



Analisis Potensi *Start up* Farhan Variasi Mobil dalam Usaha di Bidang Otomotif

Ahmad Zaenul Arifin¹, Miftah Rakhmadian^{2*}, Melisa Wahyu F.³, Deni Nugroho⁴

^{1,2,3,4} Pendidikan Ekonomi, Universitas Insan Budi Utomo

E-mail Correspondence: miftahrdian@gmail.com

Abstract

The creative economy is a business that is currently in great demand among young entrepreneurs, one of which is the accessory or variation business. This research aims to find out the potential of Farhan Car Variation's creative economy start-up in the automotive sector, and also how Farhan Car Variation's business is managed. This research uses descriptive qualitative research methods, with data collection techniques of interviews, observation and documentation. Based on the research results of Farhan's start-up business, Car Variations can have greater potential if it meets the characteristics of the existing market at the same time, is always updated on market changes and the latest types of output variations, and tries to improve current deficiencies. As a start-up business, Farhan's Car Variations still does not consistently implement management functions such as planning, organizing, actuating, controlling in business in general. In marketing strategies through offline and online, sometimes marketing is still not optimal, it would be better to need marketers who are more focused on marketing so they can absorb a wider market. Farhan Car Variations has quite a big name among customers, this can be seen from the Google Map rating which is quite high and the customer's trust in the workshop is quite large, the management of the workshop is still not good. The threat comes from entrepreneurs in the same business field, where marketing, which is sometimes done in their free time, makes workshops a bigger threat. Farhan's proposed Car Variation business development plan is expected to increase the scale of the business by using existing strategies of strengths or advantages, so that by exploiting this opportunity the business will grow further in the future.

Keywords: *Creative Economy, Start up, Car Variations, Automotive*

Abstrak

Ekonomi kreatif merupakan bisnis yang banyak diminati pada saat ini oleh para wirausaha muda, salah satunya adalah bisnis yang akseroris atau variasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana potensi *start up* ekonomi kreatif Farhan Variasi Mobil dalam usaha dibidang otomotif, dan juga

bagaimana pengelolaan pada bisnis Farhan Variasi Mobil. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian bisnis *start up* Farhan Variasi Mobil dapat berpotensi lebih besar apabila memenuhi karakteristik pasar yang ada sekaligus, selalu *update* terhadap perubahan-perubahan pasar maupun jenis variasi keluaran terbaru, serta berusaha memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada untuk saat ini. Sebagai bisnis *start up* Farhan Variasi Mobil masih belum secara konsisten menerapkan fungsi manajemen seperti *planning, organizing, actuating, controlling* dalam bisnis pada umumnya. Dalam strategi pemasaran melalui offline dan online terkadang pemasaran masih kurang maksimal, sebaiknya dibutuhkan tenaga pemasar yang lebih difokuskan ke pemasaran agar bisa menyerap pasar yang lebih luas. Farhan Variasi Mobil memiliki nama yang cukup besar di kalangan pelanggan, hal ini dapat dilihat dari rating *google map* yang cukup tinggi dan kepercayaan pelanggan yang cukup besar terhadap bengkel tersebut, manajemen bengkel yang masih kurang baik. Ancaman berasal dari pengusaha di bidang bisnis yang sama, dimana pemasaran yang terkadang pada saat waktu luang saja menjadikan bengkel mendapatkan ancaman yang lebih besar. Rencana pengembangan bisnis Farhan Variasi Mobil yang di usulkan, kiranya dapat memperbesar skala usaha bisnis dengan menggunakan strategi kekuatan atau kelebihan yang ada, agar dalam pemanfaatan peluang ini menjadikan bisnis semakin berkembang untuk kedepannya.

Kata kunci : : Ekonomi Kreatif, *Start up*, Variasi Mobil, Otomotif

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif berkaitan dengan ide, di mana kreativitas dan imajinasi menentukan tindakan orang terhadap ide-ide tersebut. Ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah dari kreativitas yang dilindungi oleh kekayaan intelektual dan berasal dari pengelolaan budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi (Bekraf, 2017). Nilai tambah ini mencakup nilai tambah secara sosial, budaya, dan lingkungan. Kreativitas, yang merupakan sumber daya terbarukan, akan memainkan peran penting dalam ekonomi kreatif di masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif dapat membantu pertumbuhan ekonomi, perdagangan, dan penyerapan tenaga kerja (Carr, 2014).

Bisnis *start up* berorientasi pada kebutuhan konsumen, memproduksi barang dan jasa dengan menyoroti permasalahan yang ada di pasar. Hal ini

membuat produk-produk yang ditawarkan oleh bisnis *start up* menjadi solusi bagi sebuah masalah yang dirasakan oleh banyak orang. Bisnis *start up* termasuk ke dalam model bisnis yang menantang karena mengikuti perkembangan teknologi yang sangat cepat membuat bisnis *start up* banyak diminati oleh calon-calon pebisnis. Melihat besarnya pengguna internet di Indonesia membuat banyaknya pemilik *start up* yang menerapkan strategi pemasarannya melalui digital marketing. Proses pemasaran dalam dunia digital harus dipahami oleh pemilik *start up* digital, digital marketing dapat didefinisikan sebagai pemasaran melalui teknologi digital yang terintegrasi (Beier, 2016). Salah satu strategi digital marketing yang efektif saat ini yang dapat digunakan oleh perusahaan baru adalah membangun *branding website* terbaik, yang berarti membangun *situs web* resmi dengan cara yang paling menarik. Meningkatkan kesadaran merek dengan menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*.

Dalam menjalankan sebuah bisnis *start up* tentunya tidak mudah, walaupun berkonsepkan teknologi tetap saja bisnis *start up* membutuhkan manajemen yang baik agar kedepannya sesuai dengan target yang diinginkan. Menurut Kristiawan (2017), Manajemen adalah ilmu dan seni dalam mengatur, mengendalikan, dan mengkomunikasikan segala sumberdaya yang ada dalam sebuah organisasi dengan memanfaatkan fungsi-fungsi manajemen. Sehingga aturan yang sudah ada disepakati bersama dapat mewujudkan tujuan yang diinginkan. Salah satu aspek yang sangat penting dalam menumbuhkan kembangkan suatu bisnis *start up* adalah manajemen sumber daya manusia (*human resources management*). Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya sekedar terbarukan, melainkan tidak terbatas seperti ide dan inovasi.

Salah satu sektor ekonomi Indonesia yang berkembang pesat adalah industri otomotif. Indonesia memiliki kemungkinan besar untuk menjadi negara dengan industri otomotif terbesar di ASEAN karena banyak keunggulan, salah satunya adalah pasar yang sangat besar karena populasinya yang terbesar di Asia Tenggara. Industri aksesoris mobil sangat erat dengan industri otomotif karena merupakan salah satu sektor pendukungnya. Kelangsungan hidup industri

komponen ini sangat bergantung pada kemajuan industri otomotif, sehingga perubahan kecil yang terjadi pada industri otomotif dapat berdampak besar pada kemajuan industri komponen ini. Ada kemungkinan bahwa pertumbuhan industri otomotif sejalan dengan perkembangan pasar aksesoris. Artinya, seiring dengan pertumbuhan angka kendaraan, kemungkinan aksesoris akan meningkat juga.

Di tengah pesatnya pertumbuhan industri kendaraan dan industri komponennya, yaitu aksesoris kendaraan bengkel Farhan Variasi Mobil belum mampu menyerap pasar nasional secara efektif. Dalam pengembangan bisnis perdagangan aksesoris mobil, penting untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki serta strategi untuk memanfaatkan semuanya sehingga *start up* dalam bidang variasi mobil menawarkan berbagai solusi inovatif dalam memenuhi kebutuhan berbagai macam kalangan konsumen yang semakin meningkat dan bertambahnya teknologi yang semakin maju. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis potensi *start-up* Farhan Variasi Mobil dalam usaha di bidang otomotif, serta strategi yang diterapkan untuk keberlanjutan usaha *start-up* Farhan Variasi Mobil.

METODE PENELITIAN

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang dapat diterima secara umum atau generalisasi (Sugiyono, 2008). Penulis memilih jenis penelitian ini karena ingin mengetahui perkembangan yang terjadi di Farhan Variasi Mobil sehingga sampai sekarang terus mengalami kemajuan di bidang otomotif. Penelitian kualitatif adalah Metode penelitian yang mengumpulkan data deskriptif dari perilaku dan kata-kata tertulis atau lisan individu (Moleong, 2014).

Peneliti menggunakan wawancara semi-terstruktur dalam penelitian ini, yang memungkinkan lebih banyak kebebasan dari pada wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menyelesaikan masalah secara terbuka dengan meminta orang yang diwawancarai untuk memberikan pendapat

dan gagasan mereka. Peneliti harus mendengarkan dan mencatat informan selama wawancara (Sugiyono, 2010).

