

Analisis Manajemen Operasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Bengkel HRA Pada Masa Pandemi Covid-19 dan Setelah Pandemi Covid-19

Arsalan Bintang Romadi¹

Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

* Correspondence e-mail; arsalan97arsa@gmail.com

Article history

Submitted: 2025/02/01; Revised: 2025/02/11; Accepted: 2025/04/18

Abstract

The aim of this research is to identify the impact of the pandemic on the workshop business and analyze operational management on workshop growth after the Covid19 pandemic at the JL location. Cirende Raya No.2 East Ciputat, South Tangerang Ciputat. This research uses qualitative methods and the main data is obtained through interviews with HRA workshop business owners. Due to the Covid-19 pandemic, HRA Workshop experienced a significant decline in income, and they faced various problems in marketing and sales. However, they are also trying to find marketing alternatives, secure capital and assets, and understand digital technology for promotion.

Keywords

Operational Management, Covid-19 Economic Growth, Project Management, Process Strategy, Small and Medium Enterprises.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Usaha Kecil diartikan sebagai aktivitas ekonomi yang dikerjakan oleh individu, rumah tangga, atau entitas usaha dengan niat untuk menghasilkan barang atau jasa yang akan dijual secara komersial dan memiliki pendapatan penjualan tidak lebih dari 1 miliar rupiah. Sementara itu, Usaha Menengah diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha dengan tujuan memproduksi barang atau jasa untuk diperdagangkan secara komersial dan memiliki pendapatan penjualan melebihi 1 miliar rupiah. Bengkel, menurut KBBI, adalah lokasi di mana kendaraan bermotor, sepeda, dan lain sebagainya diperbaiki. Bengkel juga dapat diartikan sebagai tempat di mana perbaikan teknis dilakukan pada suatu produk, yang dalam konteks ini adalah kendaraan mobil. Kegiatan perbengkelan merupakan bagian dari layanan purna jual yang mendukung pemasaran produk, yaitu kendaraan mobil. Dalam praktiknya, layanan tidak hanya ditujukan kepada kendaraan itu sendiri, tetapi juga kepada pemiliknya, sehingga kualitas layanan kepada keduanya harus menjadi prioritas utama.

Adapun salah satu usaha bengkel yang akan kita lakukan penelitian yaitu

Bengkel HRA yang terdampak pandemi covid serta strategi yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran pasca pandemi. Pada periode 2019-2020, banyak bisnis bengkel menghadapi ancaman kebangkrutan atau bertahan dengan pendapatan yang sangat rendah. Hal ini disebabkan oleh wabah penyakit yang menyebar di seluruh negara, termasuk Indonesia, yaitu virus corona atau Covid-19. Coronavirus (CoV) adalah keluarga virus yang dapat menyebabkan berbagai tingkat keparahan penyakit. Akibat virus COVID-19, aktivitas masyarakat dibatasi, pemerintah menghimbau untuk tinggal di rumah, sehingga banyak pengusaha, termasuk bengkel HRA, terpaksa menutup atau mengalami penurunan omset. Banyak orang yang bergantung pada pendapatan dari usaha bengkel, dan banyak karyawan juga mengandalkan penghasilan dari bengkel ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengumpulkan informasi langsung dari masyarakat untuk memahami sejauh mana dampak pandemi COVID-19 terhadap pendapatan bengkel HRA, serta untuk mengetahui strategi apa yang digunakan untuk mempromosikan pertumbuhan bengkel setelah pandemi COVID-19.

Pertumbuhan ekonomi adalah suatu proses peningkatan output perkapita yang berlangsung terus-menerus dalam jangka panjang. Pertumbuhan ekonomi ini dianggap sebagai indikator keberhasilan pembangunan. Dengan kata lain, semakin tinggi pertumbuhan ekonomi, umumnya tingkat kesejahteraan masyarakat juga semakin tinggi, meskipun terdapat indikator lain yang perlu diperhatikan, seperti distribusi pendapatan (Sadono Sukirno dalam Nelly, 2007).

