

ANALISIS BENGKEL ANEKA MOBIL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BENGKEL MOBIL DIJAKARTA TIMUR

Asti Aulia¹

[astiauliaa0110@gmail.com¹](mailto:astiauliaa0110@gmail.com)

Winna Sarikusumaningtyas²

[kusumaningtyas.winna@gmail.com²](mailto:kusumaningtyas.winna@gmail.com)

Moh Taufan Nugroho³

[taufannugroho@panca-sakti.ac.id³](mailto:taufannugroho@panca-sakti.ac.id)

^{1,2,3}Universitas Panca Sakti Bekasi

ABSTRACT

An effective business strategy is crucial for ensuring a company's sustainability. Several strategies that can drive company growth include product development, where companies consistently update and improve their products and services. This step is taken to adapt to the dynamics of ever-changing market needs. Product innovation not only serves to attract new customers but also helps maintain the loyalty of existing ones. Furthermore, improving the quality of customer service is also key, as optimal service can increase consumer satisfaction and trust in the company. A marketing strategy is a comprehensive plan that explains how a company seeks to achieve its marketing goals. It includes a series of interconnected steps and decisions to reach the target market, build a brand image, and drive increased sales of products and services. A good marketing strategy typically takes into account various important aspects, such as market analysis, segmentation, market targeting, brand positioning, and marketing mix management, including product, price, distribution (place), and promotion (the 4Ps). This research uses a qualitative approach with descriptive methods. Data collection techniques include interviews, observation, and documentation.

Keywords: *Usiness Strategy, Marketing Strategy, Customer Service, 4p.*

ABSTRAK

Strategi bisnis yang efektif sangat penting untuk menjamin keberlangsungan suatu perusahaan. Beberapa strategi yang dapat mendorong pertumbuhan perusahaan meliputi pengembangan produk, di mana perusahaan secara konsisten memperbarui serta meningkatkan produk dan layanan yang ditawarkan. Langkah ini dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan dinamika kebutuhan pasar yang terus berubah. Inovasi dalam produk tidak hanya berfungsi untuk menarik pelanggan baru, tetapi juga membantu dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Selain itu, peningkatan kualitas layanan pelanggan juga menjadi kunci penting, karena pelayanan yang optimal dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Strategi pemasaran merupakan

sebuah rencana menyeluruh yang menjelaskan cara suatu perusahaan berupaya meraih sasaran pemasarannya. Didalamnya terdapat serangkaian langkah dan keputusan yang saling terhubung untuk menjangkau pasar sasaran, membangun citra merek, serta mendorong peningkatan penjualan produk maupun jasa. Strategi pemasaran yang baik biasanya memperhitungkan berbagai aspek penting, seperti analisis pasar, segmentasi, penentuan target pasar, penetapan posisi merek (positioning), hingga pengelolaan bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi (tempat), dan promosi (4P). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Strategi Pemasaran, Layanan Pelanggan, 4p.

PENDAHULUAN

Secara umum, strategi dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan yang saling terintegrasi dan dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan serta kekuatan suatu usaha dalam jangka panjang. Dalam konteks bisnis, strategi menjadi bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam mengelola kegiatan usahanya guna menjaga keberlangsungan dan stabilitas operasional.

Industri otomotif merupakan salah satu sektor yang terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap kendaraan pribadi. Pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor, khususnya mobil, akan terus berkembang. Persaingan antara bengkel resmi dengan bengkel umum menjadi semakin ketat. Bengkel umum sering kali menawarkan harga yang lebih murah, lokasi yang lebih mudah dijangkau, serta layanan yang cepat. Sementara itu, bengkel resmi memiliki keunggulan dari sisi standar

kualitas, penggunaan suku cadang asli, serta tenaga mekanik yang terlatih sesuai prosedur pabrikan. Namun, keunggulan tersebut sering dianggap kurang kompetitif jika dibandingkan dengan fleksibilitas dan biaya yang ditawarkan bengkel umum.

Kondisi ini menuntut perusahaan mobil untuk merumuskan strategi yang tepat agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan memenangkan persaingan. Strategi tersebut dapat mencakup peningkatan kualitas layanan, inovasi dalam pelayanan digital (seperti booking online dan aplikasi monitoring kendaraan), program loyalitas pelanggan, hingga penguatan citra merek melalui pelayanan purna jual yang konsisten.

