

## **BAB II. PERANCANGAN VIDEO *COMPANY PROFILE* BENGKEL RUBBISH KUSTOM GARAGE**

### **II.1 Sejarah Berdirinya Rubbish Kustom Garage**

Rubbish Kustom Garage memulai usahanya di bidang bengkel motor pada sekitar bulan Juni di tahun 2016 oleh Setiadin sebagai pemilik dan menangani segala aktivitas dalam usaha bengkel Rubbish Kustom Garage. Jasa servis kendaraan bermotor yang ditawarkan pada bengkel ini adalah jasa restorasi, *repaint*, pembuatan *sparepart* dan juga memberikan jasa untuk memodifikasi motor kustom. Bengkel Rubbish Kustom Garage merupakan usaha bengkel yang didirikan oleh perorangan dengan modal dan sumber daya manusia (SDM) yang terbatas. Pemilik bengkel sekaligus juga sebagai teknisi bengkel. Bengkel ini memiliki tiga orang karyawan yang membantu dalam operasional bengkel. Waktu operasional bengkel setiap hari kerja dari Senin – Minggu mulai jam 08.00 – 17.00 WIB.



**Gambar II.1 Rubbish Kustom Garage**  
Sumber: Dokumen Pribadi  
Minggu, 9 Januari 2022 Pukul 18.00 WIB



**Gambar II.2 Modifikasi motor kustom**  
Sumber: Dokumen Pribadi

## **II. 2 Visi dan Misi Rubbish Kustom Garage**

### **Visi:**

Menjadikan bengkel motor kustom yang terpercaya dan mengutamakan kepuasan pelanggan.

### **Misi:**

Memberikan pelayanan terbaik dan standar mutu kepada pelanggan dengan menjalankan proses kerja terbaik dan terpercaya sehingga tercapai kepuasan pelanggan.

## **II. 3 Karya-karya Kustom Motor**

Menurut Suzuki (2021), *Custom* menurut versi bahasa Inggris, artinya adalah sesuatu yang pembuatannya disesuaikan dengan pesanan. *Custom* juga bisa dipahami penyesuaian dengan karakter, keinginan, atau fungsi tertentu. Oleh karena itu, *custom* adalah melakukan perubahan sesuai dengan kebutuhan pembeli. Saat ini, peminat sepeda motor yang termodifikasi klasik dan retro semakin banyak lagi jika dibandingkan dengan waktu-waktu sebelumnya. Hal ini diperkuat dengan semakin banyaknya produsen dan merek-merek sepeda motor yang menghadirkan kembali kesan tampilan lawas pada produk-produk barunya. Fenomena ini dapat

menjadi peluang bagi pemodifikasi, pengusaha, hingga UKM yang bergerak di bidang bengkel sepeda motor untuk berkembang dan mengikuti arus tren sebagai sarana untuk dapat bersaing dan maju. Kadang yang menjadi masalah dalam proses memodifikasi adalah sulitnya mendapatkan informasi valid baik informasi secara visual maupun cara-cara membedakan kategori jenis perubahan yang ada. Kasus ini seringkali ditemui bukan hanya pada pihak pemodifikasi, namun juga terjadi pada khalayak umum yang bisa jadi merupakan calon klien yang masih bisa dikatakan awam. Untuk itu perlu adanya pendekatan yang sesuai dengan media komunikasi yang tepat untuk menyampaikan informasi secara efektif, jelas, dan menarik. *Style* motor *custom* pun bermacam-macam dari yang minimalis hingga modifikasi total hanya menyisakan mesin dari pabrikan sedangkan *sparepart* lainnya dibuat sendiri secara manual oleh bengkel kustom. Beberapa *style* motor *custom* yang digarap oleh Rubbish Kustom Garage adalah sebagai berikut:



**Gambar II.3 Modifikasi Cafe Racer**  
Sumber: Dokumen Pribadi



**Gambar II.4 Flat Tracker**  
Sumber: Dokumen Pribadi



**Gambar II.5 Chopper**  
Sumber: Dokumen Pribadi



**Gambar II.6 British Style**  
Sumber: Dokumen Pribadi

## II. 4 Rencana Pengembangan

Menurut Airlangga (2021) industri motor *custom* akan didorong, kustom tidak semua pakai standar bawaan pabrik, jadi kalau tidak diproduksi massal tidak apa-apa, asalkan *safety* kenyamanan berkendara terjamin. Industri motor modifikasi akan diperlakukan seperti pada industri kecil menengah, seperti *Harley Davidson* merupakan industri kustom atau modifikasi. Perlindungan dan fasilitas yang diberikan sama seperti untuk industri kecil dan menengah. Kreativitas muncul apabila seseorang berkata, mengerjakan, dan membuat sesuatu yang baru, baik dalam pengertian menciptakan sesuatu dari yang tadinya tidak ada maupun dalam memberikan sentuhan karakter baru pada suatu hal.

