah

Tahap ini adalah tahap awal dalam penelitian yaitu dengan merumuskan masalah yang terdapat dalam usaha Bengkel Kukun Motor yang mana tahap ini adalah tahap yang menentukan isi dalam laporan tugas akhir

3. Studi Pustaka

Langkah berikutnya ialah melakukan studi pustaka dengan mengumpulkan dan mempelajari buku-buku, literatur, dan jurnal, baik dari perpustakaan maupun *website* tentang pengembangan usaha dan analisa SWOT, serta sumber lain yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang dibahas. Pada studi pustaka juga diperoleh hasil faktor internal dan eksternal yang mungkin terjadi pada usaha Bengkel Kukun Motor.

4. Studi Lapangan

Bersamaan dengan studi pustaka, peneliti melakukan studi lapangan dengan melakukan observasi/pengamatan secara langsung sehingga dapat membandingkan secara langsung apakah data yang didapat dari studi pustaka relevan dengan kondisi sebenarnya.

5. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah data primer yang berupa hasil observasi/pengamatan secara langsung serta wawancara dengan informan kunci yaitu bapak Aang Hasanudin selaku pemilik bengkel Kukun Motor dan informan utama yaitu para teknisi dan konsumen Bengkel Kukun Motor. Data sekunder penelitian diperoleh dari dokumen-dokumen Bengkel Kukun Motor baik dokumen pembelian *sparepart* maupun dokumen lain yang menunjang penelitian untuk mengetahui hasil strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha Bengkel Kukun Motor

6. Analisis Data

Langkah selanjutnya setelah pengumpulan data adalah melakukan analisis data menggunakan metode analisis SWOT. Dengan analisis SWOT diperoleh hasil identifikasi dan analisis kekuatan dan kelemahan Bengkel Kukun Motor, serta peluang dan ancaman yang dihadapinya. Strategi SWOT secara tegas mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi fungsi Bengkel Kukun Motor yang menyediakan informasi yang sangat berguna dalam proses perencanaan strategis.

7. Kesimpulan

Pada tahap ini, telah menyelesaikan seluruh tahap awal dan tahap pengumpulan dan analisa data dan Interpretasi, sehingga didapatkan hasilnya dan dilanjutkan kesimpulan dan saran. Pada tahap akhir ini menarik kesimpulan penelitian yang dilakukan juga memberikan saran untuk penelitian selanjutnya dan saran bagi perusahaan mengenai solusi.

8. Selesai

Jika hasil sudah didapatkan sesuai dengan metode yang digunakan maka kegiatan dianggap selesai.

HASIL PENELITIAN

Analisis

Analisis pada penelitian ini dimulai dari analisis faktor internal dan eksternal, analisis hasil matrik IFAS dan EFAS serta analisis hasil matrik SWOT. Berikut merupakan analisis dari penelitian ini.

Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Analisis faktor internal dan eksternal dimulai dengan melakukan studi literatur/studi pustaka berupa jurnal atau buku dengan metode atau kaian penelitian yang sama. Faktor internal dan eksternal yang diperoleh kemudian dibandingkan dan dilihat relevansi nya dengan lingkungan usaha sebenarnya melalui observasi atau pengamatan secara langsung dan wawancara yang dilakukan penulis. Pada faktor internal penulis mengamati kekuatan dan kelemahan pada sumber daya yang dimiliki oleh Bengkel Kukun Motor sedangkan pada faktor eksternal peneliti mengamati keefektifan strategi usaha Bengkel Kukun Motor dalam menghadapi peluang dan ancaman yang mungkin terjadi. Berikut merupakan hasil faktor internal dan eksternal Bengkel Kukun Motor.

