

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM
MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI BENGKEL DMS
JL. KUBANG RAYA KOTA PEKANBARU MENGGUNAKAN
PENDEKATAN ANALISIS SWOT
(PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

FIRMAN AMSARI
NIRM: 1216.20.2441

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYAH PEKANBARU
2024 M/1446 H**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi berjudul “**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI BENGKEL DMS JL. KUBANG RAYA KOTA PEKANBARU MENGGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT (PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)**”, yang disusun oleh: Firman Amsari, NIRM: 1216.20.2441, Program Studi Ekonomi Syariah, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dinyatakan memenuhi syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasyah sesuai ketentuan yang ditetapkan Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru.

Pekanbaru, 11 September 2024

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Novi Yanti, M.M
NIDN. 2124118301

Eki Candra, S.E. M.M
NIDN. 2106058003

Ketua Jurusan
Program Studi Ekonomi Syariah

Eki Candra, SE. MM
NIDN. 2106058003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI BENGKEL DMS JL. KUBANG RAYA KOTA PEKANBARU MENGGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT (PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)**”, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru pada Rabu, 11 September 2024. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Pekanbaru, 11 September 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua :

Sekretaris :

Munaqasah I :

Munaqasah II :

Pembimbing I :

Pembimbing II :

Diketahui Oleh :
Ketua Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Dr. Novi Yanti. MM
NIDN. 2124118301

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Firman Amsari

NIRM : 1216.20.2441

Dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI BENGKEL DMS JL. KUBANG RAYA KOTA PEKANBARU MENGGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT (PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)”** adalah benar merupakan karya saya sendiri dan tidak melakukan tindakan plagiat dalam penyusunannya. Adapun kutipan yang ada dalam penyusunan karya ini telah saya cantumkan sumber kutipan dalam skripsi. Saya bersedia melakukan proses yang semestinya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku jika ternyata skripsi ini sebagian atau keseluruhan merupakan plagiat dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 11 September 2024
Penyusun

Firman Amsari
NIRM. 1216.20.2441

LEMBAR MOTTO

“Bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh di antara
bintang-bintang”

-Ir. Soekarno-

“Hidup cuma sekali, huduplah sebagai pemenang”

-Firman Amsari-

LEMBAR PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada yang terkasih dan teristimewa dalam hidupku:

1. Motivator dan panutanku, Bapak Abdul Mutaqim. Lelaki hebat yang selalu mendidik penulis apa itu arti menjadi lelaki sejati, kerja keras dan pantang menyerah. Kepala keluarga yang selalu mengusahakan apapun untuk memenuhi kebutuhan penulis, yang selalu memberi dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Saya ucapkan terima kasih untuk Bapakku tercinta.
2. Cinta pertama dan Pintu surgaku, Ibuk Umi Suyanti. Perempuan Paling Cantik Di Negriku Indonesia yang melahirkan penulis, seseorang yang mempunyai pintu surga di telapak kakinya, terima kasih atas limpahan doa yang tak berkesudahan, dukungan yang selalu diberikan, dan kasih sayang yang selalu saya rasakan. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tak terhingga kupersembahkan karya sederhana ini untuk ibukku tercinta.
3. Adikku Khairani Azzahra, Kakekku Pakwek Lamat, Nenekku Mamak Sartun. Terima kasih atas segala doa, usaha dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.
4. Rekan-rekan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah yang selalu belajar bersama yang memberikan bantuan dan dorongannya dalam aktivitas studi penulis
5. Seluruh teman-teman organisasi Perhimpunan Pemuda dan Mahasiswa Jawa Riau (PPMJR). Terima kasih atas segala doa, bantuan dan dukungan kalian semua, kalian semua luar biasa, semoga tuhan selalu bersama kalian dan apa

yang kita cita-citakan terjadi, I love you all. “Siji Wadah Ojo Pecah” mari kita lanjutkan perjuangan. MERDEKA.

6. Dan yang istimewa kepada diri saya sendiri yang telah mampu melewati dan berjuang sejauh ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alamiin. Segala puji serta syukur penulis ucapkan atas ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan, Rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk penyelesaian penulisan skripsi berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI BENGKEL DMS JL. KUBANG RAYA KOTA PEKANBARU MENGGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT (PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)”**. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. yang menjadi *uswatun hasanah* bagi kita semua. *Aamiin.*

Salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru adalah penyusunan skripsi ini. Penulis menerima bantuan dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan mendoakan agar ini menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT.

1. Terimakasih kepada Yayasan Diniyyah Pekanbaru beserta jajaran yang telah memberikan penulis tempat dan kenyamanan selama studi.
2. Yang terhormat, Ibu Dr. Novi Yanti. MM Selaku Rektor Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru, sekaligus Pembimbing 1 (Satu) yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabarannya.

3. Yang terhormat, Bapak Dr. Mursal. M.Pd.i selaku Wakil Rektor I, Ibu Refika. M.Pd.i selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Irwan Tutrisno. SE.ME selaku Wakil Rektor III yang telah ikut memberikan dorongan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
4. Yang terhormat, Bapak Dr. M. Sulaiman Ridwan, Lc, M.Sy, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.
5. Yang terhormat, Bapak Eki Candra, SE. MM selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru, sekaligus Pembimbing 2 (Dua), yang telah banyak membantu, mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Yang terhormat, Bapak/Ibu Seluruh Dosen Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru, yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Yang terhormat, Segenap Staf dan Karyawan Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru, yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Rekan-rekan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah yang selalu belajar bersama yang selalu memberikan bantuannya dan dorongan dalam aktifitas studi penulis.
9. Dan yang teristimewa kepada diri saya sendiri yang telah mampu melewati dan berjuang sejauh ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepannya.

Pekanbaru, 11 September 2024
Hormat saya,

Firman Amsari
NIRM. 1216.20.2441

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI BENGKEL DMS JL. KUBANG RAYA KOTA PEKANBARU MENGGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT (PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)

FIRMAN AMSARI

NIRM: 1216.20.2441

Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) adalah sebuah bengkel yang berdiri sejak tahun 2006, yang terletak di Jl. Kubang Raya, Kota Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk dan untuk mengetahui Analisis SWOT di Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) dalam meningkatkan konsumen. Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini, observasi, wawancara, dan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan *Pertama*, kekuatan bengkel DMS terletak pada tempat yang strategis, *spare part* yang lengkap, ramah, pelayanan yang baik, tepat waktu, gaji yang tepat, dan cepat beradaptasi. *Kedua*, *spare part* yang perlu *diupgrade*, alat injeksi yang kurang dan kurang berkomunikasi. *Ketiga*, peluang Bengkel DMS ke depan masih terbuka lebar. *Keempat*, ancaman bagi Bengkel DMS adalah kemajuan teknologi motoe. Sedangkan dalam perspektif Ekonomi Syariah, *Pertama*, *Istihad Rabbani* dalam bentuk tidak lembur saat menjelang bulan puasa dan lebaran, pada hari jumat tutup, disediakan tempat untuk ibadah, tolong menolong, boleh hutang, membuka pekerjaan untuk saudaranya. *Kedua*, *Istishab Akhlaq* dalam bentuk ramah dan sopan santun. *Ketiga*, *Istishab Insani* dalam bentuk pemikiran Levis Dutawan yang memikirkan gejolak ekonomi di tengah masyarakat. *Keempat*, *Iqtishad Washathi* dalam bentuk Bengkel DMS yang masih dalam skala menengah, sehingga tidak mematok harga tinggi.

Kata kunci: Bengkel DMS, Analisis SWOT, Perspektif Ekonomi Islam

ABSTRACT

BUSINESS DEVELOPMENT STRETEGY IN INCREASING CONSUMER INTEREST IN DMS WORKSHOP JL. KUBANG RAYA PEKANBARU CITY USES SWOT ANALYSIS APPROACH (SHARIA ECONOMIC PERSPECTIVE)

FIRMAN AMSARI

NIRM: 1216.20.2441

DMS Workshop (Divca Motor Service) is a workshop that was founded in 2006, located on Jl. Kubang Raya, Pekanbaru City. The purpose of this research is to find out how the DMS (Divca Motor Service) Workshop can improve service quality and product quality and to find out the SWOT Analysis at the DMS (Divca Motor Service) Workshop in increasing consumers. This qualitative research uses a descriptive approach. In this research, observation, interviews and documentation were used to collect data. The research results show that first, the strength of the DMS workshop lies in its strategic location, complete spare parts, friendly service, good service, on time, the right salary, and quick adaptation. Second, spare parts that need to be upgraded, injection tools that are lacking and lack of communication. Third, the future opportunities for the DMS Workshop are still wide open. Fourth, the threat to the DMS Workshop is advances in motorbike technology. Meanwhile, from the perspective of Sharia Economics, First, Istihad Rabbani in the form of not working overtime before the fasting month and Eid, closed on Fridays, providing a place for worship, helping each other, allowing debts, opening up work for his brothers. Second, Istishab Akhlaq in the form of friendly and polite manners. Third, Istishab Insani in the form of Levis Dutawan's thoughts which think about economic turmoil in society. Fourth, Iqtishad Washathi in the form of a DMS Workshop which is still on a medium scale, so it does not set high prices.

