

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada umumnya transportasi merupakan sarana yang membantu kegiatan manusia dalam menempuh jarak dari satu tempat ke tempat lainnya menggunakan kendaraan yang digerakkan oleh manusia dan mesin. Namun seiring perkembangan zaman, fungsi transportasi mengalami dispersi motif, sehingga tidak hanya sebagai alat bepergian namun juga sebagai objek pemenuhan hobi seperti kegiatan festival, komunitas, kolektor otomotif dan sebagai sumber pendapatan seperti usaha layanan jasa. Usaha layanan jasa ini salah satunya UMKM yang menawarkan layanan jasa transportasi dan perawatan kendaraan.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016 – 2019, terdapat peningkatan jumlah kendaraan bermotor yang cukup signifikan yaitu 5,31 persen per tahun seperti yang ditunjukkan pada Tabel I.1.

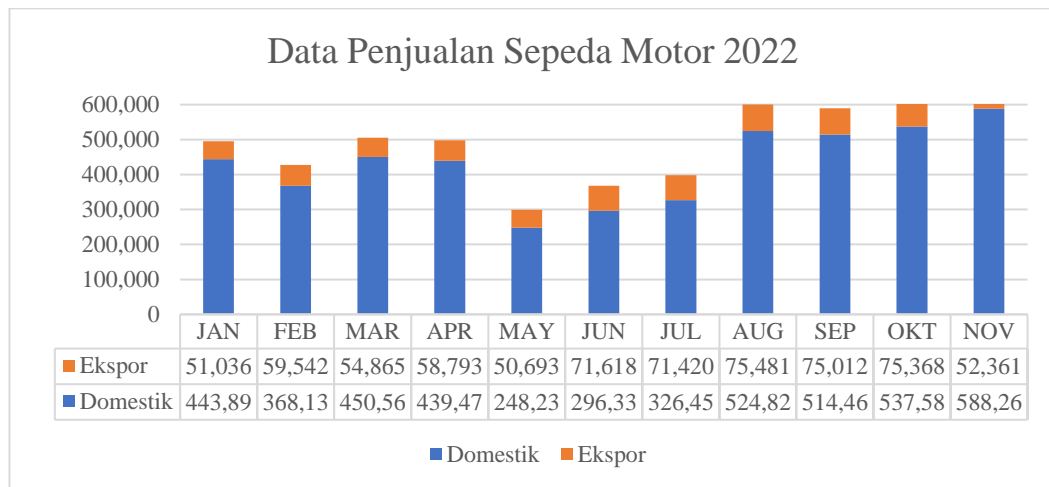
Tabel I.1 Peningkatan Jumlah Kendaraan Bermotor 2016 – 2019

(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019)

Jenis Kendaraan	2016	2017	2018	2019	Pertumbuhan per Tahun (%)
Mobil Penumpang	13.142.958	13.968.202	14.830.698	15.592.419	4,88
Mobil Bis	204.512	213.359	222.872	231.569	3,75
Mobil Barang	4.326.731	4.540.902	4.797.254	5.021.888	4,47
Sepeda Motor	94.531.510	100.200.245	106.657.952	112.771.136	5,42
Jumlah	112.205.711	118.922.708	126.508.776	133.617.012	5,31

Data Tabel I.1 menunjukkan bahwa jumlah kendaraan bermotor selalu meningkat setiap tahunnya. Hal ini tentu mampu menjadi peluang bagi para UMKM bengkel dalam meningkatkan pelanggan. Seperti yang diketahui bahwa setiap kendaraan tentu membutuhkan perawatan rutin agar mampu menjalankan fungsi secara optimal untuk memenuhi kebutuhan manusia. Data peningkatan kendaraan bermotor juga didukung oleh data Asosiasi Industri Motor Indonesia

yang menunjukkan bahwa data penjualan domestik memiliki nilai yang lebih besar dibanding data penjualan sepeda motor ekspor.



Gambar I.1 Data Penjualan Sepeda Motor 2022

(Sumber: AISI, 2022)

Berdasarkan Gambar I.1 terkait data penjualan sepeda motor menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia pada tahun 2022 terlihat bahwa sepeda motor merupakan kendaraan yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia yang dibuktikan dengan data penjualan untuk domestik lebih besar dibanding penjualan sepeda motor untuk diekspor.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) pada periode 2017-2019 yang bersumber dari data Kantor Kepolisian Republik Indonesia terdapat peningkatan jumlah kecelakaan yang sangat signifikan.