Tabel 1. Hasil Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Faktor Internal (Kekuatan)	Faktor Eksternal (Peluang)
Lokasi Strategis	Meningkatnya jumlah kendaraan bermotor dari tahun ke tahun
Pelayanan yang Baik	Meningkatnya kebutuhan dan perawatan kendaraan roda dua
Kualitas Peralatan dan Alat Kerja yang memenuhi	Trayek angkutan umum yang terbatas
Harga jasa yang lebih murah dibandingkan bengkel berlisensi	Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang semakin baik
Memiliki Perijinan Usaha	Loyalitas pelanggan lama
Kelengkapan <i>sparepart</i>	Semakin berkembangnya alat dalam mempermudah perbaikan motor
Memiliki <i>engagement</i> dengan konsumen	
Pembayaran dengan berbagai metode pembayaran	
Faktor Internal (Kelemahan)	Faktor Eksternal (Ancaman)
Jumlah teknisi baru lebih banyak dari jumlah teknisi terampil	Munculnya isu <i>sparepart</i> palsu dan <i>sparepart</i> dengan kualitas rendah
Kurangnya kehati-hatian (<i>human error</i>) teknisi	Munculnya pesaing-pesaing baru
Belum memiliki sistem informasi yang dapat mempermudah transaksi	Hadirnya pesaing baru dengan konsep, fasilitas lengkap dan harga yang bersaing
Manajemen keuangan yang kurang terstruktur	Beralihnya masyarakat ke kendaraan roda dua berbasis listrik.

Tempat yang kurang luas

Sumber : Data Penelitian, 2024

Pada Tabel di atas dapat dilihat bahwa Bengkel Kukun Motor memiliki sumber daya usaha kekuatan berupa lokasi, pelayanan, alat kerja, harga, izin usaha, kelengkapan *sparepart*, hubungan yang baik dengan konsumen dan tersedia berbagai metode pembayaran. Bengkel kukun Motor juga memiliki beberapa kelemahan dalam mengelola sumber dayanya diantaranya kurangnya teknisi terampil, sistem manajemen yang kurang baik dan tempat usaha yang kurang memadai. Pada usaha bengkel ini Bengkel Kukun Motor memiliki peluang berupa jumlah kendaraan bermotor yang semakin banyak, jumlah trayek angkutan umum yang terbatas, loyalitas pelanggan lama dan perkembangan alat kerja yang berteknologi. Bengkel Kukun Motor juga memiliki beberapa ancaman diantaranya banyaknya pesaing usaha, dan beralihnya masyarakat ke kendaraan roda dua berbasis listrik.

Analisis Hasil Matrik IFAS dan EFAS

Hasil matrik IFAS dan EFAS diperoleh melalui hasil kali pengukuran bobot dan rating. Dalam melakukan pengukuran bobot dan rating dinilai berdasarkan tingkat signifikan atau kepentingan dan kepentingan penanganan setiap indikator sehingga diperoleh hasil analisis penilaian bobot dan rating sebagai berikut.

1. Analisis Pengukuran Bobot

Analisis pengukuran bobot dinilai berdasarkan tingkat signifikan masing-masing indikator semakin penting indikator internal maupun eksternalnya maka nilai bobot semakin dekat dengan 1,00.

2. Analisis Pengukuran Rating

Pada analisis pengukuran rating didasarkan pada rentang skala pengukuran rating faktor internal dan eksternal serta kesesuaian dilapangan dan urgensi penanganan yang terjadi di Bengkel Kukun Motor.

Pada perhitungan nilai IFAS dapat di interpretasikan bahwa nilai IFAS yang semakin tinggi menunjukkan bahwa strategi pada Bengkel Kukun Motor yang diterapkan saat ini mampu mengelola sumber daya internal dengan baik dan sebaliknya. Berikut adalah hasil matrik IFAS pada Bengkel Kukun Motor.

Tabel 2. Hasil Matriks IFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strength</i>)			
1 Lokasi Strategis	0.09	5	0.46
2 Pelayanan yang Baik	0.09	5	0.46
3 Kualitas Peralatan dan Alat Kerja yang memenuhi	0.08	4	0.31
4 Harga jasa yang lebih murah dibandingkan bengkel berlisensi	0.09	4	0.37
5 Memiliki Perijinan Usaha	0.06	3	0.18
6 Kelengkapan <i>sparepart</i>	0.09	5	0.46
7 Memiliki <i>engagement</i> dengan konsumen	0.09	4	0.37
8 Pembayaran dengan berbagai metode pembayaran	0.03	3	0.09
Sub Total	0.63		2.71
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1 Jumlah teknisi baru lebih banyak dari jumlah teknisi terampil	0.09	1	0.09
2 Kurangnya kehati-hatian (<i>human error</i>) teknisi	0.08	1	0.08

