

## **BAB IV**

### **LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Laporan Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Bengkel Sepeda Motor**

###### **a. Bengkel Darma Santoso**

Bengkel Darma Santoso dibangun oleh saudara Darma Kusuma di jalan Trans Kalimantan Handil Bakti, nama Santoso diambil dari nama bapak beliau, bengkel ini dibangun kurang lebih sudah 3 tahun yaitu pada tahun 2013, selain membuka jasa pelayanan servis sepeda motor, bengkel ini juga menyediakan berbagai macam suku cadang sepeda motor, bengkel ini mempunyai 2 karyawan yang rajin berkerja yaitu Amat dan Usuf.

Lokasi bengkel ini bertempat di tepi jalan yang ramai dekat dengan pasar, sekolah, dan juga perumahan dan komplek yang ditempat-tempat ini sangat banyak penghuninya dan mempunyai peluang yang besar membangun bengkel ditempat seperti ini, lokasi bengkel ini juga sangat sering dilalui oleh pengendara sepeda motor, namun dilokasi bengkel ini terdapat beberapa pesaing salah satunya bengkel Upik, bengkel ini juga berdekatan dengan pemasok suku cadang jadi tidak terlalu jauh apabila ingin membeli perlengkapan bengkel serta dekat dengan SPBU, dengan dekatnya SPBU maka pengendara yang mengisi bensin sepeda

motor nya akan tau kalau didaerah tersebut ada bengkel sepeda motor.

Adapun *design* bengkel ini terdapat tempat servis untuk menyervis sepeda motor pelanggan yang sangat sederhana, gudang untuk penyimpanan suku cadang dan gudang ini mudah dijangkau oleh sang mekanik. Waktu pelayanan dibuka pada pukul 09.00-17.00 WITA.

b. Bengkel Upik

Bengkel Upik didirikan oleh saudara Taufik yang juga beralamat di jalan Trans Kalimantan Handil Bakti, yang tidak jauh dari bengkel darma santoso sekitar 300 meter dari bengkel upik, bengkel ini dibangun kurang lebih sudah 5 tahun yaitu pada tahun 2011, 2 tahun lebih dulu dibangun dari bengkel darma santoso, selain membuka jasa pelayanan servis untuk sepeda motor, bengkel ini juga menyediakan berbagai macam suku cadang sepeda motor jadi untuk pelanggan yang menyervis sepeda motor nya bisa langsung membeli suku cadang apa yang pas untuk sepeda motornya ,bengkel ini mempunyai 2 karyawan yang tiap harinya tekun berkerja yaitu Wandu dan Harno.

Lokasi bengkel ini bertempat di tepi jalan yang ramai yang juga dekat dengan pasar, sekolah, dan juga perumahan dan komplek yang sangat ramai penghuninya sehingga mempunyai peluang yang besar membuka bengkel ditempat seperti ini, lokasi bengkel

ini juga sangat sering dilalui oleh pengguna sepeda motor, namun dilokasi bengkel ini terdapat beberapa bengkel lainnya yang salah satunya bengkel Darma Santoso, dan bengkel ini dekat dengan SPBU, dengan dekatnya SPBU maka orang yang mengisi bensin sepeda motor nya di SPBU tersebut akan tau kalau didaerah tersebut ada bengkel sepeda motor dan tidak perlu mencari ke daerah lain.

Adapun *design* bengkel ini terdapat ruang tunggu yang nyaman untuk pelanggan sehingga pelanggan tidak bosan menunggu ketika sepeda motornya diservis, tersedia tempat servis untuk menyervis sepeda motor pelanggan yang lumayan besar yang mampu menampung beberapa sepeda motor untuk diservis, gudang untuk penyimpanan suku cadang dan gudang ini mudah dijangkau oleh sang mekanik ketika sedang melakukan penyervisan. Waktu pelayanan dibuka pada pukul 09.00-17.00 WITA.

## 2. Penyajian Data

### a. Bengkel Darma Santoso

#### 1) Identitas Informan I:

Nama : Darma Kusuma

Umur : 32 Tahun

Pendidikan : SMP

Pekerjaan : Pemilik Bengkel Sepeda Motor

Alamat : Jalan Trans Kalimantan

Darma Kusuma merupakan pemilik bengkel Darma Santoso yang sudah menjalankan bisnis bengkel ini selama kurang lebih 3 tahun atau pada tahun 2013, bengkel ini juga menjual berbagai macam suku cadang sepeda motor, suku cadang yang paling laku adalah merek aspira, indopart dan oli, bengkel ini mempunyai 2 karyawan yaitu Amat dan Yusuf, penghasilan dari bisnis bengkel ini ialah dalam seharinya tidak menentu mulai dari 50 ribu sampai 100 ribu ke atas.

2) Identitas Informan II:

Nama : Amat

Umur : 17 Tahun

Pendidikan : SMP

Pekerjaan : Mekanik

Alamat : Jalan Semangat Dalam

Amat merupakan salah satu karyawan bengkel Darma Santoso, Amat ikut berkerja dibengkel ini sudah 2 tahun yaitu pada tahun 2014, alasan Amat berkerja di bengkel ini karena gajihnya yang lumayan dan dia juga merasa nyaman berkerja di bengkel ini, gaji amat perharinya berdasarkan omset yang didapat dari pelayanan servis yang dia berikan ke pelanggan.

