

INOVASI PELAYANAN JASA DAN PRODUK PADA BENGKEL AACARBONWORKS SURABAYA

Jason Chris

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
Jasonrevenge07@gmail.com

Abstrak- Inovasi dalam pelayanan dan produk dalam sebuah bisnis yang dilakukan akan berdampak positif bagi pelaku usaha. Sehingga penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui apa saja yang dihasilkan dari inovasi jasa dan produk yang sudah dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian wawancara semi terstruktur dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa inovasi tersebut sudah diterapkan di bengkel AACarbonWorks yang menghasilkan inovasi jasa dan juga produk. Sehingga inovasi bisnis yang dijalankan selaras dengan tujuan dari inovasi itu sendiri yaitu agar sebuah perusahaan atau organisasi dapat terus berkembang.

Kata Kunci-Inovasi Produk, Inovasi Jasa

PENDAHULUAN

Industri otomotif nasional pada tahun 2018 mengalami perkembangan yang sangat pesat, seiring dengan daya beli masyarakat yang meningkat dan makin maraknya mobil dengan harga terjangkau dan ramah lingkungan yang biasa disebut dengan LCGC (Low Cost Green Car). Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO), penjualan mobil pada tahun 2017 yaitu pada kisaran 1,07 juta (gaikindo.or.id). Pada tahun 2018 angka tersebut mengalami peningkatan mencapai 1,151 juta unit (gridoto.com). Meningkatnya sektor industri automotif dan sektor industri lainnya secara keseluruhan sangat penting karena mampu memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 20 persen. Jika digabung dengan industri turunannya, maka industri otomotif bahkan berkontribusi hingga mencapai lebih dari 30 persen (gaikindo.or.id). Jawa Timur merupakan propinsi yang sangat penting bagi industri otomotif nasional. Kukuh Kumaran selaku sekretaris GAIKINDO pada acara GIASS. Surabaya 2018 menyampaikan bahwa Jawa Timur menduduki posisi ketiga, setelah Jawa Barat dan Jakarta dengan kontribusi sebesar 14 persen dari total keseluruhan penjualan otomotif di Indonesia (jatim.tribunnews.com).

Dengan kemajuan teknologi saat ini, tren modifikasi mulai masuk dan digemari oleh sebagian masyarakat khususnya generasi muda. Banyak orang yang memiliki keinginan untuk

melakukan penambahan-penambahan, modifikasi dan juga servis yang dapat meningkatkan estetika dan performa kendaraan mereka. Alasan sebagian besar orang melakukan modifikasi pada kendaraan mereka adalah untuk menambah wawasan otomotif masyarakat, mengasah kreativitas, memperindah tampilan kendaraan, membuat kendaraan lebih aman untuk dikendarai, lebih bijak mengatur pengeluaran dan yang terutama adalah untuk memperluas pergaulan dan koneksi dengan berbagai macam orang. (bukalapak.com)

Banyaknya *event-event* tahunan dan bulanan yang rutin diadakan juga mendorong semangat para modifikator untuk berkompetisi dan terus melakukan inovasi dalam modifikasi dan pembenahan pada kendaraan. Di Surabaya setiap tahunnya ada lebih dari 15 *event* modifikasi yang diadakan baik kontes, pameran maupun *meet-up*. Contohnya *event* yang diadakan di Surabaya oleh PT. Djarum yakni Djarum Autoblacktrough, kontes Hot Import Nights (HIN), pameran otomotif Jawa Pos, dan juga masih banyak acara-acara modifikasi lokal lainnya yang digelar.