Wijono (2005) menggambarkan pertumbuhan ekonomi sebagai suatu proses peningkatan output per kapita dalam jangka panjang. Definisi ini menekankan pada tiga aspek, yaitu proses, output per kapita, dan jangka panjang. Proses mencerminkan perkembangan perekonomian dari waktu ke waktu yang bersifat dinamis, output per kapita menghubungkan aspek output total (GDP) dan jumlah penduduk, sehingga jangka panjang mencerminkan kecenderungan perubahan perekonomian dalam jangka waktu tertentu yang didorong oleh proses internal perekonomian (self-generating). Menurut Sukirno (2011), pertumbuhan ekonomi adalah perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan penambahan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat.

Heizer dan Render (2010) menyatakan bahwa manajemen operasional adalah suatu bentuk pengelolaan yang menyeluruh dan optimal terhadap tenaga kerja, barang-barang (seperti bahan mentah, peralatan, dan mesin), serta berbagai faktor produksi lainnya. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan produk barang dan jasa yang dapat dijual secara umum. Selain itu, konsep manajemen operasional juga

dapat diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengendalian dari seluruh kegiatan terkait penanganan barang dan jasa secara langsung.

Di sisi lain, definisi lain mengenai manajemen operasional menyatakan bahwa ini merupakan aplikasi dari disiplin ilmu manajemen yang digunakan untuk mengatur semua kegiatan produksi agar dapat beroperasi dengan efektif dan efisien. Ada juga pandangan lain yang menggambarkan manajemen operasional sebagai suatu proses berkelanjutan yang efektif dalam memanfaatkan fungsi manajemen terintegrasi dari berbagai sumber daya, dengan tujuan mencapai tujuan perusahaan. Menurut Kumar dan Suresh (2009), manajemen operasional didefinisikan sebagai kegiatan manajemen yang terintegrasi, melibatkan kegiatan manufaktur produk dan penyediaan pelayanan sebagai bagian dari manajemen produksi dan operasi.

Peramalan merupakan informasi pokok dalam proses pengambilan keputusan manajemen operasional yang memberikan gambaran mengenai permintaan di masa yang akan datang. Tujuan utamanya adalah untuk menentukan seberapa besar kapasitas atau persediaan yang diperlukan. Dengan menggunakan peramalan, manajemen operasional dapat membuat keputusan terkait kebutuhan tenaga kerja, menyusun anggaran yang diperlukan, melakukan pemesanan barang dari pemasok, dan bermitra dengan pelaku rantai pasokan yang diharapkan untuk merencanakan langkah-langkah yang efektif (Stevenson dan Choung, 2014).

Menurut Herjanto (2003:219), manajemen persediaan dianggap sebagai salah satu aset krusial dalam perusahaan karena memiliki nilai yang signifikan dan berpengaruh terhadap besarnya biaya operasional. Oleh karena itu, perencanaan dan pengendalian persediaan menjadi kegiatan yang sangat penting yang mendapat perhatian khusus dari pihak manajemen perusahaan. Keown dkk. (2000:748) menjelaskan bahwa Manajemen persediaan melibatkan pengendalian aset yang digunakan dalam proses produksi atau yang diproduksi untuk dijual dalam operasi normal perusahaan. Tingkat kepentingan manajemen persediaan bagi perusahaan ditentukan oleh sejauh mana investasi dalam persediaan.

Gębczyńska (2016) menyatakan bahwa strategi proses, atau yang dikenal sebagai process strategy, merupakan salah satu cabang ilmu manajemen yang mendukung perusahaan dalam mengelola kebutuhan aktivitas usaha. Dalam pandangannya, strategi proses dianggap sebagai suatu pendekatan yang diterapkan dan dimiliki oleh organisasi atau perusahaan untuk efektif memanfaatkan, mengubah, dan mengelola sumber daya guna menghasilkan produk berupa barang atau jasa yang bermanfaat. Selain itu, strategi proses dianggap krusial dalam konteks

komponen operasional perusahaan untuk mencapai tujuan bersama.