3) Identitas Informan III:

Nama : Usuf

Umur : 35 Tahun

Pendidikan : SMP

Pekerjaan : Mekanik

Alamat : Jalan alalak berangas

Usuf merupakan salah satu karyawan bengkel Darma Santoso setelah Amat, Usuf merupakan karyawan baru di bengkel ini yaitu sudah 8 bulan, alasan Usuf berkerja di bengkel ini karena gajihnya yang lumayan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari dan dia juga merasa nyaman berkerja di bengkel ini karena bosnya yang ramah, gaji Usuf perharinya berdasarkan omset yang didapat dari pelayanan servis

Strategi yang dijalankan oleh bengkel Darma Santoso ialah:

- a) Bengkel ini juga menyediakan suku cadang untuk sepeda motor.
- b) Memasang spanduk.
- c) Memberikan pelayanan jasa servis sepeda motor dengan sebaik-baiknya.
- d) Bengkel ini mempunyai 2 karyawan yang handal dalam menyervis sepeda motor.
- e) Bekerja lebih keras dengan cekatan.
- f) Menetapkan harga di awal dan sesuai dengan kesepakatan.

- g) Interaksi tatap muka dengan calon pelanggan untuk mendengarkan kerusakan apa yang ada pada sepeda motor pelanggan tersebut.
- h) Menerapkan garansi servis.

Kendala yang dihadapi oleh bengkel Darma Santoso ialah:

- a) Terkadang mengalami kekurangan dalam modal.
- b) Ada beberapa pelanggan yang meminta harga sangat murah.
- c) Kurangnya tenaga kerja mekanik.

Perilaku bisnis bengkel Darma Santoso ini adalah:

- a) Memberikan informasi harga di awal sebelum pelayanan jasa diberikan dan memberikan informasi harga barang suku cadang sesuai harga modal dan keuntungannya.
- b) Memberikan kemudahan kepada pelanggan dengan memberikan harga yang terjangkau.
- c) Ramah kepada pelanggan.
- d) Tidak menjelekkkan bengkel pesaing yang ada.
- e) Untuk pemilik bengkel ini sendiri meskipun sibuk dalam menjalankan bisnis bengkelnya, namun Darma tetap menjalankan kewajibannya untuk beribadah kepada Allah, namun tidak untuk karyawannya.
- f) Membayar upah karyawannya tepat waktu.

- g) Bisnis bengkel ini didirikan karena keinginan Darma sendiri.
- h) Sering bermasalah dalam pembayaran kredit kepada pemasok yang menyebabkan hubungannya dengan pemasok tidak terlalu baik.
- i) Bisnis bengkel ini bebas dari riba.
- j) Karyawan yang berkerja di bengkel ini dapat dibbilang rajin, tepat waktu datang ke bengkel dikarenakan upahnya sesuai dengan omset.
- k) Murah senyum kepada pelanggan.
- l) Amanah dalam memberikan pelayanan jasa servis sepeda motor.
- m) Memenuhi janji kepada pelanggan, misalkan sepeda motor yang diservis akan selesai pada jam sekian, maka pada jam sekian tersebut sepeda motor pelanggan benar-benar sudah selesai diservis.

b. Bengkel Upik

1) Identitas Informan I:

Nama : Taufik

Umur : 42 Tahun

Pendidikan : SMA

Pekerjaan : Pemilik Bengkel

Alamat : Jalan Trans Kalimantan RT. 09

Taufik merupakan pemilik bengkel Upik yang sudah menjalankan bisnis bengkel ini selama kurang lebih sudah 5 tahun atau pada tahun 2011 lebih dulu didirikan dari bengkel Darma Santoso, selain memberikan pelayanan servis sepeda motor bengkel ini juga menjual berbagai macam suku cadang sepeda motor yang diinginkan oleh pelanggannya, suku cadang yang paling laku di bengkel ini adalah merek aspira, indopart dan oli, bengkel ini mempunyai 2 karyawan yaitu Wandu dan Harno, penghasilan dari bisnis bengkel ini ialah dalam seharinya tidak menentu mulai dari 50 ribu sampai 100 ribu ke atas.

2) Identitas Informan II:

Nama : Wandu

Umur : 30 Tahun

Pendidikan : STM

Pekerjaan : Mekanik

Alamat : Jalan Mandastana

Wandu merupakan salah satu karyawan bengkel Upik, Wandu ikut berkerja dibengkel ini sudah lama sekitar 5 tahun pada tahun 2011 pada awal didirikannya bengkel ini, alasan Wandu berkerja di bengkel ini karena gajihnya yang lumayan untuk mencukupi kehidupannya sehari-hari, gajih Wandu

perharinya berdasarkan omset yang didapat dari pelayanan servis yang dia berikan ke pelanggan.

3) Identitas Informan III:

Nama : Harno  
Umur : 30 Tahun  
Pendidikan : STM  
Pekerjaan : Mekanik  
Alamat : Jalan Mandastana

Harno merupakan salah satu karyawan bengkel Upik, Harno ikut berkerja dibengkel ini sudah lama sekitar 3 tahun pada tahun 2013, alasan Harno berkerja di bengkel ini karena gajihnya yang bagus berdasarkan omset, gajih Wandi perharinya berdasarkan omset yang didapat dari pelayanan servis di bengkel ini.

