

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A. M., Mahbubah, N. A., & Rizky, A. W. (2021). Reformulasi Strategi Pemasaran Bengkel Otomotif Menggunakan Metode SWOT Dan QSPM. *Jurnal Teknologi*, 14(2), 192–197.
- Balinado, J. R., Prasetyo, Y. T., Young, M. N., Persada, S. F., Miraja, B. A., & Redi, A. A. N. P. (2021). The effect of service quality on customer satisfaction in an automotive after-sales service. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 116.
- David, F. R., & David, F. R. (2015). *Strategic Management: Concept and Cases*. Pearson Education.
- David, R. (2017). Strategic management: concepts and cases, a competitive advantage approach. *Forest*.
- Dewi, N. F. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Jasa Guna Meningkatkan Omzet Pada Bengkel Mobil Body Repair Yoga Sebamban*. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Fonna, N. (2019). *Pengembangan revolusi industri 4.0 dalam berbagai bidang*. Guepedia.
- Gray, T., & Habiburahman, H. (2022). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI BENGKEL Satria Bandar Lampung. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(6), 967–978.
- Haaker, T., Ly, P. T. M., Nguyen-Thanh, N., & Nguyen, H. T. H. (2021). Business model innovation through the application of the Internet-of-Things: A comparative analysis. *Journal of Business Research*, 126, 126–136.
- Harliana, E. W., Chumaidiyah, E., & Kamil, A. A. (2019). Analisis kelayakan bisnis startup cuci mobil dan motor di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(8), 845–858.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2013). *Essentials of strategic management*. Pearson.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2015). *Balanced Scorecard Success: The Kaplan-Norton Collection (4 Books)*. Harvard Business Review Press.
- Kusmulyono, M. S., & Saraswati, D. S. (2023). Implementasi Matriks QSPM untuk Pengembangan Strategi Usaha Bengkel Mobil AWS Jagakarsa. *Journal Human Resources 24/7. Abdimas: Abdimas*, 1(2), 33–40.

- Layaman. (2015). Analisis Dana Pilihan Strategi: (Strategi Perbankan Syari'ah dalam Memenangkan Persaingan). *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 7(2).
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2015). *Consumer Behavior (Building Marketing Strategy)*. 27(23), 1–93.
- Mulley, C., Ho, C., Balbontin, C., Hensher, D., Stevens, L., Nelson, J. D., & Wright, S. (2020). Mobility as a service in community transport in Australia: Can it provide a sustainable future? *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 131, 107–122.
- Nabilaturrahmah, A., & Kusnanto, D. (2021). Implementasi Analisis SWOT untuk Menciptakan Strategi Pemasaran Kewirausahaan pada Masa Pandemi. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13(2), 201–216.
- Octavianus S, P. S. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA BENGKEL MOTOR SINAR SAKTI DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT. Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.
- Radarwati, S., Baskoro, M. S., Monintja, D. R., & Purbayanto, A. (2017). Analisis Faktor Internal - Eksternal Dan Status Keberlanjutan Pengelolaan Perikanan Tangkap Di Teluk Jakarta. *Jurnal Teknologi Perikanan Dan Kelautan*, 1(2), 33–46. <https://doi.org/10.24319/jtpk.1.33-46>
- Raut, R. D., Gardas, B., Luthra, S., Narkhede, B., & Kumar Mangla, S. (2020). Analysing green human resource management indicators of automotive service sector. *International Journal of Manpower*, 41(7), 925–944.
- Sahban, M. A., & Se, M. M. (2018). *Kolaborasi pembangunan ekonomi di negara berkembang* (Vol. 1). Sah Media.
- Surayya, L. (2022). ANALISIS BALANCED SCORECARD SEBAGAI ALAT BANTU DALAM PENETAPAN STRATEGI BISNIS PADA BENGKEL ULI MOTOR. *JURNAL MISI*, 5(4).
- Tutuhatunewa, A., & Pesulima, L. (2021). DESAIN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN METODE FUZZY-SWOT DALAM ANCAMAN PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS PADA BENGKEL ANUGERAH POKA). *ALE Proceeding*, 4, 51–59.
- Untari, S. N., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Strategi Pemasaran Mobil Merek Daihatsu Pada Dealer Daihatsu Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu*

*Sosial*, 11(2), 82–88.

Wati, L. A., Lestariadi, R. A., Supriyadi, S., & Safii, M. P. H. (2023). Analysis of Strategic Variables for the Development and Sustainability of Fos-Food Restaurant Business in the Pandemic Era; MICMAC Approach. *Journal of Aquaculture and Fish Health*, 12(1), 70–85.

Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Instrumen Wawancara

#### Instrumen Wawancara

##### **Bagian 1**

Identitas umum responden: Usia, Jenis Kelamin, Posisi (Pengelola usaha/ pelanggan)

##### **Bagian 2**

Mencari informasi umum terkait perusahaan

- 1 Sejarah Singkat
- 2 Layanan apa saja yang ditawarkan
- 3 Siapa target pasar usaha ini  
Bagaimana usaha ini dapat dikelola sehingga eksis sampai saat ini?
- 4 ini?

##### **Bagian 3**

Fokus mencari informasi terkait Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan

- 1 Jelaskan apa saja yang menjadi kekuatan bagi usaha ini
- 2 Jelaskan apa saja yang menjadi kelemahan bagi usaha ini
- 3 Jelaskan apa saja yang menjadi peluang bagi usaha ini
- 4 Jelaskan apa saja yang menjadi tantangan bagi usaha ini

*\* Pada bagian 3 topik pembahasan bisa saja dikembangkan tergantung responsitas dari responden*

## Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

### KUESIONE PENELITIAN

#### Identitas Responden

Usia Responden :

Jeni Kelamin :

Kedudukan :

#### Pernyataan Responden

No	PERNYATAAN	SKOR			
		1 (STS)	2 (TS)	3 (S)	4 (SS)
1	Karyawan berkualitas tinggi dengan pengalaman yang luas dalam layanan otomotif				
2	Lokasi strategis di pusat kota yang mudah diakses oleh pelanggan				
3	Reputasi yang kuat untuk pelayanan berkualitas dan keandalan				
4	Kemitraan yang solid dengan pemasok suku cadang terkemuka				
5	Inovasi dalam teknologi dan peralatan terbaru untuk layanan otomotif				
6	Kurangnya pemanfaatan media online dan promosi digital				
7	Rendahnya kemampuan untuk melakukan diversifikasi layanan yang ditawarkan				
8	Kualitas rasa juga menjadi salah satu yang sering dikeluhkan oleh pelanggan				
9	Rendahnya efisiensi operasional dalam manajemen inventaris				
10	Pertumbuhan pasar otomotif yang stabil dan meningkat dapat menjadi peluang berkembangnya usaha ini				
11	otomotif yang lebih luas dapat menjadi peluang untuk berkembangnya usaha ini				
12	mobil untuk layanan purna jual dapat menjadi peluang untuk berkembangnya usaha ini				
13	Meningkatnya permintaan akan layanan online dan layanan pengambilan dan pengantaran dapat menjadi peluang dalam usaha ini				
14	Persaingan yang ketat dari kompetitor bengkel otomotif dapat menjadi tantangan yang perlu dihadapi oleh usaha ini				
15	Kemungkinan peningkatan harga suku cadang dapat menjadi tantangan yang perlu dihadapi oleh usaha ini				
16	Munculnya stigma buruk terhadap bengkel ini dapat mempengaruhi citra usaha ini				
17	Keluar masuk pegawai (pergantian pegawai) dapat menjadi tantangan serius dalam menjaga kualitas pelayanan				
18	mengurangi belanja konsumen untuk perawatan otomotif				
19	Ancaman dari teknologi yang mengubah cara layanan otomotif diberikan, seperti mobil otonom				