Dengan strategi yang tepat, perusahaan mobil tidak hanya mampu menjaga kepercayaan konsumen tapi membuat pelanggan kembali dan bertambah sehingga bengkel akan ramai .

Analisis SWOT menjadi dasar penting dalam menyusun strategi bisnis yang efektif dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal guna mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan.

1. Kekuatan (*Strengths*): Kenali keunggulan yang dimiliki perusahaan dibandingkan para pesaing seperti keahlian khusus, sumber daya yang kuat, atau reputasi merek yang baik.
2. Kelemahan (*Weaknesses*): Tinjau area yang masih memerlukan perbaikan, seperti tingginya biaya operasional, kurangnya inovasi produk, atau sistem kerja yang belum optimal.
3. Peluang (*Opportunities*): Cari dan manfaatkan peluang yang muncul di pasar, termasuk tren konsumen terbaru, perkembangan teknologi, atau perubahan regulasi yang menguntungkan.

Ancaman (*Threats*): Waspadai faktor eksternal yang bisa menghambat pertumbuhan, seperti meningkatnya persaingan, ketidakstabilan ekonomi, atau perubahan preferensi konsumen.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data, yaitu sebagai berikut:

1) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan metode pengumpulan data melalui

interaksi langsung antara peneliti dan informan dalam bentuk tanya jawab yang bersifat pribadi. Menurut Sutopo dalam Gainau (2016), teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh informasi secara lebih mendalam, terlepas dari penggunaan pedoman wawancara yang kaku. Dengan wawancara ini, peneliti dapat menggali pemahaman secara lebih luas dan detail dari narasumber.

2) Observasi Langsung

Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat fenomena secara sistematis. Sudijono (1998) menyatakan bahwa observasi adalah teknik penting dalam memperoleh data berdasarkan apa yang dilihat secara langsung di lapangan. Dalam konteks penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas dan kondisi di perusahaan aneka mobil untuk memahami karakteristik lokasi dan subjek penelitian secara lebih mendalam.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi langsung menunjukkan pentingnya strategi pelayanan pemasaran, dan strategi teknik itu sangat penting digunakan dapat meningkatkan perkembangan perusahaan dalam menghadapi persaingan bengkel mobil.

Strategi yang diberikan akan memajukan perusahaan, dan melatih kinerja karyawan untuk lebih baik lagi upaya strategi yang dilakukan

perusahaan menggunakan analisis SWOT

1. Kekuatan (*Strengths*): Kenali keunggulan yang dimiliki perusahaan dibandingkan para pesaing seperti keahlian khusus, sumber daya yang kuat, atau reputasi merek yang baik.
2. Kelemahan (*Weaknesses*): Tinjau area yang masih memerlukan perbaikan, seperti tingginya biaya operasional, kurangnya inovasi produk, atau sistem kerja yang belum optimal.
3. Peluang (*Opportunities*): Cari dan manfaatkan peluang yang muncul di pasar, termasuk tren konsumen terbaru, perkembangan teknologi, atau perubahan regulasi yang menguntungkan.

Ancaman (*Threats*): Waspada faktor eksternal yang bisa menghambat pertumbuhan, seperti meningkatnya persaingan, ketidakstabilan ekonomi, atau perubahan preferensi konsumen.

Pembahasan

Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel ($\alpha > 0,6$). Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan fitur layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (nilai $\text{sig} < 0,05$).

Persamaan regresi : $Y = 3,476 + 0,326X_1 + 0,524X_2 + e$

Hasil ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam kemudahan penggunaan

dan fitur layanan akan meningkatkan kepuasan pengguna. fitur seperti zakat, top-up e-wallet, dan kemudahan navigasi menjadi tingkat kepuasan nasabah.

Pengaruh kemudahan penggunaan dan fitur layanan terhadap kepuasan pengguna BSI Mobile Banking

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 70 responden pengguna BSI Mobile Banking di Kota Lhokseumawe, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan dan fitur layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Temuan ini memperkuat berbagai teori dan studi terdahulu yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan kualitas fitur merupakan faktor utama dalam membentuk pengalaman positif pengguna terhadap layanan digital. Dalam konteks kemudahan penggunaan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa aplikasi BSI Mobile relatif mudah untuk dioperasikan, dipahami, dan dipelajari. Hal ini sejalan dengan pendapat Davis (1989), yang menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan terhadap suatu sistem, maka semakin besar pula kemungkinan sistem tersebut diterima oleh pengguna. Dari sudut pandang penulis, kemudahan ini menjadi faktor strategis dalam menarik minat masyarakat terhadap layanan perbankan syariah digital, terutama di daerah-daerah yang belum sepenuhnya terdigitalisasi. Namun demikian, tidak semua pengguna memiliki persepsi yang seragam. Melalui pengamatan penulis selama penyebaran kuesioner dan wawancara informal, ditemukan bahwa pengguna yang lebih berpengalaman dengan teknologi digital cenderung memberikan skor tinggi terhadap

indikator kemudahan, sedangkan pengguna yang berusia lebih lanjut atau baru pertama kali menggunakan m-banking merasa masih ada kompleksitas dalam navigasi aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya edukasi dan sosialisasi yang lebih luas dari pihak BSI untuk memastikan bahwa kemudahan yang dirancang benar-benar inklusif bagi seluruh segmen pengguna. Di sisi lain, fitur layanan juga terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Aplikasi BSI Mobile menawarkan fitur-fitur yang cukup lengkap, mulai dari layanan transfer, pembayaran, top up ewallet, hingga layanan sosial seperti zakat dan wakaf. Penulis melihat bahwa fitur-fitur ini bukan hanya memudahkan aktivitas finansial, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai syariah yang menjadi keunggulan kompetitif BSI dibandingkan aplikasi m-banking lainnya. Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2012), yang menyatakan bahwa fitur produk dapat menjadi sarana diferensiasi yang meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Akan tetapi, berdasarkan temuan lapangan, penulis juga mencatat bahwa sebagian responden mengeluhkan kendala teknis seperti keterlambatan notifikasi SMS, tampilan aplikasi yang monoton, serta kesulitan saat proses reaktivasi akun setelah mengganti nomor ponsel. Dari sudut pandang penulis, hal ini menjadi indikasi bahwa walaupun fitur secara kuantitatif tersedia, secara kualitatif masih diperlukan perbaikan dari sisi pengalaman pengguna (user experience). Dalam hal ini, penulis menyarankan agar BSI tidak hanya fokus menambah jumlah fitur, tetapi juga meningkatkan kualitas aksesibilitas dan performa teknis aplikasi. Lebih lanjut, penulis memandang bahwa kepuasan pengguna

digital banking tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional seperti kemudahan dan fitur, tetapi juga aspek emosional dan nilai. Sebagai bank syariah, BSI memiliki peluang besar untuk menumbuhkan loyalitas berbasis kepercayaan dan nilai-nilai religius. Oleh karena itu, integrasi antara teknologi, pelayanan prima, dan prinsip-prinsip syariah harus terus diperkuat agar dapat membangun pengalaman yang utuh dan memuaskan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwa perusahaan menggunakan analisis SWOT dalam menghadapi persaingan bengkel mobil yaitu menganalisis kekuatan perusahaan yang dimiliki sumber daya yang kuat, citra merek yang bagus karena perusahaan memiliki keunggulan tersendiri yaitu owner yang komunikatif, pelayanan yang baik, tenaga kerja yang handal, alat kerja yang memadai.

Kelemahan Perusahaan dijadikan evaluasi untuk perusahaan lebih baik lagi, kelemahan Perusahaan bengkel masih terlalu kecil sehingga jika ramai terasa sempit.

Perusahaan memanfaatkan peluang yang ada dalam mempertahankan persaingan bengkel lain yaitu dengan update perkembangan teknologi terbaru, tren pasar agar tidak kalah saing oleh pesaing.

