



Mengungkap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Darwanto Auto Service Semarang)

Tri Setyoningsih¹⁾; Teguh Ariefiantoro²⁾
Setyoningsih8187@gmail.com¹ ; Vwgoeh74@gmail.com^{2*}

S1 Manajemen, Universitas Semarang, Kota Semarang, Indonesia^{1,2)}

INFO ARTIKEL

Proses Artikel

Dikirim : 23/12/2023

Diterima: 24/01/2024

Dipublikasikan:

31/01/2024

*Email Korespondensi

ABSTRAK

Usaha bengkel mobil merupakan salah satu usaha yang cukup menjanjikan di Indonesia. Namun, tidak semua bengkel mobil dapat bertahan dan mencapai kesuksesan. Penelitian ini bertempat di bengkel mobil Darwanto *Auto Service* Semarang yang berlokasi di jalan Kudan VII Tlogomulyo, Pedurungan, Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap faktor-faktor yang menjadi kunci keberhasilan bengkel Darwanto *Auto Service* Semarang. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menjadi kunci keberhasilan bengkel Darwanto *Auto Service* Semarang adalah 1. Kualitas pelayanan Bengkel Darwanto *Auto Service* Semarang memberikan pelayanan yang baik, cepat, dan tepat. Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bengkel ini. 2. Kualitas sumber daya manusia Bengkel Darwanto *Auto Service* Semarang memiliki tenaga kerja yang kompeten dan profesional dalam bidang otomotif. Tenaga kerja yang kompeten dan profesional dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik. 3. Strategi pemasaran Bengkel Darwanto *Auto Service* Semarang memiliki strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu bengkel ini untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa bengkel Darwanto *Auto Service* Semarang telah berhasil menerapkan strategi yang tepat sehingga dapat mencapai keberhasilan. Faktor-faktor kunci keberhasilan bengkel ini adalah kualitas pelayanan, kualitas sumber daya manusia, dan strategi pemasaran.

Kata kunci:

Kualitas pelayanan; Kualitas sumber daya manusia; Strategi pemasaran

Abstract

Car repair shop business is one of the promising businesses in Indonesia. However, not all auto repair shops can survive and achieve success. This research took place at Darwanto Auto Service Semarang car workshop located on Jalan Kudan VII Tlogomulyo, Pedurungan, Semarang. This

study aims to uncover the factors that are the key to the success of Darwanto Auto Service Semarang workshop.

This research uses the case study method. Data was collected through interviews, observation, and document analysis. The results showed that the factors that are the key to the success of Darwanto Auto Service Semarang workshop are 1. Service quality Darwanto Auto Service Semarang provides good, fast, and precise service. Customers are satisfied with the services provided by this workshop. 2. Quality of human resources Darwanto Auto Service Semarang workshop has a competent and professional workforce in the automotive field. A competent and professional workforce can provide quality services and can complete the job well. 3. Marketing strategy Darwanto Auto Service Semarang workshop has the right marketing strategy. The right marketing strategy can help this workshop to attract customers and increase sales. Based on the results of the research, it can be concluded that the Darwanto Auto Service Semarang workshop has successfully implemented the right strategy so that it can achieve success. The key success factors of this workshop are the quality of service, the quality of human resources, and marketing strategy.

Key words:

Quality of service; quality of human resources; Marketing strategy

PENDAHULUAN

Perusahaan jasa memegang peranan penting dalam memberikan layanan kepada pelanggan, dan juga berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Era sekarang ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Karena yang dibutuhkan oleh masyarakat (pelanggan) adalah kepuasan dalam hal pelayanan oleh pengusaha (wirausaha).

Pemahaman tentang Faktor internal meliputi keahlian manajemen, strategi pemasaran, kualitas produk atau layanan, efisiensi operasional, dan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh usaha. Faktor eksternal meliputi kondisi pasar, tren industri, persaingan, perubahan regulasi, dan faktor-faktor ekonomi yang dapat mempengaruhi kesuksesan usaha. Dalam mengungkap kesuksesan usaha, penting untuk melakukan analisis data dan informasi yang relevan, seperti laporan keuangan, data penjualan, umpan balik pelanggan, dan tren pasar. Dengan memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kesuksesan usaha, pemilik usaha dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan atau dikembangkan untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar. Kinerja Perusahaan merupakan tujuan dari setiap pengusaha. Keberhasilan usaha dapat diukur dari berbagai aspek misalnya kinerja keuangan dan image Perusahaan.

Usaha bengkel mobil merupakan salah satu usaha yang cukup menjanjikan di Indonesia. Hal ini dikarenakan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Bengkel merupakan salah satu usaha jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Usaha bengkel dapat berupa bengkel umum, bengkel spesialis, atau bengkel resmi. Usaha bengkel dapat mengalami keberhasilan atau kegagalan tergantung pada berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal.