Strategi yang dijalankan oleh bengkel Upik ialah:

- a) Bengkel ini juga menyiapkan suku cadang yang lengkap.
- b) Memasang spanduk.
- c) Memberikan pelayanan jasa sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.
- d) Memiliki 2 karyawan yang ahli dalam menyervis sepeda motor.
- e) Kesepakatan harga ditetapkan di awal.

- f) Memberikan harga yang murah bagi pelanggan yang membeli produk yang dijual dibengkel tersebut seperti oli, spare part, dan lain-lain.
- g) Interaksi tatap muka dengan calon pelanggan untuk mendengarkan kerusakan apa saja yang ada pada sepeda motor si pelanggan tersebut.
- h) Mendengarkan keluhan pelanggan melalui via telepon.
- i) Menerapkan garansi servis.

Kendala yang dihadapi oleh bengkel Upik ialah:

- a) Kadang-kadang sulit dalam mendapatkan modal.
- b) Ada sebagian pelanggan yang meminta harga sangat murah.
- c) Kurangnya tenaga kerja mekanik.

Perilaku bisnis bengkel Upik ini adalah:

- a) Memberikan informasi harga di awal kepada pelanggan sebelum pelayanan jasa diberikan dan memberikan daftar harga barang suku cadang sesuai harga modal beserta keuntungan yang didapat.
- b) Memberikan kemudahan kepada pelanggan dengan memberikan harga yang lumayan murah.
- c) Ramah kepada pelanggan.
- d) Tidak menjelekkkan bengkel-bengkel yang lain.

- e) Untuk pemilik bengkel ini meskipun disibukkan dengan bisnis bengkelnya, namun tetap menyempatkan waktu untuk beribadah kepada Allah, namun tidak untuk para karyawannya.
  - f) Membayar upah karyawannya tepat pada waktunya.
  - g) Bisnis bengkel ini didirikan karena keinginan dari si pemilik sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain.
  - h) Selalu tepat waktu dalam melunasi kredit kepada pemasok.
  - i) Bisnis bengkel ini bersih dari riba.
  - j) Karyawan yang berkerja pada bengkel ini dapat dikatakan rajin, selalu tepat waktu datang ke bengkel dikarenakan upahnya yang sesuai dengan omset.
  - k) Murah senyum kepada pelanggan.
  - l) Bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan jasa kepada pelanggan.
  - m) Menepati janji kepada pelanggan, misalkan sepeda motor yang diservis akan diselesaikan pada jam sekian, maka pada jam sekian tersebut sepeda motor pelanggan memang sudah benar-benar selesai diservis.
- c. Pelanggan

1) Identitas Responden I:

Nama : Ida

Umur : 34 Tahun  
Pendidikan : Kuliah  
Pekerjaan : Pegawai Bank  
Alamat : Jalan Trans Kalimantan Handil Bakti  
Komplek Persada Raya 1

Ida adalah seorang wanita yang kesehariannya berkerja sebagai teller di sebuah bank. Ibu Ida merupakan salah satu pelanggan di bengkel Darma Santoso. Ibu Ida mengaku sering memperbaiki sepeda motornya yang rusak di bengkel Darma Santoso, alasan ibu Ida memilih bengkel ini untuk memperbaiki sepeda motornya yaitu selain menservis sepeda motor, bengkel ini juga menyediakan suku cadang, memberikan pelayanan jasa servis sepeda motor dengan sebaik-baiknya, bengkel ini cekatan dalam menservis sepeda motor dibanding bengkel yang lainnya, menetapkan harga diawal dan sesuai dengan kesepakatan, bengkel ini dengan serius mendengarkan kerusakan apa yang ada pada sepeda motor ibu Ida, dan menerapkan garansi servis apabila sepeda motor yang diperbaiki rusak kembali.

2) Identitas Responden II:

Nama : Anna Maliana  
Umur : 35 Tahun  
Pendidikan : SMA

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Alamat : Jalan Trans Kalimantan Handil Bakti  
Komplek Persada Raya 1

Anna Maliana adalah seorang ibu rumah tangga yang sehari-harinya melakukan pekerjaan rumah tangga pada umumnya. Ibu Anna merupakan salah satu pelanggan setia di bengkel Upik. Ibu Anna mengaku sering menservis sepeda motornya di bengkel Upik, alasan ibu Anna memilih bengkel Upik untuk menservis sepeda motornya adalah di bengkel ini menyediakan suku cadang yang lumayan lengkap, memberikan pelayanan jasa servis sepeda motor sesuai dengan apa yang diharapkan oleh ibu Anna, kesepakatan harga ditetapkan di awal jd ibu Anna sudah tau biaya yang akan dikeluarkan untuk jasa servis sepeda motornya, memberikan harga yang murah apabila sering membeli produk yang dijual dibengkel tersebut seperti oli, spare part, dan lain-lain, si pemilik bengkel ini maupun karyawan benar-benar mendengarkan kerusakan apa saja yang ada pada sepeda motor si pelanggan tersebut, bengkel ini menggunakan via telepon untuk mendengarkan keluhan ibu Anna, bengkel ini juga menerapkan garansi servis.

