

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini persaingan dunia usaha berkembang dengan pesat, hal ini dapat kita lihat dengan banyaknya bermunculan usaha-usaha sejenis yang pada dasarnya mereka mendirikan usaha tersebut karena mereka melihat kesuksesan pesaing yang terlebih dahulu mendirikan usaha. Oleh karena itu, seorang calon pengusaha atau sudah menjadi pengusaha perlu mempersiapkan perencanaan yang lebih baik guna mengembangkan usahanya dan harus memiliki misi yang jelas untuk membawa usahanya ke arah yang lebih baik dan siap dengan berbagai perubahan situasi lingkungan, kebutuhan, dan harapan masyarakat. Persaingan yang ketat terjadi di semua jenis usaha, termasuk jenis usaha perbengkelan.

Melihat kota Jakarta yang mayoritas penduduknya menggunakan sarana transportasi umum tetapi kenyamanan, keamanan, waktu tempuh yang diharapkan oleh masyarakatnya kurang terpenuhi, maka mereka yang membutuhkan berpotensi untuk memiliki kendaraan pribadi/mobil pribadi akan berusaha untuk memiliki kendaraan pribadi yang dapat memberikan kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh yang diharapkan.

Saat ini sudah semakin banyak perusahaan perbengkelan yang beroperasi di Jakarta seiring terus bertumbuhnya jumlah kendaraan di Jakarta baik kendaraan pribadi maupun kendaraan angkutan umum. Mungkin para pengusaha bengkel tersebut mengira dengan semakin bertambahnya kendaraan di Jakarta, maka semakin besar peluangnya untuk meraih kesuksesan. Padahal, kesuksesan usaha perbengkelan tidak semata-mata dilihat dari penambahan kendaraan, tetapi yang terpenting adalah bagaimana strategi yang digunakan perusahaan perbengkelan, apakah sudah tepat atau tidak untuk menggaet konsumen.

PT. Tunas Arfanal Motor (seterusnya akan disebut PT. TAM) adalah perusahaan yang bergerak di bidang perbengkelan mobil seperti *spare part, engine service, auto muffler, oil, car wash, body repair*. PT. TAM berdiri pada tahun 1998. Pada saat itu perusahaan masih berdiri sendiri dan belum bekerja sama dengan pemerintah daerah dan hasil pelayanan perusahaan tersebut pada waktu itu belum cukup baik untuk bersaing dengan bengkel-bengkel lainnya sehingga pelayanan masih harus ditingkatkan. Pada awal berdirinya perusahaan ini, karyawan di perusahaan tersebut hanya 10 orang dan hanya berfokus pada masalah mesin mobil dan belum menyediakan pelayanan cuci mobil. Tujuan perusahaan adalah memberikan berbagai macam pelayanan dalam satu bengkel dalam rangka memberikan efisiensi waktu para konsumen sehingga semua masalah-masalah mobil dapat diperbaiki dengan cepat dalam satu bengkel. Perusahaan juga menyediakan *spare part* yang bermutu sesuai dengan keinginan konsumen agar konsumen merasa puas.

Pesaing-pesaing perusahaan perbengkelan di Jakarta sangatlah banyak. Oleh karena itu, strategi bisnis sangat diperlukan oleh PT. TAM untuk menghadapi persaingan-persaingan di dalam bisnisnya, karena strategi bisnis yang baik akan membawa kemajuan yang baik bagi perusahaan dan begitu pula sebaliknya.

Penetapan strategi yang tepat perusahaan dihadapkan pada berbagai faktor, di antaranya faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal meliputi sumber daya manusia, kemampuan keuangan perusahaan, susunan organisasi, serta kebijakan dan peraturan perusahaan. Sedangkan faktor eksternal perusahaan antara lain para pesaing usaha sejenis, pasar (keinginan konsumen), pemasok, lingkungan sekitar perusahaan, serta kondisi ekonomi dan politik.

Untuk merumuskan strategi bisnis yang tepat dan efektif adalah dengan melakukan pendekatan manajemen. Proses perumusan strategi bisnis tersebut dimulai dari tahap masukan (*Input Stage*), yakni: mengembangkan Matriks IFE (*Internal factor Evaluation*), CPM (*Competitive Profile Matrix*), dan Matriks EFE (*External Factor Evaluation*). Selanjutnya

tahap pencocokan (*Matching Stage*), yakni: menentukan alternatif strategi yang layak dengan menggunakan Matriks SWOT (*Strength-Weakness-Opportunities-Threats*), Matriks IE (*Internal-External*) dan Matriks Strategi Besar (*Grand Strategy*). Kemudian tahap keputusan (*decision stage*), yakni: merumuskan strategi alternatif yang terbaik dengan menggunakan Matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Perusahaan diharapkan mampu menggunakan kekuatan, memanfaatkan peluang guna mengatasi kelemahan dan menghindari ancaman dalam menghadapi persaingan.

Berdasarkan beberapa pemikiran di atas, maka penulis membuat skripsi ini dengan judul "Analisis Strategi Bisnis Pada PT. Tunas Arfanal Motor". Diharapkan analisis yang dilakukan penulis nantinya dapat menghasilkan strategi bisnis yang tepat sebagai rekomendasi bagi PT. Tunas Arfanal Motor.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini identifikasi masalah yang dikemukakan sebagai berikut:

1. Bagaimana lingkungan eksternal dan internal PT. Tunas Arfanal Motor?
2. Bagaimana proses formulasi strategi bisnis PT. Tunas Arfanal Motor pada tahap masukan (*input stage*), tahap pencocokan (*matching stage*), dan tahap keputusan (*decision stage*)?
3. Apa rekomendasi strategi bisnis untuk PT. Tunas Arfanal Motor?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis lingkungan eksternal dan internal PT. Tunas Arfanal Motor.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis formulasi strategi bisnis PT. Tunas Arfanal Motor pada tahap masukan (*input stage*), tahap pencocokan (*matching stage*), dan tahap keputusan (*decision stage*).
3. Untuk memberikan rekomendasi strategi bisnis untuk PT. Tunas Arfanal Motor.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini:

1. Bagi PT. Tunas Arfanal Motor
  - Untuk membantu perusahaan dalam menetapkan strategi apa yang seharusnya digunakan dalam menjalankan bisnis.
  - Memberikan evaluasi internal dan eksternal perusahaan agar dapat memperbaiki strategi yang diterapkan dan memformulasikan strategi bisnis yang tepat untuk PT. TAM.
  - Sebagai rekomendasi dalam menerapkan strategi bisnis yang tepat untuk mempertahankan konsumennya.
2. Bagi penulis
  - Dapat menerapkan ilmu yang didapatkan selama kuliah, khususnya yang berkaitan dengan Manajemen Strategis.
  - Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang bisnis perbengkelan yang semakin banyak jumlahnya.
  - Sebagai tambahan wawasan khususnya di bidang strategi bisnis dan dapat berpikir dan mampu menerapkan teori-teori strategi bisnis yang telah dipelajari selama perkuliahan di dalam dunia bisnis yang nyata.
  - Mengetahui cara penggunaan *software Expert Choice* dalam menentukan bobot pada tahap masukan.

3. Bagi pembaca

- Sebagai tambahan informasi yang berguna untuk lebih memahami bagaimana cara-cara strategi bisnis yang tepat sehingga dapat dipergunakan kelak.