Berdasarkan Jurnal Manajemen Konstruksi Edisi Revisi oleh Ervianto, Project Management adalah suatu cara untuk mengelola proyek dengan memanfaatkan sumber daya yang sesuai dengan tugas masing-masing dan menjadi penanggung jawab atas kelancaran suatu proyek. Faktor-faktor yang terlibat dalam proyek mencakup: Peralatan, Sumber Daya Manusia (SDM), Bahan Produk, Biaya Produksi, Teknik, dan Waktu Kerja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang merupakan suatu prosedur penelitian di mana data yang dihasilkan adalah deskriptif mengenai tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari subyeknya, dengan fokus pada persepsi pertumbuhan bengkel HRA pada saat Pandemi Covid19 dan pasca Pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan salah satu pemilik bengkel HRA. Sampel penelitian adalah pemilik bengkel tersebut, dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap pengaruh variabel-variabel yang telah diidentifikasi, dengan menggunakan metode analisis deskriptif untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel. Dalam laporan ini, data dikumpulkan melalui studi dokumentasi dan wawancara langsung dengan pemilik bengkel HRA. Fokus utama penelitian adalah dampak pandemi Covid-19 terhadap omset penjualan bengkel HRA dan implikasi manajemen operasional. Berdasarkan peraturan pemerintah, seperti social distancing, Physical distancing, dan pembatasan operasi toko-toko.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini digunakan metode wawancara serta mencatat data data penting yang di dapat dari mewawancarai salah satu pemilik bengkel HRA ini. Hasil dari wawancara ini sebagai berikut :

Pada sebelum pandemi bengkel HRA masih banyak melakukan kegiatan pelayanan bengkel secara manual yaitu dilakukan oleh tenaga ahli dan dengan alat alat sederhana, namun seiring berjalannya waktu pada saat setelah pandemi bengkel HRA melakukan pembaruan terhadap alat yang digunakan oleh tenaga ahli sebagai contoh adanya lift mobil, mesin yang membantu membuka ban mobil dan sebagainya. Dengan pembaruan alat tersebut dapat membantu tenaga ahli saat bekerja sehingga lebih efektif dan efisien.

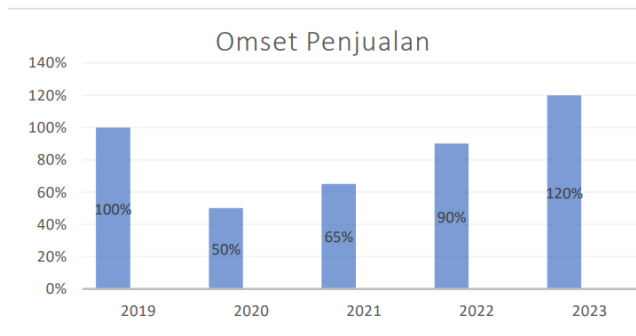
(Forecasting) Pada masa pandemic covid-19 bengkel HRA terus berusaha melakukan inovasi agar usaha bengkel ini dapat bertahan dapat dibuktikan dengan

layanan penggantian oli, penggantian ban, dan servis mobil yang masi banyak dilakukan oleh para konsumen dikarenakan merasa lebih aman jika menggunakan mobil pada masa pandemi covid-19 untuk bepergian keluar rumah. Pasca Pandemi Covid-19 bengkel HRA mengalami peningkatan omset yang cukup pesat, dikarenakan pada saat pandemic pemerintah melakukan kebijakan sehingga harga mobil lebih terjangkau yang membuat para konsumen melakukan pembelian kendaraan mobil. Dengan itu berdampak pada usaha bengkel yaitu meningkatnya permintaan pelayanan bengkel HRA, bahkan setelah pandemi bengkel HRA melakukan pembukaan cabang baru di beberapa tempat.

Adanya penurunan minat terhadap pelayanan bengkel HRA pada pandemi covid-19 untuk itu yang dilakukan bengkel bengkel HRA adalah mengurangi jumlah persediaan produk agar tidak terjadinya penumpukan pada bengkel. Setelah pandemi Bengkel HRA melakukan peningkatan dalam persediaan diikarenakan adanya peningkatan juga terhadap permintaan para konsumen.