3	Belum memiliki sistem informasi yang dapat mempermudah transaksi	0.08	2	0.15
4	Manajemen keuangan yang kurang terstruktur	0.06	2	0.12
6	Tempat yang kurang luas	0.06	2	0.12
SubTotal		0.37		0.57
S-W		1		2.14

Sumber : Data Penelitian, 2024

Pada Tabel di atas diperoleh jumlah nilai kekuatan sebesar 2,71 dan jumlah nilai kelemahan sebesar 0,57. Sehingga diperoleh hasil nilai IFAS dari selisih jumlah keduanya yaitu sebesar 2,14. Hal tersebut menunjukkan bahwa Bengkel Kukun Motor dinilai kurang baik dalam mengelola sumber daya internal yang dimilikinya.

Sedangkan, perhitungan nilai EFAS dapat diinterpretasikan bahwa nilai EFAS yang semakin tinggi menunjukkan bahwa strategi pada Bengkel Kukun Motor yang diterapkan saat ini mampu mengelola sumber daya eksternal dengan baik dan sebaliknya. Berikut adalah hasil matrik EFAS pada Bengkel Kukun Motor.

Tabel 3. Hasil Matriks EFAS

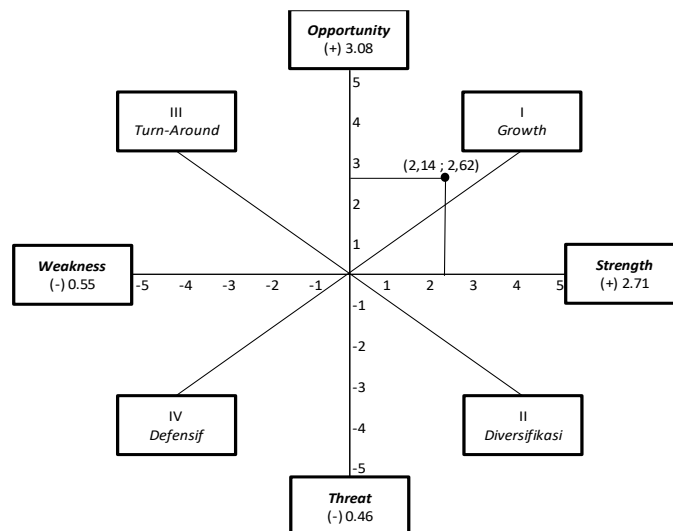
Faktor Eksternal		Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunity)</i>				
1	Meningkatnya jumlah kendaraan bermotor dari tahun ke tahun	0.12	5	0.58
2	Meningkatnya kebutuhan dan perawatan kendaraan roda dua	0.12	5	0.58
3	Trayek angkutan umum yang terbatas	0.12	5	0.58
4	Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang semakin baik	0.10	4	0.38
5	Loyalitas pelanggan lama	0.12	5	0.58
6	Semakin berkembangnya alat dalam mempermudah perbaikan motor	0.10	4	0.38
Sub Total		0.65		3.08
<i>Ancaman (Threat)</i>				
1	Munculnya isu <i>sparepart</i> palsu dan <i>sparepart</i> dengan kualitas rendah	0.06	2.5	0.14
2	Munculnya pesaing-pesaing baru	0.12	1	0.12
3	Hadirnya pesaing baru dengan konsep, fasilitas lengkap dan harga yang bersaing	0.12	1	0.12
4	Beralihnya masyarakat ke kendaraan roda dua berbasis listrik.	0.06	1.5	0.09
Sub Total		0.35		0.46
O-T		1		2.62

Sumber : Data Penelitian, 2024

Pada Tabel di atas diperoleh jumlah nilai peluang yaitu sebesar 3,08 dan jumlah nilai ancaman yaitu sebesar 0,46. Sehingga diperoleh hasil nilai EFAS dari selisih jumlah keduanya yaitu sebesar 2,62. Hal tersebut menunjukkan bahwa Bengkel Kukun Motor dinilai memiliki strategi yang cukup dalam merespon lingkungan eksternalnya.

Analisis Diagram SWOT

Pada diagram SWOT dapat menunjukkan posisi serta kondisi Bengkel Kukun Motor saat ini. Hasil nilai IFAS merupakan sumbu X dan hasil nilai EFAS merupakan sumbu Y.