Ancaman yang dimiliki perusahaan banyaknya pesaing bengkel mobil yang terus berkembang perusahaan perlu melakukan terus inovasi terbaru agar tidak kalah saing oleh pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini 2024 strategi pengembangan usaha [https:// Rama unimal. http://repo.ppl.ac.id/60/1/1701069%20Muhamad%20Ilham%20Roshiku%2ak\).pdf](https://Rama.unimal.http://repo.ppl.ac.id/60/1/1701069%20Muhamad%20Ilham%20Roshiku%2ak).pdf)
- Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan [https://journal.staiyapiqbaubau. https://journal.staiyapiqbaubau.](https://journal.staiyapiqbaubau.https://journal.staiyapiqbaubau.)
- M.saifudin 2024 pengertian strategi [https://journal.staiyapiqbaubau. https://journal.staiyapiqbaubau.](https://journal.staiyapiqbaubau.https://journal.staiyapiqbaubau.)
- Iman Mulyana 2010 strategi adalah ilmu seni [https://ejournal.unsrat. https://ejournal.unsrat.](https://ejournal.unsrat.https://ejournal.unsrat.)
- David 2012 pengertian manajemen strategi [https://media.neliti.com/media/publications https://media.neliti.com/media/publications](https://media.neliti.com/media/publicationshttps://media.neliti.com/media/publications)
- Strategi bisnis [https://banksaqu.co.id/blog https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-manajemen-strategi http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1798/4/Bab%202_watermark.pdf https://banksaqu.co.id/blog https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-manajemen-strategi http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1798/4/Bab%202_watermark.pdf](https://banksaqu.co.id/bloghttps://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-manajemen-strategihttp://repository.itbwigalumajang.ac.id/1798/4/Bab%202_watermark.pdfhttps://banksaqu.co.id/bloghttps://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-manajemen-strategihttp://repository.itbwigalumajang.ac.id/1798/4/Bab%202_watermark.pdf)
- Wijaya segmentasi pasar, targeting, positioning [https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/6996/6150/12232 https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/6996/6150/12232](https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/6996/6150/12232https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/6996/6150/12232)
- agustistin segmentasi pasar, targeting positioning. [https://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/BIP/article/download/272/195 https://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/BIP/article/download/272/195](https://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/BIP/article/download/272/195https://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/BIP/article/download/272/195)
- KaTridyanti 2023 segmentasi pasar, targeting, positioning [https://journal.literasisains.id/index.php/mamen/article/download/1614/839 https://journal.literasisains.id/index.php/mamen/article/download/1614/839](https://journal.literasisains.id/index.php/mamen/article/download/1614/839https://journal.literasisains.id/index.php/mamen/article/download/1614/839)
- Hinmahabbah 2024 segmentasi pasar, targeting, positioning [https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2510 https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2510](https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2510https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2510)
- A.lating 2021 segmentasi pasar, targeting, positioning [https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/download/1793/1360/5998 https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/download/1793/1360/5998](https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/download/1793/1360/5998https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/download/1793/1360/5998)
- <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/1231/1248/> faktor faktor yang menjadi strategi perusahaan
- Strategi bisnis dan manfaatnya [https://banksaqu.co.id/blog/strategi-bisnis-yang-wajib-diketahui https://banksaqu.co.id/blog/strategi-bisnis-yang-wajib-diketahui](https://banksaqu.co.id/blog/strategi-bisnis-yang-wajib-diketahuihttps://banksaqu.co.id/blog/strategi-bisnis-yang-wajib-diketahui)
- Strategi bisnis pengertian, fungsi manfaat [https://strategy.proxsisgroup.com/insight/strategi-bisnis-pengertian-fungsi-manfaat-dan-contohnya/ https://strategy.proxsisgroup.com/insight/strategi-bisnis-pengertian-fungsi-manfaat-dan-contohnya/](https://strategy.proxsisgroup.com/insight/strategi-bisnis-pengertian-fungsi-manfaat-dan-contohnya/https://strategy.proxsisgroup.com/insight/strategi-bisnis-pengertian-fungsi-manfaat-dan-contohnya/)
- Manfaat utama menjalankan strategi [https://greatnusa.com/article/manfaat-manajemen-strategi https://greatnusa.com/article/manfaat-manajemen-strategi](https://greatnusa.com/article/manfaat-manajemen-strategihttps://greatnusa.com/article/manfaat-manajemen-strategi)