## **B. Analisis Data**

### **1. Bengkel Darma Santoso**

a. Strategi bisnis yang dilakukan oleh bengkel Darma Santoso:

Uraian analisis SWOT dari bengkel ini yaitu:

- 1) Kekuatan, bengkel ini mempunyai 3 kekuatan yaitu:
  - a) Mempunyai sumber keuangan yang cukup untuk membeli peralatan serta perlengkapan bengkel dan juga suku cadang.
  - b) Mampu bersaing dengan beberapa bengkel lainnya.
  - c) Mempunyai banyak pelanggan.
- 2) Kelemahan, bengkel ini mempunyai 1 kelemahan yaitu keterbatasan atau kekurangan dalam tenaga kerja mekanik.
- 3) Peluang, bengkel ini mempunyai 4 peluang dalam menjalankan bisnis bengkelnya yaitu:
  - a) Lokasi bengkel ini terdapat banyak orang-orang pengendara sepeda motor.
  - b) Segmentasi pasar yang tepat.
  - c) Bengkel ini berlokasi ditempat yang ramai.
  - d) Mempunyai beberapa pelanggan yang setia.
- 4) Ancaman,<sup>1</sup> bengkel ini juga memiliki 2 ancaman dalam menjalankan bisnis bengkelnya diantaranya:
  - a) Terdapat beberapa pesaing salah satunya bengkel Upik
  - b) Ada beberapa pelanggan yang meminta harga sangat murah.

---

<sup>1</sup>Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. 172.

Strategi pasar pada bengkel ini ialah:

- 1) Strategi pasar yaitu segmentasi, targeting, dan positioning.

Segmentasi adalah proses pengelompokan pasar ke dalam segmen yang berbeda-beda.<sup>2</sup>, segmentasi untuk bengkel ini ialah:

- a) Segmentasi geografis adalah segmentasi yang membagi pasar menjadi unit geografis yang berbeda-beda seperti negara, kota, desa, dan iklim. Segmentasi geografis untuk bengkel ini adalah daerah handil bakti.
- b) Segmentasi demografis adalah segmentasi yang membagi pasar menurut cirinya seperti usia, pendapatan, jenis kelamin, dan agama. Segmentasi demografis untuk bengkel ini yaitu untuk usia remaja sampai dewasa.
- c) Segmentasi psikografis adalah segmentasi yang membagi pasar berdasarkan psikografis seperti gaya hidup, minat, dan sikap.<sup>3</sup> Segmentasi psikografis untuk bengkel ini ialah minat para pelanggan yang ingin menyervis sepeda motornya di bengkel ini daripada di bengkel lain.

---

<sup>2</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media, 2003), hlm. 56.

<sup>3</sup>Sunardi dan Anita Primastiwi, *Pengantar Bisnis Konsep, Strategi, & Kasus* (Yogyakarta: CAPS, 2015), hlm. 181.

*Targeting* adalah proses mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dan memilih satu atau beberapa segmen untuk dilayani.<sup>4</sup> *Targeting* untuk bengkel ini adalah untuk daerah handil bakti, untuk usia remaja sampai dewasa, untuk para pelanggan sepeda motor yang ingin menyervis sepeda motornya pada bengkel ini.

*Positioning* adalah tempat produk yang berbeda, jelas dan memiliki nilai lebih secara relatif dibanding produk pesaing di benak konsumen.<sup>5</sup> *Positioning* untuk bengkel ini adalah:

- a) Selain memasarkan jasa servis sepeda motor, bengkel ini juga menyediakan suku cadang sepeda motor.
- b) Pelayanan jasa servis sepeda motor yang baik atau efektif.
- c) Mempunyai 2 karyawan yang handal dalam menyervis sepeda motor.
- d) Bekerja lebih keras dengan cekatan.
- e) Interaksi tatap muka dengan calon pelanggan untuk mendengarkan kerusakan apa yang ada pada sepeda motor si pelanggan.
- f) Adanya garansi servis.

---

<sup>4</sup>Fandy Tjiptono, Ph.D, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2015), hlm. 159.

<sup>5</sup>Nugroho J. Setiadi, *loc. cit.* hlm. 75.

- 2) Strategi produk pemasaran jasa adalah perencanaan, pelaksanaan, pengendalian kegiatan-kegiatan pemasaran bagi keberhasilan perusahaan jasa.<sup>6</sup> Strategi produk pemasaran jasa pada bengkel ini ialah:
- a) Bengkel ini memasang spanduk bertuliskan nama bengkel sekaligus mencantumkan pelayanan bengkel tersebut di depan bengkelnya supaya orang-orang yang ingin menyervis sepeda motor sekaligus yang ingin mengganti suku cadang sepeda motornya tau kalau di daerah handil bakti tersebut ada bengkel untuk menyervis sepeda motor.
  - b) Memberikan pelayanan jasa servis sepeda motor dengan sebaik-baiknya.
  - c) Bengkel ini mempunyai 2 karyawan yang handal dalam menyervis sepeda motor.
  - d) Bekerja lebih keras dengan cekatan.
- 3) Strategi penetapan harga jasa adalah mengkaitkan secara langsung harga yang dibayarkan pelanggan dengan nilai yang mereka terima dari konsumsi jasa perusahaan.<sup>7</sup> Strategi penetapan harga jasa pada bengkel ini ialah menyesuaikan harga yang dibayarkan pelanggan dengan

---

<sup>6</sup>Suhendi dan Indra Sasangka, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 75.