Pentingnya perusahaan jasa dalam memberikan layanan kepada pelanggan, terutama di era teknologi saat ini, tercermin dari faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kesuksesan bisnis. Analisis data seperti laporan keuangan dan umpan balik pelanggan diperlukan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

Terdapat salah satu bengkel yang telah berhasil bertahan dan berkembang, yaitu *Darwanto Auto Service*. Bengkel ini didirikan oleh Bapak Darwanto pada tahun 2010. Pada awalnya, bengkel ini hanya memiliki satu karyawan. Namun, seiring berjalannya waktu, bengkel ini berkembang

pesat dan kini memiliki banyak karyawan tetap dan karyawan magang. Darwanto *Auto Service*, sebuah bengkel mobil khusus Eropa menargetkan individu dari berbagai kelas sosial, perusahaan swasta, dan instansi pemerintah. Fokus utama perusahaan melibatkan harga terjangkau, layanan 24 jam, dan komitmen terhadap kepuasan pelanggan.

Beberapa permasalahan yang timbul biasanya tidak tersedianya sparepart di area semarang yang dimana dibutuhkan waktu yang lebih lama dalam pengiriman ke semarang dengan harga yang relatif mahal. Banyak dari para pelanggan yang memilih untuk membeli sparepart di toko online namun tidak bergaransi. Dan dikarenakan kesibukan para pelanggan sehingga tidak ada waktu untuk mengantar mobil ke bengkel.

Pelayanan jasa Darwanto *Auto Service* mencakup harga terjangkau, antar jemput mobil di rumah pelanggan, dan pelayanan Purna jual dengan garansi. Perusahaan menekankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan untuk mencapai keberhasilan bisnis. Pentingnya layanan prima dalam keberhasilan bisnis disoroti, di mana kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat dicapai melalui pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan menjadi faktor kunci, dan perusahaan diharapkan untuk terus meningkatkan pelayanannya sesuai harapan pelanggan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (William & Purba, 2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sangat berpengaruh.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk mengungkap faktor-faktor yang menjadi kunci keberhasilan bengkel Darwanto *Auto Service*. Metode studi kasus merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mempelajari secara mendalam tentang suatu kasus atau fenomena tertentu. Dalam penelitian ini, data akan dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan usaha bengkel mobil di Indonesia. Penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang perlu diperhatikan oleh pemilik bengkel mobil untuk mencapai keberhasilan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan penelitian

1. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan keberhasilan Darwanto *Auto Service*?
2. Kendala apa saja yang dihadapi dalam menjalankan Darwanto *Auto Service* ?
3. Solusi yang dilakukan dalam mengatasi kendala ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan keberhasilan Darwanto *Auto Service*.
2. Untuk menganalisis kendala apa saja yang dihadapi dalam menjalankan Darwanto *Auto Service* .
3. Untuk menganalisis solusi yang dilakukan dalam mengatasi kendala.

KAJIAN PUSTAKA

Keberhasilan Usaha

Kemampuan untuk menghasilkan gagasan baru untuk menangani masalah dan peluang, serta keahlian untuk mencari cara kreatif untuk menyelesaikan masalah dan peluang untuk meningkatkan atau memperbaiki kehidupan orang-orang menurut Zimmerer dalam (Suhartini, 2020) . Suksesnya usaha tercermin dalam peningkatan pendapatan yang konsisten, laba yang stabil, dan pangsa pasar yang meningkat. Pelanggan yang puas dan loyal, adaptasi terhadap perubahan pasar, serta keberhasilan dalam membangun tim yang kompeten juga menjadi faktor penting. Semua aspek ini saling berhubungan dan mendukung mencapai tujuan usaha, memerlukan evaluasi dan perbaikan terus-menerus.

Kepuasan Pelanggan

(P. Kotler dan K. Lane et al., 2023) kepuasan pelanggan adalah rasa puas, senang atau kecewa yang saat kinerja (*outcome*) suatu produk dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan. Pelanggan merasa tidak puas dan kecewa jika pelayanan tidak seperti harapan. Namun pelanggan akan merasa puas jika pelayanan sesuai dengan harapannya dan akan merasa senang dan sangat puas jika pelayanan melebihi harapannya. Kepuasan yang didapatkan *customer* adalah hal terpenting dalam peningkatan retensi. (Amanda Putra & Toto Raharjo, 2022)