Keywords: DMS Workshop, SWOT Analysis, Islamic Economic Perspective

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR MOTTO	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Definisi Istilah.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kajian Teoritis	10
e. Kerangka Konseptual.....	23
f. Hasil Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Tempat dan Waktu Penelitian	27
C. Sumber Data Penelitian	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Subjek Penelitian	29
F. Validitas Data.....	29

G. Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A. Bengkel DMS	31
a. Sejarah Bengkel DMS	31
b. Lokasi Bengkel DMS	32
c. Struktur Bengkel DMS	32
B. Informan Penelitian	34
C. Hasil Penelitian	34
a. Strategi Bengkel DMS	34
b. Faktor Pembeda Bengkel DMS	36
c. Problem Bengkel DMS	39
D. Pembahasan	41
a. Analisis SWOT Bengkel DMS	41
b. Bengkel DMS dalam Perspektif Ekonomi Islam	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bengkel menurut Yoga, A.J adalah suatu jenis wirausaha kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang jasa dan pelayanan perbaikan baik itu sepeda motor atau mobil, lebih dari itu bengkel juga melakukan usaha penjualan *spare part* untuk melengkapi kebutuhan penggantian *spare part* kendaraan yang rusak.¹

Berdasar pengertian di atas, bengkel termasuk usaha untuk menyediakan jasa kepada orang lain. Sedangkan yang dimaksud jasa adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut.²

Menurut Converse, jenis-jenis jasa dapat dikelompokkan menjadi empat. *Pertama, Personalized Service* yaitu jasa yang mengutamakan pelayanan orang, seperti tukang cukur bengkel, dll. *Kedua, Financial Services*, yakni jasa yang bergerak di bidang keuangan, seperti perbankan,

¹ Yura Karlinda Wiasa Putri dan Komang Devi Darmayanti Putri, "PENERAPAN SISTEM ADMINISTRASI BARANG UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS LAPORAN DI BENGKEL URIP MOTOR BALI," Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat, Vol.3 No.1 (2024), 252.

² Didin Fatihudin dan M. Anang Firmansyah, *PEMASARAN JASA (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)*, (Sleman, Penerbit Deepublish: 2019) Edisi 1 Februari, 7.

asuransi, dll. *Ketiga, Entertainment*, yakni jasa di bidang olahraga, film, dll. *Keempat, Hotel Services* yakni penyedia jasa di bidang perhotelan.³

Sedangkan dalam pemasaran jasa, ada empat karakteristik yang perlu diperhatikan, di antaranya adalah *Intangibility* (Tidak Berwujud), *Inseparability* (Tidak Dapat Dipisahkan), *Variability/Heterogeneity/Inconsistency* (Keanekaragaman/Berubah-ubah), *Perishability* (Tidak Tahan Lama).⁴

Penyedia jasa servis motor atau bengkel semakin hari semakin berkembang, tumbuh seiring banyaknya pengguna motor di Indonesia, tidak terkecuali di Kota Pekanbaru. Bengkel di Pekanbaru semakin banyak jumlahnya. Meski begitu, persaingan juga semakin ketat. Oleh karena itu, bengkel juga harus berinovasi agar bisa bertahan menghadapi persaingan.

Salah satu bengkel yang bisa bertahan dari kerasnya persaingan di Pekanbaru adalah Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) di Jl. Kubang Raya. Bahkan, tidak hanya bertahan, Bengkel DMS juga memiliki 8 karyawan atau montir dan berhasil membuka cabang di Jl. Suka Karya, Kota Pekanbaru.

Namun, yang menjadi menarik adalah di antara 8 karyawan yang dimiliki oleh Bengkel DMS, seringkali terjadi pergantian montir. Baik itu karena montir yang mengundurkan diri, maupun dikeluarkan oleh pemilik bengkel. Alasannya beragam, karena kinerja yang kurang baik, maupun membuat kesalahan fatal yang tidak bisa ditolelir oleh pemilik bengkel.

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid*, 2-6.

Jika dilihat dari segi pemasaran, bengkel ini memiliki pelanggan yang tetap dan provit yang relatif stabil, terbukti dari jumlah karyawan atau montir yang dimiliki oleh Bengkel DMS. Akan tetapi, peneliti juga melihat satu kekurangan yang dimiliki oleh Bengkel DMS, yakni dari manajemen yang dilakukan oleh bengkel DMS.

Salah satu indikasinya adalah sering bergantinya montir sebagaimana yang diulas di atas. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji Bengkel DMS dengan menggunakan Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*) untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Bengkel DMS.

Analisis SWOT adalah teknik yang dikembangkan di Stanford pada tahun 1970-an dan menjadi alat penyusunan perencanaan strategis dalam suatu organisasi. SWOT merupakan metode perencanaan terstruktur yang mengevaluasi keempat elemen berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam organisasi, proyek atau usaha bisnis.⁵

Analisis SWOT merupakan proses di mana tim manajemen mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang akan mempengaruhi kinerja organisasi/perusahaan di masa depan. Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal akan digunakan untuk perencanaan strategi dan mengelola usaha dengan cara yang paling efektif dan efisien.⁶

Analisis SWOT digunakan dengan cara mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi, serta peluang dan ancaman yang ada di

⁵ Slamet Riyanto, dkk, *Analisis SWOT sebagai Penyusun Strategi Organisasi*, (Yogyakarta, Bintang Pustaka Madani: 2021) Edisi 1 Digital, 25.

⁶ *Ibid*, 25.

lingkungan eksternal organisasi. Analisis SWOT digunakan untuk mempelajari dan mengidentifikasi kondisi organisasi.⁷ Dalam penelitian ini juga akan peneliti gunakan untuk menganalisis Bengkel DMS.

Selain dari sisi manajemen, Analisis SWOT juga akan peneliti gunakan untuk menganalisis pemasaran produk yang dilakukan oleh Bengkel DMS. Produk yang dimaksud bukan hanya jasa, dalam artian perbaikan atau *service* motor, melainkan juga produk barang. Di mana Bengkel DMS juga menjual *sparepart* motor.

Berdasar pada latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Bengkel DMS dengan judul skripsi: **“ANALISIS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI BENGKEL DMS JL. KUBANG RAYA KOTA PEKANBARU (ANALISIS SWOT)”**.

B. Permasalahan

a. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karyawan atau montir sering berganti dan tidak bertahan lama.

Dengan fenomena tersebut, dapat ditarik kesimpulan terdapat masalah dengan manajemen Bengkel DMS.

⁷ *Ibid*, 26.

2. Diperbolehkan menghutang tanpa jaminan. Memang secara sosial hutang-piutang dapat dikatakan sebagai bentuk tolong-menolong, namun dalam bisnis, hutang tanpa jaminan dapat memicu ketidakstabilan dari segi pendapatan.
3. Pemasaran produk yang baik dengan harga di bawah standar.

b. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dalam penelitian ini akan membatasi masalah dengan menganalisis pelayanan dan kualitas produk di Bengkel DMS dengan menggunakan Analisis SWOT.

c. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah, maka dalam penelitian ini rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk?
2. Bagaimana Analisis SWOT di Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) dalam meningkatkan konsumen?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui cara Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk.
2. Untuk mengetahui Analisis SWOT di Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) dalam meningkatkan konsumen.

b. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat secara akademik dan juga secara praktis.

1. Manfaat secara akademik, penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan tentang Analisis SWOT dan juga menyumbangkan pemikiran terhadap Program Studi Ekonomi Syari'ah.
2. Manfaat secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi rujukan dalam dunia bisnis, baik yang ingin merintis usaha maupun yang sudah berjalan, khususnya dalam bisnis barang dan jasa, berupa Bengkel Motor.

D. Definisi Istilah

a. Pelayanan

Pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Menurut Meonir, pelayanan adalah proses untuk

memenuhi kebutuhan orang lain melalui aktivitas yang dilakukan secara langsung.⁸

b. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan produk yang dijual dapat menjalankan fungsinya, dilihat dari kehandalan, daya tahan, kekuatan, pengemasan dan fitur.⁹ Kualitas produk merupakan kesesuaian produk dengan spesifikasi atau standar yang ditetapkan pelanggan, dalam hal ini adalah harapan pelanggan.¹⁰

Semakin tinggi kesesuaian dengan spesifikasi, berarti semakin tinggi kualitas produk atau jasa tersebut. Kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan berdampak pada retensi pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan.¹¹

c. Bengkel DMS (*Divca Motor Service*)

Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) adalah bengkel atau jasa service motor yang terletak di Jl. Kubang Raya, Kota Pekanbaru. Bengkel ini memiliki 8 karyawan atau montir, dengan cabang di Jl. Suka Karya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Selain menyediakan jasa perbaikan motor, Bengkel DMS juga menjual *sparepart* motor.

⁸ Nurhadi, "KONSEP PELAYANAN PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH," EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.1 No.2 (2018), 139.

⁹ Harmon Chaniago, "Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store," International Journal Administration, Business and Organization (IJABO), Vol.1 No.2 (2020), 64.

¹⁰ Sri Hartini, "Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis," JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN, Vol.14 No.1 (2012), 85.

¹¹ *Ibid*, 85.

d. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam menurut S.M Hasanuzzaman adalah ilmu pengetahuan, aplikasi, ajaran-ajaran dan aturan-aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dan pencarian, serta pengeluaran sumber-sumber daya guna memberikan kepuasan bagi manusia dan memungkinkan mereka melaksanakan kewajiban-kewajiban mereka terhadap Allah dan masyarakat.¹²

Ekonomi Islam mencakup cara memandang permasalahan di bidang ekonomi, menganalisis dan mengajukan alternatif solusi atas berbagai permasalahan ekonomi. Dalam hal ini, ekonomi Islam telah menjadi tolak ukur terhadap sistem ekonomi konvensional yang telah lama ada.¹³

e. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*) adalah teknik yang dikembangkan di Stanford pada tahun 1970-an dan menjadi alat penyusunan perencanaan strategis dalam suatu organisasi. SWOT merupakan metode perencanaan terstruktur yang mengevaluasi keempat elemen organisasi, proyek atau usaha bisnis.¹⁴

¹² Amiruddin K, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Makassar: Alauddin University Press, 2014), 27.