Lampiran 3  
Output Perhitungan IFAS

NO	PERTANYAAN	Jumlah Skor				Skor Total	Bobot	Rating	Nilai
		1	2	3	4				
<b>KEKUATAN (STREIGHT)</b>									
1	Karyawan berkualitas tinggi dengan pengalaman yang luas dalam layanan otomotif	0	1	4	6	38	0,22	4	0,83
2	Lokasi strategis di pusat kota yang mudah diakses oleh pelanggan	0	0	2	8	38	0,22	4	0,83
3	Reputasi yang kuat untuk pelayanan berkualitas dan keandalan	0	1	3	6	35	0,20	4	0,71
4	Kemitraan yang solid dengan pemasok suku cadang terkemuka	0	1	4	5	33	0,19	3	0,63
5	Inovasi dalam teknologi dan peralatan terbaru untuk layanan otomotif	0	4	3	3	29	0,17	3	0,49
<b>TOTAL</b>						<b>173</b>	<b>1,00</b>		<b>3,49</b>
<b>KELEMAHAN (WEAKNESS)</b>									
1	Kurangnya pemanfaatan media online dan promosi digital	0	2	0	8	34	0,28	3	0,96
2	Rendahnya kemampuan untuk melakukan diversifikasi layanan yang ditawarkan	1	3	4	2	27	0,22	3	0,60
3	Kualitas rasa juga menjadi salah satu yang sering dikeluhkan oleh pelanggan	1	3	3	3	28	0,23	3	0,65
4	Rendahnya efisiensi operasional dalam manajemen inventaris	0	0	4	5	32	0,26	3	0,09
<b>TOTAL</b>						<b>121</b>	<b>1,00</b>		<b>2,29</b>

Lampiran 4  
Output Perhitungan EFAS

No	PERNYATAAN	Jumlah Skor				Skor Total	Bobot	Rating	Nilai
		1	2	3	4				
<b>Peluang (Opportunities)</b>									
1	Pertumbuhan pasar otomotif yang stabil dan meningkat dapat menjadi peluang berkembangnya usaha ini	0	0	1	9	36	0,25	4	0,89
2	Kemungkinan ekspansi ke pasar layanan otomotif yang lebih luas dapat menjadi peluang untuk berkembangnya usaha ini	0	0	3	7	34	0,23	3	0,80
3	Potensi untuk kemitraan dengan produsen mobil untuk layanan purna jual dapat menjadi peluang untuk berkembangnya usaha ini	0	1	0	9	47	0,32	5	1,52
4	Meningkatnya permintaan akan layanan online dan layanan pengambilan dan pengantaran dapat menjadi peluang dalam usaha ini	0	4	4	2	28	0,19	3	0,07
<b>TOTAL</b>						<b>145</b>	<b>1,00</b>		<b>3,28</b>
<b>ANCAMAN (TREATS)</b>									
1	Persaingan yang ketat dari kompetitor bengkel otomotif dapat menjadi tantangan yang perlu dihadapi oleh usaha ini	0	0	3	7	30	0,15	3	0,46
2	Kemungkinan peningkatan harga suku cadang dapat menjadi tantangan yang perlu dihadapi oleh usaha ini	1	3	4	2	27	0,14	3	0,37
3	Munculnya stigma buruk terhadap bengkel ini dapat mempengaruhi citra usaha ini	0	0	0	10	40	0,20	4	0,05
4	Keluar masuk pegawai (pergantian pegawai) dapat menjadi tantangan serius dalam menjaga kualitas pelayanan	0	0	2	8	38	0,19	4	0,05
5	Risiko ketidakpastian ekonomi yang dapat mengurangi belanja konsumen untuk perawatan otomotif	0	4	3	3	26	0,13	3	0,05
6	Ancaman dari teknologi yang mengubah cara layanan otomotif diberikan, seperti mobil otonom	0	0	5	5	35	0,18	4	0,05
<b>TOTAL</b>						<b>196</b>	<b>1,00</b>		<b>1,04</b>