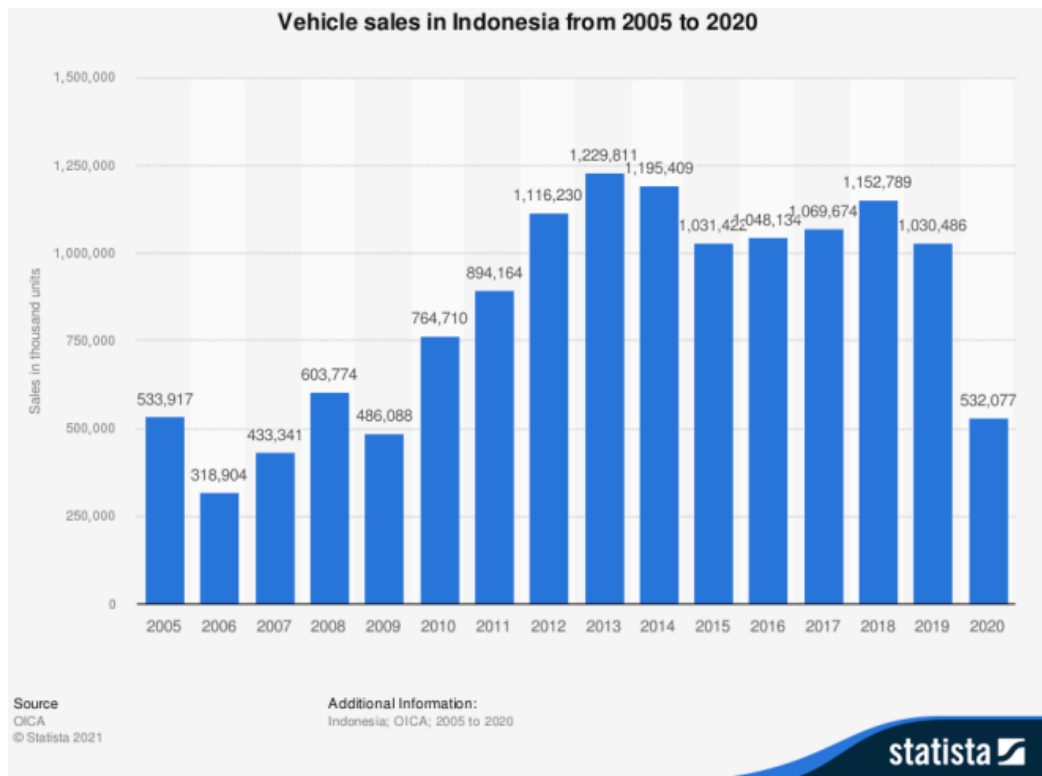


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki penduduk terbanyak ke-4 di Dunia dikutip berdasarkan data *The Spectator Index* terkait 20 negara dengan penduduk terbanyak di dunia, yang artinya memiliki sumber daya manusia yang besar dibandingkan Negara-negara yang ada di Asia Tenggara. Dengan banyaknya penduduk yang berada di Indonesia merupakan celah yang dapat dimanfaatkan oleh para produsen dalam negeri dan luar negeri. salah satu provinsi di Indonesia dengan populasi tertinggi yaitu Jawa Barat menurut data dari *INDONESIA INVESTMENT*. Salah satu kota dari provinsi Jawa Barat yang memiliki banyaknya penduduk di Indonesia yaitu, kota Bandung, dimana kota Bandung merupakan salah satu kota terbesar yang ada di Jawa Barat.

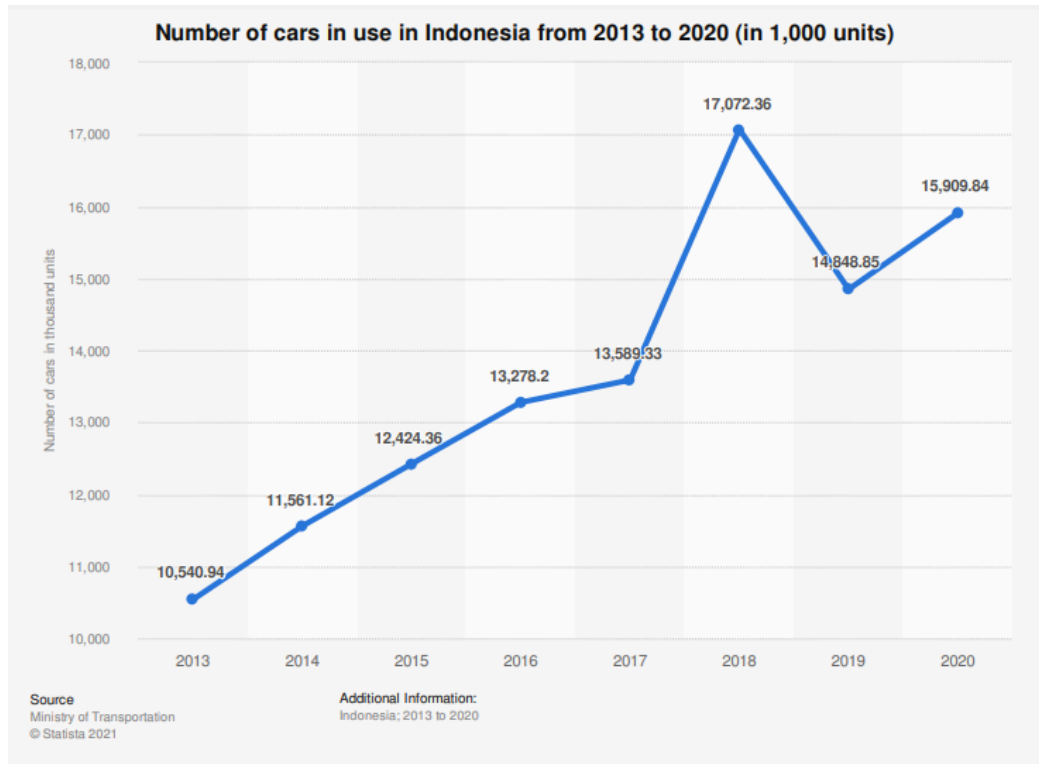
Selain itu perkembangan otomotif di dunia pun mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan ini ditandai dengan peningkatan jual beli yang ada di Indonesia, dengan data yang didapat menurut Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) yang mengumumkan pencapaian *wholesale* (distribusi dari pabrik ke dealer) kendaraan roda empat sepanjang 2017 mencapai 1.079.308 unit atau lebih tinggi dari pencapaian satu tahun sebelumnya sebesar 1.062.716 unit. Berdasarkan data dari GAIKINDO tersebut kendaraan ini dapat menunjukkan angka peningkatan yang cukup signifikan. sehingga unit kendaraan di Indonesia mengalami peningkatan di setiap tahunnya.



Gambar I. 1 Penjualan Kendaraan Bermotor di Indonesia tahun 2005-2020
(Sumber: Statista diolah dari OICA)

Berdasarkan gambar I.1 survey yang dilakukan oleh OICA (*Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles*), pada tahun 2020 sebanyak 530 ribu unit kendaraan bermotor terjual di Indonesia, angka tersebut menurun dibandingkan pada tahun sebelumnya. Pada tahun 2019 kendaraan bermotor yang terjual di Indonesia sebanyak 1,03 juta. Angka yang didapat merupakan hasil dari penjualan mobil yang diproduksi Indonesia maupun yang di impor ke Indonesia.

Meski angka penjualannya menurun, tetapi tingkat kepemilikan kendaraan pada tahun 2020 masih tinggi dibandingkan dengan negara tetangga seperti Singapura, Filipina, dan Vietnam. Hal tersebut dapat diketahui dengan melakukan survey pada tahun yang sama, dimana sebanyak 60 % responden Indonesia menyatakan memiliki kendaraan, dimana 93% responden memiliki mobil konvensional.



Gambar I. 2 Data Kepemilikan Kendaraan di Indonesia tahun 2013-2020
(Sumber : Statista diolah dari Kementerian Perhubungan Indonesia)

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh kementerian perhubungan Indonesia, jumlah pengguna kendaraan terbesar berada pada tahun 2018 dengan jumlah kurang lebih sekitar 17 juta unit. Jumlah tersebut dapat dikatakan sebagai ekspansi yang konstan dari sektor otomotif di Indonesia. Meski pada tahun 2020 penjualan kendaraan menurun, namun penggunaan dan kepemilikan kendaraan di Indonesia meningkat dibandingkan pada tahun sebelumnya.