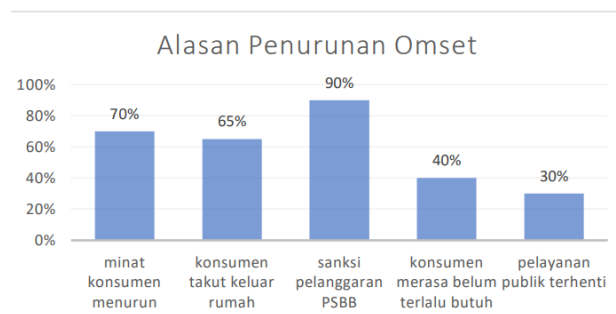
Strategi proses yang dilakukan pada pandemi covid-19 adalah dengan melakukan pengurangan karyawan dan jumlah persediaan sparepart yang bertujuan untuk menekan biaya pengeluaran bengkel. Selanjutnya strategi proses yang dilakukan setelah pandemi yaitu melakukan pemasaran dan promosi yaitu dengan cara melakukan iklan secara digital melalui sosial media, memberikan potongan harga untuk menarik konsumen. Bentuk promosi ini merupakan suatu usaha untuk mendekatkan perusahaan kepada konsumen dengan tujuan mempertahankan ketertarikan pelanggan agar terus menggunakan layanan bengkel HRA dalam jangka Panjang.

Dalam manajemen proyek yang dilakukan oleh Bengkel HRA untuk rencana proses pelayanan dan penjualan, mereka bengkel HRA melakukan pendekatan dengan mengikuti kebijakan pemerintah untuk sementara waktu. Pendekatan ini melibatkan pengurangan jumlah sparepart yang tersedia, mengingat adanya perubahan dalam banyak aspek kehidupan masyarakat. Sedangkan pasca pandemi Bengkel HRA mulai meningkatkan jumlah sparepart yang tersedia dibandingkan pada saat pandemi sebelumnya.



Gambar 1. Omset Penjualan

Data diatas menyajikan data mengenai adanya penurunan omset penjualan dari bengkel HRA selama pandemi covid-19. Penurunan sangat signifikan terjadi pada tahun 2020 yaitu omset penjualan hanya 50%. Penurunan ini dikarenakan adanya peraturan yang di berlakukan pemerintah yaitu PSBB, social distancing, Physical distancing, dan pembatasan operasi toko-toko. Dengan itu banyak para konsumen yang melakukan kegiatan hanya didalam rumah seperti melakukan work from home (WFH) sehingga adanya penurunan yang jauh pada omset bengkel HRA. Namun pada tahun 2021 adanya peningkatan 15% terhadap omset dibanding tahun sebelumnya dikarenakan sebagian masyarakat sudah mulai bekerja ke kantor walaupun adanya peraturan 50% kapasitas karyawan dan mulai menggunakan kendaraan bermobil lagi untuk bepergian kerja. Untuk tahun selanjutnya 2022 adanya peningkatan yang semakin signifikan terhadap omset penjualan karena pada tahun ini seluruh masyarakat mulai hidup berdampingan dengan virus covid-19, dimana pada tahun ini bengkeln HRA mencoba memulai semua dari awal dengan melakukan promosi secara digital agar semakin banyak konsumen dan pelanggan. Pada tahun 2022 ini bengkel HRA mengalami peningkatan omset yang signifikan dan nyaris sama dengan omset sebelum pandemi. Pada tahun 2023 bengkel HRA ini mendapatkan omset paling tinggi yaitu sebesar 120% dibanding 4 tahun terakhir maka dapat disimpulkan bengkel HRA ini berhasil melakukan adaptasi dan bertahan dengan pandemi covid-19 bahkan pasca pandemic bengkel HRA semakin berkembang lagi.



Gambar 2. Alasan Penurunan Omset

Penurunan omset pada bengkel HRA disebabkan oleh beberapa faktor, faktor yang paling tinggi disebabkan oleh adanya peraturan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yaitu 90% dimana masyarakat dianjurkan untuk berada dirumah jika tidak ada kepentingan yang mengharuskan orang untuk keluar selama pandemi, dan bagi pelanggar PSBB ini akan dikenakan sanksi maka dari itu banyak masyarakat yang mematuhi peraturan PSBB ini sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk berada dirumah saja dan ini berdampak terhadap penurunan omset karena berkurangnya konsumen melakukan perbaikan pada mobilnya. Sedangkan di urutan tertinggi kedua terdapat faktor minat konsumen menurun sebesar 70% maksud dari faktor tersebut adalah menurunnya minat para konsumen dan pelanggan untuk pergi ke bengkel dikarenakan masih banyak biaya kebutuhan lain yang harus dipenuhi pada saat pandemi covid-19, banyak masyarakat yang lebih memilih membeli kebutuhan pokok untuk bertahan hidup.