¹³ Nur Fadilah, "Teori Konsumsi, Produksi dan Distribusi dalam Pandangan Ekonomi Syariah," *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, Vol.1 No.4 (2020), 19.

¹⁴ Slamet Riyanto, dkk, *Analisis SWOT sebagai Penyusun Strategi Organisasi*, (Yogyakarta, Bintang Pustaka Madani: 2021) Edisi 1 Digital, 25.

Analisis SWOT merupakan kerangka kerja yang sederhana akan tetapi memiliki manfaat yang besar untuk mengidentifikasi kekuatan organisasi, memperbaiki kelemahan, meminimalkan ancaman, dan memanfaatkan peluang organisasi. Analisis SWOT digunakan untuk mempelajari dan mengidentifikasi kondisi organisasi.¹⁵

¹⁵ *Ibid*, 25.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis

a. Pelayanan

Pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani.¹⁶ Bisa juga diartikan sebagai suatu perbuatan seseorang atau organisasi dalam memberikan suatu kepuasan kepada konsumen.¹⁷

Berdasarkan pandangan lain pelayanan adalah suatu langkah atau perbuatan seseorang maupun organisasi dalam memberikan kepuasan kepada konsumen secara langsung dalam melayani konsumen.¹⁸ Menurut Daviddow dan Uttal pelayanan adalah suatu usaha yang memperbesar suatu kepuasan pelanggan (*whatever enhances customer satisfaction*).¹⁹

Menurut Suparlan sebagaimana dikutip Moenir pelayanan adalah usaha memberikan pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi supaya orang lain dapat mengatasi masalahnya sendiri. Selanjutnya moenir juga menjelaskan pelayanan adalah proses memenuhi kebutuhan melalui aktivitas orang lain dengan cara langsung.

¹⁶ Nurhadi, “KONSEP PELAYANAN PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH,” EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.1 No.2 (2018), 139.

¹⁷Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2005), 26.

¹⁸Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Rajawali, 2006), 15.

¹⁹Moenir, 2005, *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta, 47.

Pelayanan dapat di klasifikasikan menjadi dua, yakni:

1. *High contact service*, merupakan suatu klasifikasi pelayanan jasa yang mana berhubungan antara konsumen dan penyedia jasa yang sangat besar, pelayanan jasa selalu melibatkan konsumen dalam suatu proses layanan jasa.
2. *Low contact service*, merupakan klasifikasi pelayanan jasa yang harus berhubungan langsung antara konsumen dengan penyedia jasa yang tidak terlalu besar. Physical contact dengan konsumen hanya menjadi front desk adalah termasuk dalam klasifikasi low contact service.

b. POAC

POAC merupakan strategi dalam melakukan manajerial terhadap suatu organisasi yang terdiri dari *Planning*, *Organizing*, *Actuating* dan *Controlling*. Fungsi POAC sendiri dalam suatu organisasi adalah untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi suatu organisasi dalam pencapaian tujuannya.²⁰ Adapun penjelasannya sebagai berikut:

Planning, meliputi pengaturan tujuan dan mencari cara bagaimana untuk mencapai tujuan tersebut. *Planning* telah dipertimbangkan sebagai fungsi utama manajemen dan meliputi segala sesuatu yang manajer kerjakan. Di dalam *planning*, manajer

²⁰ Yohannes Dakhi, "IMPLEMENTASI POAC TERHADAP KEGIATAN ORGANISASI DALAM MENCAPAI TUJUAN TERTENTU," Jurnal Warta, Edisi 50 (2016).

memperhatikan masa depan, mengatakan “*Ini adalah apa yang ingin kita capai dan bagaimana kita akan melakukannya*”.²¹

Organizing, adalah proses dalam memastikan kebutuhan manusia dan fisik setiap sumber daya tersedia untuk menjalankan rencana dan mencapai tujuan yang berhubungan dengan organisasi. *Organizing* juga meliputi penugasan setiap aktifitas, membagi pekerjaan ke dalam setiap tugas yang spesifik, dan menentukan siapa yang memiliki hak untuk mengerjakan beberapa tugas.²²

Actuating, atau pengarahan adalah kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan melalui pengarahan keseluruhan bagian dalam perusahaan agar mau bekerjasama dalam melaksanakan kegiatan secara efektif dan efisien dengan berpedoman pada perencanaan dan pengorganisasian. Pengarahan dilakukan dengan memberikan berbagai pengarahan kepada karyawan agar melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawabnya sebagai upaya dalam menjadikan perencanaan menjadi kenyataan.²³

Controlling, atau yang biasa disebut dengan pengawasan atau pengendalian adalah kegiatan penilaian terhadap kinerja karyawan atau bahkan memberikan koreksi agar kinerja karyawan dapat kembali pada jalur yang telah ditetapkan. Pengendalian dapat juga dikatakan sebagai

²¹ Yohannes Dakhi.

²² Yohannes Dakhi.

²³ Neni Utami, Muhammad Yoga Aditia, Binti Nur Asiyah, “Penerapan Manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating Dan Controlling) Pada Usaha Dawet Semar Di Kabupaten Blitar,” *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)*, Vol.2 No.2 (2023), 40.

serangkaian proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh kegiatan yang telah direncanakan dapat direalisasikan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.²⁴

c. **Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah kemampuan produk yang dijual dapat menjalankan fungsinya, dilihat dari kehandalan, daya tahan, kekuatan, pengemasan dan fitur.²⁵ Kualitas produk merupakan kesesuaian produk dengan spesifikasi atau standar yang ditetapkan pelanggan, dalam hal ini adalah harapan pelanggan.²⁶

Semakin tinggi kesesuaian dengan spesifikasi, berarti semakin tinggi kualitas produk atau jasa tersebut. Kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan berdampak pada retensi pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan.²⁷

Namun kualitas produk terkadang dihasilkan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Hal ini disebabkan oleh faktor: manusia, manajemen, dana, peralatan, metode dan lainnya. Ada delapan dimensi kualitas produk, yaitu:

²⁴ Neni Utami

²⁵ Harmon Chaniago, "Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store," *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)*, Vol.1 No.2 (2020), 64.

²⁶ Sri Hartini, "Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis," *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, Vol.14 No.1 (2012), 85.

²⁷ *Ibid*, 85.

1. *Performance* (kinerja), ini berkenaan dengan aspek fungsional suatu barang/jasa dan merupakan fitur utama yang dipertimbangkan konsumen untuk membeli barang tersebut.
2. *Aesthetics*, adalah karakteristik bersifat subyektif atas nilai-nilai estetik, ini terkait dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
3. *Special features*, adalah aspek performansi berfungsi untuk menambah fitur dasar, berupa pilihan – pilihan produk dan pengembangannya.
4. *Conformance*, merupakan tingkat kemiripan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan kebutuhan konsumen.
5. *Reliability*, ini berhubungan dengan probabilitas suatu barang, apakah ia telah berhasil menjalankan fungsinya pada saat digunakan dalam periode waktu dan kondisi tertentu.
6. *Durability*, adalah refleksi umur ekonomis berupa masa pakai suatu barang.
7. *Perceived quality*, terkait dengan rasa psikologis konsumen, seperti keberadaan suatu produk sebagai produk berkualitas dan terpercaya.
8. *Service ability*, merupakan penanganan pelayanan purna jual, seperti penanganan keluhan konsumen.

d. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam menurut S.M Hasanuzzaman adalah ilmu pengetahuan, aplikasi, ajaran-ajaran dan aturan-aturan syariah yang

mencegah ketidakadilan dan pencarian, serta pengeluaran sumber-sumber daya guna memberikan kepuasan bagi manusia dan memungkinkan mereka melaksanakan kewajiban-kewajiban mereka terhadap Allah dan masyarakat.²⁸

Ekonomi Islam mencakup cara memandang permasalahan di bidang ekonomi, menganalisis dan mengajukan alternatif solusi atas berbagai permasalahan ekonomi. Dalam hal ini, ekonomi Islam telah menjadi tolak ukur terhadap sistem ekonomi konvensional yang telah lama ada.²⁹

Menurut Yusuf al-Qardawi Ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan, berwawasan kemanusiaan, berakhlak, dan ekonomi pertengahan. Sesungguhnya ekonomi Islam adalah ekonomi ketuhanan ekonomi kemanusiaan, ekonomi akhlak, dan ekonomi pertengahan.³⁰

Berdasar pengertian Yusuf al-Qardawi tentang Ekonomi Islam di atas, kemudian dirumuskan empat nilai utama yang terdapat dalam ekonomi islam sehingga menjadi karakteristik Ekonomi Islam sebagai berikut:

1. *Istihad Rabbani* (Ekonomi Ketuhanan)
2. *Istishab akhlaq* (Ekonomi Akhlaq)

²⁸ Amiruddin K, Dasar-Dasar Ekonomi Islam (Makassar: Alauddin University Press, 2014), 27.

²⁹ Nur Fadilah, "Teori Konsumsi, Produksi dan Distribusi dalam Pandangan Ekonomi Syariah," SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam, Vol.1 No.4 (2020), 19.

³⁰ Azhari Akmal Tarigan, "Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi al-Qur'an Sebuah Eksplorasi Melalui Kata-Kata Kunci", (Bandung: Ciptapustaka Media Perintah, 2021), 190.

