KAJIAN LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN INTERNAL PADA *CLUB* MOTOR SCORPIO *ADVENTURE* BANDUNG

ENVIRONMENTAL ASSESSMENT OF EXTERNAL AND INTERNAL SCORPIO ADVENTURE CLUB BANDUNG MOTOCYCLE CLUB

Harris Suryo Asmara[1], Farah Alfanur.[2]
[1,2] Prodi S1 MBTI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom
[1] harrissuryo23@gmail.com, [2] farah.029@gmail.com

Abstrak

Pengendara sepeda motor saat ini di Indonesia sudah sangat padat, terbukti telah ada sekitar 104 juta lebih kendaraan bermotor yang lalu-lalang di Indonesia pada akhir tahun 2013. Kota Bandung merupakan salah satu kiblat gaya hidup di Indonesia. Selain itu, Bandung merupakan kota yang memiliki jumlah komunitas terbanyak di Indonesia. Komunitas motor merupakan komunitas terbanyak di Kota Bandung sebesar 67 dari 69 komunitas otomotif di Bandung. Scorpio *Adventure* Bandung sebagai salah satu club Yamaha Scorpio tertua di Bandung mengalami masalah pada fakta bahwa Yamaha Scorpio telah diberhentikan produksinya. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana gambaran keadaan lingkungan eksternal dan internal *club*. Gambaran dari penelitian ini ditujukan agar Scorpio *Adventure* Bandung dapat menentukan hal apa saja yang dapaat dilakukan untuk pengembangan organisasinya. Jenis penelitian ini adalah kualitatif-ekploratif dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5 narasumber dengan komposisi 3 narasumber utama dan 2 narasumber pendukung dengan teknik *sampling snowball*. Data primer didapatkan dari wawancara mendalam dan dianalisis menggunakan teori penilaian lingkungan internal dan eksternal. Penelitian ini menghasilkan sebuah penjabaran tentang keadaan internal yaitu faktor pemasaran, faktor sumber daya manusia, faktor produksi, faktor keuangan, faktor penelitian dan pengembangan dan faktor manajemen sistem informasi serta keadaan lingkungan eksternal dari *club* Scorpio Adventure Bandung berupa faktor ekonomi, faktor sosial dan budaya, faktor hukum dan pemerintah, faktor teknologi dan faktor kompetitif dari *club* Scorpio *Adventure* Bandung. Kemudian akan digambarkan bagaimana kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Scorpio *Adventure* Bandung untuk didapatkan beberapa alternatif strategi yang disarankan kepada club SAB.

Kata kunci: Analisis Eksternal, Analisis Internal, SWOT, Komunitas, *Club.*

Abstract

Motorcyclists currently in Indonesia has been very populus, proven there are about 104 million motor vehicles passing in Indonesia by the end of 2013. Bandung is one of Indonesia's lifestyle centre. Additionally, Bandung is a city that has the largest number of communities in Indonesia. Motorcycle community is the largest community in Bandung by 67 of 69 automotive community in Bandung. Bandung Scorpio Adventure as one of the oldest club in Bandung Yamaha Scorpio experienced a problem with the fact that Yamaha Scorpio has ceased production. This study aimed to determine how the image of the external environment and internal state of the club. This study aimed to can choosing everything about how to develop this organization. The research is a qualitative- explorative the number of samples used in this study are 5 speakers with a composition of three main speakers and 2 speakers supporting the snowball sampling technique. Primary data obtained from in-depth interviews and analyzed using the theory of internal and external environmental assessment. This research resulted in a description of the internal state those are marketing factor, human resource factor, production factor, financial factor, research and development factor and management information systems factor and state of the external environment of the club Scorpio Adventure Bandung in the form of economic factor, social and cultural factor, laws and governmental factor, technological factor and competitive factor of the club Scorpio Adventure Bandung. Then it will be described how the weaknesses, strengths, opportunities and threats are owned by Scorpio Adventure Bandung to obtain suggested several alternative strategies to the club.