Tabel I.2 Peningkatan Kasus Kecelakaan Indonesia Periode 2017 – 2019

(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019)

Kecelakaan	2017	2018	2019
Korban Mati (Orang)	30.694	29.472	25.671
Luka Berat (Orang)	14.559	13.315	12.475
Luka Ringan (Orang)	121.575	130.571	137.342
Kerugian Materi (Juta Rupiah)	217.031	213.866	254.779
Jumlah Kecelakaan	104.327	109.215	116.411

Tabel I.2 menunjukkan bahwa kecelakaan di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahun. Kecelakaan tersebut menyebabkan kerugian materi, luka ringan, luka berat, hingga meninggal. Peningkatan kasus kecelakaan tersebut tentu

menjadi kekhawatiran Indonesia karena menyangkut nyawa manusia. Hal ini menjadi serius terlebih karena disebabkan oleh kelalaian dari penggunanya seperti kasus rem blong, rantai putus, *slip*, *shockbreaker* patah dan lain-lain. Padahal UMKM bengkel di Indonesia sudah tersebar di seluruh daerah namun kurang dimanfaatkan oleh masyarakat. Kondisi kendaraan yang kurang baik ini tentu seharusnya mampu menjadi target pelanggan dari UMKM bengkel. Namun kondisi yang ada menunjukkan data yang berbanding terbalik dengan pendapatan para pelaku UMKM bengkel.

Dananjaya (2021) menjelaskan bahwa pendapatan UMKM bengkel mengalami penurunan sebesar 40% sepanjang tahun 2021. Hal ini juga didukung pernyataan dari Persatuan Bengkel Otomotif Indonesia (2021) menyebutkan bahwa UMKM bengkel mengalami penurunan pendapatan sebesar Rp 62,5 triliun di sepanjang tahun 2021. Adapun kerugian pendapatan tersebut merupakan kerugian yang dialami oleh UMKM bengkel motor maupun mobil. Akibatnya montir yang bekerja di UMKM bengkel mengalami pemotongan gaji pegawai, bahkan hingga pemutusan hubungan kerja untuk bisa bertahan di masa kritis tersebut. Padahal UMKM bengkel di Indonesia mencapai 400.000 unit usaha bengkel otomotif yang 95% terdiri dari kelompok usaha UMKM bengkel (Barus, 2021).

Ada beberapa faktor yang menjadi penyebab rendahnya pendapatan UMKM bengkel, yang dapat digambarkan dengan menggunakan pendekatan 4S (*Surroundings*, *Suppliers*, *Systems*, dan *Skills*). Faktor pertama adalah *surroundings*, yaitu rendahnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perawatan kendaraan. Seringkali masyarakat menganggap remeh perawatan kendaraan karena kurang pengetahuan mengenai kendaraan tersebut. Sehingga ketika terjadi masalah kendaraan di jalan dan tidak ada bengkel terdekat, masyarakat tentu merasa kebingungan bagaimana memperbaiki kendaraannya. Sebagian besar masyarakat menganggap selama kendaraan tersebut masih dapat digunakan maka masih aman. Padahal dengan meningkatnya penggunaan dan usia pemakaian kendaraan suatu produk maka akan semakin butuh perawatan ataupun pergantian suku cadang. Penyebab lain dari aspek *surroundings* adalah kesibukan masyarakat sehingga seringkali membuat masyarakat tidak memiliki waktu untuk mengantar kendaraan mereka ke bengkel akibatnya perawatan kendaraan tersebut

menjadi terabaikan. Kelalaian tersebut telah menyebabkan peningkatan kasus kecelakaan di Indonesia. Di sisi lain dari sudut pandang pelanggan, pengendara motor tentu lebih percaya untuk membawa motor mereka ke *dealer* resmi dibanding dengan UMKM bengkel yang belum tentu memiliki fasilitas yang lengkap maupun teknik yang cukup untuk melakukan perawatan motor.

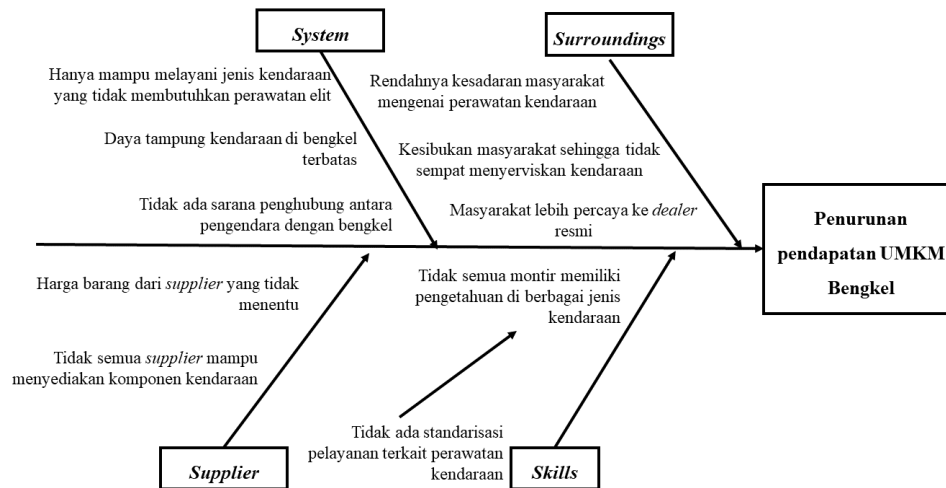
Dari segi *system* yang diterapkan di UMKM bengkel, terdapat beberapa keterbatasan seperti sistem pelayanan kendaraan yang terbatas pada jenis kendaraan karena tidak semua bengkel mampu melayani seluruh jenis kendaraan dan juga kapasitas pelayanan yang terbatas jumlahnya. Selain itu juga cara mendapatkan pelanggan adalah hanya menunggu pelanggan datang untuk menyelesaikan masalah kendaraan. Hal ini disebabkan karena tidak ada penghubung antara pengendara dengan UMKM bengkel sehingga baik dari sisi pengendara yang sulit menemukan bengkel terdekat maupun yang sesuai dengan jenis kendaraan dan dari sisi UMKM bengkel juga kesulitan mencari pelanggan. Akibatnya pengendara menjadi malas untuk menserviskan kendaraan ke bengkel selain karena rendahnya edukasi perawatan kendaraan namun juga belum ada sarana yang optimal untuk mendorong para pengendara rutin servis kendaraan. Terlebih tidak semua bengkel mampu menampung jumlah kendaraan yang banyak.

Dari segi *skills*, terdapat keterbatasan pengetahuan dari montir untuk melayani berbagai jenis kendaraan karena tidak ada standarisasi mengenai pelayanan terhadap pelanggan seperti servis kendaraan. Hal ini tentu membuat masyarakat merasa khawatir untuk membawa kendaraan ke bengkel.

Dari segi *supplier* terdapat perubahan harga yang ditawarkan oleh *supplier* yang tentu menyebabkan pendapatan UMKM bengkel turut berubah-ubah. Adapun produk-produk yang dibutuhkan UMKM bengkel dari *supplier* seperti kampas rem, rantai, *slip*, *shockbreaker*, *bearing*, dan knalpot. Selain itu tidak semua *supplier* menyediakan komponen-komponen kendaraan yang lengkap.

Dari penjelasan permasalahan yang terjadi pada UMKM bengkel di Indonesia akan dibuat diagram tulang ikan menggunakan pendekatan 4S (*Surroundings*, *Suppliers*, *Systems*, dan *Skills*). Diagram tulang ikan akan menggambarkan setiap permasalahan yang menyebabkan usaha UMKM bengkel belum dapat memperoleh pendapatan yang memadai. Berikut merupakan diagram

tulang ikan yang dikembangkan dengan merujuk pada beberapa sumber yang diterbitkan oleh data-data dari Badan Pusat Statistik, Asosiasi Sepeda Motor Indonesia, Persatuan Bengkel Otomotif Indonesia, maupun Kantor Kepolisian Republik Indonesia yang dapat dilihat pada Gambar I.2.



Gambar I.2 Diagram Tulang Ikan

Dari permasalahan yang ada, terlihat adanya peluang untuk membangun sebuah bisnis untuk memberdayakan UMKM bengkel agar mampu meningkatkan pendapatan berupa sebuah aplikasi. Adapun aplikasi yang diusulkan berupa aplikasi otomotif yang menghubungkan para pengendara kendaraan dengan montir dari UMKM bengkel yang diberi nama Bengkelin. Walaupun aplikasi serupa sudah ada seperti Obeng dan Go Mekanik namun aplikasi tersebut belum sepenuhnya dapat memenuhi kebutuhan masyarakat mengenai permasalahan kendaraan.