Hubungan Pelanggan

Hubungan pelanggan adalah pendekatan strategis untuk membangun dan memelihara kedekatan yang kuat antar pengusaha dan pelanggannya. Prinsip ini berdasarkan bahwa pelanggan adalah hal yang paling penting bagi sebuah bisnis dan bahwa menjaga komunikasi dengan mereka dapat membawa keberuntungan. Hubungan pelanggan melibatkan proses membangun dan mengelola sebuah hubungan pelanggan di sebuah perusahaan dengan memahami, mengantisipasi dan mengelola kebutuhan pelanggan berdasarkan pengetahuan yang diperoleh tentang mereka. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kinerja, efisiensi dan profitabilitas (Hasan et al., 2023). Empati merupakan hal terpenting dalam membangun sebuah hubungan. (Merdika Mansur & Halim Perdana Kusuma Putra, 2023)

Kualitas Layanan

Kualitas layanan sangat penting untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Di sini sebuah perusahaan dianggap baik bila mampu menyediakan pesanan sesuai keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan sangat mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan sesuai dengan keseluruhan layanan dalam kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan eksplisit atau implisit (P. Kotler dan K. Lane et al., 2023). Pelayanan adalah sebuah kegiatan yang ditawarkan kepada pelanggan (Saselah et al., 2019)

Citra Merek

Citra merek yang baik akan menimbulkan loyalitas di kalangan pelanggan yang mengkonsumsi atau menggunakan produk tersebut. Customer dengan tingkat loyalitas merek tertentu akan merekomendasikan dan berkomitmen untuk melakukan pembelian berkelanjutan di masa mendatang. (Kayawati & Kurnia, 2021)

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting bukan hanya kesuksesan jangka pendek namun juga jangka panjang. Memegang loyalitas pelanggan memiliki peran penting untuk sebuah usaha tentunya. Hasil dari kesetiaan bersifat jangka panjang dan bersifat kumulatif. Oleh karena itu, semakin loyal pelanggan maka semakin besar pula keuntungan yang diperoleh perusahaan dari konsumen tersebut

Loyalitas konsumen dibangun oleh citra yang dikaitkan dengan produk/merek perusahaan. Selain itu, hal ini disebabkan oleh kepuasan yang diterima konsumen dari mengkonsumsi produk dan berinteraksi dengan perusahaan. Orang membuat keputusan pembelian berdasarkan persepsi mereka terhadap produk atau citra perusahaan. Apabila awareness baik maka konsumen akan membeli, bahkan rela membayar dengan harga tinggi, jika image kurang baik maka konsumen akan beralih ke merek lain. Menurut Herizon dalam (Kayawati & Kurnia, 2021)

Inovasi

Inovasi adalah sebuah gagasan baru. Inovasi membuat banyak gagasan yang berbeda, sehingga menambah alternatif, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima pelanggan, tujuannya untuk meningkatkan kualitas sebuah usaha sesuai dengan harapan pelanggan. (Prajogo & Sohal dalam Safri & Pudjoprastoyo, 2023)

Promosi

Tjiptono dalam Marlina & Susanto, (2022) mengungkapkan bahwa promosi adalah sebuah kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan kepada pelanggan, tujuannya memberi informasi tentang ciri-ciri, kegunaan dan terutama keberadaan produk tersebut, guna menggantikan perubahan sikap atau mendorong masyarakat untuk mengambil tindakan.