Keywords: External analysis, internal analysis, SWOT, Community, Club.

1. PENDAHULUAN

Pengendara sepeda motor saat ini di Indonesia sudah sangat padat, terbukti telah ada sekitar 104 juta lebih kendaraan bermotor yang lalu-lalang di Indonesia pada akhirtahun 2013. Sistem pembelian sepeda motor baik cash maupun kredit sudah sangat mudah dan murah hingga dapat dijangkau oleh semua kalangan. [10]

Kota Bandung yang merupakan salah satu kiblat gaya hidup di Indonesia, baik dalam *fashion* dan lainnya memiliki beberapa kumpulan yang berbentuk paguyuban, himpunan, *club* maupun komunitas yang menjadi wadah masyarakat yang ingin menyalurkan bakat, hobi ataupun kesukaannya terhadap sebuah kegiatan atau barang. [1] Selain itu, Bandung merupakan kota yang memiliki jumlah komunitas terbanyak di Indonesia. [8] Komunitas otomotif adalah komunitas yang paling banyak jumlahnya. Banyaknya komunitas otomotif dapat mempengaruhi pergerakan dan tingkatan inovasi dari sebuah merk pabrikan.

Dibalik kisah tersebut, ternyata club-club Yamaha Scorpio sedang di dalam masalah dalam hal perkembangan. Pasalnya, saat ini pihak Yamaha tidak lagi mengeluarkan dan memroduksi Yamaha Scorpio lagi per Februari 2015. Scorpio *Adventure* Bandung sebagai salah satu club Yamaha Scorpio tertua yang ada di kota Bandung merasakan dampak tersebut.

Dalam keadaan di atas, peneliti akan mencoba untuk menganalisis bagaimana gambaran keadaan lingkungan yang terjadi di dalam club Scorpio Adventure Bandung dengan cara melakukan penilaian atau audit eksternal dan internal untuk mengetahui bagaimana keadaan pada club Scorpio *Adventure* Bandung itu sendiri. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah "Kajian Lingkungan Eksternal dan Internal pada Club Scorpio *Adventure* Bandung".

2. DASAR TEORI DAN METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Dasar Teori

a. Strategi

Pengertian strategi adalah kumpulan kegiatan dan rencana pada masa depan yang dilakukan oleh manajemen tingkat tinggi. [7]

b. Manajemen Strategi

Pengertian manajemen strategis adalah sebuah cerminan dari seni dan ilmu pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang dapat mendukung sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional. Tujuan manajemen strategis adalah untuk mendapatkan, menggambarkan dan mencari untuk menciptakan peluang baru untuk masa depan. [3] Manajemen strategis juga diartikan sebagai sekumpulan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dibuat untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi. [6]

c. Framework Formulasi Strategi

Dalam *framework* ini terdapat sembilan teknik yang membutuhkan gabungan intuisi dan analisis yang dijabarkan pada tiga tahap yang diterangkan dan dijabarkan pada gamber 1. Pada *framework* formulasi strategi digunakan untuk merumuskan strategi dengan tujuan untuk mengembangkan strategi dan tujuan.

Gambar 1. Formulasi Strategi

Sumber: [3]David (2011:177)

d. Komunitas

Komunitas adalah sebutan yang sering digunakan pada berbagai kalangan tertentu yang memiliki sebuah keterikatan. Seperti halnya kebanyakan istilah yang populer, maka maknanya pun bisa beragam bergantung pada

konteks kalimatnya. Jadi, komunitas adalah sekumpulan individu yang berada pada tempat yang sama dan biasanya memiliki sebuah keterkaitan yang sama. [4]

e. Penilaian Eksternal

Penilaian eksternal nantinya akan dilakukan sebuah kegiatan audit eksternal, dimana audit eksternal dilakukan untuk berfokus pada proses identifikasi dan evaluasi dan kejadian yang terjadi pada organisasi yang berada pada bagian eksternal organisasi yang merupakan bukan berasal dari dalam organisasi. [2]

f. Penilaian Internal

Selain penilaian eksternal, terdapat juga penilaian internal yang dilihat berdasarkan keadaan internal organisasi. Hal tersebut diungkapkan bahwa dalam penilaian internal akan dijalankan suatu proses yaitu audit atau penilaian internal. [3]

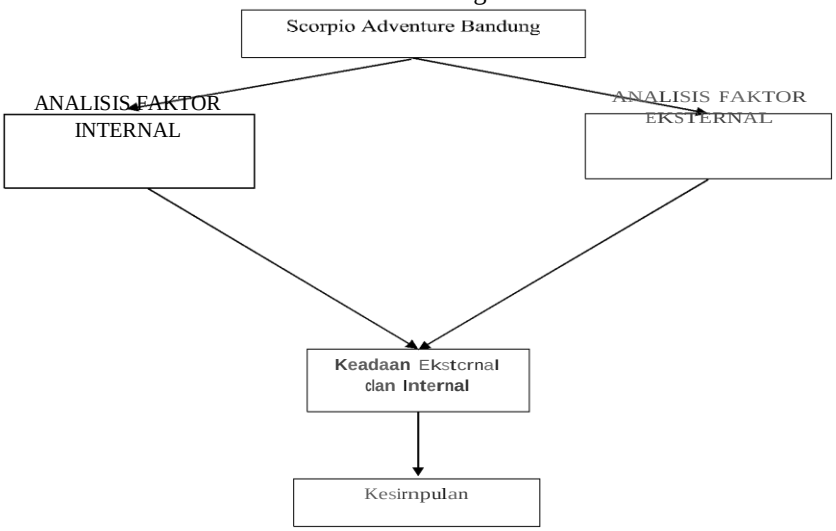
g. SWOT

SWOT Matrix adalah alat untuk mencocokkan yang penting yang membantu manajer mengembangkan 4 tipe strategi: SO (Kekuatan – Peluang), WO (kelemahan – Peluang), ST (Kekuatan – Ancaman), WT (Kelemahan-Ancaman). Mencocokan faktor eksternal dan interal adalah bagian yang paling sulit dalam menggembangkan Matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik, dan tidak ada pencocokan yang terbaik. [3]

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pada rumusan masalah dan tinjauan pustaka yang telah diuraikan mengenai strategi pengembangan pada SAB untuk dapat mengetahui bagaimana keadaan internal dan eksternal pada *club* SAB dapat dilakukan dengan melakukan penelitian di faktor internal dan faktor eksternal yang didapat dari hasil wawancara pada *club* SAB lalu dianalisis. Secara utuh, kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar 2.

Gambar 2 Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti dari Berbagai Sumber

2.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis eksploratif. Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti dengan mengeksplorasi obyek penelitian. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena yang ada pada subyek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara holistik (utuh) dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada sebuah konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode alamiah. [5] Studi eksploratif dilakukan jika informasi yang tersedia tentang masalah yang serupa belum dipecahkan di penelitian sebelumnya, selain itu dilakukan ketika kurangnya pengetahuan peneliti tentang keadaan dan situasi yang dihadapi. [9] Jumlah sampel pada penelitian ini (narasumber) dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Narasumber Penelitian

No	Narasumber	Tahun Registrasi	Posisi	Keterangan	KodeVerbatim
1	Atrisna Jaya	2005	Penasehat	Narasumber Utama	V1
2	Yasir Fachruddin	2010	Sekretaris	Narasumber Utama	V2
3	Ahmad Djunaedi	2009	Bendahara	Narasumber Utama	V3
4	Ruben Sinaga	2012	Anggota	Narasumber Pendukung	V1 Sekunder
5	Muhammad Alief	2012	Anggota	Narasumber Pendukung	V2 Sekunder

3. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh anggota SAB. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan metode *snowball sampling*. Data yang diambil berupa wawancara dengan teknik wawancara mendalam dengan jumlah sampel 5. Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi teknik dan *member check*. Setelah itu akan dianalisis dengan penilaian faktor eksternal dan faktor internal dari David.

3.1 Faktor Eksternal

Faktor ekonomi meliputi kenaikan harga BBM dan *sparepart* sedikit berpengaruh terhadap *club* Scorpio *Adventure* Bandung. Hal ini membuat SAB mengalami penurunan kuantitas dalam melakukan kegiatan kopi darat dan kegiatan lainnya. Faktor budaya dan sosial dapat dilihat bahwa kegiatan yang dilakukan oleh SAB berlandaskan akan norma dan keadaan sosial, budaya dan lingkungan dari SAB. Peraturan dan regulasi dari pemerintah belum ada yang ditujukan untuk komunitas khususnya komunitas / *club* motor di Bandung. Dalam faktor teknologi, Scorpio *Adventure* Bandung (SAB) memanfaatkan kemajuan teknologi dalam bidang teknologi informasi seperti sosial media dan *online messenger*. Dalam faktor kompetitif, Scorpio *Adventure* Bandung tidak memiliki pesaing dalam hal *club* atau komunitas sejenis di Kota Bandung. Namun SAB memiliki beberapa keunggulan kompetitif dari berbagai sisi, seperti kegiatan dan keadaan internal yang harmonis, solid dan kekeluargaan yang tinggi.

3.2 Faktor Internal

Dalam faktor pemasaran, SAB melakukan promosi dengan cara *branding* yang dilakukan melalui cara konvensional dan dengan cara promosi melalui teknologi informasi. Faktor sumber daya manusia menghasilkan bahwa untuk bergabung dalam SAB tidaklah sulit. Di dalam SAB, kesepakatan dan keputusan diambil secara bersama dengan pembahasan di dalam forum. Dalam SAB juga belum memiliki aturan yang jelas dan sanksi yang tegas atas kesalahan anggota SAB. SAB juga memiliki pelatihan-pelatihan dalam bidang otomotif. Keadaan internal SAB juga sangat solid dan kompak. Dalam faktor keuangan dapat dikatakan bahwa pengelolaan keuanga SAB sudah sangat baik. Dana yang didapatkan dari SAB berasal dari iuran anggota, melakukan penjualan *merchandise* dalam penggalangan dana. Dana yang didapat dipegang oleh bendahara *club*. Dalam faktor produksi kegiatan yang dihasilkan dan dibuat oleh SAB sudah sangat inovatif. SAB juga telah memiliki beberapa agenda yang rutin dilakukan. Dalam bidang penelitian dan pengembangan SAB terus melakukan pengembangan inovasi kegiatan seperti ingin melakukan *go international* dengan *touring* ke luar negeri. Selain itu pengembangan yang dilakukan tidak hanya pada kegiatan melainkan pada internal *club* untuk dapat terus meningkatkan kinerja pengurus untuk bisa lebih merangkul anggota. Dan juga SAB tidak khawatir akan Yamaha Scorpio yang telah diberhentikan produksinya karena Yamaha Scorpio merupakan sepeda motor yang unik dan akan terus dicari dan dibutuhkan oleh pehobi. Di faktor manajemen sistem informasi penyebaran informasi yang dilakukan oleh SAB akan dipertanggungjawabkan oleh HUMAS (Hubungan Masyarakat)

3.3 Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti dan disetujui oleh narasumber, terdapat 10 faktor eksternal dan 14 faktor internal yang berpengaruh pada lingkungan *club* SAB. Dari 10 faktor eksternal yang ada, 5 adalah ancaman dan sisanya merupakan peluang. Sedangkan dari 15 faktor internal terbagi menjadi dua bagian yaitu 9 kekuatan dan 5 kelemahan pada *club* SAB. Berikut ini adalah faktor-faktor tersebut.

A. Peluang
   1. SAB mengadopsi dan mengimplementasikan budaya Bandung.
   2. Pemanfaatan kemajuan teknologi informasi.
   3. Tidak ada persaingan.
   4. Memiliki nilai tambah.
   5. SAB terregistrasi dan terdaftar secara resmi di IMI.

B. Ancaman
   1. Regulasi jam malam.
   2. Regulasi tentang komunitas / *club* di Bandung belum ada.
   3. Kenaikan harga *sparepart* dan bahan bakar minyak (BBM).
   4. Yamaha Scorpio diberhentikan produksinya.
   5. SAB belum terdata di Dinas Kota Bandung.

C. Kekuatan
   1. SAB merupakan salah satu *club* Scorpio tertua di Bandung.
   2. Tahapan untuk dapat bergabung dalam SAB mudah.
   3. Memiliki solidaritas dan kekeluargaan tinggi.
   4. Memiliki beberapa pelatihan berkendara di dalam *club*.
   5. SAB menjadi pelopor keselamatan berkendara.
   6. Memiliki transparansi dalam keuangan.
   7. Kegiatan dari SAB inovatif.
   8. Memiliki relasi dalam pencarian barang-barang otomotif yang memudahkan anggota.
   9. Memiliki kegiatan yang sudah ter-*schedule* dengan rapi dan baik.

D. Kelemahan
   1. Tidak memiliki aturan dan sanksi yang jelas.
   2. Pendanaan yang kurang jelas dalam setiap kegiatan sehingga terkadang memberatkan anggota.
   3. Pengurus yang menjabat kurang dapat merangkul.
   4. Manajemen sistem informasi belum berjalan dengan baik.
   5. Banyaknya jumlah anggota yang pasif.

4 KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dapat disimpulkan beberapa poin dalam penelitian ini untuk menjawab dari rumusan masalah. Kesimpulan tersebut adalah:

1. Faktor Eksternal

A. Ekonomi

Faktor ekonomi meliputi kenaikan harga BBM dan *sparepart* sedikit berpengaruh terhadap *club* Scorpio *Adventure* Bandung. Meskipun tidak terlalu signifikan, namun hal ini membuat SAB mengalami penurunan kuantitas dalam melakukan kegiatan kopi darat dan kegiatan lainnya.

B. Sosial, Budaya dan Lingkungan

Kegiatan yang dilakukan oleh SAB berlandaskan akan norma dan keadaan sosial, budaya dan lingkungan dari SAB. SAB banyak melakukan kegiatan dengan memperkenalkan adat Sunda dan sering mengamalkan budaya-budaya di Bandung.

C. Pemerintah, Politik dan Hukum

Peraturan dan regulasi dari pemerintah belum ada yang ditujukan untuk komunitas khususnya komunitas / *club* motor di Bandung. Namun SAB telah memiliki panutan regulasi yang diterbitkan oleh IMI (Ikatan Motor Indonesia).

D. Teknologi

Dalam faktor ini Scorpio *Adventure* Bandung (SAB) memanfaatkan kemajuan teknologi dalam bidang teknologi informasi seperti sosial media dan *online messenger.* Contohnya adalah penggunaan *Blackberry Messenger*, LINE dan *website.* Hal ini membuat dampak positif bagi SAB yaitu kemudahan untuk melakukan jaringan komunikasi.

E. Kompetitif

Dari hasil wawacara dan dianalisis serta disetujui oleh narasumber-narasumber disepakati bahwa Scorpio *Adventure* Bandung tidak memiliki pesaing dalam hal *club* atau komunitas sejenis di Kota Bandung. Namun SAB memiliki beberapa keunggulan kompetitif dari berbagai sisi, seperti kegiatan dan keadaan internal yang harmonis, solid dan kekeluargaan yang tinggi.

2. Faktor Internal

A. Pemasaran

Berdasarkan hasil analisis peneliti terhadap pemasaran yang dilakukan oleh SAB, maka dapat disimpulkan bahwa SAB melakukan promosi dengan cara *branding* yang dilakukan melalui cara konvensional seperti pemasangan emblem pada motor, stiker dan jaket serta atribut *club* pada anggota. Selain itu, cara modern yang dilakukan adalah dengan cara promosi melalui teknologi informasi.

B. Sumber Daya Manusia

Hasil analisis peneliti terhadap aspek sumber daya manusia pada keadaan internal *club* Scorpio *Adventure* Bandung (SAB) menghasilkan bahwa untuk bergabung dalam SAB tidaklah sulit. Di dalam SAB, kesepakatan dan keputusan diambil secara bersama dengan pembahasan di dalam forum. Dalam SAB juga belum memiliki aturan yang jelas dan sanksi yang tegas atas kesalahan anggota SAB karena SAB berlandaskan pada kekeluargaan. SAB juga memiliki pelatihan-pelatihan dalam bidang otomotif seperti *safety riding* dan *touring.* Keadaan internal SAB juga sangat solid dan kompak.

C. Keuangan

Dana yang didapatkan dari SAB berasal dari iuran anggota Dana yang didapat dipegang oleh bendahara *club* dan dilaporkan per periode kepada seluruh anggota.

D. Produksi / Operasi

Produksi atau kegiatan yang dihasilkan dan dibuat oleh SAB sudah sangat inovatif. SAB juga telah memiliki beberapa agenda yang rutin dilakukan setiap periode seperti kopi darat setiap minggu dan *touring* per empat bulan satu kali.

E. Penelitian dan Pengembangan

Dalam mengembangkan organisasinya, SAB terus melakukan pengembangan inovasi Dan juga SAB tidak khawatir akan Yamaha Scorpio yang telah diberhentikan produksinya karena Yamaha Scorpio merupakan sepeda motor yang unik dan akan terus dicari dan dibutuhkan oleh pehobi.

F. Manajemen Sistem Informasi

Penyebaran informasi yang dilakukan oleh SAB akan dipertanggungjawabkan oleh HUMAS *club* SAB dengan melalui media sosial dan surat menyurat untuk eksternal *club.* Bagian penyebaran informasi ke eksternal *club* pun dibagi berdasarkan beberapa wilayah di Kota Bandung.

3. Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti dan disetujui oleh narasumber, terdapat 10 faktor eksternal dan 14 faktor internal yang berpengaruh pada lingkungan *club* SAB. Dari 10 faktor eksternal yang ada, 5 adalah ancaman dan sisanya merupakan peluang. Sedangkan dari 15 faktor internal terbagi menjadi dua bagian yaitu 9 kekuatan dan 5 kelemahan pada *club* SAB. Berikut ini adalah faktor-faktor tersebut.

A. Peluang

1. SAB mengadopsi dan mengimplementasikan budaya Bandung.
2. Pemanfaatan kemajuan teknologi informasi.
3. Tidak ada persaingan.

4. Memiliki nilai tambah.
5. SAB terregistrasi dan terdaftar secara resmi di IMI.

B. Ancaman

1. Regulasi jam malam.
2. Regulasi tentang komunitas / *club* di Bandung belum ada.
3. Kenaikan harga *sparepart* dan bahan bakar minyak (BBM).
4. Yamaha Scorpio diberhentikan produksinya.
5. SAB belum terdata di Dinas Kota Bandung.

C. Kekuatan

1. SAB merupakan salah satu *club* Scorpio tertua di Bandung.
2. Tahapan untuk dapat bergabung dalam SAB mudah.
3. Memiliki solidaritas dan kekeluargaan tinggi.
4. Memiliki beberapa pelatihan berkendara di dalam *club*.
5. SAB menjadi pelopor keselamatan berkendara.
6. Memiliki transparansi dalam keuangan.
7. Kegiatan dari SAB inovatif.
8. Memiliki relasi dalam pencarian barang-barang otomotif yang memudahkan anggota.
9. Memiliki kegiatan yang sudah ter-*schedule* dengan rapi dan baik.

D. Kelemahan

1. Tidak memiliki aturan dan sanksi yang jelas.
2. Pendanaan yang kurang jelas dalam setiap kegiatan sehingga terkadang memberatkan anggota.
3. Pengurus yang menjabat kurang dapat merangkul.
4. Manajemen sistem informasi belum berjalan dengan baik.
5. Banyaknya jumlah anggota yang pasif.

4.2 Saran

Setelah mendapatkan hasil dan merumuskan kesimpulan di dalam penelitian ini diperoleh beberapa alternatif strategi dari matriks SWOT yang ditujukan untuk memberikan saran kepada *club* SAB untuk diimplementasikan. Selain itu juga peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yang ditujukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

1. Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan penelitian ini, peneliti menganjurkan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti beberapa hal yang peneliti anjurkan seperti berikut.

1. Melakukan formulasi strategi dengan menggunakan *framework strategy* hingga step ketiga yaitu QSPM untuk menentukan strategi mana yang terbaik dari tujuh strategi yang disarankan oleh peneliti terhadap Scorpio *Advneture* Bandung.
2. Melakukan penelitian tentang analisis terhadap faktor-faktor apa saja yang membuat anggota bergabung ke dalam Scorpio *Adventure* Bandung dengan keadaan dan fonomena yang ada.

2. Untuk *Club* Scorpio *Adventure* Bandung

1. Memaksimalkan dan makin menambah inovasi dalam berkegiatan khususnya bertemakan daerah Jawa Barat khususnya Bandung.
2. Menonjolkan keadaan SAB yang merupakan salah satu pelopor berkendara seperti *safety riding* dan memaksimalkan legalitas SAB di IMI.
3. Menonjolkan kekeluargaan karena tidak adanya persaingan harus menuntut SAB untuk lebih menonjolkan kelebihan utamanya.
4. Melakukan kegiatan kopdar tidak hanya di waktu malam dan terkadang melakukan kegiatan kopdar di luar Bandung untuk menghindari regulasi jam malam.
5. Melakukan kerjasama dengan pemerintah untuk kegiatan yang bertemakan budaya Sunda dengan pendanaan pemerintah.

6. Lebih sering melakukan kegiatan yang melibatkan anggota agar tidak pasif dengan memanfaatkan budaya, alam dan ruang publik Bandung serta keunggulan dan keunikan Yamaha Scorpio.
7. Mengusulkan kepada Pemkot Bandung untuk membuat regulasi yang jelas tentang komunitas / club yang bertujuan untuk kepentingan SAB sendiri yaitu memiliki dasar aturan yang jelas dan membuat SAB resmi di Kota Bandung.

Daftar Pustaka

[1] Bandung Tren. (2013). *Wilujeng Sumping di Portal BandungTren.com.* [*Online*] Tersedia: bandungtren.com/2013/08/10/wilujeng-sumping-di-portal-bandungtren-com/

[2] David, Fred R. (2009). *Manajemen Strategis Konsep (Edisi 12)*. Jakarta : Salemba Empat.

[3] David, Fred R. (2011). *Strategic Management Consepts and Cases, Thirteenth Edition.* England: Pearson.

[4] Iriantara, Yosal. (2007). *Community Relations, Konsep dan Aplikasinya.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

[5] Maleong, MA, Prof. Dr. Lesy J. (2013). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

[6] Pearce II, John A. dan Richard B. Robinson.(2008). *Manajemen Strategis- Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian (Edisi 10 Buku1)*. Jakarta: Salemba Empat.

[7] Ritson, Neil. (2013). *Strategic Management, Bookboon.com* [Online] Tersedia: http://bookboon.com/en/strategic-management. [17 maret 2015]

[8] Sebandung. (2014). Komunitas di Bandung. [Online] Tersedia: sebandung.com/2014/11/komunitas-di-bandung/

[9] Sekaran, Uma. (2013). *Research Methods for Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat

[10] Si Momot. (2014). *Jumlah Motor Naik Itu Salah Honda, Yamaha, Suzuki, Blogger dan Kawan-kawan.* [*Online*] Tersedia: simomot.com/2014/05/07/jumlah-motor-naik-itu-salah-honda-yamaha-suzuki-blogger-dan-kawan-kawan/