Adapun beberapa masyarakat yang terkena dampak pengurangan karyawan sehingga mereka kehilangan pekerjaan dan pendapatan dengan adanya penurunan minat konsumen akan berdampak pada penurunan omset penjualan bengkel HRA ini juga. Faktor tertinggi ketiga adalah konsumen takut keluar rumah yaitu 65% dikarenakan maraknya berita bahwa virus covid-19 dapat menular dengan cepat melalui udara membuat masyarakat merasa takut tertular sehingga memilih untuk menetap di rumah saja hal itu membuat konsumen yang datang ke bengkel HRA menjadi berkurang dan membuat omset penjualan menurun. Untuk urutan selanjutnya terdapat faktor konsumen merasa belum terlalu butuh sebesar 40% sama halnya dengan faktor minat konsumen menurun yaitu dikarenakan merasa ada kebutuhan yang lebih penting dan mendesak dibandingkan melakukan perawatan terhadap mobil sehingga masyarakat menunda untuk pergi ke bengkel. Lalu faktor di urutan terakhir itu merupakan faktor pelayanan publik terhenti sebesar 30% sehingga membuat para konsumen memilih untuk dirumah saja hingga kondisi lingkungan sekitar berangsur membaik. Dari hasil penelitian diatas peneliti mengungkapkan bahwa dengan adanya manajemen operasional yang baik dalam bengkel HRA akan memiliki dampak yang baik juga bagi Pertumbuhan ekonomi pada masa pandemi covid-19 yaitu dengan melakukan beberapa kebijakan seperti mengurangi pembelian sparepart, pengurangan karyawan dan sebagainya agar usaha bengkel HRA ini tetap bertahan. pasca pandemi covid-19 dilakukan usaha untuk meningkatkan penjualan dengan cara melakukan promosi di media sosial sehingga lebih banyak lagi jangkauan pasar bengkel HRA ini, dengan manajemen

operasional bengkel HRA dapat mencari solusi atas permasalahan yang sedang dialami serta dapat mengelola bengkel menjadi lebih efektif dan efisien.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan yang signifikan pasca pandemi covid-19 dimana pada saat pandemi covid-19 jumlah omset bengkel HRA hanya sebesar 50% sedangkan pada tahun 2023 omset yang didapat mencapai 120% maka dapat dinilai bahwa bengkel HRA dapat bertahan selama pandemi covid-19 dengan melakukan manajemen operasional yang baik selama pandemi covid-19 dan pasca pandemi covid-19. Pandemi covid-19 dapat memberikan dampak negatif terhadap bengkel HRA yaitu adanya penurunan terhadap omset yang cukup signifikan, maka dari itu bengkel HRA berusaha mempertahankan usahanya dengan cara mengurangi pembelian sparepart dan melakukan pengurangan karyawan semasa pandemi covid-19. Lalu pasca pandemi covid-19 bengkel HRA melakukan upaya promosi dan pemasaran secara digital agar meningkatkan jumlah konsumen dan pelanggan yang sempat menurun.

REFERENSI

- Ngantung, M., & Jan, A. H. (2019). Analisis Peramalan Permintaan Obat Antibiotik Pada Apotik Edelweis Tatelu. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4).
- Rambitan, B. F., Sumarauw, J. S., & Jan, A. H. (2018). Analisis Penerapan Manajemen Persediaan Pada CV. Indospice Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Soleh, A. (2014). Pertumbuhan ekonomi dan kemiskinan di Indonesia. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
- Wahjono, W. (2021). Peran Manajemen Operasional dalam Menunjang Keberlangsungan Kegiatan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 17(2), 114-120.
- Yovita, F. M., & Utomo, D. C. (2011). Pengaruh pertumbuhan ekonomi, pendapatan asli daerah, dan dana alokasi umum terhadap pengalokasian anggaran belanja modal (Studi Empiris Pada Pemerintah Provinsi Se Indonesia Periode 2008–2010) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro)