

BAB I

KONSEP BENGKEL OTOMOTIF

A. Pengertian Bengkel

Yang dimaksud dengan bengkel disini adalah suatu tempat dimana dilakukan perbaikan-perbaikan yang bersifat teknis terhadap suatu produk yang dalam konteks materi ini, produk yang dimaksud adalah kendaraan bermotor. Sebetulnya kegiatan perbengkelan adalah bagian dari kegiatan jaringan layanan purna jual yang sekaligus berfungsi mendukung pemasaran produk yang dijual (yang dalam hal ini adalah kendaraan bermotor). Dalam kenyataannya layanan tidak hanya diberikan kepada kendaraan, tetapi diberikan pula kepada manusianya yaitu pemilik kendaraan itu sendiri, sehingga mutu pelayanan bagi keduanya harus menjadi perhatian yang serius.

Materi yang diberikan umumnya berfokus kepada perbengkelan kendaraan beroda empat atau lebih, namun masih memungkinkan diaplikasikan untuk kendaraan beroda dua atau lainnya yang juga masih tergolong otomotif. Ada beberapa jenis dan status bengkel yang dapat diterangkan sebagai berikut :

1. Bengkel Bebas (*Independent Work Shop*)

Bengkel ini berdiri sendiri, tidak terikat dan tidak memwakili merek tertentu sehingga kebijakan-kebijakan dapat diambil sendiri sepanjang tidak merugikan bengkel itu sendiri sebagai perusahaan atau sepanjang tidak merusak nama baik perusahaan pemegang merek.

2. Bengkel Perwakilan (*Authorized Work Shop*)

Bengkel ini masih mirip dengan bengkel tersebut diatas, yaitu berdiri sendiri tapi ada merek yang diwakilinya melalui surat penunjukan dari pemegang merek. Kebijakan-kebijakan yang diambil disesuaikan dengan perusahaan yang menunjuknya dan sekaligus masuk kedalam bagian dari layanan purna jual merek yang bersangkutan. Jenis bengkel ini memungkinkan untuk menerima kemudahan-kemudahan dari perusahaan yang menunjuknya. Kemudahan-kemudahan tersebut bisa bersifat bantuan teknis,

permodalan, peralatan atau jenis kemudahan lainnya tergantung dari kebijakan perusahaan yang menunjuknya dan kesepakatan/perjanjian yang dibuat diantara keduanya.

3. Bengkel *Dealer (Dealer Work Shop)*

Bengkel ini merupakan bagian atau sub bagian operasional dari dealer atau ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek) sebagai unit layanan purna jual untuk mendukung sistem pemasaran. Kebijakan-kebijakan yang dibuat sepenuhnya tergantung dan tunduk kepada perusahaan/*dealer* yang bersangkutan.

Bagaimanapun sebuah bengkel adalah sebuah bentuk usaha sehingga secara operasional harus menguntungkan (*Profitable*) dan layak (*Feasible*). Oleh karenanya seluruh kegiatan harus berorientasi kepada perolehan laba. Namun demikian perlu diingatkan bahwa laba harus diperoleh dengan cara yang wajar dan sehat sebab jika tidak demikian justru akan sangat merugikan bengkel itu sendiri karena akan segera ditinggalkan oleh para pelanggannya. Bukankah sumber keuangan bengkel adalah pelanggannya?.

Sumber-sumber penjualan yang dapat dilakukan oleh sebuah bengkel diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Penjualan jasa perawatan dan perbaikan (*Maintenance and Repair*)
2. Penjualan suku cadang (*Spare parts*)
3. Penjualan suku cadang tambahan (*Optional parts*)
4. Penjualan barang hiasan (*accessories*)
5. Penjualan minyak pelumas dan minyak hidrolik
6. Penjualan barang-barang lainnya

Adapun ruang lingkup pekerjaan bengkel diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Layanan cepat (*Quick service*) dapat berupa, pekerjaan *tune-up*, mengganti minyak pelumas, mencuci dan lain-lain.
2. Perbaikan umum (*General repair*) yang berupa perbaikan *engine*, transmisi, differensial, penyetelan geometrid dan balancing roda.

3. Perbaikan elektrik (*Electrical repair*) yang berupa perbaikan system pengapian, starter, pengisian, system penerangan dan instrument.
4. Perbaikan system pendingin ruangan (*Car cooler and Air conditioning*)
5. *Over haul and reconditioning*
6. Perbaikan masinai seperti boring, honing, bubut rem, skir katup dan lain-lain
7. Perbaikan body kendaraan dan cat
8. Perbaikan yang bersifat *fashion* (salon)
9. Pemasangan *accessories* dan *optional parts*
10. Pekerjaan lainnya

Beberapa jenis pekerjaan yang dapat dilakukan sangat tergantung kepada skala bengkel yang harus dipertimbangkan dari banyak hal, misalnya permodalan, jumlah pelanggan, lokasi bengkel, segmen pasar yang diharapkan dan lain-lain.

B. Fungsi Bengkel

Secara umum fungsi bengkel adalah melayani keperluan teknis dari para pelanggannya. Ini berarti bahwa perbaikan kendaraan adalah tugas sebuah bengkel dan hanya berlangsung jika pelanggan menemui kesulitan dengan kendaraannya. Untuk itu system dan administrasi bengkel diarahkan kepada organisasi dan fasilitas yang dapat memperlancar pekerjaan-pekerjaan teknis dibengkel secara internal. Bengkel tradisional pada umumnya menunggu para pelanggan datang, usaha untuk mendatangkan pelanggan hamper tidak pernah dilakukan sehingga pengembangan usaha berjalan lambat dan cenderung tidak menunjukkan kemajuan yang berarti. Manajemen bengkel diarahkan hanya untuk membenahan didalam bengkel itu sendiri sambil tidak memperhitungkan dampak sosial, ekonomi, dan politik yang sedang berlangsung atau yang mungkin datang dari luar.

Ciri lain dari bengkel tradisional adalah kondisinya yang kurang teratur dan kelihatan mengabaikan kebersihan, kerapihan dan keserasian. Penempatan peralatan, susunan dan penempatan barang, tata ruang dan fasilitas pendukung tidak nampak tertata dengan baik yang penting adalah seorang teknisi dapat

menyelesaikan pekerjaannya secara baik. Apakah ia bekerja efisien dan produktif itu menjadi urusan lain.

Pada masa kini bengkel dituntut untuk mempunyai pola pikir dan konsep operasional yang berbeda. Bengkel yang kumuh dan kotor akan sedikit didatangi pelanggan bahkan mungkin tidak ada pelanggan yang datang. Fasilitas yang sangat terbatas membuat bengkel tersebut tidak *credible* dan pelanggan enggan datang kepadanya. Fasilitas yang dimaksud tidak sekedar fasilitas teknis bagi bengkel tapi juga fasilitas yang harus tersedia bagi pelanggannya. Mau tidak mau selama kendaraan dikerjakan pelanggan akan menunggu dan tentu tidak ingin kehilangan waktu. Jadi harus dipikirkan bagaimana supaya pelanggan tidak menunggu dan jika harus menunggu maka harus difikirkan agar waktunya tidak terbuang percuma. Jika pimpinan bengkel jeli sebetulnya hal ini merupakan peluang yang cukup besar untuk membuka bisnis lain dengan pelanggan tersebut misalnya : menawarkan *accessories* atau barang-barang lainnya.

Kepala bengkel harus proaktif melakukan pendekatan dengan para pelanggan, tidak cukup diam dimeja kerja dan menandatangani surat-surat yang memerlukan persetujuan atau keputusan darinya. Pimpinan bengkel harus dapat melakukan pendekatan sedemikian rupa sehingga para pelanggan tidak pernah merasa datang ketempat asing baginya, bahkan ia merasa datang ketempat yang layak serasa dirumahnya sendiri dan dilayani oleh kerabatnya sendiri. Disinilah timbulnya kredibilitas seorang pimpina bengkel dan sekaligus pula kredibilitas bengkel itu sendiri. Hubungan dengan pelanggan tidak saja pada saat pelanggan tersebut membutuhkan, namun harus tetap berlangsung disembarang waktu, bahkan mungkin pada saat tertentu yang merupakan kejutan khusus bagi pelanggan yang bersangkutan.

Apa yang menjadi fungsi pokok dalam mengoperasikan sebuah bengkel harus dilihat dulu apa yang dibutuhkan oleh pelanggannya, kemudian bengkel segera melakukan usaha-usaha dan menyesuaikan diri untuk memenuhi kebutuhan tersebut hal ini disebut manajemen dinamis (*Dynamic Management*) yang berpola fakir *customer focused mindset* sedangkan pola berfikir bengkel tradisional disebut sebagai *self focused mindset*.

Pelanggan mengharapkan agar bengkel dapat membantu merawat kendaraan secara baik, membantu melakukan tindakan preventif, memperbaiki kerusakan yang mungkin terjadi, menekan biaya perawatan dimana pelanggan ingin agar kendaraan selalu dalam keadaan prima. Seringkali pelanggan memerlukan nasihat dan saran untuk perawatan kendaraan bahkan tidak jarang pelanggan ingin agar kendaraannya tampil beda, eksklusif sehingga menaikkan nilai harga dirinya atau kebangganya.

Bengkel harus dapat mengarahkan pelanggan agar memelihara kendaraan secara berkesinambungan bahkan kalau perlu sampai pada saat pelanggan tersebut ingin mengganti dengan kendaraan lainnya yang menurut pendapatnya lebih baik atau lebih cocok baginya. Selain itu bengkel perlu membimbing pelanggan untuk melakukan perawatan berkala sebagai dampaknya kendaraan akan terawat baik dan pelanggannya sendiri terbentuk menjadi pelanggan setia (*Loyal Customer*).

Kunci pokok keberhasilan sebuah bengkel dapat dicapai jika bengkel tersebut mampu memberikan layanan total kepada pelanggannya sebagai berikut :

- a. Dapat memberikan pelayanan, perbaikan, perawatan bermutu tinggi kepada kendaraan pelanggannya
- b. Dapat mengatur waktu sehingga kendaraan dapat diserahkan sesuai dengan waktu yang dijanjikan
- c. Menentukan biaya kerja dan harga suku cadang yang wajar
- d. Melayani pelanggannya dengan santu dan penuh keakraban
- e. Melakukan pekerjaan yang efisien, akurat dan administrasi yang rapih.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi bengkel otomotif terdiri dari :

- a. Penjamin purna jual
- b. Promosi dan *image*
- c. Bisnis (dagang/usaha)
- d. Lapangan kerja
- e. Pendidikan dan latihan/diklat

Fungsi bengkel tersebut berhubungan dengan tanggung jawab bengkel otomotif itu sendiri yang meliputi :

1. Melakukan perawatan berkala
2. Menjamin keamanan pengendara
3. Menjamin keselamatan peserta lalu lintas jalan darat
4. Melestarikan lingkungan
5. Meningkatkan efisiensi pemakaian bahan bakar
6. Menjamin kelancaran lalu lintas jalan darat