

IDENTIFIKASI PERAN KOMUNITAS DALAM PENGEMBANGAN BISNIS (STUDI
KASUS PADA ARCAPADA MOTOR DAN NAKED WOLVES INDONESIA
CHAPTER BHUMI PARAHYANGAN)

**IDENTIFICATION OF COMMUNITY ROLE IN BUSINESS DEVELOPMENT
(A CASE STUDY OF ARCAPADA MOTOR AND NAKED WOLVES INDONESIA
CHAPTER BHUMI PARAHYANGAN)**

Muhammad Ilham Prayoga¹, Dodie Tricahyono, Ph.D²

Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

ilhamprayoga@hotmail.com¹

dodie.tricahyono@yahoo.co.id²

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran yang diberikan oleh Naked Wolves Indonesia Chapter Bhupar dalam pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Arcapada Motor. Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori arah pengembangan bisnis dan metode pengembangan bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan tiga orang karyawan Arcapada Motor, observasi, dan studi dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa arah pengembangan bisnis dari Arcapada Motor adalah arah ekspansi, dengan strategi pengembangan produk dan pengembangan pasar didalamnya, dan arah diversifikasi, dengan strategi diversifikasi *concentric* didalamnya. Metode pengembangan bisnis dari Arcapada Motor adalah dengan metode pengembangan internal dan metode *tacit collusion*. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa Naked Wolves Indonesia Chapter Bhupar memberikan peran dalam pengembangan bisnis Arcapada Motor berupa masukan dan saran, mempromosikan perusahaan, dan memperluas *network*.

Katakunci: pengembangan bisnis, arah pengembangan bisnis, metode pengembangan bisnis, komunitas.

Abstract

This research is conducted to find out the role given by Naked Wolves Indonesia Chapter Bhupar community for business development conducted by Arcapada Motor. The underlying theories of this research are business development directions and business development methods. The method of this research is qualitative method with data collection by interviewing three employees of Arcapada Motor, observation, and document study. The result of this research shows that business development directions of Arcapada Motor are expansion direction, with product development strategy and market development strategy inside it, and diversification direction, with concentric diversification strategy inside it. Business development methods of Arcapada Motor are internal development method and tacit collusion method. The result of this research also shows that Naked Wolves Indonesia Chapter Bhupar having roles in the business development conducted by Arcapada Motor by giving suggestions, promoting the company, and broaden company's network.

Keywords: business development, business development directions, business development methods, community.

1. Pendahuluan

Arcapada Motor merupakan sebuah perusahaan penyedia layanan *service* bagi motor yang terspesialisasi pada merek Bajaj. Arcapada Motor sendiri diprakarsai oleh beberapa anggota Naked Wolves Indonesia Chapter Bhupar karena keresahan mereka akan sulitnya mencari bengkel dan *spare part* asli Bajaj setelah hengkangnya PT Bajaj Auto Indonesia sebagai pemegang lisensi resmi merek Bajaj di Indonesia.

Sejak didirikan pada pertengahan tahun 2013, pendapatan Arcapada Motor terus meningkat setiap semesternya, dimana peningkatan pendapatan menjadi salah satu tanda dari berkembangnya sebuah perusahaan [3]. Diakui oleh pemilik sekaligus pemimpin perusahaan, bahwa perkembangan perusahaan merupakan dari pengembangan-pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan dan juga bantuan dari komunitas Naked Wolves Indonesia Chapter Bhupar.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran yang diberikan oleh komunitas Naked Wolves Indonesia Chapter Bhupar terhadap pengembangan Bisnis yang dilakukan oleh Arcapada Motor.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan arah dan metode pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Arcapada Motor dan mengetahui peran yang diberikan oleh komunitas Naked Wolves Indonesia Chapter Bhupar pada arah dan metode pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Arcapada Motor.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi [5]