Dengan banyaknya kendaraan yang terjual di pasar Indonesia, pada dasarnya kendaraan-kendaraan tersebut membutuhkan *maintenance* yang bertujuan untuk menjaga kendaraan selalu prima saat digunakan. Pengguna yang akan menjaga kendaraannya tersebut akan memasukannya ke bengkel untuk melakukan *service* baik mesin dan berbagai jenis perawatan lainnya. Pada umumnya bengkel memiliki spesialis yang berbeda, ada yang berfokus kepada perawatan mesin dan berfokus pada perawatan body kendaraan.

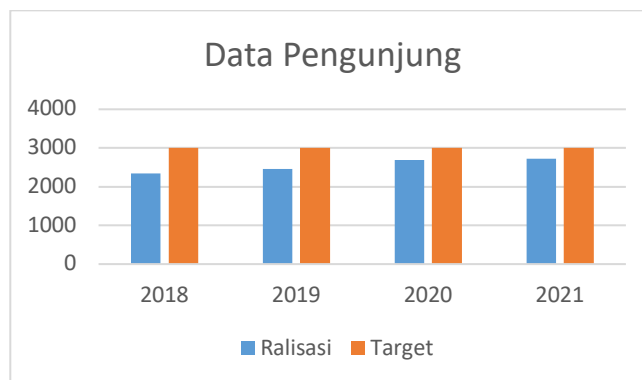
Penulis melakukan survey terhadap beberapa bisnis sejenis yang memiliki penyediaan jasa perawatan kendaraan yang ada di Bandung. Peneliti

merangkumnya kedalam sebuah tabel bisnis sejenis dengan tahun dibukanya bisnis tersebut hingga tahun ini.

Tabel I. 1 Kompetitor Sejenis

No	Nama Usaha	Bentuk Bisnis	Tahun Mulai
1	HD Car Care	<i>Workshop</i>	1996
2	AutoBidal	<i>Workshop</i>	2004
3	Clean8	<i>Workshop</i>	2016
4	AutoClean	<i>Workshop</i>	2016
5	Mobiklin	<i>Workshop</i>	2018

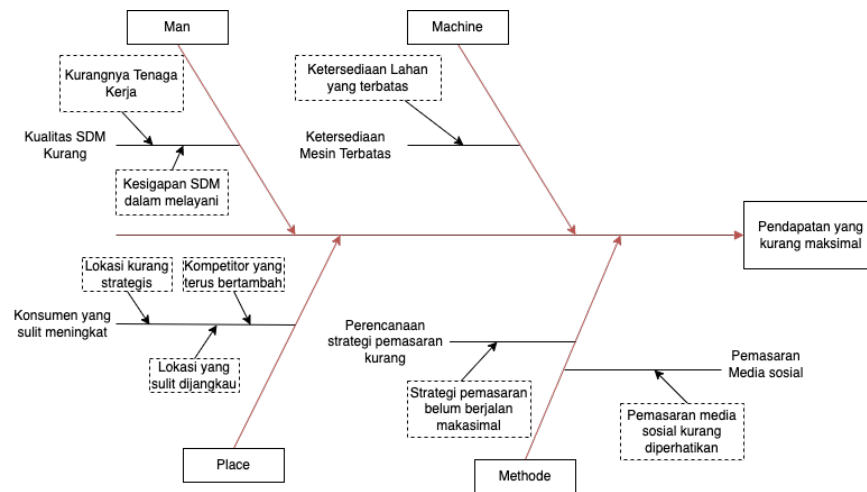
Vedee's Autocare mulai berjalan di tahun 2017 yang berlokasi di Kota Bandung, tepatnya di Komplek Margahayu Raya. *Vedee's Autocare* merupakan usaha yang bergerak dibidang otomotif, yang mayoritas konsumennya bertujuan untuk melakukan perawatan pada body kendaraan ataupun perbaikan pada body kendaraan. Berjalanya usaha ini pada mulanya hanya melayani jasa pencucian kendaraan dan berbagai jenis perawatan body kendaraan, namun dengan melihat perkembangan otomotif dan minat dari konsumen yang banyak mengusulkan untuk melakukan pengembangan dalam perbaikan body kendaraan membuat bengkel ini jadi lebih banyak menerima pelayanan jasa-jasa lainnya.



Gambar I. 3 Grafik Target dan Realisasi Pengunjung

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat konsumen yang datang ke *Vedee's Autocare* setiap tahunnya menunjukkan adanya peningkatan konsumen yang datang meski tidak signifikan. Peningkatan yang tidak signifikan ini dan sulit untuk

mencapai target dikarenakan adanya beberapa faktor yang perlu diperhatikan. Hal yang perlu diperhatikan antara lain Tenaga kerja, Lokasi usaha, Proses, dan Strategi Promosi yang kurang diperhatikan. Permasalahan yang terdapat pada *Vedee's Autocare* dapat dipetakan dalam peta *Fishbone* dibawah ini.



Gambar I. 4 Fish Bone

Oleh karena itu, untuk meingkatkan jumlah pendapatan *Vedee's Autocare* berencana untuk melakukan pengembangan usaha yang dilakukan dengan meperhatikan beberapa aspek *feasibility analysis* dan merancang pembukaan cabang.

I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan permasalahan yang ada pada gambar I.3 diatas, terdapat beberapa alternatif yang dapat dilakukan selain melakukan pembukaan cabang. Pada tabel merupakan beberapa alternatif solusi yang dapat dilakukan.

Tabel I. 2 Alternatif Solusi

No.	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Kurangnya Tenaga Kerja	Melakukan penambahan Tenaga Kerja
2	Kesigapan SDM dalam melakukan pekerjaan	Pelatihan terhadap tenaga kerja diperketat dan pemantauan ketika pengerjaan

3	Ketersediaan lahan yang terbatas	Melakukan penambahan lahan dilokasi existing
4	Lokasi yang kurang strategis	Melakukan penunjuk lokasi di jalan-jalan utama
5	Lokasi yang sulit dijangkau	Melakukan upaya dalam memperkenalkan lokasi bisnis dengan marketing yang lebih serius
6	Kompetitor yang semakin banyak	Memperkuat stragtegi marketing
7	Srategi pemasaran yang belum berjalan maksimal	Memaksimalkan strategi pemasaran yang telah dibuat sebelumnya
8	Pemasaran media sosial yang kurang diperhatikan	Pemasaran dimedia sosial yang makin diperhatikan

Berdasarkan alternatif solusi yang ada pada tabel diatas, untuk masalah yang akan diselesaikan yaitu pada permasalahan Sumber daya manusia, mesin hingga lokasi yang ditargetkan untuk pembukaan cabang. Untuk masalah pemasaran pada penelitian ini hanya sampai usulan pemasaran yang sebaiknya dilakukan.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan permasalahan untuk tugas akhir ini adalah

1. Bagaimana mengukur besarnya permintaan *Vedee's Autocare*?
2. Bagaimana rancangan aspek teknis dan operasional *Vedees Autocare*?
3. Bagaimana kelayakan aspek finansial *Vedee's Autocare*?
4. Bagaimana mengukur tingkat sensitivitas *Vedee's Autocare*?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Tugas akhir ini bertujuan untuk:

1. Mengukur besarnya permintaan *Vedee's Autocare*.
2. Merancang aspek teknis dan operasional *Vedee's Autocare*.
3. Mengukur kelayakan aspek finansial *Vedee's Autocare*.
4. Mengukur tingkat sensitifitas dari *Vedee's Autocare*.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir ini:

1. Penelitian dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan investasi perusahaan yang menjadi objek dalam penelitian.
2. Dapat dijadikan dasar dalam pertimbangan perusahaan dalam membuka cabang.
3. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan penambahan wawasan bagi pembaca mengenai studi kelayakan usaha dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

I.6 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menuliskan latar belakang penulis dalam melakukan penelitian dengan penjelasan singkat mengenai dan permasalahan mengenai objek penelitian. Selanjutnya terdapat rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat dari penelitian bagi beberapa pihak, batasan dan asumsi yang terdapat pada penelitian ini, serta sistematika penulisan yang menjabarkan urutan-urutan penulisan pada laporan penelitian ini.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi teori-teori yang berhubungan dengan penelitian dan melandasi penelitian ini dalam melakukan penyelesaian masalah sesuai dengan perumusan masalah yang sudah ditentukan.

Bab III Metodologi Perancangan

Bab ini berisikan model konseptual dalam penelitian dan didalam model konseptual yang dibuat memperlihatkan hubungan dari konsep-konsep yang dibahas, selanjutnya terdapat sistematika

pemecahan masalah yang merupakan tahapan-tahapan dalam penyelesaian masalah.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Bab ini berisi data-data yang diperoleh dari pengumpulan data dan perolehan data.

Bab V Analisa Hasil dan Evaluasi

Bab ini berisi mengenai Analisa dari data-data yang telah didapatkan dari hasil pengolahan data.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya yang telah disesuaikan dengan tujuan awal penelitian.