Salah satu bentuk ekonomi kreatif yang berkembang saat ini adalah usaha modifikasi motor kustom. Perkembangan modifikasi otomotif di Indonesia akhir-akhir ini telah berkembang sangat pesat dan semakin beragam, khususnya pada sepeda motor. Modifikasi sendiri bertujuan untuk mendapatkan tampilan sepeda motor yang sesuai dengan keinginan agar tampilan sepeda motor tidak sama dengan tampilan sepeda motor keluaran pabrikan pada umumnya. Strategi yang dijalankan dalam pengembangan bisnis Bengkel Rubbish Kustom Motor ada lima yaitu:

1. Mengembangkan produk jasa pada bisnis Rubbish Kustom Motor seperti menambah variasi konsep yaitu *Japstyle*, *Chopper*, *Bobber*, *Caf racer* dan *Tracker* dalam modifikasi motor kustom.
2. Menambah segala perlengkapan motor kustom.
3. Memberikan harga yang tidak jauh berbeda dari harga pesaing dan harga bisa bervariasi sesuai dengan keinginan pelanggan.
4. Memilih tempat yang strategis, tepatnya di tepi jalan raya yang ramai.
5. Mengintensifkan promosi dengan memasang spanduk, mengiklankan pada media sosial, mengikuti event, dan kontes modifikasi, dan memberikan pelayanan semaksimal mungkin terhadap pelanggan, baik dari segi pengerjaan maupun dalam penjualan aksesoris motor kustom.

## **II.5 Analisis Permasalahan**

### **II.5.1 Analisis Data dan Temuan**

#### **II.5.1.2 Observasi Lapangan**

Menurut Sugiyono (2018) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan secara langsung selama 6 bulan yaitu dari bulan Januari 2022 sampai dengan bulan Juni 2022, dengan melakukan wawancara kepada pemilik bengkel yaitu Setiadin ternyata bengkel Rubbish Kustom Garage, memiliki kekurangan yaitu dalam hal melakukan promosi usaha bengkel dan berdampak pada sulitnya khalayak sasaran mengenali bengkel tersebut. Lokasi yang jauh dari pusat kota. Dengan demikian hal itu akan sangat berpengaruh terhadap omset yang diterima oleh bengkel Rubbish Kustom Garage: Dalam tahap analisis hasil wawancara dengan pelanggan, rata-rata responden memberikan pernyataan tentang media promosi yang dilakukan oleh bengkel Rubbish Kustom Garage:

- Rubbish Kustom Garage belum melakukan promosi kepada pelanggan dalam bentuk video *company profile*.
- Promosi dilakukan hanya dengan informasi dari mulut ke mulut.
- Promosi melalui media sosial sudah dilakukan melalui instagram.

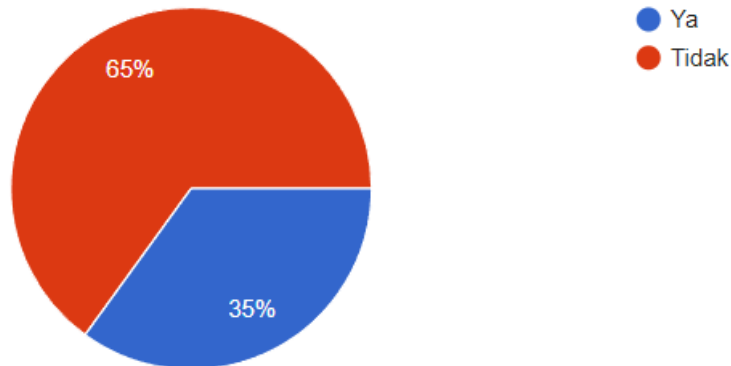
#### **II.5.1.3 Kuisisioner**

Menurut Sugiyono (2017) angket atau kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tipe pertanyaan dalam angket dibagi menjadi dua, yaitu terbuka dan tertutup. Kuisisioner adalah suatu cara untuk mendapatkan informasi dalam pengumpulan data sebuah penelitian tanpa wajib untuk datang langsung ke lokasi. Jenis-jenis kuisisioner terbagi atas dua kelompok yaitu kuisisioner terbuka kuisisioner dengan pertanyaan yang memberi kesempatan terhadap responden untuk bebas berpendapat perihal pertanyaan yang diajukan sesuai dengan objek yang dibahas. Kuisisioner Tertutup: kuisisioner dengan membatasi jumlah jawaban dari pertanyaan sehingga dapat mempermudah dan

lebih efektif bagi responden. Pada perancangan promosi Rubbish Kustom Garage data didapat dari hasil kuisisioner tertutup. Tujuannya agar responden merasa lebih efektif dalam memberikan jawaban karena telah diberi arahan. Kuisisioner tersebut terdiri atas enam pertanyaan dengan 20 orang responden yang berasal dari kabupaten Bandung, kecamatan Soreang dan Katapang. Berikut dijelaskan hasil dari pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner tertutup bengkel Rubbish Kustom Garage.

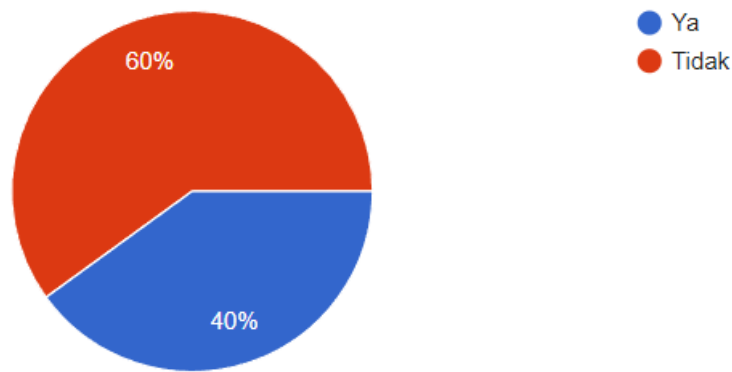
Berdasarkan dari alur pengamatan terhadap permasalahan yang ada yang dilakukan maka jenis kuesioner yang tepat digunakan pada bengkel Rubbish Kustom Garage. Kuisisioner disebarakan kepada 20 orang responden yang berasal dan berdomisili di kabupaten Bandung kecamatan Soreang dan Katapang. Responden dipandu untuk memberi jawaban sesuai dengan yang mereka alami. Berikut merupakan pertanyaan – pertanyaan beserta kuesioner data:

1. Apakah saudara/i mengetahui keberadaan bengkel Rubbish Kustom Garage?



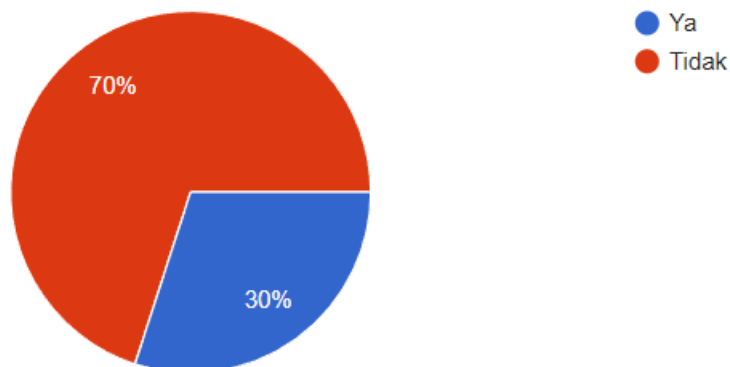
Berdasarkan kuisisioner yang disebarakan dari jumlah 20 orang responden sebanyak 65% menjawab tidak mengetahui tentang bengkel Rubbish Kustom Garage sisanya sebanyak 35% menjawab tahu tentang bengkel Rubbish Kustom Garage.

2. Apakah saudara/i pernah datang ke bengkel Rubbish Kustom Garage?



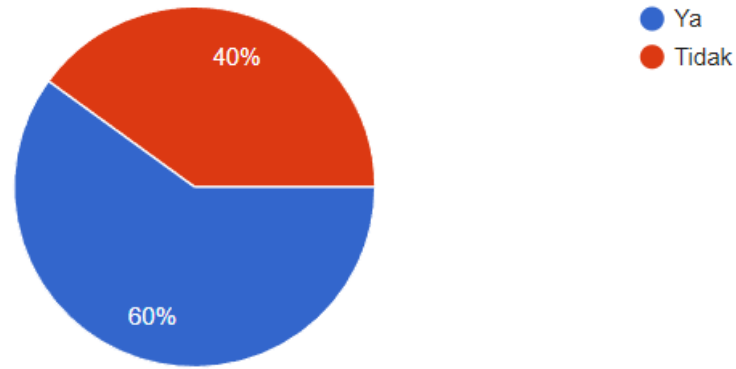
Berdasarkan kuesioner yang disebarakan dari jumlah 20 orang responden sebanyak 60% menjawab tidak pernah datang ke bengkel Rubbish Kustom Garage sisanya sebanyak 40% menjawab pernah datang ke bengkel Rubbish Kustom Garage.

3. Apakah saudara/i mengetahui jasa yang ditawarkan oleh bengkel Rubbish Kustom Garage?



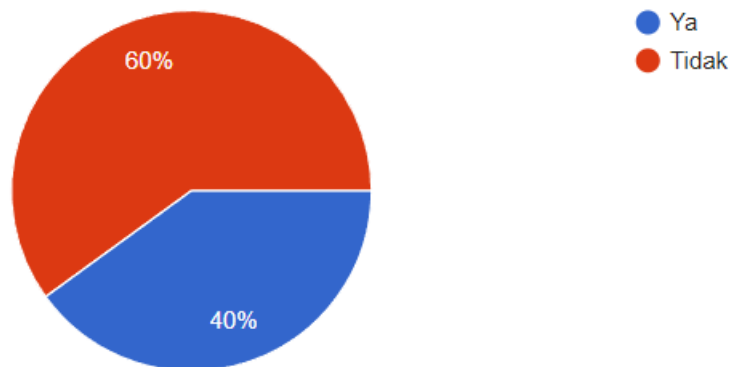
Berdasarkan kuesioner yang disebarakan dari jumlah 20 orang responden sebanyak 70% menjawab tidak mengetahui jasa yang ditawarkan bengkel bengkel Rubbish Kustom Garage sisanya sebanyak 30% menjawab mengetahui jasa yang ditawarkan bengkel Rubbish Kustom Garage.

4. Apakah menurut saudara/i suatu perusahaan perlu melakukan promosi?



Berdasarkan kuesioner yang disebar dari jumlah 20 orang responden sebanyak 40% menjawab tidak perlu melakukan promosi pada bengkel bengkel Rubbish Kustom Garage, sisanya sebanyak 60% menjawab perlu melakukan promosi bengkel Rubbish Kustom Garage.

5. Apakah saudara/i mengetahui tentang modifikasi motor kustom?



Berdasarkan kuisisioner yang disebar dari jumlah 20 orang responden sebanyak 60% menjawab tidak mengetahui modifikasi motor kustom sisanya sebanyak 40% menjawab mengetahui tentang modifikasi motor kustom.

Setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner mempunyai maksud dan tujuan masing-masing kuisisioner dibatasi jumlah jawaban dari pertanyaannya sehingga dapat mempermudah dan lebih efektif bagi responden. Berikut beberapa pertanyaan dan penjelasan yang di ajukan kepada responden:



1. Apakah saudara/i mengetahui keberadaan bengkel Rubbish Kustom Garage?  
Pertanyaan pertama ini bermaksud untuk mengetahui apakah masyarakat di Kabupaten Bandung khususnya di kecamatan Soreang dan Katapang mengetahui keberadaan bengkel Rubbish Kustom. Dari data yang didapat bisa disimpulkan rata-rata masyarakat belum tahu keberadaan bengkel Rubbish Kustom Garage. Ini menunjukkan bahwa upaya promosi dan pelayanan masih perlu ditingkatkan mengingat masih banyak yang belum mengetahui keberadaan bengkel Rubbish Kustom Garage.

2. Apakah saudara/i pernah datang ke bengkel Rubbish Kustom Garage?  
Pertanyaan kedua ini bermaksud untuk mengetahui seberapa banyak masyarakat sekitar yang sudah datang ke bengkel Rubbish Kustom Garage. Namun masih ada sekitar 60% dari 20 responden yang belum pernah datang ke bengkel Rubbish Kustom Garage. Ini menunjukkan bahwa upaya promosi dan pengadaan informasi mengenai bengkel Rubbish Kustom Garage harus ditingkatkan.

3. Apakah saudara/i mengetahui jasa yang ditawarkan oleh bengkel Rubish Kustom Garage?  
Pertanyaan ketiga ini bermaksud untuk mengetahui apakah masyarakat tahu tentang jasa-jasa yang ditawarkan bengkel Rubbish Kustom Garage. Ternyata berdasarkan data yang didapat masyarakat tidak mengetahui jasa-jasa yang ditawarkan oleh bengkel Rubbish Kustom Garage. Ini menunjukkan bahwa upaya promosi dari sosial media dan media promosi lainnya masih bisa ditingkatkan.

4. Apakah menurut saudara/i suatu perusahaan perlu melakukan promosi?  
Pertanyaan keempat bermaksud untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat terkait masalah kebutuhan promosi. Dari data yang didapat sebanyak 60% menyatakan bahwa promosi memang penting untuk dilakukan. Ini menunjukkan bahwa promosi untuk bengkel Rubbish Kustom Garage Harus lebih ditingkatkan lagi.

5. Apakah saudara/i mengetahui tentang modifikasi motor *custom*?

Pertanyaan ini bermaksud untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat tentang modifikasi motor kustom. Dari data yang didapat rata-rata masyarakat kurang mengetahui tentang modifikasi motor *custom*. Ini berarti harus ada promosi yang dilakukan terkait penyampaian informasi tentang modifikasi motor kustom.

### **II.5.1.3 Wawancara**

Menurut Moelong (2012) menjelaskan wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara merupakan salah satu teknik dalam mendapatkan informasi data yang dilakukan secara terorganisasi atau tidak yang dapat dilakukan secara tatap muka langsung ataupun melalui jaringan telepon.

- Wawancara dengan pemilik bengkel Rubbish Kustom Garage  
Wawancara dilakukan pada tanggal 20 Juni 2022 di bengkel Rubbish Kustom Garage dengan Setiadin selaku pemilik bengkel. Menurut Setiadin bengkel Rubbish Kustom Garage didirikan pada tahun 2016, dengan jasa bengkel yang ditawarkan adalah jasa restorasi, *repaint*, pembuatan *sparepart* dan juga memberikan jasa untuk memodifikasi motor *custom*. Pelanggan yang datang biasanya kebanyakan pecinta motor *custom*. Pelanggan biasanya datang ke bengkel ini mendapatkan informasi dari teman atau seseorang yang pernah datang ke bengkel. jadi untuk Promosi bengkel dilakukan melalui Instagram, tetapi sampai saat ini jumlah pelanggan yang datang per hari hanya sekitar 1 sampai 3 orang saja. Selama satu bulan hanya sekitar kurang lebih 50 orang saja yang datang. Persaingan antar bengkel motor *custom* menurut pemilik bengkel saat ini memang sangat ramai. Hal ini disebabkan motor kustom disukai terutama oleh orang-orang berusia muda. Harga jasa modifikasi motor *custom* sekitar Rp. 2.000.000,- sampai dengan Rp. 3.000.000,- belum termasuk pembelian *sparepart* yang diganti.

- Wawancara dengan konsumen

Wawancara dengan konsumen dilakukan untuk mengetahui seputar informasi mengenai kepuasan pelanggan terhadap bengkel ini dan dari mana pelanggan mendapatkan informasi tentang bengkel Rubbish Kustom Garage. Salah satu pelanggan mengaku datang ke bengkel ini mendapatkan informasi dari rekan yang sama-sama menyukai motor *custom*. Menurutnya bengkel ini termasuk bengkel yang terbilang murah dalam memberikan harga jasanya. Pelanggan ini menyatakan puas dengan pelayanan bengkel Rubbish Kustom Garage, dan memang harus ada promosi yang dilakukan untuk menjaring pelanggan yang lebih banyak lagi.

## II.6 Analisa SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2005) SWOT adalah identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu bisnis.

***Strengths*** atau kekuatan usaha bengkel motor.

1. Usaha bengkel motor selalu dibutuhkan banyak orang karena hampir tiap rumah punya motor.
2. Pesatnya kendaraan beroda dua di jalanan akan memberikan pemasukan yang luar biasa bagi pelaku usaha bengkel motor.
3. Kerusakan pada motor banyak jenisnya, sehingga bengkel motor akan diandalkan terus.
4. *Tren* motor *custom* memberikan peluang usaha untuk bengkel khusus motor kustom.

**Weakness** atau kelemahan usaha bengkel motor.

1. Sulitnya menumbuhkan kepercayaan konsumen saat memulai membuka usaha ini.
2. Susahnya mencari montir yang jujur sekaligus terampil.
3. Sulit untuk mencari konsumen karena banyaknya pesaing.

**Opportunity** atau peluang usaha pada bengkel motor.

1. Terdapat pencinta motor kustom yang semakin marak dan digandrungi baik anak muda maupun dewasa sehingga memerlukan bengkel untuk memodifikasi motornya
2. Banyak anak muda yang hobi memodifikasi motornya menjadi motor kustom yang sedang tren, sehingga jika terjadi kerusakan maka akan memerlukan bengkel khusus motor *custom*.
3. Dapat membuka cabang di tempat yang lain

**Threats** atau ancaman usaha pada bengkel motor.

1. Naiknya harga *sparepart*
2. Penuhnya persaingan di lokasi bengkel
3. Naiknya bahan baku *repaint* cat, karbit, dan dempul

### **II.3.3 Resume**

Menurut Juhara (2003) Resume adalah ikhtisar summary yang menjadi bagian dari tulisan yang menyampaikan suatu informasi yang penting dari sebuah tulisan dalam bentuk yang sangat singkat. Ikhtisar merupakan bagian yang sangat penting setelah membuat kesimpulan dan rekomendasi. Ikhtisier mengandung topik persoalan dan tujuan yang akan dicapai melalui topik tersebut. Tujuan resume untuk mengajari siapa saja bagaimana menjelaskan sesuatu yang panjang dengan cara yang singkat dan ringkas. Suratnya singkat dan manis, namun mudah dipahami dan dimengerti oleh penerimanya. Tujuan lain dari membuat resume adalah untuk memudahkan mengingat materi yang disampaikan tanpa harus membuka surat asli yang tidak dibuat resume tersebut. Permasalahan yang dihadapi bengkel Rubbish Kustom Garage terkait dengan tingginya persaingan di bidang ini. Tingginya persaingan

berdampak pada kebutuhan untuk meyakinkan calon konsumen dan mempertahankan kepuasan konsumen yang telah menjadi pelanggan. Media – media promosi yang terbatas, menghalangi kemampuan bengkel untuk menarik pelanggan. Melihat kondisi ini bengkel Rubbish Kustom Garage membutuhkan media yang mampu meningkatkan kesadaran konsumen dan calon konsumen memperjelas keberadaannya. Memperlihatkan kualitas jasa dan produk yang telah dihasilkan dengan membuat media promosi berupa melalui video *company profile* yang menjelaskan tentang proses dari awal mula keberadaan bengkel hingga layanan yang dilakukan oleh bengkel seperti servis, *repaint*, restorasi motor kustom hingga hasil akhir motor kustom dibuat, bertujuan untuk memberikan informasi yang lengkap tentang *profile* bengkel tersebut.

#### **II.3.4 Solusi perancangan**

Menurut Rizky Soetam (2011) perancangan adalah sebuah proses untuk mendefinisikan sesuatu yang akan dikerjakan dengan menggunakan teknik yang bervariasi serta didalamnya melibatkan deskripsi mengenai arsitektur serta detail komponen dan juga keterbatasan yang akan dialami dalam proses pengerjaannya. Solusi perancangan terhadap bengkel Rubbish Kustom Garage adalah dengan melakukan perancangan promosi yang ditayangkan di media sosial yang bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang bengkel Rubbish Kustom Garage kepada khalayak sasaran dan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam memodifikasi motor pada bengkel tersebut. Informasi yang disampaikan terkait keberadaan atau lokasi bengkel, jasa yang ditawarkan dan sekaligus harga yang ditetapkan. Dengan informasi ini diharapkan pelanggan akan lebih mudah untuk mendapatkan informasi tentang Rubish Kustom Garage. Tujuan dari perancangan sistem secara umum adalah untuk memberikan gambaran umum kepada khalayak sasaran tentang mengidentifikasi komponen-komponen sistem informasi yang akan didesain secara rinci.