Beberapa metode digunakan untuk mendapatkan data penelitian ini, seperti:

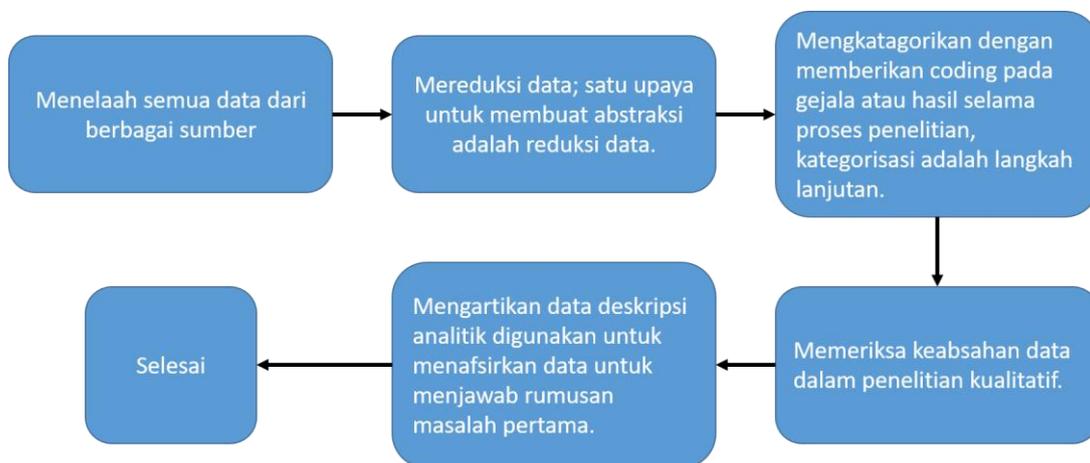
1. Wawancara

Menurut Noor (2011), teknik wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dengan orang yang diwawancarai.

2. Pengamatan

Menurut Noor (2011), Menyatakan bahwa teknik pengamatan mengharuskan peneliti melihat subjek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung. Lembar pengamatan dan panduan pengamatan adalah alat yang dapat digunakan. Tempat, pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, dan perasaan adalah beberapa informasi yang diperoleh dari pengamatan.

Peneliti menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Moleong (2006), seperti gambar di bawah ini;



Gambar 1. Teknik analisis data menurut (Moleong: 2006)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Farhan Variasi Mobil

Farhan Variasi Mobil adalah sebuah bisnis *start up* ekonomi kreatif yang merupakan bengkel dan penjualan aksesoris mobil. Bengkel Variasi ini berdiri pada tahun 2017, dimana bengkel variasi ini berfokus melayani jasa service pemasangan dan layanan konsultasi di bidang otomotif. Awal mula usaha *start up* ini berjalan dimulai dengan *freelance*. Karena kondisi waktu itu si pemilik usaha baru saja menyelesaikan kuliah S1-nya dan belum memiliki tempat usaha atau bengkel. Sehingga usaha yang dilakukan pemilik usaha *start up* ini dilakukan dengan menerima panggilan jasa ketempat tinggal dari pelanggan-pelanggannya.

Jasa yang ditawarkan oleh pemilik *start up* Farhan Variasi Mobil ini adalah melayani penjualan berbagai macam variasi yang dibutuhkan pelanggan, serta pemasangan atau instalasi dan juga servis. Bengkel Farhan Variasi Mobil beralamat di kota Malang yang tepatnya Jalan Melati no.32, Jatimulyo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Pemilik usaha *start up* Farhan Variasi Mobil ini bernama Khabib Farhani. Selain menjadi pemilik usaha, Khabib juga turun tangan langsung untuk menangani dan melayani pelanggan, karena merupakan mekanik utama di bengkel tersebut. Jadi, jika terjadi kendala dalam pemasangan alat-alat yang tidak dapat dijangkau oleh karyawannya, maka Khabib adalah juru utama yang mampu menyelesaikan permasalahan yang ada.

Dalam pengelolaan bengkel variasi tersebut di bantu oleh kedua orang adiknya yang sekaligus menjadi pembantu mekanik. Pengelolaan keuangan yang ada di Bengkel Farhan Variasi Mobil ini ditangani oleh pemilik usaha dan di bantu oleh istri pemilik usaha. Pengelolaan keuangan ini berupa pengelolaan pemasukan yang diperoleh setiap harinya di bengkel, ataupun panggilan-panggilan keluar bengkel oleh pelanggan. Kemudian penanaman modal yang harus di keluarkan, sekaligus kebutuhan pokok sehari-hari diperuntukan untuk makan dan operasional karyawan yang bekerja di bengkel Farhan Variasi Mobil, ada 4 orang karyawan termasuk dua adik pemilik usaha

tersebut. Dimana 4 orang karyawan ini memiliki tanggung jawab kerja yang sama bergantung aturan yang diperintahkan oleh pemilik usaha tersebut.

Jam oprasional normal yang berlaku di bengkel Farhan Variasi Mobil ini di mulai pada pukul 08.00-17.00 WIB. Beberapa contoh produk yang di jual di bengkel Farhan Variasi Mobil adalah: *Head Unit Double Din/Android 7 9 10 inch, singgledin, Audio, jenis-jenis Alarm Mobil, Centrallock, Camera Mundur, Camera 360, dan juga jenis camera lainnya, macam-macam jenis lampu seperti lampu utama, lampu LED, dan lampu variasi lainnya, sensor parkir, power window, cover jok, Turbo Timer, GPS Tracker.* dan masih banyak macam variasi yang di sediakan di bengkel Farhan Variasi Mobil, lebih lengkapnya juga bisa datang langsung ke lokasi bengkel. Atau informasi lainya yang ingin diketahui melalui digital pelanggan juga dapat mengecek melalui *google map*, media sosial seperti *Instagram, Facebook, serta Twitter* dari bengkel Farhan Variasi Mobil.

Sistem kinerja yang di berlakukan dalam Bengkel Farhan Variasi Mobil ini setiap kinerja karyawan ditempatkan berdasarkan *job desc* utama masing-masing yang sudah diarahkan oleh pemilik usaha tersebut. Lingkup kerja yang diutamakan dalam operasional jam kerja yaitu komunikasi antar karyawan dalam bekerja harus terjalin dengan baik agar tidak terjadinya kesalah pahaman sehingga mengakibatkan kegagalan dalam bekerja. Kemudian kerjasama yang baik pula diutamakan oleh pemilik usaha bertujuan agar antar karyawan dapat bekerjasama untuk menghindari kegagalan dalam bekerja. Sehingga tujuan dari pemilik usaha tersebut dapat berjalan dengan lancar karena memaksimalkan kualitas pelayanan yang baik dilakukan oleh SDM yang baik pula. Meskipun terkadang masih ada sedikit kendala yang terjadi di dalam bengkel, baik dialami oleh karyawan ataupun pemilik usahanya sekaligus, pemilik usaha bengkel Farhan Variasi Mobil tetap menjalankan bisnis dengan sebaik-baiknyadan profesional.

B. Fungsi *planning, organizing, actuating, dan controlling* dalam Farhan Variasi Mobil

1. Sumber Daya Manusia.

a. Planing.

Mengadakan perekrutan karyawan sesuai dengan kebutuhan yang ada.

b. Organizing.

Tidak ada tugas pembagian divisi bagi anggota karyawan, karena keutamaan dalam kinerja di bengkel Farhan Variasi Mobil di lakukan beresama-sama dan gotong royong. Jadi komunikasi dan kerjasama adalah modal utama dalam bekerja.

c. Actuating.

Memberi pengarahan dan training kepada karyawan maupun kepada calon karyawan.

d. Controlling.

Melakukan kotrol kerja atas kinerja karyawan melalui peraturan-peraturan atau SOP yang sudah di tetapkan.

2. Keuangan.

a. Planing.

Perencanaan keuangan.

b. Organizing.

Tidak ada.

c. Actuating.

Tidak ada.

d. Controlling.

Kontrol keuangan di pegang langsung oleh owner atau pemilik tempat usaha.

3. Pemasaran.

a. Plannig.

Pemilihan produk dan penetapan harga di lakukan langsung oleh pemilik tempat usaha atau owner.

b. Organizing.

Tidak ada.

c. Actuating.

Memberi arahan kepada semua karyawan tentang cara mengenalkan barang-barang dagangan yang ada.

d. Controlling.

Mengadakan evaluasi jika diperlukan..

4. Operasional.

a. Planning.

Daya beli atau penjualan barang, pemakaian jasa atau servise maupun jasa instalasi.

b. Organizing.

Tidak ada pembagian divisi.

c. Actuating.