3. *Istishab Insani* (Ekonomi Kerakyatan)
4. *Iqtishad Washathi* (Ekonomi Pertengahan)

Sedangkan Prinsip Ekonomi Islam menurut Adiwarmarman Karim ada lima, di antaranya adalah sebagai berikut:³¹

1. *Al-Tauhid*

Prinsip Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam, dengan tauhid manusia menyaksikan bahwa “tidak ada sesuatu pun yang layak disembah selain Allah”. Dalam Islam segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Tujuan diciptakannya manusia adalah untuk beribadah kepada-Nya.

2. *Al-‘Adl*

Prinsip Keadilan secara garis besar dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan ketika terdapat kesamaan perilaku di mata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak hak menikmati pembangunan' dan tidak adanya pihak yang dirugikan serta adanya keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan.

3. *Al-Nubuwwah*

Prinsip ini memberikan arti bawa dalam menjalankan aktivitas ekonomi kita harus menjadikan sifat nabi (sidiq, tablik, amanah dan fathonah) sebagai teladan.

4. *Al-Khilafah*

³¹ Adiwarmarman Karim, “Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer,” Jakarta: Gema Insani Press, 2003, 17.

Dalam Islam pemerintah memainkan peran yang sangat penting dalam ekonomi, yaitu memastikan bahwa kegiatan ekonomi berjalan secara benar tanpa kezaliman. Pemerintah Memiliki hak ikut campur dalam kegiatan ekonomi yang dilakukan individu-individu, baik untuk mengawasi kegiatan ini maupun mengatur atau melaksanakan beberapa macam kegiatan ekonomi yang tidak mampu dilaksanakan oleh individu-individu.

5. *Al-Ma'ad*

Dalam prinsip ini memberikan gambaran bahwa hasil usaha yang kita peroleh harus berkah dan halal baik di dunia ataupun di akhirat.

e. **Minat Konsumen**

Minat adalah keinginan yang kuat, gairah, kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu. Bimo Walgito menjelaskan minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.³²

W.S Winkel mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang agak menatap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu. Minat membeli

³² Moke P. Astamoen, *Entrepreneurship dalam Prespektif Kondisi Bangsa Indonesia*, (Bandung: Alfabeta, 2008) 51.

merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi.³³

Menurut Kinnear dan Taylor minat merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecendrungan responden untuk tindakan sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.³⁴

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut:

1. Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
2. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
3. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan di pengaruhi motivasi.
4. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.

f. Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Philip Kotler dan Garry Armstrong dalam bukunya Prinsip-prinsip Pemasaran adalah penilaian menyeluruh terhadap Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*) Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) perusahaan secara keseluruhan.³⁵

³³ Moke P. Astamoen.

³⁴ Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka) 45.

³⁵ Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*, (Jakarta, Penerbit Erlangga: 2008) 64.

Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*) adalah teknik yang dikembangkan di Stanford pada tahun 1970-an dan menjadi alat penyusunan perencanaan strategis dalam suatu organisasi. SWOT merupakan metode perencanaan terstruktur yang mengevaluasi keempat elemen organisasi, proyek atau usaha bisnis.³⁶

Analisis SWOT merupakan kerangka kerja yang sederhana akan tetapi memiliki manfaat yang besar untuk mengidentifikasi kekuatan organisasi, memperbaiki kelemahan, meminimalkan ancaman, dan memanfaatkan peluang organisasi. Analisis SWOT merupakan proses di mana tim manajemen mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang akan mempengaruhi kinerja organisasi/perusahaan di masa depan.³⁷

Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal akan digunakan untuk perencanaan strategi dan mengelola usaha dengan cara yang paling efektif dan efisien. Analisis SWOT digunakan dengan cara mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi, serta peluang dan ancaman yang ada di lingkungan eksternal organisasi. Analisis SWOT digunakan untuk mempelajari dan mengidentifikasi kondisi organisasi, yaitu:³⁸

³⁶ Slamet Riyanto, dkk, *Analisis SWOT sebagai Penyusun Strategi Organisasi*, (Yogyakarta, Bintang Pustaka Madani: 2021) Edisi 1 Digital, 25.

³⁷ *Ibid*, 25.

³⁸ *Ibid*, 25-26.

1. Organisasi dapat melakukan analisis SWOT untuk setiap produk, pelayanan, pangsa pasarnya saat memutuskan cara terbaik untuk mencapai pertumbuhan di masa depan.
2. Pada saat organisasi mulai/baru berjalan, maka sangat penting untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki, mempelajari peluang, meminimalisasi kelemahan dan mengidentifikasi ancaman yang ada sehingga pelaku usaha dapat dengan bijak menjalankan usahanya dengan arah yang benar.

Analisis SWOT akan membantu pemilik organisasi atau pengambil keputusan untuk memahami posisi organisasi yang akan mendorong ide dan pengambilan keputusan tentang bagaimana membangun kekuatan, memanfaatkan peluang, meminimalkan kelemahan dan melindungi dari ancaman.³⁹

Kekuatan meliputi kemampuan internal, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya.⁴⁰ Kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar.⁴¹

³⁹ Slamet Riyanto, dkk, *Analisis SWOT sebagai Penyusun Strategi Organisasi*, (Yogyakarta, Bintang Pustaka Madani: 2021) Edisi 1 Digital, 26.

⁴⁰ Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*, (Jakarta, Penerbit Erlangga: 2008) 64.

⁴¹ Dewi Kurniasih, dkk, *Teknik Analisa*, (Bandung, Penerbit Alfabeta: 2021) 77.

Sedangkan kelemahan meliputi keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan.⁴² Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan.⁴³

Peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan ancaman merupakan faktor lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan.⁴⁴

Untuk item dalam analisis SWOT akan tergantung pada konteks atau sifat masalah yang ingin dianalisis, berikut adalah panduan secara umum item dari masing-masing empat komponen:⁴⁵

1. Kekuatan

Item kekuatan yang diidentifikasi di antaranya:

- a) Identifikasi kompetensi inti (keterampilan dan kemampuan) yang dimiliki organisasi.
- b) Kelebihan yang dimiliki organisasi dibandingkan pesaingnya.
- c) Kekuatan lain yang dimiliki organisasi.
- d) Kondisi sumber daya apa yang dimiliki organisasi

⁴² Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*, (Jakarta, Penerbit Erlangga: 2008) 64.

⁴³ Mashuri dan Dwi Nurjannah, "ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING" JPS (Jurnal Perbankan Syariah), Vol.1 No.1 (2020), 99.

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Slamet Riyanto, dkk, *Analisis SWOT sebagai Penyusun Strategi Organisasi*, (Yogyakarta, Bintang Pustaka Madani: 2021) Edisi 1 Digital, 28-29.

e) Reputasi organisasi selama ini

2. Kelemahan

Item kelemahan yang dapat diidentifikasi di antaranya:

- a) Kondisi pesaing dibanding kondisi organisasi Anda.
- b) Sesuatu yang menjadikan kondisi internal kurang baik.
- c) Sesuatu yang menghasilkan ketidakpuasan dan keluhan pelanggan.
- d) Sesuatu yang menyebabkan ketidakpuasan dan keluhan pegawai.
- e) Proses dan aktivitas organisasi yang bermasalah.

3. Peluang

Item peluang yang dapat diidentifikasi di antaranya:

- a) Faktor eksternal yang memberikan keuntungan terhadap organisasi.
- b) Pangsa pasar yang dimiliki organisasi.
- c) Pemanfaatan teknologi dalam organisasi.
- d) Inovasi baru yang dijalankan organisasi.
- e) Cara baru dalam menjunjung aktivitas atau produksi produk dari organisasi.
- f) Konsumen pesaing yang tidak puas.

4. Ancaman

Item ancaman yang dapat diidentifikasi di antaranya:

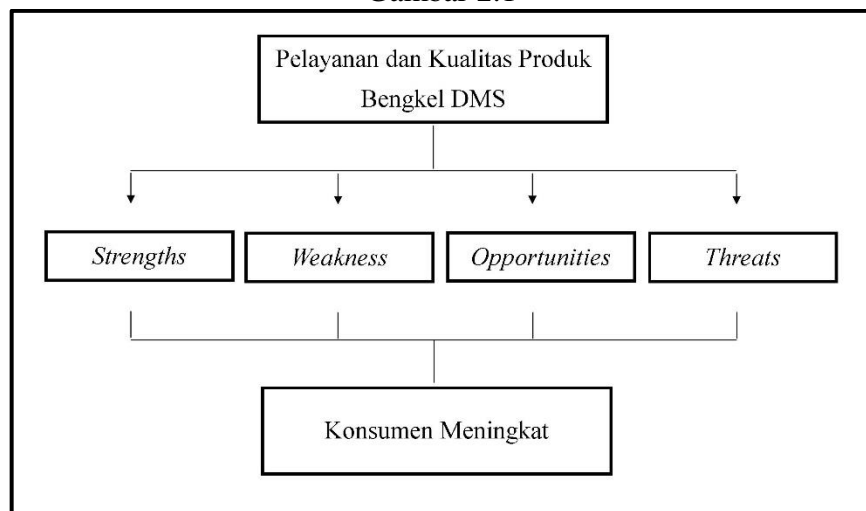
- a) Keinginan pelanggan yang selalu berubah.