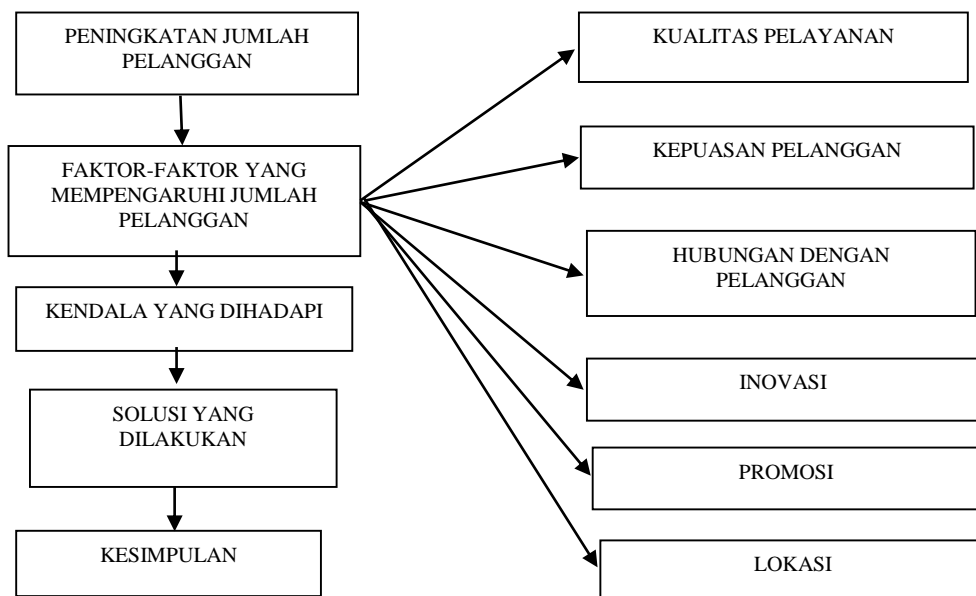
Lokasi

Lokasi perusahaan adalah faktor penting yang dapat mempengaruhi biaya dan pendapatan. Lokasi yang strategis membantu memaksimalkan keuntungan. Penentuan lokasi berkaitan dengan potensi pertumbuhan ekonomis, stabilitas, persaingan, dan faktor lainnya menurut Kotler dalam Suhartini, (2020) Keputusan ini sangat bergantung pada berbagai faktor, termasuk persaingan, potensi pertumbuhan ekonomi dan stabilitas. Menurut Syahidin & Adnan, (2022) lokasi sebuah usaha memiliki dampak yang signifikan.

Penelitian Terdahulu

Temuan dalam penelitian (Kurniawati et al., 2018) yang menekankan pentingnya hubungan baik dengan pelanggan dan diversifikasi produk. (Indarto & Santoso, 2020) mengungkapkan Karakter pengusaha berpengaruh terhadap kesuksesan usaha. Lingkungan usaha memoderasi pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kesuksesan. (Nurrohmah et al., 2022) menyoroti peran kepuasan pelanggan dan faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, lokasi, dan promosi dalam meningkatkan penjualan. Sementara itu, penelitian Marlina & Susanto, (2022) menunjukkan bahwa menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan baik, dan menetapkan harga terjangkau mendukung keberlangsungan usaha warung makan. Dan penelitian yang dilakukan (Pradata et al., 2023) menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah dengan inovasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya

Kerangka Teoritis



Gambar 1. Kerangka

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kasus tunggal komprehensif, artinya penelitian menempatkan suatu masalah sebagai pusat penelitian. Dalam studi studi kasus tunggal komprehensif ini tidak dimungkinkan untuk menentukan unit analisisnya karena masalah juga merupakan unit penelitiannya.

Pendekatan Penelitian

Proses penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang digunakan peneliti berdasarkan data yang digunakan oleh responden atau informan kunci yaitu Pak Darwanto, dua karyawan senior dan 2 pelanggan. Penelitian kualitatif mengutamakan kualitas data, itulah sebabnya teknik pengumpulan data terutama menggunakan wawancara berkelanjutan dan observasi langsung. Peneliti akan menafsirkan data yang dikumpulkan berupa dokumen dan informasi factual mengenai Kualitas layanan pada bengkel Mobil Darwanto Auto Service. Pada hakikatnya penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan analitis secara tertulis berkaitan dengan apa yang diamati dalam data yang dianalisis dan hasil analisisnya dalam bentuk deskriptif.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung di Darwanto *Auto Service*, alamatnya di Jl.Kudan VII RT 4 RW 4 Tlogomulyo, Pedurungan, Semarang. Waktu penelitian mencakup periode mulai 1 September 2023 hingga selesai, dengan pengumpulan data dilakukan dari tahun 2020 hingga 2022. Partisipan dalam penelitian ini mencakup semua individu atau kelompok yang terlibat dalam kegiatan tersebut, termasuk pelanggan yang dapat berperan sebagai peserta, peserta diskusi, atau anggota tim.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4 Data Informan

No	Nama Partisipan	Keterangan
1	Kus Darwanto	Pemilik Bengkel DAS
2	Moh Habibur	Karyawan 1
3	Yasin Surya	Karyawan 2
4	Ibu Desi Camaria	Pelanggan 1
5	Bapak Peggo	Pelanggan 2

Sumber : Data partisipan wawancara, 2023




Tabel 5 Hasil Triangulasi Data

Pertanyaan	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Pelanggan 1	Konsumen 2
Faktor-faktor apakah yang menentukan keberhasilan usaha Darwanto <i>Auto Service</i> ?	Kualitas layanan, kepuasan pelanggan, harga bersaing.	Fokus pada kualitas pekerjaan dan transparansi.	Fokus pada kepuasan pelanggan dan hubungan baik antar karyawan.	Pengalaman positif dari segi layanan dan hubungan pelanggan yang ramah.	Kualitas pelayanan dan kejujuran dalam melayani pelanggan.
Kesimpulan	Darwanto <i>Auto Service</i> harus menjaga keseimbangan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan harga bersaing untuk mencapai keberhasilan usaha, fokus pada kualitas pekerjaan dan transparansi dan memprioritaskan kepuasan pelanggan dan hubungan baik antar karyawan. Oleh karena itu, Darwanto <i>Auto Service</i> dapat mencapai keberhasilan dengan menggabungkan elemen-elemen ini dan terus meningkatkan aspek-aspek tersebut dalam operasionalnya.				
Strategi apa yang diterapkan	Mengandalkan <i>word of</i>	Promosi melalui	Promosi melalui	Mengandalkan n promosi	Kembali karena

dalam pengembangan usaha Darwanto <i>Auto Service</i> ?	<i>mouth</i> , aktif di media sosial, dan rencana membuka cabang.	mulut ke mulut, aktif di media sosial, program loyalitas, dan rencana meningkatkan layanan.	mulut ke mulut, aktif di media sosial, dan program loyalitas.	melalui mulut ke mulut dan aktif di media sosial.	kualitas pelayanan dan harga yang wajar.
Kesimpulan	Darwanto <i>Auto Service</i> mengembangkan usahanya dengan mengandalkan promosi melalui mulut ke mulut, aktif di media sosial, program loyalitas, dan fokus pada kualitas pelayanan untuk mempertahankan dan menarik pelanggan.				
Apa sajakah kendala yang dihadapi dalam usaha Darwanto <i>Auto Service</i> ini?	Persaingan ketat dan fluktuasi harga suku cadang.	Persaingan ketat dan fluktuasi harga suku cadang.	Masalah teknis kompleks dalam pekerjaan.	Komunikasi media sosial dan promosi lokal	Kendala teknis saat service mobil
Kesimpulan	Darwanto <i>Auto Service</i> menghadapi kendala persaingan ketat, fluktuasi harga suku cadang, serta tantangan teknis kompleks dalam pekerjaan <i>service</i> mobil.				
Solusi apakah yang diterapkan dalam mengatasi kendala tersebut?	Fokus pada kualitas dan harga bersaing, negosiasi bijak dengan <i>supplier</i> .	Menjaga kualitas layanan, negosiasi bijak dengan <i>supplier</i> , dan kolaborasi antar karyawan.	Kolaborasi antar karyawan dan tanggung jawab dari pihak bengkel.	Aktif dalam sosial media dan menambah keaktifan promosi lokal	Respons cepat terhadap kendala teknis dengan penjelasan yang jelas.
Kesimpulan	Darwanto <i>Auto Service</i> mengatasi kendala dengan fokus pada kualitas dan harga bersaing, melakukan negosiasi bijak dengan <i>supplier</i> , menjaga kualitas layanan, serta memberikan tanggung jawab dan kolaborasi antar karyawan, sambil memberikan respons cepat terhadap kendala teknis dengan penjelasan yang jelas.				

Sumber : Hasil wawancara, 2023

Tabel 6 Triangulasi Tehnik Pengumpulan Data

Pertanyaan	Wawancara	Observasi	Dokumentasi
Faktor-faktor apakah yang menentukan keberhasilan usaha Darwanto <i>Auto Service</i> ?	Fokus pada kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan menjaga harga bersaing.	Kualitas layanan dan hubungan baik dengan pelanggan menjadi faktor dominan dalam keberhasilan.	
Strategi apa yang diterapkan dalam mengembangkan usaha Darwanto <i>Auto Service</i> ?	Strategi pengembangan mencakup word of mouth, keaktifan di media sosial, dan rencana pembukaan cabang baru.	Promosi melalui mulut ke mulut dan kehadiran aktif di media sosial tercatat dalam observasi sebagai bagian dari strategi pengembangan. Promosi dengan program loyalitas, yaitu diskon atau <i>referral</i> untuk pelanggan yang setia	Promosi dalam internet, termasuk penawaran harga dan program loyalitas serta <i>referral</i> 
Apa sajakah kendala yang dihadapi dalam usaha Darwanto <i>Auto Service ini</i> ?	Persaingan ketat dan fluktuasi harga suku cadang sebagai kendala utama.	Tantangan teknis kompleks dalam pekerjaan bengkel, persaingan dengan bengkel bengkel yang lain.	Bengkel pesaing 

Solusi apakah yang diterapkan dalam mengatasi kendala tersebut?	Solusi melibatkan fokus pada kualitas dan harga bersaing, serta negosiasi bijak dengan supplier.	Kolaborasi antar karyawan dan tanggung jawab dari pihak bengkel sebagai solusi untuk kendala teknis dalam observasi.
---	--	--

Sumber : Hasil wawancara, 2023

1. Faktor-faktor apakah yang menentukan keberhasilan usaha Darwanto *Auto Service*

a. Kepuasan Pelanggan

Jika sebuah bisnis mengutamakan kepuasan pelanggan, maka bisnis itu akan sukses. Pernyataan ini berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Darwanto *Auto Service* Semarang dan beberapa pelanggan bahwa pelanggan akan merasa puas jika perusahaan jasa memenuhi harapannya. Salah satu faktor penentu keputusan konsumen untuk beralih ke pesaing kemungkinan besar adalah rendahnya tingkat kepuasan. Hal ini dapat dihindari jika perusahaan mempunyai kemampuan untuk menciptakan produk yang unggul, memberikan pelayanan yang berkualitas dan didukung oleh tenaga kerja yang terampil.

b. Kualitas Pelayanan

Dalam wawancara dengan karyawan dan beberapa pelanggan Darwanto *Auto Service* Semarang Kualitas layanan menjadi faktor dominan dalam keberhasilan bengkel Darwanto *Auto Service* Semarang. Karena bengkel Darwanto *Auto Service* benar-benar mengutamakan kualitas layanan demi kenyamanan pelanggan. Selalu memberikan yang terbaik saat bekerja maupun berkomunikasi. Tetap menjaga etika saat menerima komplain dari pelanggan.

c. Pelanggan yang Loyal

Pelanggan Loyal adalah pelanggan yang setia menggunakan produk atau jasa kita secara rutin. Dalam wawancara dengan pemilik bengkel Darwanto *Auto Service* Semarang pak Darwanto menurut beliau Biasanya pelanggan yang puas dengan layanan Darwanto *Auto Service* mereka kemudian cenderung memiliki perasaan ingin merekomendasikan atau merekomendasikan kepada orang lain dengan memberikan review bintang 5 pada google map dan memberi ulasan yang baik.

d. Hubungan dengan Pelanggan

Di dalam wawancara dengan pemilik bengkel Darwanto *Auto Service* beliau mengatakan bahwa saat ini harus lebih berhati-hati dengan ucapan terutama saat berbicara dengan pelanggan. Karena sekarang zamannya sosial media yang apapun bisa viral bahkan tidak sedikit dari pengusaha yang jatuh dan gulung tikar karena komentar atau bintang satu dari pelanggannya. Menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan adalah sebuah prioritas. *Review* pada google map membuktikan hubungan baik pelanggan dengan pemilik.

e. Inovasi

Inovasi pemasaran merupakan upaya untuk menciptakan ide-ide baru dalam strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing suatu perusahaan. Inovasi pemasaran dapat membantu perusahaan dalam memperkenalkan produk atau jasa baru, meningkatkan kualitas produk atau jasa yang sudah ada, dan meningkatkan pangsa pasar. Penggunaan *Scanner* yang terhubung pada laptop termasuk salah satu inovasi yang dilakukan oleh bengkel Darwanto *Auto Service* selain itu juga mempermudah pekerjaan.

Tujuan dari inovasi pemasaran adalah 'meningkatkan kualitas produk atau jasa yang diberikan, memperkenalkan produk baru atau jasa, meningkatkan pangsa pasar dan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam bisnis. Inovasi pemasaran dapat membantu bisnis tetap relevan dan kompetitif di pasar yang semakin menantang.

f. Lokasi

Wawancara bersama bu Desi Camaria dan Bapak Peggo diketahui bahwa Lokasi bengkel Darwanto *Auto Service* itu mudah dicari dan akses jalan yang mudah karena terdapat di google map sesuai titik dan terdapat foto-foto terbaru bengkel menjadi salah satu pemicu dari minat pelanggan untuk datang berkunjung ke bengkel Darwanto *Auto Service* Semarang.

2. Strategi apa yang diterapkan dalam mengembangkan usaha Darwanto *Auto Service*?

a. Sosial media

Wawancara dengan pemilik menyatakan bahwa bengkel Darwanto *Auto Service* Semarang melakukan promosi di beberapa media sosial seperti Instagram, facebook dan google. Tidak jarang banyak pelanggan baru datang karena mereka melihat review baik dari google dan google map.

b. *Word of Mounth*

Word of Mouth dilakukan oleh saudara, teman dan pelanggan yang memiliki pengalaman di bengkel DAS

c. Promosi

Pemberian diskon penawaran harga kepada pelanggan

3. Apa sajakah kendala yang dihadapi dalam usaha Darwanto *Auto Service ini*?

• Persaingan Harga

Hasil wawancara bersama pemilik dan pelanggan bengkel Darwanto *Auto Service* bahwa Harga dalam kehidupan bisnis merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu barang atau jasa. Bengkel Darwanto *Auto Service* Menerapkan harga yang sesuai untuk semua kalangan dan konsisten dengan apa yang disajikan kepada pelanggan.