2. Dasar Teori dan Metodologi

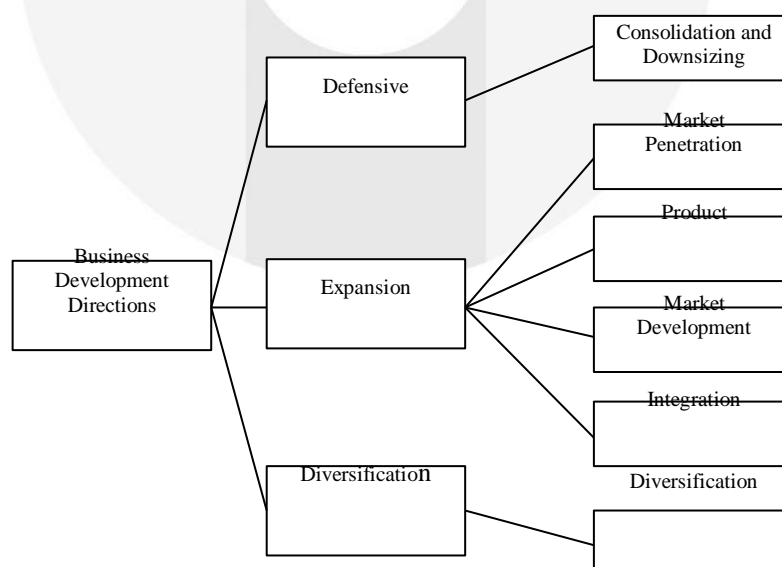
2.1 Komunitas

Menurut Wenger [6], komunitas adalah sekumpulan orang yang berbagi masalah, perhatian, atau kegemaran pada suatu topik dan memperdalam pengetahuan serta keahlian mereka dengan saling berinteraksi secara terus menerus.

2.2 Arah Pengembangan Bisnis

Stefan [4], membagi arah pengembangan bisnis menjadi tiga, yaitu arah defensif, ekspansi, dan diversifikasi. Arah pengembangan bisnis dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1 Arah Pengembangan Bisnis



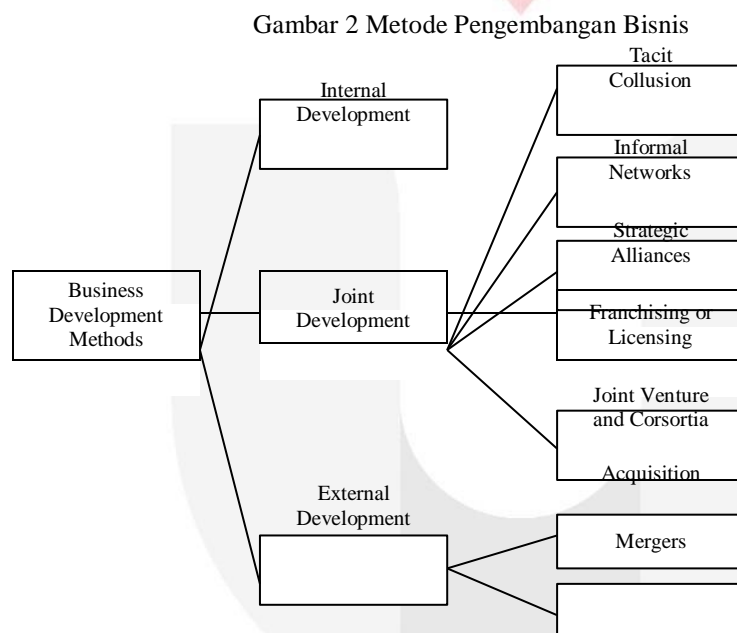
Arah defensif terdiri dari strategi konsolidasi atau *downsizing*, yaitu bila ada kompetisi yang sangat kuat dan perusahaan tidak bisa mempertahankan daya saingnya dengan produk atau aktivitas yang ada sekarang. Arah ini dapat menyebabkan dilakukannya *retrenchment*, *divestiture*, atau *liquidation*.