- b) Pelanggan yang beralih produk/jasa pesaing.
- c) Inovasi yang dikembangkan pesaing.
- d) Persaingan harga dan kualitas pesaing.
- e) Teknologi baru yang digunakan pesaing.
- f) Jumlah penjualan yang menurun.
- g) Pesaing baru yang akan datang.

g. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan ijhtihad peneliti dalam memberikan gambaran tentang penelitian yang akan dilakukan secara keseluruhan. Berikut adalah kerangka konseptual yang akan peneliti lakukan terhadap Bengkel DMS dengan Analisis SWOT:

Gambar 2.1



Sumber: Dok. Pribadi

h. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu peneliti gunakan sebagai acuan untuk mengkaji topik penelitian yang akan dilakukan, serta untuk menghindari kesamaan topik kajian dan juga menghindari plagiasi. Peneliti mengambil

3 skripsi yang terkait dengan analisis pelayanan, kualitas produk maupun usaha bengkel. Berikut adalah penelitian terdahulu yang peneliti gunakan:

Pertama, Skripsi Titi Sulistiyawati dari UIN Raden Intan Lampung, terbit tahun 2021, dengan judul, “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (Studi Pada BNI Syariah Kantor Cabang Teluk Betung)”.⁴⁶

Adapun hasil penelitiannya adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC. Teluk Betung. Berdasarkan hasil uji dan analisis menggunakan metode Important Performance Analysis yaitu dengan melakukan analisis kuadran untuk menunjukkan hubungan antara penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.⁴⁷

Selain itu, kualitas pelayanan dalam perpektif Islam pada Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 267 yaitu Islam mengajarkan kita untuk memberikan suatu hasil usaha yang baik-baik atau berkualitas dan melarang untuk kita memberikan sesuatu yang buruk atau tidak berkualitas.

Studi riset terdahulu di atas memiliki persamaan dengan kajian yang akan peneliti lakukan, yakni pada pembahasan kualitas penelitian.

Namun, memiliki perbedaan di antara pendekatan penelitian, yang akan

⁴⁶ Titi Sulistyawati, Skripsi: *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (Studi Pada BNI Syariah Kantor Cabang Teluk Betung)*, (Bandar Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2021).

⁴⁷ *Ibid.*

peneliti gunakan adalah kualitatif. Selain itu, metode atau pisau analisis juga berbeda, di mana peneliti akan menggunakan Analisis SWOT.

Kedua, Jurnal yang ditulis oleh Muhammad Hafiz Mulya, Rosa Adila, dan Gagih Pradini, terbit di Turn Jurnal pada tahun 2022, dengan judul, “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DI RESTORAN ES TELLER 77 BRANCH MALL PEJATEN VILLAGE”.⁴⁸

Adapun hasil penelitiannya adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan pada salah satu dari 77 restoran Es Teller yang diteliti. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan juga akan meningkat jika kualitas layanan lebih ditingkatkan. Kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk.⁴⁹

Studi riset terdahulu di atas memiliki metode penelitian dan subjek penelitian yang sama, yakni kualitas pelayanan dan kualitas produk. Namun, objek kajian yang dilakukan di atas adalah Restoran Es Teller 77 Branch Mall Pejaten Village, sedangkan peneliti mengambil celah kajian di Bengkel DMS.

Ketiga, Skripsi Nur Azizah dari Universitas Lampung, terbit tahun 2019, dengan judul, “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN PT. PLN (PERSERO) RAYON NATAR LAMPUNG

⁴⁸ Muhammad Hafiz Mulya, dkk, “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DI RESTORAN ES TELLER 77 BRANCH MALL PEJATEN VILLAGE” Turn Jurnal, Vol.2 No.2 (2022).

⁴⁹ *Ibid.*

SELATAN". Adapun hasil penelitiannya adalah PT.PLN (Persero) Rayon Natar Lampung Selatan telah melakukan upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan kualitas listrik pelanggan namun dalam pelaksanaannya masih belum maksimal.⁵⁰

Upaya yang dilakukan yakni menyediakan sarana dan prasarana dalam proses penyediaan pelayanan pelanggan dan berusaha memberi pelayanan yang ramah, cepat dan tanggap. Selain itu, PT.PLN (Persero) Rayon Natar Lampung Selatan melakukan perbaikan administrasi berupa biaya operasional, jaringan operasional, transportasi, dan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) melalui pelaksanaan diklat.⁵¹

Studi riset di atas juga memiliki kesamaan dari kajian yang dibahas, yakni kualitas pelayanan, namun belum mencakup kualitas produk. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan mencakup layanan dan kualitas produk. Penelitian di atas juga menggunakan pendekatan kualitatif.

⁵⁰ Nur Azizah, Skripsi: *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN PT. PLN (PERSERO) RAYON NATAR LAMPUNG SELATAN*, (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2019).

⁵¹ *Ibid.*

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah (*field resarch*), yaitu penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan saat di lapangan, seperti di lingkungan masyarakat, lembaga-lembaga, organisasi kemasyarakatan dan lembaga pemerintahan.⁵²

Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna lebih ditampilkan. Landasan teori digunakan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.⁵³

B. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat

Penelitian dilakukan di Bengkel DMS yang terletak di Jl. Kubang Raya, Kota Pekanbaru.

b. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dilakukan sejak proposal skripsi diseminarkan.

⁵² Lexy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 4.

⁵³ Ismail Suardi Wekke, dkk, METODE PENELITIAN SOSIAL (Yogyakarta: Penerbit Gawe Buku, 2019), 34.

C. Sumber Data Penelitian

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data utama yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Terkait dengan penelitian ini, data primer didapatkan dengan wawancara langsung kepada para informan penelitian. Di antaranya adalah pemilik Bengkel DMS, karyawan, dan pelanggan.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data pendukung dalam penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari observasi dan data pendukung, berupa buku, jurnal, artikel, serta data lain dari internet.

D. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah sebuah percakapan langsung (*face to face*) antara peneliti dan informan dalam proses memperoleh keterangan dengan cara melakukan tanya jawab. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait dengan pelayanan, kualitas produk, perencanaan, kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan Bengkel DMS..

b. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena

yang akan diteliti. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang gambaran umum mengenai pelayanan, kualitas produk, perencanaan, kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan Bengkel DMS.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang sudah ada yang mempunyai relevansi bertujuan peneliti dalam hal ini dapat berhubungan dengan profil sarana dan prasarana yang berkaitan dengan pelayanan, kualitas produk, perencanaan, kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan Bengkel DMS.

E. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber yang akan dimintai informasi terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik Bengkel DMS, karyawan dan pelanggan..

F. Validitas Data

Untuk mengukur dan menunjukkan bahwa data penelitian ini valid, salah satu caranya adalah dengan melakukan triangulasi, untuk keabsahan hasil penelitian ini menggunakan triangulasi metode. Triangulasi digunakan untuk melakukan pengecekan terhadap metode pengumpulan data.

Apakah informasi yang didapatkan dengan metode observasi, sesuai dengan informasi yang diberikan sesuai dengan data ketika wawancara dan observasi akan memberikan informasi yang sama atau

berbeda. Apabila berbeda maka peneliti harus dapat menjelaskan perbedaan itu, tujuannya agar mendapatkan kesamaan dengan metode yang berbeda.

Peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi dalam mengumpulkan data penelitian, maka hasil dari teknik-teknik tersebut akan diuji untuk mendapatkan keabsahan hasil penelitian. Apakah hasil dari penelitian sama dengan observasi dan dokumentasi.

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh kenyataan sosial, data yang diperoleh kemudian diklasifikasikan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan dan situasi serta peristiwa secara menyeluruh. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Deskriptif diartikan sebagai menggambarkan variabel demi variabel. Penelitian kualitatif ini berasal dari wawancara, observasi dan komunikasi yang dijelaskan dengan menghubungkan antara satu fakta dengan fakta lainnya kemudian data itu di analisa untuk diambil kesimpulannya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bengkel DMS

a. Sejarah Bengkel DMS

Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) didirikan oleh Levis Dutawan, pada tahun 2006. Bengkel DMS pertama kali dibuka di daerah Rumbai, Kota Pekanbaru. Kemudian, pada tahun 2011, pindah ke daerah Kubang. Levis Dutawan, sang pemilik bengkel mengatakan alasan memindahkan lokasi bengkelnya dari Rumbai ke Kubang karena di sana sulit berkembang.

Gambar 4.1



Sumber: Dok. Bengkel DMS

Alasan lainnya, terkait putaran ekonomi menurutnya lebih menjanjikan di daerah Kubang, terbukti dari hasil pendapatan bengkelnya naik dua kali lipat. Ia juga menambah, populasi penduduk

yang lebih banyak menjadi alasan lain kepindahan bengkelnya dari Rumbai ke Kubang.

Divca Motor Service awalnya bernama *Duta Motor Service*, nama Divca sendiri pertama kali digunakan pada tahun 2008. Levis menceritakan bahwa nama itu diambil dari nama anak pertamanya, yakni Divca. Menurutnya, anak adalah rezeki, harapannya dengan datangnya rezeki baru, bengkelnya juga akan mendapat rezeki yang baru.

Saat ini, Bengkel DMS, memiliki delapan karyawan atau montir dan sudah memiliki satu cabang, di Jl. Suka Karya, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru. Bengkel tersebut pertama kali dibuka sekitar pertengahan tahun 2023. Bengkel cabang tersebut bernama Abhi Motor dan dikelola oleh Tri Adi.

b. Lokasi Bengkel DMS

Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) terletak di di Jl. Kubang Raya, Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru. Saat ini, Bengkel yang dimiliki oleh Levis Dutawan ini sudah memiliki sebuah Bengkel Cabang bernama Abhi Motor yang terletak di Jl. Suka Karya, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru.

c. Struktur Bengkel DMS

Dalam setiap perkumpulan, organisasi, maupun instansi mengharuskan adanya struktur kepengurusan, baik itu dalam

organisasi sosial, bisnis, maupun pemerintahan. Begitu juga dengan Bengkel *Divca Motor Service*. Berikut adalah struktur Bengkel DMS JL. Kubang Raya Kota Pekanbaru.