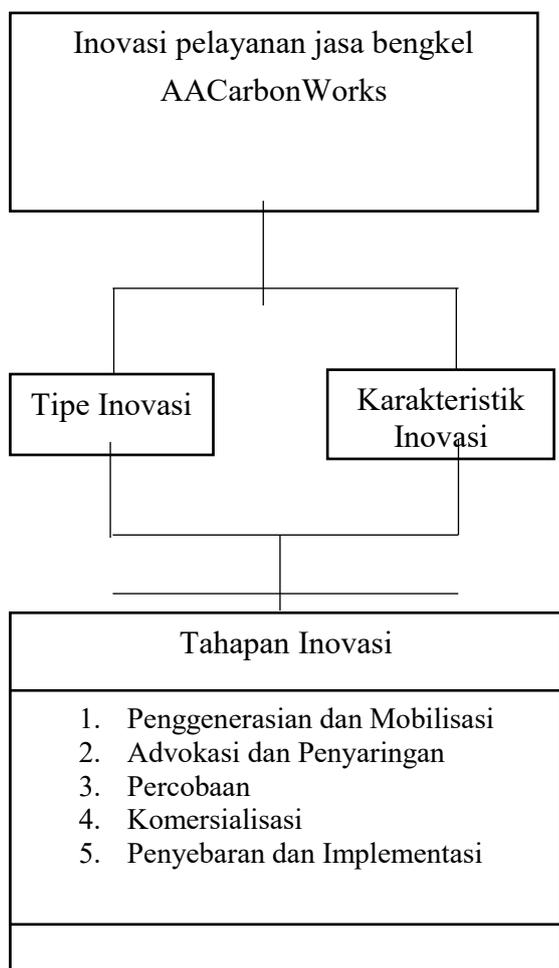
Dari fenomena tersebut menimbulkan peluang bisnis yang berpotensi besar bagi perkembangan bisnis yang berhubungan dengan bidang otomotif. Pada akhirnya kondisi tersebut akan mendorong kompetisi antar pelaku industri otomotif untuk memenangkan persaingan. Dalam menangkap peluang itulah setiap bisnis otomotif memerlukan inovasi baik dalam produk maupun pelayanan (jasa). Sebagaimana dikemukakan oleh Hartini (2012), inovasi merupakan suatu faktor yang sangat penting dan berpengaruh dalam melakukan suatu usaha bisnis agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan. Pentingnya suatu inovasi bagi perusahaan dapat menentukan keberlanjutan usaha yang dijalani dan langkah yang harus dilakukan untuk terus berkembang dan memberikan kepuasan yang konsisten bagi setiap *customer*. Agar suatu perusahaan dapat bertahan serta beradaptasi pada lingkungan yang dinamis maka diperlukan suatu inovasi (Kusumawati, 2010).

AACarbonWorks merupakan bengkel mobil yang melayani jasa body repair, dan modifikasi yang telah berdiri sejak 2014. Selain itu AACarbonWorks juga melayani jasa karbon bagi kendaraan bermotor hingga pembuatan knalpot yang dikhususkan untuk mobil. Lokasi dari bengkel AACarbonWorks bertempat di jalan raya wiyung no. 403. Setelah berjalan selama 2 tahun AACarbonWorks memilih

untuk mencari lokasi yang lebih strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan sehingga AACarbonWorks memutuskan untuk pindah ke jalan Raya Laban no. 79. AACarbonWorks menghadapi persaingan dengan bengkel serupa untuk memperebutkan *customer*. Target pasar dari bengkel AACarbonWorks mayoritas anak muda yang memiliki hobi dalam memodifikasi mobil. Dengan gagasan lain, sumber dari keunggulan bersaing adalah inovasi bisnis dalam upaya meningkatkan kinerja pada bengkel AACarbonWorks.

Selain itu hal yang membedakan AACarbonWorks dengan bengkel lainnya adalah bengkel ini menyediakan jasa *pick-up and drop service*, menyediakan jasa *home service* dimana pelayanan jasa yang disediakan dapat dilakukan di rumah.

Kerangka berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir
Sumber: Neese, 2017.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Menurut Moleong (2006) data – data yang di kumpulkan berupa kata – kata, gambar, dan bukan angka, sehingga peneliti dapat menganalisa data tersebut sejauh mungkin dalam bentuk aslinya. Jadi dengan penelitian deskriptif ini peneliti dapat menghasilkan

gambaran secara lengkap tentang inovasi bisnis yang dijalankan oleh bengkel AACarbonWorks.