Arah ekspansi terdiri dari strategi penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar, dan integrasi. Strategi penetrasi pasar dilakukan untuk mengembangkan dan meningkatkan daya saing dengan meningkatkan pangsa pasar, atau dengan kata lain melakukan penetrasi pasar lebih dalam lagi dengan upaya-upaya pemasaran. Strategi pengembangan produk dilakukan dengan cara menghadirkan produk atau jasa yang baru atau yang telah dimodifikasi kepada pelanggan yang sudah ada. Strategi pengembangan pasar dilakukan dengan cara membawa produk atau jasa yang sudah ada kepada segmen pelanggan baru atau wilayah geografis yang lain. Strategi integrasi memungkinkan perusahaan untuk berkembang dengan cara mendapatkan kendali atas distributor (*forward*), *supplier* (*backward*), atau pesaing perusahaan (*horizontal*).

Arah diversifikasi terdiri dari strategi diversifikasi *concentric*, diversifikasi *conglomerate*, dan diversifikasi horizontal. *Concentric diversification* adalah strategi diversifikasi dimana perusahaan menawarkan produk baru yang masih berhubungan dengan produk yang sudah ada. *Conglomerate diversification* adalah strategi diversifikasi dimana perusahaan menawarkan produk baru yang tidak berhubungan dengan produk yang sudah ada kepada pasar yang baru. Sedangkan *horizontal diversification* adalah strategi diversifikasi dimana perusahaan menambahkan produk baru yang tidak berhubungan dengan produk yang sudah ada kepada pelanggan yang sudah ada.

2.3 Metode Pengembangan Bisnis

Metode pengembangan bisnis digunakan untuk menjalankan strategi-strategi dalam arah pengembangan bisnis yang telah dijelaskan diatas. Stefan [4], membagi arah pengembangan bisnis menjadi tiga, yaitu metode pengembangan internal, metode pengembangan eksternal, dan metode pengembangan bersama. Metode pengembangan bisnis dapat dilihat pada Gambar 2.



Metode pengembangan internal dilakukan dengan membangun dan mengembangkan sumber daya, kompetensi, dan aktivitas perusahaan yang lebih baik secara internal.

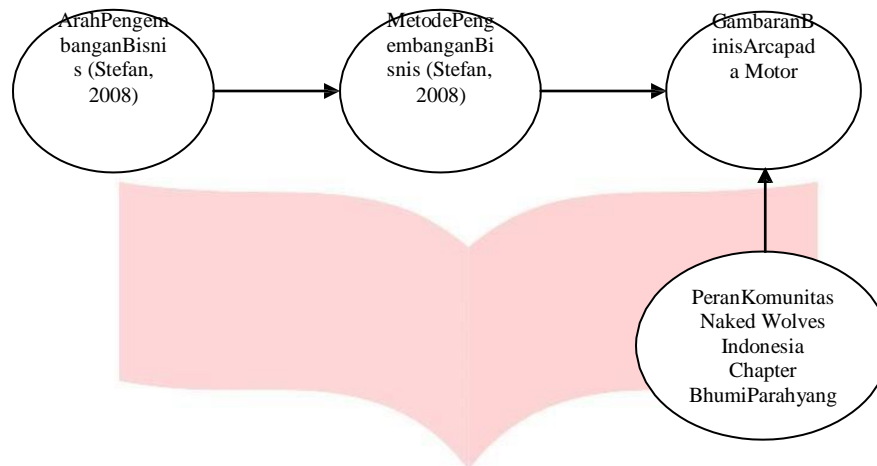
Metode pengembangan ekstrenal dapat dilakukan dengan cara akuisisi atau merger, dapat memberikan kemungkinan pengembangan yang lebih cepat.