4. Solusi apakah yang diterapkan dalam mengatasi kendala tersebut?

Darwanto *Auto Service* menerapkan solusi fokus pada kualitas dan harga bersaing, serta negosiasi bijak dengan supplier oli dan sparepart. Tetap menjaga kualitas layanan, serta memberikan tanggung jawab dan kolaborasi antar karyawan, dan memberikan respons cepat terhadap kendala teknis dengan penjelasan yang jelas.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, para informan mengungkapkan bahwa bengkel Darwanto *Auto Service* berbeda dengan bengkel umum, Darwanto *Auto Service* mengkhususkan diri pada pelayanan dan perbaikan merek ternama seperti BMW dan Mercedesbenz Ini menunjukkan keahlian mendalam terhadap mobil-mobil kelas premium, menarik segmen pasar spesifik, dan membangun kepercayaan serta reputasi di bidang tersebut.

1. Pengalaman Berpuluh Tahun: Didirikan sejak 2010, Darwanto *Auto Service* memiliki keunggulan berupa pengalaman 13 tahun. Hal ini dapat dikaitkan dengan:
2. Tenaga Kerja Berpengalaman: Mekanik senior dan berpengalaman dalam menangani berbagai kondisi dan kerusakan pada BMW dan Mercesesbenz.
3. Pemahaman Mendalam Terhadap Kendaraan: Penguasaan detail spesifikasi, suku cadang, dan perbaikan khusus mobil-mobil premium.

4. Reputasi yang Teruji: Kepercayaan yang dibangun selama bertahun-tahun atas kualitas dan keahlian.
5. Pelayanan Personal: Berbeda dengan bengkel besar berjejaring, Darwanto *Auto Service* mungkin menawarkan pelayanan personal dan perhatian ekstra kepada setiap pelanggan.
Ini dapat meliputi:
 - a. Komunikasi Langsung dengan Pemilik: Konsultasi dan penjelasan langsung dari Bapak Darwanto, membangun kepercayaan dan rasa aman.
 - b. Perawatan dengan Sentuhan Personal: Perhatian detail dan ketelitian dalam pengerjaan, tidak sekadar mengikuti prosedur standar.
6. Harga Kompetitif: Meski menangani mobil premium, Darwanto *Auto Service* dikenal menawarkan harga yang kompetitif. Ini bisa jadi karena:
 - a. Pengadaan Suku Cadang Langsung: Potensial memiliki jalur tersendiri untuk mendapatkan suku cadang berkualitas dengan harga bersaing.
 - b. Efisiensi Operasional: Pengalaman bertahun-tahun dapat menghasilkan sistem kerja yang efisien dan meminimasi biaya tambahan.
7. Komunitas dan Rekomendasi: Darwanto *Auto Service* mungkin memiliki komunitas pelanggan setia yang merekomendasikan bengkel ini kepada orang lain. Ini dapat dibangun melalui:
 - a. Pelayanan Berkualitas dan Kepuasan Pelanggan: Pelanggan yang puas menjadi promotor terbaik.
 - b. Partisipasi dalam Event atau Forum: Keterlibatan dalam komunitas pemilik BMW dan Mercedesbenz untuk membangun kepercayaan dan awareness.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan keberhasilan Darwanto *Auto Service*:

1. Peningkatan kualitas pelayanan: Darwanto *Auto Service* dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara:
 - a. Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan, baik dalam hal teknis maupun berkomunikasi dengan pelanggan.
 - b. Meningkatkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan.
 - c. Meningkatkan standar pelayanan untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan pelayanan yang konsisten dan berkualitas tinggi.
2. Peningkatan kepuasan pelanggan: Darwanto *Auto Service* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara:
 - a. Mendengarkan dan menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat dan profesional.
 - b. Memberikan apresiasi kepada pelanggan, seperti diskon atau hadiah.
 - c. Membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan untuk menjaga hubungan yang baik.
3. Peningkatan daya saing: Darwanto *Auto Service* dapat meningkatkan daya saing dengan cara:
 - a. Menjaga harga yang kompetitif.
 - b. Memperluas cakupan layanan, seperti menyediakan layanan antar jemput kendaraan atau layanan konsultasi online.
 - c. Meningkatkan promosi dan pemasaran untuk meningkatkan awareness.

Selain faktor-faktor di atas, Darwanto *Auto Service* juga dapat meningkatkan keberhasilan:

- a. Meningkatkan investasi dalam teknologi: Teknologi dapat membantu Darwanto *Auto Service* untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kualitas pelayanan, dan meningkatkan daya saing.
- b. Mengembangkan sumber daya manusia: Sumber daya manusia yang kompeten dan berkomitmen adalah kunci keberhasilan suatu bisnis. Darwanto *Auto Service* dapat mengembangkan sumber daya manusianya dengan memberikan pelatihan dan pengembangan yang berkelanjutan.