Memberi arahan untuk semua karyawan tentang spesifikasi barang-barang dagangan, model untuk menata sekaligus penempatan barang dagangan yang tepat sehingga menarik untuk di lihat, mengecek stok barang yang ada dan membuat laporan barang keluar atau habis, sehingga bisa secepatnya akan menyediakan lagi barang yang tidak ada atau tinggal sedikit.

d. Controlling.

Tidak ada.

C. Analilis SWOT

1. *Strength* (Kekuatan)

a. Analisis lingkungan internal

Bengkel atau tempat usaha masih belum mendapatkan tempat atau bangunan yang tepat dalam mendukung berjalanya kegiatanusaha. Tempat usaha bengkel masih belum milik sendiri bisa dikatakan tempat tersebut masih mengontrak kepada pemilik kontrakan per 5 tahun. Bengkel masih menggunakan listrik yang gabungan dengan tetangga bengkel sekaligus pemilik tempat kontakn yang terkadang saat bekerja listrik jeglek atau padam karena kelebihan beban. Kondisi bangunan masih bangunan lama,

tampilan bangunan masih lusuh atau identik dengan bangunan lama atau model lama yang kondisi genting kadang juga bocor walaupun sudah di renovasi beberapa kali tetap juga bocor di beberapa bagian karena sudah bangunan lama renovasi kebocoran tidak bertahan lama. Lokasi bengkel sebenarnya sudah sangat strategis dan sangat mudah di lihat karena terletak pinggir jalan utama dan lokasi parkir di bahu jalan juga ada untuk orang yang lewat dari jalan tersebut, lokasi mudah di cari, akan tetapi tempat parkir yang masuk kedalam hanya cukup satu mobil maka dari itu jika bengkel dalam kondisi rame maka pengerjaan di lakukan di bahu jalan atau di samping bengkel di depan ruko yang kosong. Ruang tunggu bagi pelanggan saat pengerjaan sudah disediakan disiapkan juga secangkir kopi atau teh secara gratis dapat dinikmati sambil menunggu pengerjaan. Bengkel hanya memiliki 1 (satu) kendaraan operasional yang di gunakan sehari-hari untuk kepentingan bengkel.

Bengkel memiliki produk yang baik dan berkualitas sesuai dengan harga dan barang harga bisa bersaing dengan tempat lain dengan usaha yang sama dan produk yang sama. Kualitas jasa yang bisa disesuaikan, harga apapun baik jasa maupun barang sekaligus pemasangan bisa di diskusikan dengan pelanggan sampai cocok atau deal sehingga dapat di sepakati oleh keduanya sebelum pengerjaan di lakukan. Hal ini diperuntukan agar menghindari miskomunikasi sesudah pengerjaan yang nantinya mengakibatkan kurangnya kepuasan pelanggan. Dari keutamaan kepuasan pelanggan adalah moto dari bengkel Farhan Variasi Mobil, maka dari itu bengkel Farhan Variasi Mobil memiliki *Brand Image* yang baik dan rating di *Google map* sangat baik yaitu mencapai 4,8 rating bintang di *Google map*, dan baik di mata konsumen, Bengkel juga memiliki jalur distribusi yang baik untuk pengambilan barang yang akan di jual.

Dari sisi sumberdaya tidak berwujud Salah satu kelemahan bengkel yaitu keinginan pelanggan yang belum ada atau pada saat pemasangan barang saat stok sudah mepet atau kurang, jadi pelanggan menunggu untuk

kedatangan barang untuk beberapa waktu pengiriman dari tempat pengambilan barang.

Dari sisi kemampuan tempat usaha belum memiliki manajemen yang baik dalam operasional sehari-hari, dikarenakan ada beberapa karyawan di bengkel yang masih kurang menjaga SOP seperti kebersihan dan ketenagan di tempat bengkel. Semua kegiatan yang ada di bengkel bisa di katakan semua di urus dan di kontrol langsung oleh pemilik usaha. Hal ini menjadikan lingkungan kinerja kurang efektif dan efisien, terutama pada saat pemilik usaha bengkel tidak ada di tempat, manajemen usaha yang masih kurang tertata merupakan kelemahan bagi suatu usaha.

b. Analisis Lingkungan Eksternal

Ancaman dari pengusaha baru dalam bidang usaha yang sama cukup lumayan besar. Selain itu persaingan usaha yang sudah berdiri sudah lama dan memiliki tempat cukup memadai juga sudah sangat banyak. Maka dari itu, persaingan harga dan layanan sangat ketat dan harus selalu diperhatikan. Modal yang dibutuhkan sangat relatif dan beragam bergantung pada barang yang didatangkan dan disediakan di bengkel. Namun, pemilik usaha bengkel memiliki strategi dan inovasi dalam menghadapi ancaman dari pengusaha baru maupun yang sudah lama membuka usaha di bidang yang sama. Pemilik usaha bengkel juga memiliki langkah-langkah menghadapi ancaman dari luar, adalah dengan cara menjaga kualitas barang dagangan yang di jual serta menjaga kualitas SDM, jasa dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, maupun dengan patner kerja.