<sup>7</sup>Fandy Tjiptono, Ph.D, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2015), hlm. 330.

nilai yang mereka terima dari konsumsi jasa servis sepeda motor dan menetapkan harga diawal dan sesuai dengan kesepakatan. Adapun indikator servis jasa sepeda motor yaitu:

- a) Servis Ringan: pembersihan karburator, penyetelan karburator, penggantian oli, pembersihan busi, penyetelan rantai roda, penyetelan rem depan dan belakang, penambahan air aki, perbaikan lampu, perbaikan klakson, penyetelan stang kemudi, penyetelan gas, pengencangan mur dan baut, ganti ban, dan ganti aki.
- b) Servis Berat: kerusakan penuh.

<b>Standar Kerusakan</b>	<b>Biaya Perbaikan Kerusakan</b>
Pembersihan Karburator	Rp. 15.000
Penyetelan Karburator	Rp. 10.000
Penggantian Oli	Rp. 15.000
Pembersihan Busi	Rp. 5.000
Penyetelan Rantai Roda	Rp. 5.000
Penyetelan Rem Depan dan Belakang	Rp. 15.000
Penambahan Air Aki	Rp. 10.000
Perbaikan Lampu	Rp. 10.000
Perbaikan Klakson	Rp. 20.000

Penyetelan Stang Kemudi	Rp. 15.000
Penyetelan Gas	Rp. 5.000
Pengencangan Mur dan Baut	Rp. 8.000
Ganti Ban	Rp. 25.000
Ganti Aki	Rp. 10.000
Kerusakan Penuh	Rp. 100.000 ke atas

4) Strategi Bauran Promosi:

- a) Periklanan yaitu strategi yang menggunakan media periklanan seperti mempromosikan menggunakan media radio, *advertising* (media reklame), dan media jejaring sosial berupa situs blog. Bengkel ini memasang spanduk bertuliskan nama bengkel sekaligus mencantumkan pelayanan bengkel tersebut di depan bengkelnya.
- b) *Personal selling*, yaitu interaksi tatap muka dengan satu atau lebih calon pembeli untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan mendapatkan pesanan.<sup>8</sup> *Personal selling* pada bengkel ini yaitu interaksi tatap muka dengan calon pelanggan untuk mendengarkan

---

<sup>8</sup>Fandy Tjiptono, Ph.D, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2015), hlm. 399.

kerusakan apa yang ada pada sepeda motor si pelanggan tersebut.

- c) Menerapkan garansi servis, yaitu bila keluhan pelanggan ternyata benar, servis yang kita berikan ada kekurangan atau ada *point* servis yang kelewat, maka yang harus segera dilakukan adalah minta maaf, servis ulang dan berikan *reward*/hadiah yang menarik.<sup>9</sup> Penerapan garansi servis pada bengkel ini ialah apabila pelanggan dibengkel ini mengeluh karena servisannya tidak sesuai harapan maka bengkel ini akan menyervis ulang sepeda motor tersebut.

b. Kendala yang dialami oleh bengkel Darma Santoso ialah:

- 1) Terkadang mengalami kekurangan dalam modal.
- 2) Ada beberapa pelanggan yang meminta harga sangat murah.
- 3) Kurangnya tenaga kerja mekanik.

c. Perilaku bisnis bengkel Darma Santoso:

- 1) Kejujuran, dalam ajaran Islam kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah SAW sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Pemilik dan karyawan di bengkel ini menerapkan perilaku kejujuran dengan memberikan informasi harga di awal

---

<sup>9</sup>Buntarto, *op. cit.*, hlm. 62.

sebelum pelayanan jasa diberikan dan memberikan informasi harga barang suku cadang sesuai harga modal dan keuntungannya.

- 2) Signifikansi sosial (memberi kemudahan), artinya bisnis bukan hanya mencari untung semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang. Pemilik dan karyawan di bengkel ini memberikan kemudahan kepada pelanggan dengan memberikan harga yang terjangkau.
- 3) Ramah, seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan kegiatan bisnis. Pemilik dan karyawan di bengkel ini ramah kepada pelanggan.
- 4) Tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, menjelekkkan bisnis orang dengan maksud agar orang membeli kepadanya tidak dibenarkan dalam ajaran Islam. Pemilik dan karyawan di bengkel ini tidak menjelekkkan bengkel pesaing yang ada.
- 5) Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah, dalam ajaran Islam kegiatan bisnis tidak boleh sampai mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah SWT. Untuk pemilik bengkel ini sendiri meskipun sibuk dalam menjalankan bisnis bengkelnya, namun Darma tetap

menjalankan kewajibannya untuk beribadah kepada Allah, namun tidak untuk karyawannya.

- 6) Membayar upah sebelum keringat karyawan kering, dalam ajaran Islam salah satu hal yang prinsip adalah perhatian pebisnis terhadap upah (gaji karyawan) jangan sampai ditunda-tunda. Pemilik bengkel ini membayar upah karyawannya tepat waktu.
- 7) Bisnis dilakukan dengan sukarela tanpa paksaan, berbisnis dilakukan secara sukarela tanpa paksaan. Bisnis bengkel ini didirikan karena keinginan Darma sendiri.
- 8) Segera melunasi kredit yang menjadi kewajiban, untuk urusan kredit ini Rasulullah SAW mengajarkan agar pebisnis segera melunasi. Dalam masalah kredit, pemilik bengkel ini sering bermasalah dalam pembayaran kredit kepada pemasok yang menyebabkan hubungannya dengan pemasok tidak terlalu baik.
- 9) Bisnis yang dijalankan bersih dari riba, apapun bentuk dan jenis kegiatan bisnis yang ditekuni seseorang Rasulullah SAW mengajarkan agar bisnis bebas dari riba,<sup>10</sup> Bisnis bengkel ini bebas dari riba
- 10) Rajin, tepat waktu, dan tidak pemalas, seorang pengusaha dan karyawan dituntut untuk rajin dan tepat waktu dalam

---

<sup>10</sup>H. M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 55.

bekerja terutama dalam melayani pelanggan. Karyawan yang berkerja di bengkel ini dapat dibilang rajin, tepat waktu datang ke bengkel dikarenakan upahnya sesuai dengan omset.

11) Selalu murah senyum, dalam menghadapi pelanggan atau tamu, seorang pengusaha dan karyawan harus selalu murah senyum.<sup>11</sup> Pemilik dan karyawan di bengkel ini selalu murah senyum kepada pelanggan.

12) Amanah, Islam menginginkan pebisnis mempunyai hati nurani yang “bangun” sehingga bisa menjaga hak-hak Allah dan hak-hak manusia, dan bisa memproteksi muamalahnya dari tingkah laku yang mendorong untuk berbuat remeh dan lalai. Karena amanah merupakan tanggung jawab besar yang lebih berat dari seluruh yang ada di dunia ini. Pemilik dan karyawan di bengkel ini amanah dalam memberikan pelayanan jasa servis sepeda motor.

13) Memenuhi Akad dan Janji, Islam memerintahkan umatnya untuk memenuhi hak, menghormati janji dan seluruh kesepakatan lainnya.<sup>12</sup> Pemilik dan karyawan di bengkel ini memenuhi janji kepada pelanggan, misalkan sepeda motor yang diservis akan selesai pada jam sekian, maka pada jam

---

<sup>11</sup>Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 25.

<sup>12</sup>Asyraf Muhammad Dawwabah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah* (Semarang: Pustaka Nuun, 2008), hlm. 65.

sekian tersebut sepeda motor pelanggan benar-benar sudah selesai diservis.

## 2. Bengkel Upik

### a. Strategi bisnis yang dilakukan oleh bengkel Upik:

Uraian analisis SWOT dari bengkel ini yaitu:

- 1) Kekuatan, bengkel ini mempunyai 5 kekuatan yaitu:
  - a) Mempunyai sumber keuangan yang cukup untuk membeli semua peralatan serta perlengkapan bengkel dan juga suku cadang untuk bahan stok.
  - b) Lumayan dikenal untuk daerah handil bakti.
  - c) Mampu bersaing dengan beberapa bengkel yang ada disekitar.
  - d) Mempunyai hubungan baik dengan pemasok.
  - e) Mempunyai banyak pelanggan yang setia.
- 2) Kelemahan, bengkel ini mempunyai kelemahan yaitu keterbatasan atau kekurangan dalam tenaga kerja.
- 3) Peluang, bengkel ini mempunyai 5 peluang dalam menjalankan bisnis bengkelnya yaitu:
  - a) Terdapat banyak orang pengemudi sepeda motor dilokasi bengkel ini.
  - b) Berada disegmen pasar yang tepat.
  - c) Bengkel ini berlokasi ditempat yang ramai.
  - d) Hubungan yang baik dengan pemasok.

- e) Mempunyai beberapa pelanggan yang loyal.
- 4) Ancaman,<sup>13</sup> selain peluang yang dimiliki, bengkel ini juga memiliki 2 ancaman dalam menjalankan bisnis bengkelnya diantaranya:
  - a) Terdapat beberapa pesaing salah satunya bengkel Darma Santoso.
  - b) Ada beberapa pelanggan yang meminta harga untuk dimurahkan.

Strategi pasar pada bengkel ini adalah:

- 1) Strategi pasar yaitu segmentasi, *targeting*, dan *positioning*..

Segmentasi adalah proses pengelompokan pasar ke dalam segmen yang berbeda-beda.<sup>14</sup>, segmentasi untuk bengkel ini ialah:

- a) Segmentasi geografis adalah segmentasi yang membagi pasar menjadi unit geografis yang berbeda-beda seperti negara, kota, desa, dan iklim. Segmentasi geografis pada bengkel ini adalah untuk daerah handil bakti.
- b) Segmentasi demografis adalah segmentasi yang membagi pasar menurut cirinya seperti usia, pendapatan, jenis kelamin, dan agama. Segmentasi

---

<sup>13</sup>Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. 172.

<sup>14</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media, 2003), hlm. 56.

demografis pada bengkel ini ialah untuk usia remaja sampai dewasa.

- c) Segmentasi psikografis adalah segmentasi yang membagi pasar berdasarkan psikografis seperti gaya hidup, minat, dan sikap.<sup>15</sup> Segmentasi psikografis pada bengkel ini yaitu minat atau keinginan para pelanggan yang ingin menyervis sepeda motornya di bengkel ini karena ada karakteristik khusus yang ada pada bengkel ini.

*Targeting* adalah proses mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dan memilih satu atau beberapa segmen untuk dilayani.<sup>16</sup> *Targeting* untuk bengkel ini adalah daerah handil bakti, usia remaja sampai dewasa, dan para pelanggan sepeda motor yang tertarik ingin menyervis sepeda motornya di bengkel ini.

*Positioning* adalah tempat produk yang berbeda, jelas dan memiliki nilai lebih secara relatif dibanding produk pesaing di benak konsumen.<sup>17</sup> *Positioning* untuk bengkel ini adalah:

---

<sup>15</sup>Sunardi dan Anita Primastiwi, *Pengantar Bisnis Konsep, Strategi, & Kasus* (Yogyakarta: CAPS, 2015), hlm. 181.

<sup>16</sup>Fandy Tjiptono, Ph.D, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2015), hlm. 159.

<sup>17</sup>Nugroho J. Setiadi, *loc. cit.* hlm. 75.

- a) Selain memasarkan jasa servis sepeda motor yang handal, bengkel ini juga menyediakan suku cadang sepeda motor untuk pelanggan yang ingin membeli suku cadang untuk keperluan sepeda motornya.
  - b) Memberikan pelayanan jasa sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.
  - c) Memiliki 2 karyawan yang ahli dalam menyervis sepeda motor.
  - d) Memberikan harga yang murah bagi pelanggan yang membeli produk yang dijual dibengkel tersebut seperti oli, spare part, dan lain-lain.
  - e) Interaksi tatap muka dengan calon pelanggan untuk mendengarkan kerusakan apa saja yang ada pada sepeda motor si pelanggan.
  - f) Mendengarkan keluhan pelanggan melalui via telepon.
  - g) Menerapkan garansi servis.
- 2) Strategi produk pemasaran jasa adalah perencanaan, pelaksanaan, pengendalian kegiatan-kegiatan pemasaran bagi keberhasilan perusahaan jasa.<sup>18</sup> Strategi produk pemasaran jasa pada bengkel ini ialah:
- a) Bengkel ini memasang spanduk bertuliskan nama bengkel di depan bengkelnya supaya orang-orang yang

---

<sup>18</sup>Suhendi dan Indra Sasangka, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 75.

ingin menyervis sepeda motor dengan mudah mengetahui kalau di daerah handil bakti tersebut ada bengkel untuk menyervis sepeda motor.

- b) Memberikan pelayanan jasa sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.
  - c) Memiliki 2 karyawan yang ahli dalam menyervis sepeda motor.
- 5) Strategi penetapan harga jasa adalah mengkaitkan secara langsung harga yang dibayarkan pelanggan dengan nilai yang mereka terima dari konsumsi jasa perusahaan.<sup>19</sup> Strategi penetapan harga jasa pada bengkel ini ialah strategi nilai yaitu menyesuaikan harga yang dibayarkan oleh pelanggan dengan kepuasan yang mereka terima dari konsumsi jasa perusahaan yang sesuai dengan keinginan pelanggan dan kesepakatan harga ditetapkan di awal. Adapun indikator servis jasa sepeda motor yaitu:

- a) Servis Ringan: pembersihan karburator, penyetelan karburator, penggantian oli, pembersihan busi, penyetelan rantai roda, penyetelan rem depan dan belakang, penambahan air aki, perbaikan lampu, perbaikan klakson, penyetelan stang kemudi,

---

<sup>19</sup>Fandy Tjiptono, Ph.D, *loc. cit.*, hlm. 330.

penyetelan gas, pengencangan mur dan baut, ganti ban, dan ganti aki.

b) Servis Berat: kerusakan penuh.

<b>Standar Kerusakan</b>	<b>Biaya Perbaikan Kerusakan</b>
Pembersihan Karburator	Rp. 15.000
Penyetelan Karburator	Rp. 10.000
Penggantian Oli	Rp. 13.000
Pembersihan Busi	Rp. 5.000
Penyetelan Rantai Roda	Rp. 5.000
Penyetelan Rem Depan dan Belakang	Rp. 13.000
Penambahan Air Aki	Rp. 8.000
Perbaikan Lampu	Rp. 10.000
Perbaikan Klakson	Rp. 20.000
Penyetelan Stang Kemudi	Rp. 15.000
Penyetelan Gas	Rp. 5.000
Pengencangan Mur dan Baut	Rp. 5.000
Ganti Ban	Rp. 25.000
Ganti Aki	Rp. 10.000
Kerusakan Penuh	Rp. 80.000 ke atas

3) Strategi bauran promosi:

- a) Periklanan yaitu strategi yang menggunakan media periklanan seperti mempromosikan menggunakan media radio, advertising (media reklame), dan media jejaring sosial berupa situs blog. Bengkel ini memasang spanduk bertuliskan nama bengkel di depan bengkelnya.
- b) Promosi penjualan yaitu untuk mendapatkan harga miring harus memenuhi syarat tertentu, yaitu dengan membeli produk yang dijual, contohnya oli, *spare part*, dan lain-lain.<sup>20</sup> Promosi penjualan pada bengkel ini adalah memberikan potongan harga untuk menyervis sepeda motor kepada pelanggan yang membeli barang-barang seperti oli, suku cadang, dan lain-lain.
- c) *Personal selling*, yaitu interaksi tatap muka dengan satu atau lebih calon pembeli untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan mendapatkan pesanan. *Personal selling* pada bengkel ini ialah interaksi tatap muka dengan calon pelanggan untuk mendengarkan kerusakan apa saja yang ada pada sepeda motor si pelanggan tersebut.

---

<sup>20</sup>Buntarto, *Bisnis Bengkel Sepeda Motor Menggeber Keuntungan dari Bengkel Motor Roda Dua* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 62.