Gambar 2. Diagram SWOT

Sumber : Data Penelitian, 2024

Berdasarkan Gambar di atas diagram SWOT menunjukkan bahwa Bengkel Kukun Motor berada pada kuadran 1 yaitu Bengkel Kukun Motor memiliki posisi yang kuat dan memiliki banyak peluang. Bengkel Kukun Motor sebaiknya menerapkan strategi progresif atau *growth* yang artinya Bengkel Kukun Motor berada dalam posisi yang prima dan mantap, sehingga dimungkinkan untuk terus menjalankan berkembang, melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan untuk meraih kemajuan secara maksimal.

Analisis Hasil Matrik SWOT

Hasil matrik SWOT dapat menentukan strategi yang diambil Bengkel Kukun Motor berdasarkan kondisi internal dan eksternal yang dimiliki Bengkel Kukun Motor saat ini. Pada strategi SO diperoleh tiga strategi gabungan, strategi SO yang pertama merupakan gabungan dari kekuatan pertama hingga ke enam dan peluang pertama hingga ke empat yaitu menerapkan strategi dalam meningkatkan pelayanan dan kelengkapan alat kerja serta *sparepart* untuk memenuhi kebutuhan teknisi dan konsumen, Strategi SO kedua diperoleh berdasarkan gabungan dari kekuatan ke delapan dan peluang ke enam yaitu menerapkan strategi dalam memperbaharui teknologi baik dalam penerapan pembayaran maupun dalam peralatan dan alat kerja guna menciptakan efisiensi yang diinginkan dan strategi SO ketiga diperoleh dari gabungan kekuatan empat, tujuh dan peluang ke lima yaitu menerapkan strategi dalam meningkatkan *engagement* dengan konsumen seperti memberikan diskon dan beberapa penawaran menarik yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta meningkatkan loyalitas konsumen .

Pada strategi WO diperoleh empat strategi gabungan yaitu strategi pertama merupakan gabungan dari indikator kelemahan ke satu dan dua dan peluang ke satu hingga ke empat yaitu menerapkan strategi dalam melakukan pelatihan secara intensif terhadap teknisi baru dan mengedepankan ketelitian dan kualitas dalam melakukan jasa perawatan kendaraan roda dua yaitu motor, strategi WO kedua diperoleh dari kelemahan ke tiga dan ke empat dan peluang ke dua dan ke empat yaitu menerapkan strategi seperti sistem kasir untuk mempermudah transaksi dalam melihat informasi produk serta dapat memiliki manajemen keuangan yang lebih terstruktur, strategi ke tiga merupakan gabungan indikator kelemahan lima dan peluang ke empat yaitu menerapkan strategi dalam perluasan usaha baik membuka cabang baru maupun perluasan area usaha dengan memanfaatkan lahan yang tersedia dan strategi ke empat merupakan gabungan dari kelemahan ke satu dan dua dan peluang lima dan enam yaitu Menerapkan strategi dalam meningkatkan teknologi alat kerja dalam perbaikan kendaraan roda dua agar pekerjaan dapat dilakukan lebih teliti dan efektif sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Pada strategi ST diperoleh tiga strategi gabungan yaitu strategi pertama merupakan gabungan indikator kekuatan pertama hingga ke enam dan ancaman pertama, kedua dan keempat yaitu meningkatkan kualitas alat kerja, *sparepart*, dan fasilitas yang lengkap serta harga yang bersaing agar usaha dapat terus berkembang, strategi kedua merupakan gabungan dari kekuatan tujuh dan delapan dan ancaman ke dua hingga ke empat yaitu mengoptimalkan pelayanan konsumen seperti menyediakan sistem pesanan untuk konsumen dengan waktu pelayanan yang lebih lama dan meningkatkan ketelitian guna meminimalisir kesalahan yang dilakukan teknisi dan strategi ke tiga merupakan gabungan indikator kekuatan ke enam, tujuh dan empat yaitu melakukan peningkatan usaha dengan mengembangkan usaha dalam perawatan kendaraan roda dua berbasis listrik seperti menyediakan *sparepart* yang dibutuhkan kendaraan roda dua berbasis listrik dan peralatannya.

