

Analisa strategi rumah modifikasi mobil di jakarta dalam menghadapi persaingan paska krisis

Peter Wibowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461088&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Setiap industri maupun bisnis tentunya didukung oleh beberapa atau bahkan banyak industri penunjang. Begitu pula pada industri otomotif yang memiliki banyak industri penunjang atau komplementer dimana apapun yang terjadi pada industri otomotif tentunya akan berpengaruh besar baik secara langsung maupun tidak terhadap industry pendukungnya.

Salah satu bisnis pendukung industri otomotif yang sedang berkembang pesat akhir-akhir ini adalah bisnis rumah modifikasi mobil terutama di Jakarta. Dalam kasus ini rumah modifikasi diartikan sebagai toko atau bengkel yang menyediakan aksesoris beserta kegiatan pendukungnya yaitu layanan instalasi dan konsultasi untuk memodifikasi mobil.

Bisnis rumah modifikasi mobil ini sebenarnya telah mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1980an dimana keadaan perekonomian Indonesia terus berkembang. Perkembangannya terus meningkat di tahun 1990an namun kemudian sempat mengalami kemunduran yang cukup berarti saat krisis moneter terjadi di tahun 1997-1998. Banyak rumah modifikasi mobil berguguran pada masa ini karena kacaunya situasi ekonomi, keamanan dan politik pada saat itu. Namun demikian dalam 1-2 tahun berikutnya, bisnis ini kembali ramai dan terus berkembang sampai saat ini ditandai dengan terus bertambahnya jumlah rumah modifikasi yang ada terutama di pusat-pusat perdagangan otomotif di Jakarta.

Jumlah rumah modifikasi terus bertambah di masa paska krisis akhir-akhir ini sedangkan wilayah sasaran pasarnya tetap yaitu Jabotabek meskipun tentunya dilihat dari pertambahan jumlah penduduk dan kendaraan bermotor yang ada maka besarnya pasar pun juga ikut bertambah. Dengan semakin banyaknya rumah modifikasi ini sedangkan lingkup wilayah sasarannya tetap tentunya tingkat persaingan yang terjadi juga meningkat secara signifikan.

Permasalahan dalam studi ini adalah bagaimana pemain lama agar dapat bertahan pada masa paska krisis sekarang ini yang ditandai dengan terus bertambah banyaknya kompetitor dan bagaimana pula kompetitor baru untuk dapat masuk ke dalam bisnis ini yang tentunya akan membutuhkan strategi tertentu agar dapat berhasil.

Untuk dapat menentukan strategi apa yang tepat untuk dilakukan, terlebih dahulu kita harus menganalisa lingkungan eksternal dan internal dari bisnis rumah modifikasi ini. Dari kedua analisa ini nantinya kita dapat mengidentifikasi strategi apa saja yang mungkin bisa kita terapkan. Pada akhirnya kita akan memilih satu atau lebih dari pilihan strategi tersebut yang dianggap sebagai yang terbaik tentunya setelah melalui

pertimbangan secara konkret.

Dari studi yang dilakukan ternyata dapat diketahui bahwa jumlah rumah modifikasi di Jakarta saat ini sudah cukup banyak dan perkembangannya bahkan semakin pesat pada masa paska krisis, namun sebagian besar darinya terkelompok di wilayah-wilayah tertentu yang letaknya seringkali jauh dari konsumen. Sehingga sebenarnya peluang untuk pemain baru masuk di bisnis ini masih terbuka mengingat volume pasarnya yang cukup besar. Namun demikian untuk hasil yang lebih baik khususnya untuk jenis rumah modifikasi yang tidak terlalu membutuhkan keahlian tertentu, sebaiknya pemain baru membidik pasar yang belum sepenuhnya tergarap seperti membuka rumah modifikasi di dalam kompleks perumahan atau dengan kata lain dengan membuka pasar baru.

Sedangkan dalam menghadapi persaingan ketat saat ini, strategi yang harus dilakukan pemain yang sudah ada ternyata berbeda-beda menurut jenis rumah modifikasi dan pasar sasarannya. Strategi yang harus dilakukan oleh rumah modifikasi audio mobil tentunya akan berbeda dengan strategi dari rumah modifikasi roda dan ban. Selain itu faktor promosi juga akan menjadi salah satu faktor pendukung kesuksesan dalam menghadapi persaingan.