Metode pengembangan bersama adalah metode dimana dua atau lebih perusahaan saling berbagi sumber daya dan aktivitas untuk mencapai strategi dan tujuan bersama. Pengembangan bersama memiliki beberapa bentuk. Yang pertama adalah jaringan informal dan *tacit collusion*, dimana perusahaan saling berkolaborasi lewat kepercayaan dan keuntungan bersama tanpa hubungan yang formal. Yang kedua adalah *strategic alliances*, yaitu kerjasama formal antar perusahaan dimana mereka menggabungkan sumber daya, kemampuan, dan kompetensi mereka untuk mencapai tujuan dan kepentingan bersama dalam pengembangan, manufaktur, atau distribusi. Yang ketiga adalah *joint ventures*, dimana dua atau lebih perusahaan yang independen membentuk satu perusahaan baru yang dimiliki oleh perusahaan induk dan keuntungannya dibagi bersama. Yang keempat adalah jenis metode pengembangan bersama yang lebih *intermediate*, dimana satu perusahaan memberikan hak untuk beroperasi dibawah nama atau merk perusahaan tersebut kepada perusahaan lain. Kemungkinan pengembangan dengan metode tersebut adalah dengan *franchising* dan *licensing*.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang digunakan, maka kerangka penelitiannya dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 3 Kerangka Pemikiran



2.4 Metode Penelitian

Sifat penelitian ini adalah penelitian kualitatif, menurut Sugiyono[5] penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

2.4.1 Situasi Sosial dan Narasumber

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan “*social situation*” atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*). [5]

Narasumber dari penelitian ini adalah Direktur, Manajer, dan Manajer Operasional Arcapada Motor.

2.4.2 Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik:

1) Wawancara

Menurut Satori dan Komariah [2] Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Wawancara dalam penelitian kualitatif sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi secara holistik dan jelas dari informan. Wawancara pada penelitian ini dilakukan terhadap tiga narasumber, yaitu Direktur, Manajer, dan Manajer Operasional Arcapada Motor.

2) Observasi

Menurut Satori dan Komariah [2], observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Observasi pada penelitian ini dilakukan di lokasi Arcapada Motor di Jl. Inhoftank No. 47A Bandung.

3) Dokumen

Menurut Satori dan Komariah [2], Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen dalam penelitian ini dilakukan dengan studi dokumen-dokumen yang berhubungan dengan Arcapada Motor.

2.4.3 Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis data Miles & Huberman yang terdiri dari tiga langkah [5], yaitu:

- 1) Reduksi data
- 2) Penyajian data

- 3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi

2.4.4 Uji Keabsahan Data

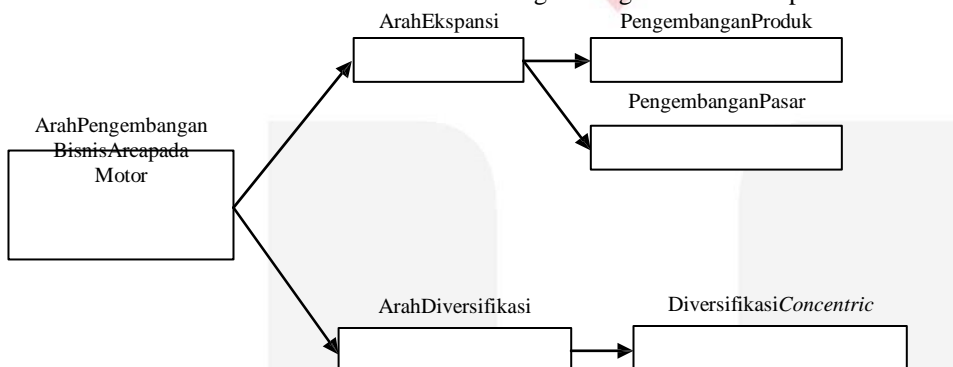
Uji keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui uji kredibilitas yang dilakukan dengan cara triangulasi. Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber, yaitu pengecekan data yang didapatkan dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama[5], dalam penelitian ini sumber data adalah tiga narasumber penelitian dengan teknik pengumpulan data yang sama, yaitu wawancara.

3. Pembahasan

a. Arah dan Metode Pengembangan Bisnis Arcapada Motor

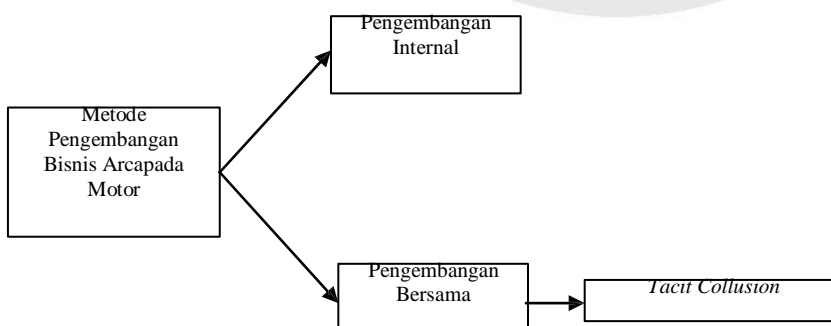
Arah dari pengembangan bisnis Arcapada Motor adalah arah ekspansi dan arah diversifikasi. Dari arah ekspansi, strategi yang digunakan oleh Arcapada Motor adalah strategi pengembangan produk dan strategi pengembangan pasar. Strategi pengembangan produk Arcapada Motor terdiri dari pengembangan layanan seperti *bore up*, *painting*, dll, dan pengembangan produk berupa *spare part* bagi merek motor lain serta perlengkapan dan aksesoris *touring*. Sedangkan strategi pengembangan pasar yang dilakukan oleh Arcapada Motor adalah dengan cara memperluas segmen pasarnya ke merek-merek motor lain seperti KTM, TVS, dan merek-merek Jepang. Dari arah diversifikasi, strategi yang digunakan adalah diversifikasi *concentric*, dimana Arcapada Motor menyediakan jasa baru sebagai distributor *spare part* merek Bajaj, KTM, dan TVS dengan pelanggan yang juga baru berupa bengkel-bengkel motor. Arah pengembangan bisnis Arcapada Motor digambarkan pada bagan berikut ini:

Gambar 4 Arah Pengembangan Bisnis Arcapada Motor



Metode pengembangan bisnis dari rcapada Motor adalah metode pengembangan internal dan metode pengembangan bersama informal atau *tacit collusion*. Metode pengembangan internal dilakukan dengan cara belajar secara mandiri. Metode pengembangan internal ini digunakan untuk menjalankan strategi pengembangan produk dan pengembangan pasar. Sedangkan metode *tacit collusion*, dilakukan dengan bekerja sama secara informal dengan Tunas Mega Spirit dimana Arcapada Motor dijadikan distributor *spare part* Bajaj, KTM, dan TVS untuk wilayah Bandung dan sekitarnya. Metode *tacit collusion* ini digunakan untuk menjalankan strategi diversifikasi. Metode pengembangan bisnis Arcapada Motor digambarkan pada bagan berikut ini:

Gambar 5 Metode Pengembangan Bisnis Arcapada Motor

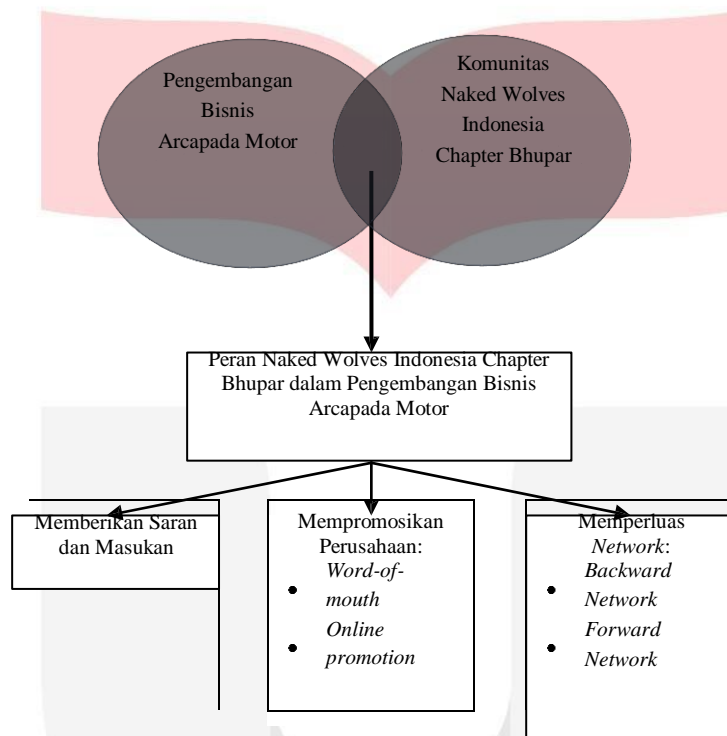


b. Peran Komunitas dalam Pengembangan Bisnis Arcapada Motor

Peran yang diberikan oleh Naked Wolves Indonesia Chapter Bhupar pada pengembangan bisnis Arcapada Motor adalah dengan memberikan saran dan masukan untuk pengembangan produk dan metode pengembangan internal yang dilakukan oleh Arcapada Motor. Beberapa Anggota Naked Wolves Indonesia juga membantu dalam mempromosikan Arcapada Motor secara mulut ke mulut kepada para pengendara motor Bajaj selain anggota Naked Wolves dan kepada komunitas-komunitas lainnya yang menyebabkan Arcapada Motor saat ini bukan hanya menjadi *basecamp* bagi Naked Wolves Indonesia Chapter Bhupar saja, melainkan juga oleh komunitas The

Dukes dan Komunitas Motor Box (KOMBO) Bandung. Selain mempromosikan secara mulut ke mulut, mereka membantu mempromosikan perusahaan juga secara *online* lewat forum Kaskus. Mereka juga membantu Arcapada Motor memperluas jaringannya dengan cara membantu untuk mendapatkan *supplier* dan juga klien yang dapat disuplai oleh Arcapada Motor.

Gambar 6 Peran Naked Wolves Indonesia Chapter Bhupar dalam Pengembangan Bisnis Arcapada Motor



4. Kesimpulan

a. Arah dan Metode Pengembangan Bisnis Arcapada Motor

Arah pengembangan bisnis Arcapada Motor terdiri dari arah ekspansi, dengan pilihan strategi pengembangan produk dan pengembangan pasar, dan arah diversifikasi, dengan pilihan strategi diversifikasi *concentric*.

Metode pengembangan bisnis Arcapada Motor terdiri dari metode pengembangan internal, yang digunakan untuk menjalankan strategi pengembangan produk dan pengembangan pasar, dan metode pengembangan bersama informal atau *tacit collusion*, yang digunakan untuk menjalankan strategi diversifikasi.

b. Peran Komunitas dalam Pengembangan Bisnis Arcapada Motor

Peran yang diberikan komunitas Naked Wolves Indonesia Chapter Bhupar dalam pengembangan bisnis Arcapada Motor adalah dengan memberikan masukan dan saran, mempromosikan perusahaan, dan memperluas *network*.

Daftar Pustaka:

- [1] Ghony, Djunaidi & Almanshur, Fauzan. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta, Indonesia: Ar-Ruzz Media.
- [2] Satori, Djam'an & Komariah, Aan. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- [3] Sitanggang, Lintong S. (2011). Pengaru Laba Bersih dan Arus Kas Operasi terhadap Dividen Tunai pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. (Skripsi). Tersedia di Database USU Institutional Repository.
- [4] Stefan, Michael. (2008). Exploring the Directions and Methods of Business Development: A Comparative Multiple-case Study on Ikea and Vodafone. (Tesis Master). Tersedia di Project Library Aalborg University. (Nomor 15968657)
- [5] Sugiyono (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- [6] Wenger, Etienne. (2004). Knowledge Management as a Doughnut: Shaping Your Knowledge Strategy Through Communities Practice. Ivey Business Journal January/February 2004. Diambil dari Database Ivey Business Journal.