Pada strategi WT diperoleh dua strategi gabungan yaitu strategi pertama yang merupakan gabungan dari kelemahan ke satu, dua dan lima dan ancaman ke satu hingga ke empat yaitu meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan menekankan ketelitian dan kualitas sumber daya yang dimiliki, dalam melakukan perawatan kendaraan roda dua, strategi ke dua merupakan gabungan dari kelemahan ke tiga dan empat dan ancaman ke empat yaitu Menjaga kualitas pelayanan dan selalu melakukan inovasi dalam melakukan usaha agar usaha dapat berkembang.

Pembahasan

Pada penelitian ini menggunakan analisa SWOT diperoleh hasil penelitian Bengkel Kukun Motor. Pada analisis faktor internal kekuatan dan kelemahan indikator faktor internal kekuatan lokasi strategis, pelayanan yang baik, harga yang murah, kelengkapan *sparepart* dan memiliki hubungan yang baik dengan konsumen serta pada analisa faktor internal kelemahan jumlah teknisi terampil yang kurang memadai memiliki nilai bobot terbesar yaitu 0,09. Pada analisis faktor eksternal peluang indikator meningkatnya jumlah dan kebutuhan perawatan kendaraan bermotor, trayek angkutan umum terbatas, dan loyalitas pelanggan lama serta pada indikator faktor eksternal ancaman munculnya

pesaing-pesaing baru dan pesaing baru dengan fasilitas yang lengkap memiliki nilai bobot terbesar yaitu 0,12.

Pada indikator faktor internal kekuatan lokasi, pelayanan dan kelengkapan sparepart memiliki nilai rating kekuatan yang sangat tinggi yaitu sebesar 5, dan pada indikator faktor internal kelemahan jumlah teknisi baru dan kurangnya kehati-hatian memiliki nilai rating terbesar yaitu 1. Pada indikator faktor eksternal peluang meningkatnya jumlah dan kebutuhan kendaraan bermotor, trayek angkutan umum yang terbatas, dan loyalitas pelanggan lama memiliki nilai rating peluang terbesar yaitu 5 dan pada indikator faktor eksternal rating peluang munculnya pesaing baru, pesaing dengan fasilitas yang lengkap memiliki nilai rating ancaman terbesar yaitu 1.

Hasil nilai IFAS yaitu sebesar 2,14. Hal tersebut menunjukkan bahwa Bengkel Kukun Motor dinilai kurang baik dalam mengelola sumber daya internal yang dimilikinya. Sedangkan, pada hasil nilai EFAS yaitu sebesar 2,62. Hal tersebut menunjukkan bahwa Bengkel Kukun Motor dinilai memiliki strategi yang cukup baik dalam merespon lingkungan eksternal.

Diagram SWOT menunjukkan bahwa Bengkel Kukun Motor berada pada kuadran 1 yaitu Bengkel Kukun Motor memiliki posisi yang kuat dan memiliki banyak peluang. Bengkel Kukun Motor sebaiknya menerapkan strategi progresif atau growth yang artinya Bengkel Kukun Motor berada dalam posisi yang prima dan mantap, sehingga dimungkinkan untuk terus menjalankan berkembang, melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan untuk meraih kemajuan secara maksimal.

Hasil matrik SWOT merupakan gabungan dari beberapa indikator internal dan eksternal Bengkel Kukun Motor sehingga diperoleh strategi sebagai berikut.

1. Strategi S-O

Pada strategi ini menggunakan kekuatan internal Bengkel Kukun Motor untuk memanfaatkan peluang eksternal. Berikut merupakan strategi S-O yang diperoleh dari hasil analisa SWOT.

- a. Menerapkan strategi dalam meningkatkan pelayanan dan kelengkapan alat kerja serta *sparepart* untuk memenuhi kebutuhan teknisi dan konsumen.
- b. Menerapkan strategi dalam memperbaharui teknologi baik dalam penerapan pembayaran maupun dalam peralatan dan alat kerja guna menciptakan efisiensi yang diinginkan.
- c. Menerapkan strategi dalam meningkatkan *engagement* dengan konsumen seperti memberikan diskon dan beberapa penawaran menarik yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Strategi W-O

Strategi ini digunakan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki Bengkel Kukun Motor. Berikut merupakan strategi W-O yang diperoleh dari hasil analisa SWOT

- a. Menerapkan strategi dalam melakukan pelatihan secara intensif terhadap teknisi baru dan mengedepankan ketelitian dan kualitas dalam melakukan jasa perawatan kendaraan roda dua yaitu motor.