- d) *Direct and online marketing*, yaitu penggunaan surat, telepon, fax, e-mail atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan atau untuk mendapatkan respon langsung dari pelanggan dan calon pelanggan spesifik.<sup>21</sup> Bengkel ini menerapkan *direct and online marketing* tersebut.
- e) Menerapkan garansi servis, yaitu bila keluhan pelanggan ternyata benar, servis yang kita berikan ada kekurangan atau ada *point* servis yang kelewat, maka yang harus segera dilakukan adalah minta maaf, servis ulang dan berikan *reward*/hadiah yang menarik.<sup>22</sup> Garansi servis pada bengkel ini adalah apabila pelanggan dibengkel ini mengeluh karena servisannya tidak sesuai yang diinginkan maka bengkel ini akan menyervis ulang sepeda motor tersebut sampai dengan sesuai harapan si pelanggan tanpa membayar ulang.
- b. Kendala yang dialami oleh bengkel Upik:
- 1) Kadang-kadang sulit dalam mendapatkan modal.
  - 2) Ada beberapa pelanggan yang memita harga sangat murah.
  - 3) Kurangnya tenaga kerja mekanik.
- c. Perilaku bisnis bengkel Upik:

---

<sup>21</sup>Fandy Tjiptono, Ph.D, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2015), hlm. 399.

<sup>22</sup>Buntarto, *op. cit.*, hlm. 62.

- 1) Kejujuran, dalam ajaran Islam kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah SAW sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Pemilik dan karyawan di bengkel ini menerpakan perilaku kejujuran dengan memberikan informasi harga di awal kepada pelanggan sebelum pelayanan jasa diberikan dan memberikan daftar harga barang suku cadang sesuai harga modal beserta keuntungan yang didapat.
- 2) Signifikasi sosial (memberi kemudahan), yang berarti bisnis bukan hanya mencari untung semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang. Pemilik dan karyawan di bengkel ini memberikan kemudahan kepada pelanggan dengan memberikan harga yang lumayan murah.
- 3) Ramah, seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan kegiatan bisnis. Pemilik dan karyawan di bengkel ini ramah kepada pelanggan.
- 4) Tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, menjelekkkan bisnis orang dengan maksud agar orang membeli kepadanya tidak dibenarkan dalam ajaran Islam. Pemilik dan karyawan di bengkel ini tidak menjelekkkan bengkel-bengkel yang lain.

- 5) Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah, dalam ajaran Islam kegiatan bisnis tidak boleh sampai mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah SWT. Untuk pemilik bengkel ini meskipun disibukkan dengan bisnis bengkelnya, namun tetap menyempatkan waktu untuk beribadah kepada Allah, namun tidak untuk para karyawannya.
- 6) Membayar upah sebelum keringat karyawan kering, dalam ajaran Islam salah satu hal yang prinsip adalah perhatian pebisnis terhadap upah (gaji karyawan) jangan sampai ditunda-tunda. Pemilik bengkel ini membayar upah karyawannya tepat pada waktunya.
- 7) Bisnis dilakukan dengan sukarela tanpa paksaan, berbisnis dilakukan secara sukarela tanpa paksaan. Bisnis bengkel ini didirikan karena keinginan dari si pemilik sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain.
- 8) Segera melunasi kredit yang menjadi kewajiban, untuk urusan kredit ini Rasulullah SAW mengajarkan agar pebisnis segera melunasi. Dalam masalah kredit, pemilik bengkel ini selalu tepat waktu dalam melunasi kredit kepada pemasok.
- 9) Bisnis yang dijalankan bersih dari riba, apapun bentuk dan jenis kegiatan bisnis yang ditekuni seseorang Rasulullah

SAW mengajarkan agar bisnis bebas dari riba.<sup>23</sup> Bisnis bengkel ini bersih dari yang namanya riba.

- 10) Rajin, tepat waktu, dan tidak pemalas, seorang pengusaha dan karyawan dituntut untuk rajin dan tepat waktu dalam bekerja terutama dalam melayani pelanggan. Karyawan yang berkerja pada bengkel ini dapat dikatakan rajin, selalu tepat waktu datang ke bengkel dikarenakan upahnya yang sesuai dengan omset.
- 11) Selalu murah senyum, dalam menghadapi pelanggan atau tamu, seorang pengusaha dan karyawan harus selalu murah senyum.<sup>24</sup> Pemilik dan karyawan di bengkel ini selalu murah senyum kepada pelanggan
- 12) Amanah, Islam menginginkan pebisnis mempunyai hati nurani yang “bangun” sehingga bisa menjaga hak-hak Allah dan hak-hak manusia, dan bisa memproteksi muamalahnya dari tingkah laku yang mendorong untuk berbuat remeh dan lalai. Karena amanah merupakan tanggung jawab besar yang lebih berat dari seluruh yang ada di dunia ini. Pemilik dan karyawan di bengkel ini bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan jasa kepada pelanggan.

---

<sup>23</sup>H. M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 55.

<sup>24</sup>Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 25.

13) Memenuhi Akad dan Janji, Islam memerintahkan umatnya untuk memenuhi hak, menghormati janji dan seluruh kesepakatan lainnya.<sup>25</sup> Pemilik dan karyawan di bengkel ini selalu menepati janji kepada pelanggan, misalkan sepeda motor yang diservis akan diselesaikan pada jam sekian, maka pada jam sekian tersebut sepeda motor pelanggan memang sudah benar-benar selesai diservis.

---

<sup>25</sup>Asyraf Muhammad Dawwabah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah* (Semarang: Pustaka Nuun, 2008), hlm. 65.