- c. Mengikuti perkembangan tren: Tren di industri *otomotif* terus berkembang. Darwanto *Auto Service* perlu mengikuti perkembangan tren ini untuk tetap relevan dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Darwanto *Auto Service* menerapkan solusi yang unik dan berbeda dari pesaingnya diterapkan:

1. Konsultasi online: Darwanto *Auto Service* dapat menyediakan layanan konsultasi online bagi pelanggan yang ingin berkonsultasi mengenai masalah kendaraan mereka. Layanan ini dapat dilakukan melalui WhatsApp, Instagram, atau platform online lainnya. Layanan konsultasi online dapat menghemat waktu dan biaya pelanggan, serta dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Layanan antar jemput kendaraan: Darwanto *Auto Service* dapat menyediakan layanan antar jemput kendaraan bagi pelanggan yang ingin memperbaiki kendaraannya. Layanan ini dapat memudahkan pelanggan untuk meninggalkan kendaraannya di bengkel dan mengambilnya kembali setelah perbaikan selesai. Layanan antar jemput kendaraan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi kekhawatiran pelanggan terhadap kendaraan mereka.
Darwanto *Auto Service* dapat bekerja sama dengan perusahaan logistik atau transportasi untuk menyediakan layanan antar jemput kendaraan. Dengan demikian, Darwanto *Auto Service* dapat memberikan layanan antar jemput kendaraan yang lebih efisien dan efektif.
3. Program loyalitas pelanggan: Darwanto *Auto Service* dapat menerapkan program loyalitas pelanggan untuk memberikan apresiasi kepada pelanggan yang telah setia menggunakan jasanya. Program loyalitas pelanggan dapat berupa diskon, hadiah, atau layanan khusus. Program loyalitas pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan jasa Darwanto *Auto Service*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda Putra, B., & Toto Raharjo, S. (2022). VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Bengkel Alex Ac Mobil Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Hasan, G., Lim, J., Fernandes, N., Raymond, R., & Eddison, T. (2023). Analisa Penerapan Manajemen Hubungan Pelanggan Pada UMKM MM. Gemini di Kota Batam. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 747–752. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12506>
- Indarto, I., & Santoso, D. (2020). Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 54. <https://doi.org/10.26623/jreb.v13i1.2202>
- Kayawati, L., & Kurnia, E. (2021). Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 3(03), 39–49. <https://mand-ycmm.org/index.php/eabmij/article/view/81>
- Kurniawati, E., Soelistiyono, A., & Ariefiantoro, T. (2018). Strategi Bertahan Di Tengah Maraknya Toko Modern (Studi Kasus pada Toko Tradisional Bu Yuli di Kelurahan Pendrikan Lor Kecamatan SEMARANG Tengah). *Journals.Usm.Ac.Id*, 16(2), 94–111.
- Marlina, P. E., & Susanto,); (2022). Hal 220-229 SOLUSI. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(3), 220–229.
- Merdika Mansur, D., & Halim Perdana Kusuma Putra, A. (2023). YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Honda Dealer-Pluit. *YUME : Journal of Management*, 6(2), 138–151.
- Nurrohmah, A., Witjaksono, & Hartoto, E. (2022). Mengungkap Keberhasilan Ud. Makmur Abadi Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 342–353.
- P. Kotler dan K. Lane, Johnny Urbanus Lesnussa, & Montgomery Warbal. (2023). *Pengaruh Sikap dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 4(1), 32–46. <https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>

- Pradata, D. K., Ratnaningtyas, E. M., & Nurani, R. P. A. (2023). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Eko Autocare di Sleman). *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(3), 148–162. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i3.425>
- Safri, N. A., & Pudjoprastyono, H. (2023). Analisis Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Produk Rabbani Store di Surabaya. *Widya Manajemen*, 5(1), 32–42. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v5i1.3073>
- Saselah, J. D., Koleangan, R. A. M., Kojo, C., Kualitas, P., Dan, P., Pelanggan, K., Saselah, J. D., Koleangan, R. A. M., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Resmi Toyota Service Station Cv. Kombos Cabang Tendea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 4809–4818.
- Suhartini, Y. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan Usaha pada Pedagang Handphone Sepanjang Jalan Moses Yogyakarta. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 13(2), 821–834. <https://doi.org/10.31316/akmenika.v13i2.1023>
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>
- William, & Purba, T. (2020). Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, 8(1), 1987–1996.