Jika dilihat dari aplikasi Go Mekanik, terdapat 113 ulasan dengan ratings 3,1 dari 5. Pada aplikasi tersebut terdapat ulasan mengenai bengkel yang gagal melakukan layanan jemput kendaraan ke rumah dan tidak memiliki referensi bengkel yang terdaftar. Sedangkan pada aplikasi Obeng terdapat 289 *reviews* dengan *rating* 4.7 dari 5. Pada aplikasi tersebut terdapat ulasan mengenai kesulitan UMKM bengkel untuk bergabung dalam aplikasi tersebut, tidak menyediakan asuransi untuk bengkel mobil. Dilihat dari segi desain, Obeng belum menerapkan desain interaktif yang mampu melibatkan kedua belah pihak antara pengendara dengan bengkel dan aplikasi untuk saling berinteraksi. Selain itu Obeng juga tidak menerapkan sistem *reward* untuk setiap transaksi yang dilakukan. Dari kedua

aplikasi bengkel tersebut, keduanya belum memiliki sisi edukatif yang mampu membangun minat pengendara untuk rajin melakukan perawatan pada kendaraan, selain itu juga belum ada standardisasi terkait pelayanan bengkel sehingga tidak ada daya saing antar bengkel untuk berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaik guna meningkatkan pelanggan. Oleh karena itu, berdasarkan peningkatan jumlah kendaraan bermotor dan jumlah kecelakaan lalu lintas setiap tahun, ketersediaan UMKM bengkel yang tersebar di wilayah Indonesia dan juga ulasan dari aplikasi serupa tentu dapat menjadi peluang untuk membangun bisnis aplikasi baru yang dimulai dari pembuatan rancangan model bisnisnya. Aplikasi ini mampu menjadi sarana penghubung antara pengendara dengan UMKM bengkel di Indonesia serta mampu menjadi aplikasi edukasi masyarakat mengenai pentingnya perawatan kendaraan.

Supaya aplikasi Bengkelin dapat terealisasi dengan baik diperlukan pematangan dari semua perencanaan ide. Pematangan ide tersebut salah satunya dengan membuat rancangan model bisnis, sehingga dapat teridentifikasi semua faktor yang perlu dipertimbangkan dalam rancangan model bisnis yang akan diimplementasikan pada aplikasi Bengkelin.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian terkait masalah pada UMKM bengkel di Indonesia, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana model bisnis dari aplikasi Bengkelin menggunakan *lean canvas*?”.

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, tujuan dari penelitian adalah “Merancang model bisnis dari aplikasi Bengkelin menggunakan metode *lean canvas*”.

I.4 Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat yang diperoleh dari penelitian:

1. Memberikan usulan model bisnis untuk aplikasi Bengkelin yang baik yang mampu membantu pengendara dalam merawat kendaraannya dan juga

membantu UMKM bengkel dalam memberikan layanan bersaing dengan *dealer* resmi.

2. Memberikan referensi model bisnis bagi industri sejenis.

I.5 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan pada penelitian yang dilakukan.

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang dari permasalahan yang dialami oleh objek yang diambil. Selain itu juga diuraikan mengenai rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi studi literatur yang sesuai dengan penelitian yang hendak dilakukan sehingga mampu mendukung penelitian ini, dan penjelasan mengenai pemilihan metoda yang digunakan.

Bab III Metodologi Penyelesaian Masalah

Bab ini berisi tahapan yang dilakukan dalam menyelesaikan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya melalui metode – metode yang relevan dengan permasalahan yang telah diidentifikasi. Juga diberikan gambaran mengenai mekanisme pengumpulan data, perancangan serta verifikasi dan validasi.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data serta Perancangan Model Bisnis

Bab ini berisi penjelasan terkait pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan mulai dari proses pengumpulan data, pengolahan data, dan perancangan model bisnis dengan menggunakan *lean canvas* verifikasi serta perancangan *mock-up* aplikasi. Verifikasi melalui diskusi dengan pembimbing untuk memperkuat hal – hal yang menjadi dasar pembuatan model bisnis dengan metode *lean canvas*. Selanjutnya merancang *mock-up* berdasarkan model bisnis yang telah terverifikasi.

Bab V Analisa Hasil dan Evaluasi

Bab ini berisi mengenai validasi dan perbaikan model bisnis berdasarkan hasil validasi yang diperoleh. Validasi dilakukan dengan wawancara kepada *customer segment* yang merupakan *early adopter*. Wawancara ini terdiri dari *problem interview* untuk memvalidasi apakah masalah yang telah diidentifikasi sudah sesuai dengan kondisi lapangan dan *solution interview* untuk memastikan bahwa solusi

yang ditawarkan sudah sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hasil wawancara validasi ini kemudian dibandingkan dengan model bisnis yang telah dirancang untuk kemudian dilakukan perbaikan model bisnis sehingga dapat mengurangi kemungkinan risiko yang terjadi.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari keseluruhan isi penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian ini.