Metode Pengumpulan Data dan Sumber Data

Terdapat dua jenis data yang akan digunakan yaitu data primer seperti yang dipaparkan oleh Sugiyono (2009, p. 137) adalah data yang dibuat untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedah ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat dimana penelitian tersebut dilakukan. Peneliti menggunakan wawancara mendalam dan observasi partisipan sebagai pengamat untuk data primer. Menurut Kriyantono (2007) wawancara adalah percakapan antara periset dengan seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Sugiyono (2009, p.334

Penentuan Informan

Teknik penentuan informan yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Noor (2011), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel pada suatu penelitian dengan memperhatikan atau mempergunakan kriteria-kriteria tertentu sebagai syarat sampel yang dianggap cocok dengan informasi yang dibutuhkan. Teknik *purposive sampling* digunakan karena informasi-informasi mengenai bengkel AACarbonWorks hanya diketahui secara mendalam oleh beberapa orang tertentu saja.

Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman, ada tiga langkah dalam proses analisis data yaitu (Sugiyono, 2015, p. 369-375):

1. **Reduksi Data (*Data reduction*)**, dilakukan dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.
2. **Penyajian Data (*Data Display*)**, dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2015, p. 373), penyajian data paling sering dilakukan dengan teks yang bersifat naratif. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.
3. **Conclusion Drawing/verification**, Setelah penyajian data, maka akan ditarik kesimpulan dari penyajian data tersebut. Biasanya kesimpulan tersebut adalah kesimpulan awal yang masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mampu mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi kesimpulan awal dapat menjadi kesimpulan yang kredibel atau menjadi kesimpulan akhir jika kesimpulan awal tersebut didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat kembali ke lapangan mengumpulkan data (Sugiyono, 2015, p. 374).

Uji Validitas Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode triangulasi data untuk melakukan analisis sumber data. Menurut Pawito (2007, p. 99-100) terdapat empat empat teknik triangulasi, yaitu:

1. **Triangulasi Sumber**
Sering disebut dengan triangulasi data, dengan mengakses sumber – sumber data yang lebih bervariasi guna memperoleh data berkenaan dengan persoalan yang sama. Peneliti bermaksud menguji data yang diperoleh dari satu sumber untuk dibandingkan

dengan data dari sumber lain. Dari sini peneliti akan sampai pada satu kemungkinan; data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten atau berlawanan

2. Triangulasi Metode

Membandingkan temuan data yang diperoleh dengan menggunakan suatu metode tertentu. Sebagai contoh membandingkan catatan lapangan selama observasi dengan transkrip dari wawancara mendalam mengenai suatu persoalan dari sumber yang sama.

3. Triangulasi teori

Penggunaan perpektif teori yang bervariasi dalam menginterpretasikan data yang sama.

4. Triangulasi Peneliti

Dapat dilakukan ketika dua atau lebih peneliti bekerja dalam satu tim yang meneliti persoalan yang sama. Dalam hubungan ini, temuan data dari peneliti yang satu dengan yang lain dapat dibandingkan kemudian peneliti akan menganalisis bersama – sama serta mengemukakan penjelasan mengenai temuan yang mungkin saling berbeda.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Sebelum menerapkan proses inovasi ke dalam beberapa aspek perusahaan, terdapat produk asli yang awalnya merupakan produk bawaan dari setiap jenis kendaraan dan tidak pernah melalui proses inovasi sebelumnya. Sehingga hal ini menjadi suatu peluang bisnis dari bengkel AACarbonWorks untuk memunculkan inovasi dalam bidang *carbon* dan *body* kendaraan. Produk bawaan yang dimaksud disini adalah produk yang langsung dikeluarkan oleh pabrik merk kendaraan tertentu dan tidak pernah melalui proses inovasi dalam dunia otomotif sama sekali. Karena produk bawaan tersebut dimiliki oleh hampir semua pengguna mobil yang ada maka hal ini menjadi salah satu jalan untuk dapat membuat inovasi yang menghasilkan produk baru oleh AACarbonWorks.

Beberapa produk yang dihasilkan yaitu produk bodykit seperti bumper dan juga produk dengan berbahan carbon disertai juga dengan motif yang cukup beragam. Kedua produk ini merupakan hasil inovasi yang paling sering dilakukan oleh bengkel AACarbonWorks. Melalui pengamatan yang dilakukan secara langsung, didapati bahwa pekerjaan inovasi yang berkaitan dengan kedua produk tersebut adalah yang paling sering dikerjakan hingga sekarang.