Pemilik : Levis Dutawan
Kasir : Levis Dutawan
Montir : Muhammad Ali
Alex Wintoro
Sutowo
Basrudi
Rohim
Asep
Jepri Waluyo
Eko Saputra
Bengkel Cabang : Tri Adi

Sebagaimana ditulis di atas, Levis Dutawan yang merupakan pendiri dan pemilik Bengkel DMS tidak sekedar menjadi penyuplai modal saja, akan tetapi ia juga turut bekerja dan berperan dalam Bengkel DMS. Ia juga merangkap sebagai kasir di Bengkel DMS. Levis mengatakan jika ia memang ingin mengelola bengkelnya sendiri.

Meskipun ia bisa saja mempercayakan bengkelnya kepada orang lain. Namun, baginya membuka usaha bisnis berupa bengkel bukan hanya karena mencari provit, akan tetapi juga mejadi *passion* baginya. Ia menambahkan, jika tidak diawasi maka ia tidak tahu bagaimana perkembangan usahanya, sekaligus perhitungan untung dan ruginya.

B. Informan Penelitian

Sebelum melakukan wawancara, peneliti merumuskan beberapa kriteria yang akan dijadikan sebagai informan agar dapat menjawab semua rumusan masalah yang telah peneliti tuliskan. Adapun jumlah narasumber yang peneliti gunakan sejumlah 6 orang. Terdiri dari seorang pemilik Bengkel DMS, dua orang montir, dan dua orang pelanggan Bengkel DMS.

Pemilik bengkel tersebut bernama Levis Dutawan. Levis peneliti pilih karena memang menjadi sumber primer atau informan kunci dalam penelitian ini. Kemudian, dua orang motir tersebut adalah Basrudi alias Ajo dan Rohim. Mereka peneliti anggap dapat menjadi representasi dari karyawan atau montir Bengkel DMS. Selanjutnya, dua orang pelanggan Bengkel DMS yang peneliti anggap sebagai validitas data dari narasumber sebelumnya.

C. Hasil Penelitian

a. Strategi Bengkel DMS

Strategi Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) menurut Levis Dutawan, *pertama*, harus bisa membaca lapangan. Maksudnya adalah membaca pergerakan ekonomi di masyarakat. Ia menambahkan jika melihat keadaan ekonomi seperti sekarang, maka jangan berharap untung besar.

“Yang penting bisa bertahan dengan ekonomi atau penghasilan bengkel stabil. Walaupun penghasilan stagnan, tetapi tetap

ada hasil atau keuntungan. Istilahnya harus fleksibel dan siap tempur”.

Kedua, menurut Levis, jangan terlalu kaku dalam bisnis, dalam artian harus fleksibel mengambil setiap keputusan. Tidak harus memaksakan hasil yang tinggi setiap bulan, karena ia paham pelanggannya atau orang yang mempercayakan motor di bengkelnya juga mengalami keadaan ekonomi yang tidak stabil, terlebih persaingan bengkel juga semakin ketat.

Gambar 4.2



Sumber: Dok. Pribadi

Jika memaksakan pendapatan yang tinggi dan mematok harga jasa maupun barang di bengkelnya dengan *rate* tinggi, maka bengkelnya sendiri yang akan mengalami masalah karena ditinggal pelanggan setianya. Resiko itu dipahami betul oleh Levis Dutawan,

sehingga ia tidak memaksakan penghasilan yang lebih tinggi setiap bulannya.

b. Faktor Pembeda Bengkel DMS

Faktor yang menjadi alasan mengapa Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) bisa bertahan di tengah persaingan dengan bengkel lain dan keadaan ekonomi yang sedang tidak menentu, sebagaimana dijelaskan oleh Levis Dutawan, pemilik bengkel adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3



Sumber: Dok. Pribadi

Pertama, dari segi tempat atau lokasi Bengkel DMS yang strategis, di mana berlokasi di antara persimpangan Jl. Kubang Raya. Ia juga menjelaskan bahwa sebelum membuka tempat usaha, kita harus survei lokasi yang strategis, agar usaha yang kita bangun dapat dengan mudah ditemukan oleh konsumen.

Kedua, menurut Levis, dari segi harga harus berani bersaing dengan bengkel lain, baik dalam situasi ekonomi yang pasang-surut. Bersaing dalam arti harga barang maupun harga jasa yang ditetapkan. Selain itu, menurutnya seorang yang memiliki bisnis juga harus pandai bermain. Maksudnya, adalah selalu menyediakan inovasi di bengkelnya dan *upgrade skill* bagi para montir atau karyawan.

“Ya, namanya kita berjuang di lapangan”.

Sedangkan dari segi harga, Levis Dutawan mengatakan bahwa dirinya selalu membaca situasi, di mana ketika ekonomi sedang naik, maka ia bisa menaikkan barang dan jasanya, ketika ekonomi stabil, maka harga di bengkelnya juga stabil, begitu juga sebaliknya, jika ekonomi sedang turun, sebagaimana ia jelaskan dalam kutipan di bawah ini.

“Kalau itu, tidak bisa kita bilang murah atau mahal, kita selalu melihat posisi. Kalau kira-kira posisinya bisa dimainkan, kalau untung sedikit, bisa kita naikkan sedikit. Apa salahnya? Kalau kondisi ekonomi lagi seret, ekonomi sedang paceklik, ya santai-santai. Jangan mau ngegas. Ikuti saja ritmenya”.

Ketiga, diperbolehkan menghutang. Namun Levis Dutawan menjelaskan bahwa tidak semua orang bisa menghutang karena di kota tidak ada jaminan bahwa uangnya akan kembali dan tidak mengenal satu sama lain. Lebih lanjut, menurut Levis yang diperbolehkan

‘menghutang’ adalah pelanggan dan teman yang sudah saling mengenal.

“Kalau di kota cash, sistem kontan. Ya ada sebagian yang kita kenal kalau memang kebetulan pas res kantongnya dari rumah tidak ada persiapan, pas kebetulan kawan kita main. Ya, mau tidak mau kita kasih. Jadi ya harus fleksibel. Baca situasi.”

Lebih lanjut Levis menjelaskan perihal hutang-piutang di bengkelnya, bahwa tidak semua teman juga diperbolehkan menghutang karena ia juga harus melihat situasinya. Menurutnya, meskipun itu teman, terkadang juga belum tentu bisa dipercaya. Memang harus dilihat *case to case*.

Sementara jam operasional bengkel, menurut Levis Dutawan bengkelnya dibuka sebagaimana umumnya bengkel lain, yakni pada pukul 08:00 WIB, dan tutup pada pukul 17:00 WIB. Akan tetapi jika ada pekerjaan yang hampir selesai, maka ia dan montirnya akan menyelesaikannya langsung.

Levis juga menambahkan untuk jam lembur, bengkelnya tidak pernah menerapkan jam lembur, meskipun mendekati hari-hari bulan ramadan, atau lebaran, bengkelnya tidak membuka jam lembur. Ia tidak ingin merubah jam kerja karyawannya karena menurutnya waktu tersebut merupakan waktu untuk keluarga.

c. Problem Bengkel DMS

Pertama, karyawan atau montir sering berganti. Levis menjelaskan karena faktor anak muda, sehingga mereka ingin mencari tantangan lain, meskipun banyak juga yang menjadi montirnya sudah berumur. Faktor lain yang menjadi penyebab sering bergantinya montir di bengkelnya adalah kurang disiplin.

“Tapi kebanyakan yang jadi masalah bukan tua atau muda, kadang-kadang permasalahannya ada yang bermain waktu. Ada yang sudah masuk jam kerja, dia molor. Ada yang masuk jam 9, ada yang setengah 9, padahal jam masuknya jam 8. Tapi pada kenyataannya selalu telat”.

Lebih lanjut Levis menambahkan, sebagai pemilik bengkel, ia juga harus menerapkan kedisiplinan dalam bengkelnya. Seorang pemilik juga harus paham, siapa saja yang harus menerima konsekuensi atas perbuatannya, berupa pemecatan atau dikeluarkan dari bengkel.

Hal senada juga disampaikan oleh Basrudi, karyawan sudah bekerja di Bengkel DMS selama enam tahun. Ia mengatakan bahwa karyawan yang sering keluar masuk sebetulnya tergantung pribadi masing-masing. Kadang-kadang karyawan ada yang pikirannya, ada juga yang masih anak-anak, ungkapnya.

“Sering lalai dia di pekerjaannya. Jadi, bosan bekerja, berhenti dia. Jiwanya muda, ingin bermain-main dalam pekerjaan. Belum bisa fokus”.

Rohim, seorang karyawan yang sudah bekerja di Bengkel DMS selama tiga tahun juga menyampaikan keterangan yang kurang lebih sama dengan Basrudi dan Levis bahwa rata-rata yang bekerja di bengkel adalah anak-anak muda, sehingga mudah bosan satu pekerjaan.

“Jadi bosen, pindah bengkel, bosen pindah lagi. Namanya jiwanya masih muda. Kadang selisih sedikit dengan bos, sudah pindah”.

Kedua, karyawan yang sering bermain di lapangan, antara montir dengan konsumen atau pelanggan. Bermain dalam arti merugikan bengkel, seperti menaikkan atau menurunkan harga jual barang maupun upah atas jasa yang telah ditetapkan oleh Bengkel DMS.

“Jadi, mau tidak mau pemilik bengkel harus tetap bisa tegas. Meskipun lentur, harus bisa tegas juga. Kita sebagai pengusaha memang harus betul-betul mengawasi dan mengevaluasi setiap karyawannya”.

Menurut Levis, ia sebetulnya juga tidak langsung memecat karyawan yang membuat kesalahan, akan tetapi ia juga sudah sering memberikan toleransi atas kesalahan yang mereka lakukan. Jika

kesalahan tersebut sering dilakukan, maka tindakan tegas harus diambil.

Rohim sebagai karyawan juga mengonfirmasi apa yang dikatakan oleh Levis, di mana karyawan memang kadang berulah. Ada yang telat dan tidak disiplin. Ada juga yang banyak mengambil jatah libur. Sehingga menurutnya yang dirugikan tidak hanya pemilik bengkel, tetapi juga sesama karyawan karena mereka perlu kerja sama dalam bekerja.

D. Pembahasan

a. Analisis SWOT Bengkel DMS

Analisis SWOT merupakan kerangka kerja yang sederhana yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan organisasi, memperbaiki kelemahan, meminimalkan ancaman, dan memanfaatkan peluang. Dalam penelitian ini akan peneliti gunakan untuk menganalisis Bengkel DMS, adapun pembahasannya sebagai berikut:

1. Kekuatan

Pertama, menurut Levis Dutawan, kekuatan atau kelebihan Bengkel DMS dibandingkan dengan bengkel lain adalah tempatnya yang strategis, yakni terletak di Simpang Empat Jl. Kubang Raya. Tempat yang banyak perputaran roda ekonomi dan juga tempat yang menjadi lalu-lalang banyak orang.

Selain itu, menurut Levis, dari segi penghasilan lebih besar dibanding yang berada di dalam jalan, kompleks, maupun jalan

kecil. Sehingga dari segi pasar juga akan lebih besar. Ia juga menambahkan, bahwa sebelum memindahkan lokasi bengkelnya, ia memang survei terlebih dahulu.

Peneliti melihat apa yang dilakukan Levis Dutawan di Bengkel DMS sesuai dengan teori analisis SWOT, di mana ia paham kekuatan dari bengkelnya. Selain itu, ia juga melakukan riset pasar sebelum membuka usaha bengkel. Hal ini menjadi penting karena menjadi salah satu aspek yang menentukan keberlangsungan usahanya.

Lokasi yang strategis dan pasar yang luas akan berbanding lurus dengan pendapatan, laba atau keuntungan yang didapatkan dari usaha tersebut. Riset yang dilakukan oleh Levis sebelum membuka Bengkel DMS juga penting dilakukan untuk menghindari kerugian akibat sepi konsumen.

Kedua, spare part yang lengkap. Peneliti melihat dari penelitian yang telah dilakukan bahwa, selain menyediakan jasa perbaikan motor, Bengkel DMS juga menyediakan suku cadang, bahkan bisa dibilang sangat lengkap, mulai dari baut terkecil, knalpot, hingga bodi motor.

Suku cadang dalam dunia perbengkelan memang menjadi hal yang cukup vital, karena untuk mengantisipasi apabila ada kerusakan dalam motor, seperti ban, lampu, busi, dll, dapat disediakan langsung oleh bengkel. Maka *spare part* atau suku

cadang menjadi komponen pelengkap yang penting dalam dunia perbengkelan.

Ketiga, Ramah. Saat peneliti beberapa hari melakukan penelitian, peneliti melihat sendiri pelayanan yang dilakukan sangat baik, Levis dan karyawan melayani pelanggan atau konsumen dengan ramah. Bahkan Levis sendiri yang turun tangan bertanya terkait keluhan konsumen pada motornya.

Keempat, pelayanan baik. Menurut Basrudi, selama bekerja di Bengkel DMS, enam tahun. Pemilik bengkel memperlakukannya dengan baik, disiplin soal manajemen waktu dalam bekerja. Sedangkan di luar jam kerja, pemilik bengkel bisa bercanda dengan semua karyawannya.

“Bengkel ini bagus secara manajemen, segi pelayanan konsumen juga bagus. Tidak ada macam-macam. Kesannya bagus”.

Sebagaimana teori Analisa SWOT, kekuatan tidak hanya dilihat dari faktor eksternal saja, tetapi juga dari segi internal, sebagaimana yang dilakukan Levis Dutawan. Pelayanan yang baik tidak hanya ia lakukan kepada konsumen saja, tetapi juga perlu melakukan pelayanan terbaik di internal, dalam hal ini kepada karyawan.

Terkait dengan perlakuan pemilik bengkel kepada karyawannya, Rohim juga mengonfirmasi apa yang disampaikan

Basrudi bahwa pemilik bengkel memperlakukan mereka dengan baik. Malah, terkadang karyawan yang bermain dengan waktu saat bekerja sebagaimana dijelaskan di atas.

“Sedangkan dari sisi pelayanan, semua bagus, bos juga bagus menurut Rohim. Kadang malah mekanik yang banyak berulah, baik dalam pelayanan dan lain-lain”.

Kelima, Gaji yang tepat waktu. Masalah gaji, sebagaimana diungkapkan Levis dan dikonfirmasi oleh Basrudi dan Rohim, bahwa gaji yang dibayarkan oleh Bengkel DMS tepat waktu. Levis menambahkan bahwa ada kenaikan berkala setiap tiga bulan sekali. Tiga bulan pertama, ia anggap sebagai *training* mekanik atau montir. Setelah itu ada kenaikan berkala.

Peneliti melihat bahwa gaji yang tepat waktu menjadi salah satu faktor yang penting dalam dunia kerja. Gaji juga bisa menjadi penyemangat bagi karyawan dalam bekerja. Selain itu, kenaikan gaji secara berkala juga bisa menjadi suplemen tambahan bagi penyemangat karyawan dalam bekerja.

Keenam, tepat waktu. Tepat waktu yang dimaksud adalah tepat waktu dalam bekerja sebagaimana diungkapkan Levis. Selain itu, Levis menambahkan bahwa Bengkel DMS juga tepat waktu dalam menyelesaikan pekerjaan. Pernyataan Levis, kemudian juga dikonfirmasi oleh Barsuri dan Rohim.

Menurut peneliti, salah satu kekuatan dari Bengkel DMS adalah manajemen waktu yang tepat, tentunya dengan waktu yang efisien, hasil pekerjaan juga akan lebih maksimal. Terlebih, tidak hanya waktu menyelesaikan pekerjaan saja yang efisien, namun sebagaimana dijelaskan Levis, bahwa jam kerja mereka juga disiplin.

Ketujuh, cepat beradaptasi. Beradaptasi yang dimaksud adalah, adaptasi dengan berbagai jenis motor. Sebagaimana diungkapkan oleh Levis bahwa setiap tahun ada berbagai jenis motor yang rilis ke publik. Konsekuensinya adalah para montir juga harus beradaptasi dengan teknologi yang semakin maju.

2. Kelemahan

Pertama, sebagaimana diakui oleh Levis Dutawan, *spare part* yang dimiliki Bengkel DMS masih belum lengkap, dibanding dengan teknologi yang digunakan oleh berbagai jenis motor terbaru. Sehingga bengkel juga harus ikut *upgrade skill* dan *spare part*.

“Berkejaran dengan waktu, berkejaran dengan produk yang baru, motor baru, produk baru, nama baru, teknologi baru, berubah semuanya”.

Kedua, adanya transisi dalam teknologi yang semula Sistem Karburator menjadi Teknologi Injeksi. Kekurangan Alat Injeksi tersebut juga dikonfirmasi oleh Basrudi. Di mana ia mengatakan

bahwa di Bengkel DMS masih ada kekurangan alat. Sehingga pelayanan mereka bisa menjadi kurang maksimal.

“Tuntutan yang berat. Awalnya injeksi bisa melakukan reset manual, namun saat ini dituntut untuk menggunakan alat injeksi, dengan harga yang tidak murah. Di situlah perbedaan antara bengkel kecil dengan bengkel besar, dituntut untuk membeli alat. Kalau bengkel besar sanggup beli alat, bengkel kecil tidak sanggup”.

Ketiga, menurut Rohim, bos dan karyawan harus saling bertukar cerita karena sering berganti mekanik. Bisa saling bekerja sama dalam memajukan bengkel. Dalam konteks komunikasi peneliti melihat bahwa meskipun Levis memperlakukan mereka dengan baik, namun ada juga kekurangan dalam hal komunikasi.

Sebagaimana dalam sebuah organisasi, melakukan kesamaan visi dan misi menjadi penting, seperti yang diungkapkan Rohim di atas bahwa perlu adanya komunikasi dan diskusi yang baik antara bos dan karyawan untuk bersama-sama memajukan Bengkel DMS.

3. Peluang

Menurut Levis, peluang dalam usaha perbengkelan di Kota Pekanbaru masih terbuka cukup lebar, karena faktor kendaraan bermotor semakin hari semakin banyak, maka semakin hari semakin besar. Kemudian, bisa dikatakan hampir setiap empat

bulan sekali ada dua model unit motor baru yang dikeluarkan ke publik.

“Mayoritas penduduk di Kota Pekanbaru adalah pengguna alat transportasi sepeda motor. Maka peluang dalam dunia bengkel di Kota Pekanbaru sangat besar”.