- b. Menerapkan strategi seperti sistem kasir untuk mempermudah transaksi dalam melihat informasi produk serta dapat memiliki manajemen keuangan yang lebih terstruktur.
 - c. Menerapkan strategi dalam perluasan usaha baik membuka cabang baru maupun perluasan area usaha dengan memanfaatkan lahan yang tersedia.
 - d. Menerapkan strategi dalam meningkatkan teknologi alat kerja dalam perbaikan kendaraan roda dua agar pekerjaan dapat dilakukan lebih teliti dan efektif sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Strategi S-T
Strategi ini menggunakan kekuatan organisasi untuk menghindari atau mengurangi adanya ancaman eksternal. Berikut merupakan strategi S-T yang diperoleh dari hasil analisa SWOT.
 - a. Meningkatkan kualitas alat kerja, *sparepart*, dan fasilitas yang lengkap serta harga yang bersaing agar usaha dapat terus berkembang
 - b. Mengoptimalkan pelayanan konsumen seperti menyediakan sistem pesanan untuk konsumen dengan waktu pelayanan yang lebih lama dan meningkatkan ketelitian guna meminimalisir kesalahan yang dilakukan teknisi
 - c. Melakukan peningkatan usaha dengan mengembangkan usaha dalam perawatan kendaraan roda dua berbasis listrik seperti menyediakan *sparepart* yang dibutuhkan kendaraan roda dua berbasis listrik dan peralatannya
4. Strategi W-T
Strategi ini lebih dikenal dengan strategi bertahan atau defensif yang menekankan pada tindakan untuk pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Berikut merupakan strategi W-T yang diperoleh dari hasil analisa SWOT.
 - a. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan menekankan ketelitian dan kualitas sumber daya yang dimiliki, dalam melakukan perawatan kendaraan roda dua
 - b. Menjaga kualitas pelayanan dan selalu melakukan inovasi dalam melakukan usaha agar usaha dapat berkembang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian Bengkel Kukun Motor ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Faktor internal yang diperoleh melalui analisis lingkungan internal Bengkel Kukun Motor faktor kekuatan (*strength*) yaitu lokasi strategis, pelayanan yang baik, kualitas peralatan dan alat kerja yang memenuhi, harga jasa yang lebih murah dibandingkan bengkel berlisensi, memiliki izin usaha, kelengkapan *sparepart*, memiliki *engagement* dengan konsumen, dan pembayaran dengan berbagai metode pembayaran. Faktor kelemahan (*weakness*) yaitu jumlah teknisi baru lebih banyak dari jumlah teknisi terampil, kurangnya kehati-hatian (*human error*), belum memiliki sistem

informasi yang dapat mempermudah transaksi, manajemen keuangan yang kurang baik, dan tempat yang kurang luas.