Banyaknya barang sejenis namundengan merek, bahan, dankualitas yang berbedadipasaran,tekanan untuk produk pengantisangat tingi.Selain itu,harganya bervariasi, ada yang lebih murahdan ada yang lebih mahal,tetapi kualitaslah yangmembuat bengkel Farhan Variasi Mobil menjadi pilihanpelanggan.

Kekuatan tawar menawar dari pelanggan juga sangat bervariasi, karena pemilik usaha juga menyarankan semampunya pelanggan sesuai kondisi keuangannya. Strategi tersebut juga menjadikannya pelanggan dan pemilik usaha bengkel semakin akrab sehingga menjadikannya pelanggan tetap. Dari berbagai jenis kalangan pelanggan, pemilik usaha juga sering melakukan potongan harga atau diskon. Apalagi jika pemasangan begitu banyak atau juga membeli dan memasang dengan sistem paket maka harganya juga berbeda dari saat membeli per item.

Pemasok barang yang ada di bengkel akan di seleksi sendiri oleh pemilik usaha bengkel sekaligus penentuan harga nantinya untuk di jual. Tingkat persaingan antara pesaing dengan memiliki berbagai karakteristik yaitu: ada cukup banyak pengusaha di bidang yang sama juga memiliki pertumbuhan usaha yang beragam, peluang yang didapatkan pesaing juga cukup besar. Para pesaing di bidang sama memiliki kemampuan yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Banyak sekali pemain dalam pasar aksesoris mobil di Indonesia. Beberapa keunggulan yang menjadikannya kekuatan dalam bengkel akan terus di tingkatkan agar terus menjadi pilihan utama pelanggan dan selalu mendapat rating tinggi di *Google map*, karena sebagian pelanggan juga menggunakan *Google map* untuk menemukan tempat variasi mobil yang baik.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan dari bengkel Farhan Variasi mobil adalah: pemilik usaha bengkel masih belum ada struktur organisasi yang jelas, membagi bagian dan tanggung jawab dengan jelas agar setiap karyawan memiliki tanggung jawab di setiap bagiannya. Hal ini bertujuan agar tidak selalu ceroboh dan memiliki sikap tanggung jawab yang tinggi terhadap apapun. Seperti contohnya tanggung jawab kepada kelengkapan alat kerja yang selalu berserakan dan tidak dikembalikan ditempat semula setelah selesai memakainya. Sehingga terkadang pembagian tugas di Bengkel yang masih tidak tertata. Pemilik usaha kurang bisa fokus pada sistem kerja yang

kondusif, pengontrolan terhadap masalah internal dan eksternal. Bengkel tidak memiliki tenaga pemasaran yang fokus di bidang tersebut. Pemasaran dilakukan bersama-sama dan bisa dilakukan oleh siapa saja tanpa terkecuali. Akan tetapi kekurangan tersebut mengakibatkan pemasaran kurang maksimal. Sering terjadi miskomunikasi untuk stok barang.

3. *Opportunity* (Peluang)

Peluang atau kelebihan dari bengkel Farhan Variasi Mobil memiliki kepercayaan pelanggan yang cukup besar, memiliki rating tinggi di pasaran atau di *Google map*, nama semakin meluas walaupun masih dengan pemasaran yang sederhana dan standart, kualitas produk yang baik, harga dan rekomendasi produk sesuai dengan kemampuan pelanggan, konsultasi secara gratis walaupun hanya sekedar bertanya saja walaupun tidak membeli barang akan tetapi dilayani dengan baik, kualitas kemampuan SDM yang baik masih di maksimalkan, harga yang fleksibel dan dapat bonus atau potongan harga.