Apa yang disampaikan Levis Dutawan di atas mengenai peluang, terbukti dari sebuah bengkel cabang bernama Abhi Motor yang berhasil dibuka oleh Bengkel DMS. Dalam bengkel cabang tersebut, semua *spare part* disuplai langsung oleh Levis Dutawan dari Bengkel DMS.

4. Ancaman

Menurut Levis Dutawan, terkait ancaman dalam menghadapi persaingan, ia mengatakan bahwa Bengkel DMS tidak melihat bengkel lain sebagai sebuah ancaman dalam dunia usaha, karena menurutnya putaran ekonomi mereka masih tergolong menengah.

“Istilahnya bengkelnya masih bengkel dalam hitungan menengah. Jadi tidak terpengaruh”.

Justru yang menjadi ancaman menurut Levis adalah ketakutan dengan berbagai jenis motor baru. Ia mengatakan jika semakin banyak jenis motor baru dikeluarkan, para montir akan kewalahan menanganinya. Montir juga harus cepat beradaptasi dengan teknologi terbaru.

“Ancaman paling berat itu keluar jenis motor baru, takut kita tidak bisa menyelesaikan. Dengan banyaknya item pengeluaran-pengeluaran baru, kita tidak bisa mengikuti zamannya. Itu yang paling berat”.

Selain tuntutan zaman yang berat. Ada juga teknologi perbaikan motor yang juga harus dibeli, seperti yang diceritakan Levis, di mana awalnya injeksi bisa dilakukan *reset* manual, namun saat ini dituntut untuk menggunakan alat injeksi, dengan harga yang tidak murah.

“Sebetulnya bukan karena kita kekurangan alat, tapi karena setiap tahun kita dikejar terus. Dikejar oleh pengetahuan-pengetahuan baru. Merek motor baru, pengetahuan baru, informasi baru juga. Itu ancaman nyata dan paling berat”.

Kemudian, Levis menambahkan bahwa di situlah perbedaan antara bengkel kecil dengan bengkel besar, dituntut untuk membeli alat. Kalau bengkel besar sanggup beli alat, bengkel kecil tidak sanggup. Selain itu kebanyakan bengkel juga mempelajari teknologi motor secara otodidak.

Ada plus dan minus dari semakin banyaknya jenis motor, plusnya adalah peluang bengkel semakin besar. Sedangkan minusnya adalah, penggunaan teknologi dalam setiap jenis motor baru yang

dikeluarkan setiap tahunnya juga dapat menjadi kelemahan dan ancaman bagi pengusaha yang bergerak di bidang perbengkelan.

b. Bengkel DMS dalam Perspektif Ekonomi Islam

Peneliti menganalisis Bengkel DMS dengan teori Ekonomi Islam menurut Yusuf al-Qardawi, di mana ada empat nilai keislaman, yakni ekonomi yang berdasarkan ketuhanan, berwawasan kemanusiaan, berakhlak, dan ekonomi pertengahan. Adapun hasil analisis peneliti berdasarkan perspektif Ekonomi Islam adalah sebagai berikut:

1. Istihad Rabbani

Istihad Rabbani adalah ekonomi yang berlandaskan atas ketuhanan. Beribadah, terbukti dari tidak lembur saat menjelang bulan puasa dan lebaran, pada hari jumat tutup, disediakan tempat untuk ibadah, tolong menolong, boleh hutang, membuka pekerjaan untuk saudaranya merupakan ibadah.

2. Istishab Akhlaq

Peneliti juga melihat adanya ekonomi yang berlandaskan akhlak di dalam Bengkel DMS, di antaranya dalam bentuk ramah dan sopan santun dalam melakukan pelayanan kepada konsumen. Pelayanan tersebut atau akhlak juga tidak hanya dilakukan kepada konsumen, akan tetapi juga dilakukan di internal dalam bentuk menghargai waktu, gaji, dan ramah kepada sesama karyawan Bengkel DMS.

3. *Istishab Insani*

Dalam Ekonomi Kerakyatan, peneliti juga melihat hal demikian dalam Bengkel DMS, di mana manifestasinya dalam bentuk pemikiran Levis Dutawan sebagai pemilik Bengkel DMS. Ia sangat memikirkan gejolak ekonomi di tengah masyarakat. Bengkelnya juga mengikuti pasang-surut ekonomi dalam menentukan harga barang maupun jasa.

4. *Iqtishad Washathi*

Terakhir, peneliti juga melihat adanya ekonomi yang berbasis pertengahan dalam Bengkel DMS, sebagaimana dikonfirmasi oleh Levis Dutawan yang mengatakan bahwa bengkelnya berada dalam skala perekonomian yang masih menengah.

Pertengahan tersebut juga bisa dimaknai sebagai bengkel yang tidak terlalu besar, dan tidak terlalu kecil. Maksudnya, bengkel kecil yang tidak memiliki kelengkapan suku cadang dan tempat yang besar. Sedangkan bengkel skala besar, yakni memiliki tempat, suku cadang, dan karyawan yang banyak. Sehingga harga yang ditetapkan juga lebih mahal.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Bengkel DMS (*Divca Motor Service*) adalah sebuah bengkel yang berdiri sejak tahun 2006, yang terletak di Jl. Kubang Raya, Kota Pekanbaru. Berdasarkan penelitian di atas menggunakan teori Analisis SWOT dengan perspektif Ekonomi Syariah, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, kekuatan bengkel DMS terletak pada tempat yang strategis, *spare part* yang lengkap, ramah, pelayanan yang baik, tepat waktu, gaji yang tepat, dan cepat beradaptasi. *Kedua*, *spare part* yang perlu *diupgrade*, alat injeksi yang kurang, kurang berkomunikasi. *Ketiga*, peluang Bengkel DMS ke depan masih terbuka lebar. *Keempat*, ancaman bagi Bengkel DMS adalah kemajuan teknologi motoe.

Sedangkan dalam perspektif Ekonomi Syariah juga terdapat dalam Bengkel DMS, *Pertama*, *Istihad Rabbani* dalam bentuk tidak lembur saat menjelang bulan puasa dan lebaran, pada hari jumat tutup, disediakan tempat untuk ibadah, tolong menolong, boleh hutang, membuka pekerjaan untuk saudaranya.

Kedua, *Istishab Akhlaq* dalam bentuk ramah dan sopan santun. *Ketiga*, *Istishab Insani* dalam bentuk pemikiran Levis Dutawan yang memikirkan gejolak ekonomi di tengah masyarakat. *Keempat*, *Iqtishad*

Washathi dalam bentuk Bengkel DMS yang masih dalam skala menengah, sehingga tidak mematok harga tinggi.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian di Bengkel DMS, peneliti melihat bahwa ada masalah dan keluhan yang dirasakan oleh pelaku usaha perbengkelan di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Peneliti melihat bahwa perlu adanya campur tangan pemerintah dalam memberikan pengetahuan tentang teknologi kepada para pelaku usaha perbengkelan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Fatihudin, Didin dan M. Anang Firmansyah. 2019. *PEMASARAN JASA (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)*. Sleman: Penerbit Deepublish.

Karim, Adiwarman. 2003. *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press.

Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kasmir. 2006. *Etika Customer Service*. Jakarta: Rajawali.

Moenir. 2005. *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Moeloeng, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Jakarta, Penerbit Erlangga.

K, Amiruddin. 2014. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Makassar: Alauddin University Press.

Riyanto, Slamet, dkk. 2021. *Analisis SWOT sebagai Penyusun Strategi Organisasi*. Yogyakarta, Bintang Pustaka Madani.

Tarigan, Azhari Akmal. 2021. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi al-Qur'an Sebuah Eksplorasi Melalui Kata-Kata Kunci*. Bandung: Ciptapustaka Media Perintah.

Wekke, Ismail Suardi, dkk. 2019. *METODE PENELITIAN SOSIAL*. Yogyakarta: Penerbit Gawe Buku.

Jurnal

Chaniago, Harmon. 2020. "Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store" *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO) Vol.1 No.2* (64).

Fadilah, Nur. 2020. "Teori Konsumsi, Produksi dan Distribusi dalam Pandangan Ekonomi Syariah" *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam Vol.1 No.4* (19).

Hartini, Sri. 2012. "Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis" *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN Vol.14 No.1* (85).

Mashuri dan Dwi Nurjannah. 2020. "ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING" JPS (Jurnal Perbankan Syariah), Vol.1 No.1 (99).

Mulya Hafiz, Muhammad, dkk. 2022. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DI RESTORAN ES TELLER 77 BRANCH MALL PEJATEN VILLAGE" Turn Jurnal, Vol.2 No.2.

Nurhadi. 2018. "KONSEP PELAYANAN PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH," EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.1 No.2 (139).

Putri Wiasa, Yura Karlinda dan Komang Devi Darmayanti Putri. 2024. "PENERAPAN SISTEM ADMINISTRASI BARANG UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS LAPORAN DI BENGKEL URIP MOTOR BALI," Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat, Vol.3 No.1 (252).

Skripsi

Azizah, Nur. (2019) "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN PT. PLN (PERSERO) RAYON NATAR LAMPUNG SELATAN". (Skripsi Sarjana Universitas Lampung) diakses dari <https://digilib.unila.ac.id/55136>

Sulistiyawati, Titi. (2021). "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (Studi Pada BNI Syariah Kantor Cabang Teluk Betung)". (Skripsi Sarjana, UIN Raden Intan Lampung 2019) diakses dari <https://repository.radenintan.ac.id/17776/>