Alasan mengapa kendaraan dengan produk – produk bawaan yang sering dijadikan medium untuk melakukan inovasi adalah karena tidak semua kendaraan yang sudah melalui proses inovasi yang beragam dapat melalui proses inovasi untuk yang ke sekian kalinya. Sehingga medium seperti kendaraan bawaan dari pabrik adalah medium yang pas untuk dapat menerapkan berbagai ide yang sebelumnya tidak pernah diterapkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan yang sudah dilakukan dan hasil wawancara yang telah dilaksanakan tentang inovasi dari bengkel AACarbonWorks, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Ide inovasi bisa berasal dari mana saja, untuk dapat melakukan ide inovasi tidak hanya dilakukan dan didapatkan melalui ide dari owner (pihak internal perusahaan) melainkan juga dari referensi dunia maya dan juga referensi dari customer dan calon customer.
2. Inovasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dapat berupa jenis inovasi yang beragam dimulai dari proses pembuatan hingga dapat menghasilkan produk inovasi yang dapat diterima oleh khalayak secara luas.
3. Proses inovasi yang dilakukan dan dihasilkan dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi customer karena keinginan yang berbeda dari setiap individu. Inovasi itu juga mengikuti perkembangan jaman dan juga competitor.
4. Proses inovasi dan pembagian kerja serta sistemnya tidak terlalu terlihat pada bengkel AACarbonWorks. Bengkel AACarbonWorks memiliki struktur yang sederhana dan proses inovasi yang sederhana pula. Sehingga secara keseluruhan inovasi yang dijalankan membawa dampak yang cukup baik bagi bengkel AACarbonWorks dan hal itu terbukti dari feedback positif yang diberikan dari customer.

Saran

Saran yang dapat diberikan agar inovasi bisnis yang dijalankan bisa terus mengalami perkembangan dan pembaharuan adalah sebagai berikut:

1. Menambahkan jumlah sumber daya manusia yang memadai dan handal dalam bidang yang akan dikerjakan
2. Memberikan fasilitas bengkel yang lebih untuk dapat menampung kendaraan yang sedang dalam proses pengerjaan terkait inovasi yang sedang dilakukan.
3. Melihat potensi pasar luar negeri dengan lebih *up to date* agar bisa dijadikan referensi untuk dapat di aplikasikan supaya dapat mendahului kompetitor lainnya yang bergerak dalam bidang yang sama.

DAFTAR REFERENSI

- Hamel, G. 2006. *The why, what, and how of management innovation*. Harvard Business Review, 84, 72–84.
- Hartini, Sri. 2012. *Peran inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis*. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, vol.14, no. 1, 63-90.
- Henderson, R. M., dan Clark, K. B. 1990. *Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms*, *Administrative Science Quarterly*. Vol. 35, No. 1, pp. 9- 30. URL: <http://www.jstor.org/stable/2393549>
- Kusumawati, Ratna. 2010. *Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*, vol. 5. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Wahid Hasyim.
- Miles MB (ed.) 1964. *Innovation in Education*. New York: Columbia University Press.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakary.
- Neese, Bryan. 2017. *5 Stages of The Innovation Process*. Rivier University Online. URL: <https://online.rivier.edu/5-stages-of-the-innovation-process/>
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Prakosa, Bagas. 2005. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Danorientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang)*. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasl* Vol. 2 No. 1 Januari 2005.
- Robbins, Stephen P & Mary Coulter. 2010. *Manajemen Jilid 1/ Stephen P Robbins dan Mary Coulter diterjemahkan oleh Bob Sabran, Wibi Hardani. –Ed.10, Cet13-*. Jakarta: Erlangga.
- Rogers, Everett M. 2003. *Diffusion of Innovations Fifth Edition*. New York: The Free Press.
- Rogers, Everett M. 1995. *Diffusion of Innovations Third Edition*. New York: The Free Press.
- Roos, Goran & Allan O'Connor. 2015. *The Idea of Integrating Innovation: Entrepreneurship and System Perspective*. Australia: University of Adelaide Press.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.