4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman bagi bengkel Farhan Variasi Mobil banyaknya usaha bisnis di bidang yang sama, banyaknya barang yang serupa namun berbeda merek dan persaingan harga sangat ketat di pasaran, akan tetapi di tempat bengkel Farhan Variasi Mobil mempunyai kualitas dan ciri khas tersendiri yang membuat pelanggan kembali ke bengkel Farhan Variasi Mobil, Banyaknya pesaing usaha bisnis di bidang yang sama mengakibatkan terpengaruhnya pelanggan terhadap pelayanan dari bengkel Farhan Variasi Mobil. Pelanggan yang belum pernah ke tempat bengkel Farhan Variasi Mobil, jika sesekali datang suka membandingkan dengan tempat usaha lain. Misal jika ada pelanggan dengan keterbatasan dana, sering sekali hanya mencari informasi mengenai tampilan dan harga saja tanpa memperhatikan kualitas barang dan kerapian pada saat pemasangan. Terkadang keinginan pelanggan untuk hanya survei atau melihat dulu ketempat lain bisa di

sebabkan dari berbagai faktor seperti selera, *budget* dan informasi yang kurang dari tempat kami yang diperoleh pelanggan. Persaingan harga yang sangat ketat di karenakan banyaknya usaha dibidang bisnis yang sama, terkadang hal tersebut sangat mempengaruhi pelanggan baru yang akan datang ke bengkel Farhan Variasi Mobil.

D. Strategi Pengembangan Bisnis

Keadaan yang ada di bengkel Farhan Variasi Mobil belum adanya pembagian divisi, guna untuk lebih efektif pada saat pemilik usaha tidak ada di tempat kerja. Kurangnya sebagian karyawan dalam memahami SOP dan pembagian pekerjaan, sehingga perkembangan bengkel Farhan Variasi Mobil menjadi lambat dan kurang maksimal. Harapan Bengkel Farhan Variasi yaitu, mengatur bengkel menjadi lebih baik dengan cara menciptakan struktur organisasi dengan jelas membagi-bagi bagian di setiap karyawan dan SOP di setiap bagian karyawan, pembagian kedalam minimal 4 (empat) fungsi dalam berbisnis utama yaitu: sumberdaya manusia, keuangan, pemasaran, dan operasional. Dengan adanya pembagian ini, sehingga karyawan bisa lebih fokus pada bagianya masing-masing, dan bertanggung jawab atas SOP pada bagianya masing-masing.

Perlunya tenaga pemasar yang lebih di fokuskan pada pemasaran untuk bisa mengoptimalkan penjualan sekaligus mengenalkan bengkel Farhan Variasi Mobil kepada calon pelanggan dan juga mengenalkan jasa yang ada di bengkel, agar bisa menyerap pasar lebih banyak. Strategi yang tepat di gunakan pada bengkel Farhan Variasi Mobil untuk memaksimalkan kekuatan dan kelebihan bengkel menjadi sebuah peluang yang ada dalam mendukung strategi tersebut bisa juga melakukan hal sebagai berikut: membuka cabang, meningkatkan produktivitas karyawan atau SDM, memperluas pasar, membuat struktur organisasi, memperbanyak produk yang tersedia di bengkel atau stok bengkel, jenis-jenis produk mengikuti zaman atau perkembangan di dalam lingkungan variasi mobil.

Implikasi manajerial dapat digunakan di bengkel Farhan Variasi Mobil sebagai panduan untuk menjalankan operasional bisnis dengan baik, sekaligus bisa berkembang dengan membenahan sistem yang salah. Implikasi manajerial bengkel Farhan Variasi Mobil memanfaatkan kekuatan atau kelebihan menjadi peluang, kelemahan seperti belum terdapat struktur organisasi maka pembagian *job-desc* bisa dilakukan, agar setiap karyawan bisa lebih fokus pada tanggung jawab dan SOPnya masing-masing. Adanya pemasaran maka bengkel bisa meningkatkan aktivitas promosi, menjalin hubungan baik dengan pelanggan, terutama bengkel bisa meningkatkan dan mengembangkan usahanya.

KESIMPULAN

Farhan Variasi Mobil merupakan bisnis rintisan atau bisnis *star-up* yang berdiri pada tahun 2017. Bisnis *star-up* ini menggunakan sistem *planning, organizing, actuating, controlling*. Akan tetapi sistem tersebut masih belum konsisten untuk diterapkan di bengkel Farhan Variasi Mobil. Selain itu tidak adanya struktur organisasi di bengkel Farhan Variasi Mobil, atau pembagian bagian berdasarkan fungsi bisnis utama, sumberdaya manusia, keuangan, pemasaran dan operasional.

Bengkel Farhan Variasi Mobil memiliki kekuatan berupa kepercayaan pelanggan yang sangat besar, kualitas jasa atau SDM yang sudah bisa dipercaya, kualitas produk dan bervariasi sesuai dengan harga dan keinginan pelanggan, harga yang fleksibel bisa dibicarakan sesuai kemampuan pelanggan, konsultasi yang baik dan saran terbaik untuk pelanggan yang menjadikannya pelanggan bisa lebih akrab dengan bengkel Farhan Variasi Mobil, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, *brand image* yang baik. Sedangkan kelemahan Bengkel Farhan Variasi Mobil adalah tidak adanya struktur organisasi atau pembagian divisi karyawan yang membuat karyawan lebih fokus dan lebih bertanggung jawab terhadap bagianya masing-masing. Tidak adanya tenaga pemasar yang lebih fokus terhadap pemasaran. Bangunan yang relatif kuno dan sangat sederhana tempat yang tidak terlalu luas hanya cukup 1 mobil jika mobil di masukan ke garasi,

bangunan yang terkadang bocor jika terjadi hujan deras. Ancaman yang muncul dari pesaing-pesaing yang ada atau pengusaha di bidang yang sama. Pemasaran yang terkadang kalah dengan pengusaha lain dibidang yang sama. Alternatif strategi yang tepat di gunakan adalah memanfaatkan kekuatan atau kelebihan menjadi peluang usaha, agar mampu menyerap pasar lebih banyak dan usaha semakin berkembang lebih baik untuk kedepanya.

DAFTAR RUJUKAN

- Carunia, Mulya. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia. Jakarta: Yayasan Putra Obor Indonesia. 1 (2),10.
- Fitriadi, Y. Novita, W & Kelana, S. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner Di Kota Padang. Jurnal EKOBISTEK. 10 (1), 65-74.
- Hermawan, A. 2021. Analisis Strategi dan Model Bisnis *Start up* untuk Mendorong Pertumbuhan Bisnis *Start up* di Tasikmalaya. Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis. 21 (1),23-30.
- Karina dkk. (2021). Pengaruh Perusahaan *Start up* Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Selama Pandemi Covid -19. Jurnal Pembelajaran dan Pengembangan Diri. 2 (1),156-166.
- Moleong, L. J. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif. Cet.22. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Noor, J. (2011). Metodologi Penelitian. Jakarta: Kencana.
- Nugraha, A., & Wahyuastuti, N. (2017). *Start up* Digital Business: Sebagai Solusi Penggerak Wirausaha Muda. Jurnal NUSAMBA, 2 (1), 1-9.
- Porter, M.E. (2007). Strategi Bersaing: Teknik Menganalisa Industry dan Pesaing. (sigitsuryanto, Trans.) Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Rahmadiane, G, D dkk. (2020). Pengembangan Bisnis *Start up* Untuk Meminimalisir Kegagalan Dalam Berbisnis. Jurnal Penerapan IPTEKS dan Pengabdian Kepada Masyarakat. 4(2), 46-50.

- Saputra, Andi. (2015). Peran Inkubator Bisnis dalam Mengembangkan Digital Startup Lokal di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. 4 (1), 1-24.
- Sari, Fransisca, D, P. & Sitepu, Sri, N, B. (2016). Peran Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pada Keberlangsungan *Start up* Bisnis Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. 1 (2), 12-22.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R and D*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfaberta.
- Sumarni, Murtidan John Soeprihanto. (2005). *Pengantar Bisnis: Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Liberty.
- Tiffany, A dkk. (2020). Strategi Pemilik Bisnis *Start up* 1 Indonesia Hadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Industri Kreatif Universitas Ciputra*. 10 (2), 55-63.
- Utomo, H dkk. (2019). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui *Start up* Bisnis Kuliner Di Desa Sri martani, Piyungan, Bantul, DIY. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2 (2), 1-12.
- Wibowo, Agus. (2021). *Bisnis Start up*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Widodo, Djoko S. (2020). *Membangun StartUp Entrepreneur Yang Unggul*. Yogyakarta: Penebar Media Pustaka.
- Wijayanto, D. (2012). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yu, Shuang, dkk. (2013). Analisis SWOT dan Penanggulangan Perkembangan Industri Ubi Jalar di Kabupaten Ziyun. 5(5), 40-43. *Jurnal Internasional Penelitian Pertanian Asia*.