2. Faktor eksternal yang diperoleh melalui analisis lingkungan eksternal Bengkel Kukun Motor faktor peluang (*opportunity*) yaitu meningkatnya jumlah kendaraan bermotor dari tahun ke tahun, meningkatnya kebutuhan dan perawatan kendaraan roda dua, trayek angkutan umum yang terbatas, pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang semakin baik, loyalitas pelanggan lama, dan semakin berkembangnya alat dalam mempermudah perbaikan motor. Faktor ancaman (*threat*) yaitu munculnya isu *sparepart* palsu dan *sparepart* dengan kualitas rendah, munculnya pesaing-pesaing baru, hadirnya pesaing baru dengan konsep, fasilitas lengkap dan harga yang bersaing, dan beralihnya masyarakat ke kendaraan roda dua berbasis listrik.
3. Strategi yang diperoleh Bengkel Kukun Motor dalam mengembangkan usaha dengan menggunakan analisis SWOT adalah dengan melakukan strategi dari hasil Diagram SWOT yaitu Bengkel Kukun Motor berada pada kuadran I sehingga Bengkel Kukun Motor memiliki posisi yang kuat dan memiliki banyak peluang. Bengkel Kukun Motor sebaiknya menerapkan strategi progresif atau *growth* yang artinya Bengkel Kukun Motor berada dalam posisi yang prima dan mantap, sehingga dimungkinkan untuk terus menjalankan berkembang, melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan untuk meraih kemajuan secara maksimal. Menerapkan strategi dalam meningkatkan pelayanan dan kelengkapan alat kerja serta *sparepart* untuk memenuhi kebutuhan teknisi dan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ban, P. (2023). *Apa Itu Motor? Ini Pengertian dan Jenis-Jenis yang Perlu Diketahui*. Planet Ban. <https://planetban.com/blog/apa-itu-motor-ini-pengertian-dan-jenis-jenis-yang-perlu-diketahui>
- Cahya, W. (2020). Analisis SWOT Terhadap PT . Chandra Sakti Utama Leasing dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *JUNSIBI: Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 1(1), 21–30.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT Indeks.
- Kulkarni. (2013). Bab II Tinjauan Pustaka. *Pengertian Bengkel*. [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/16848/05.2_bab_2.pdf?sequence=5&isAllowed=y#:~:text=Bengkel umum kendaraan bermotor adalah,jalan \(Kulkarni%2C 2013\)](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/16848/05.2_bab_2.pdf?sequence=5&isAllowed=y#:~:text=Bengkel umum kendaraan bermotor adalah,jalan (Kulkarni%2C 2013))
- Kurtz, B. E., & L, D. (2008). *Pengantar Bisnis Kontemporer* (Buku 1). Salemba Empat.
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *JPS: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 97–112.
- Mathis, R. L., & Jackson. (2006). *Human Resource Management: Manajemen Sumber Daya Manusia. Terjemahan Dian Angelia*. Salemba Empat.
- Moleong, L. J. (2004). *Metode Peneitian Kualitatif* (S. Tjun (ed.)). PT Remaja Rosda Karya.
- Mudatsir. (2018). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing Pada Cafe Mr.Yess Coffee Di Kota Benteng

- Selayar. *Jurnal Ekonomi*, 2(2), 1–14.
- Priliantina, K. G., & Wijaksana, T. I. (2017). Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran pada Penggunaan Jasa PO MSP Trans Application of SWOT Analysis in Marketing Strategy to User of MSP Trans Service. *E-Proceeding of Management*, 4(2), 1789–1801.
- Rangkuti, F. (2018). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT. Gramedia Pustaka. Utama.
- Samsudin, A., Hidayat, R., Aurelia, A., Sari, D., Destriana, I., Cornelia, M., Netanya, S. A., & Abir, S. (2023). Pengaruh Analisis SWOT terhadap Pengambilan Keputusan pada Usaha Laundry di Kalijudan Surabaya. *EL-MAL: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(5), 1263–1274.
- Slamet, R. S. M., Muh Nur Lutfi, A. Sk. M., & Andi Rahman, P. S. Mms. (2021). *Analisis SWOT sebagai Penyusun Strategi Organisasi*. Percetakan Bintang Pustaka Madani.
- Sudarismiati, A., Hamdun, E. K., & Ibrahim, M. Y. (2016). Analisis Strategi Bisnis untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Bakso Pak Mul Desa Trebungan Kecamatan Mangaran Kabupaten Situbondo. *GROWTH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 1–20.
- Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis SWOT Pemasaran Produk Indosat pada PT X. *DINAMIKA EKONOMI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 124–134.
- Tambunan, J. H. P. (2016). *Strategi Pengembangan Bisnis pada Bengkel (Studi Penelitian pada Bengkel Kresik Putih Motor Di Jalan Jamin Ginting No: 194 Kecamatan Medan Selayang*. Universitas Sumatera Utara.
- Umar, A., Sasongko, A. H., Agusman, G., & Sugiharto. (2016). Analisa SWOT pada Bisnis Rumahan, Studi Kasus pada Bisnis Laundry Kiloan. *Buletin Bisnis Dan Manajemen*, 02(02), 84–100.
- Warsiningsih, T. (2020). Analisis SWOT dan Penetapan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan pada SMP Torsina Singkawang. *HECTOCORN: Jurnal Riset Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–21.