

## PERENCANAAN BISNIS BENGKEL MOBIL SEMAR AUTO KECAMATAN LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT

Aulia Fernanda<sup>1</sup>, Keni Kaniawati<sup>2</sup>

Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia

[aulia.fernanda@widyatama.ac.id](mailto:aulia.fernanda@widyatama.ac.id), [keni.kaniawati@widyatama.ac.id](mailto:keni.kaniawati@widyatama.ac.id)

| Kata Kunci                                                                                                                                    | Abstrak                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| inovasi layanan,<br>perencanaan bisnis,<br>UMKM otomotif, design<br>thinking, business model<br>canvas, semar auto                            | Pertumbuhan UMKM di sektor otomotif, khususnya bengkel kendaraan roda empat, semakin meningkat seiring dengan penambahan jumlah kendaraan di Indonesia. Kecamatan Lembang, sebagai wilayah dengan mobilitas tinggi, menghadirkan peluang besar bagi pengembangan bisnis bengkel. Penelitian ini bertujuan untuk merancang perencanaan bisnis Bengkel Semar Auto dengan pendekatan inovasi pada aspek teknologi, pelayanan, dan fasilitas guna meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui metode observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil analisis menggunakan tools kewirausahaan seperti Design Thinking, Timmons Model, SWOT, dan Business Model Canvas menunjukkan bahwa perencanaan bisnis Semar Auto dinilai layak. Faktor-faktor internal seperti SDM, keuangan, serta strategi digitalisasi, dan faktor eksternal seperti peluang pasar dan dukungan kebijakan UMKM menjadi penunjang keberhasilan. Kesimpulannya, perencanaan berbasis inovasi mampu menjadikan Semar Auto kompetitif dalam industri bengkel otomotif dan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan UMKM lokal.                               |
| <b>Keywords</b><br>service innovation,<br>business planning,<br>automotive MSMEs,<br>design thinking, business<br>model canvas, semar<br>auto | <b>Abstract</b><br><i>The growth of MSMEs in the automotive sector, especially four-wheeled vehicle workshops, is increasing along with the increase in the number of vehicles in Indonesia. Lembang District, as an area with high mobility, presents great opportunities for the development of the workshop business. This research aims to design the business plan of the Semar Auto Workshop with an innovative approach to technology, services, and facilities to increase competitiveness and customer loyalty. The research uses a qualitative descriptive approach through observation, interview, and literature study methods. The results of the analysis using entrepreneurial tools such as Design Thinking, Timmons Model, SWOT, and Business Model Canvas show that Semar Auto's business planning is considered feasible. Internal factors such as human resources, finance, and digitalization strategies, and external factors such as market opportunities and MSME policy support support for success. In conclusion, innovation-based planning is able to make Semar Auto competitive in the automotive workshop industry and contribute to the growth of local MSMEs.</i> |



## PENDAHULUAN

Dalam konteks global, perkembangan sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah menjadi salah satu pilar utama dalam menggerakkan roda perekonomian, baik di negara berkembang maupun negara maju. World Bank (2020) melaporkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 90% bisnis dan lebih dari 50% lapangan kerja di seluruh dunia. Di Indonesia, peran UMKM bahkan lebih signifikan, menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja nasional (DJPB Kemenkeu, 2024). Di tengah arus globalisasi dan era digitalisasi, sektor ini menunjukkan ketahanan luar biasa, terbukti saat krisis moneter 1998 dan pandemi Covid-19, UMKM menjadi tulang punggung pemulihan ekonomi nasional.

Salah satu subsektor UMKM yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah bidang otomotif, khususnya usaha bengkel mobil. Meningkatnya jumlah kendaraan bermotor menjadi salah satu faktor utama berkembangnya bisnis bengkel. Data dari Badan Pusat Statistik (2023) menunjukkan bahwa populasi kendaraan roda empat di Indonesia meningkat dari 14 juta unit pada 2018 menjadi lebih dari 17 juta unit pada tahun 2022. Hal ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha di sektor layanan otomotif, terutama untuk penyediaan jasa perawatan dan perbaikan kendaraan. Persatuan Bengkel Otomotif Indonesia (PBOIN) menyatakan bahwa dari 400.000 lebih unit bengkel di Indonesia, sekitar 95% dikelola oleh pelaku UMKM.

Namun, meski prospek pasar cukup menjanjikan, pelaku usaha bengkel masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa faktor yang menyebabkan timbulnya permasalahan di antaranya adalah kurangnya inovasi dalam pelayanan, keterbatasan penguasaan teknologi digital, kurangnya strategi pemasaran yang efektif, serta minimnya pengelolaan operasional yang profesional. Banyak bengkel masih menerapkan sistem kerja tradisional tanpa manajemen yang terstruktur. Selain itu, kurangnya pelatihan dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia juga menjadi kendala yang menyebabkan lemahnya daya saing.

Dampak dari berbagai faktor tersebut cukup signifikan. Banyak bengkel UMKM yang stagnan, sulit bertahan dalam persaingan, bahkan tidak sedikit yang akhirnya gulung tikar. Persaingan yang ketat dari bengkel-bengkel besar atau diler resmi dengan dukungan modal dan teknologi yang lebih kuat, semakin mempersempit ruang gerak bengkel kecil. Kurangnya inovasi membuat konsumen beralih ke penyedia layanan yang menawarkan pengalaman lebih baik dan nilai tambah seperti kemudahan booking online, ruang tunggu nyaman, hingga garansi pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif dalam bisnis bengkel tak lagi cukup hanya dengan keterampilan teknis, namun harus dibarengi dengan manajemen modern dan pelayanan berbasis kebutuhan konsumen.

Dalam penelitian ini, variabel utama yang menjadi fokus adalah \*inovasi layanan\* dan \*perencanaan bisnis\*. Inovasi layanan mencakup pembaruan dalam hal teknologi, pelayanan pelanggan, fasilitas fisik, dan sistem manajemen. Adapun perencanaan bisnis melibatkan analisis aspek internal dan eksternal yang memengaruhi keberlanjutan usaha, seperti struktur organisasi, strategi pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, hingga aspek legalitas. Kombinasi kedua variabel ini diyakini mampu mendorong transformasi bisnis bengkel tradisional menjadi lebih profesional dan kompetitif. Model pendekatan seperti Design Thinking, Timmons Model, SWOT, dan Business Model Canvas digunakan untuk menyusun strategi yang berbasis pada empati terhadap kebutuhan konsumen dan kelayakan pasar.

Keunikan (novelty) dalam penelitian ini terletak pada integrasi model-model kewirausahaan dalam perencanaan bisnis bengkel mobil Semar Auto yang berlokasi di kawasan wisata Lembang. Selain menawarkan jasa perbaikan kendaraan, Semar Auto juga mengembangkan pendekatan layanan berbasis pengalaman (experience-based service) dengan ruang tunggu yang nyaman, konsep branding yang kuat, serta penggunaan media sosial untuk promosi dan komunikasi pelanggan. Tidak hanya meneliti kelayakan bisnis, penelitian ini juga

membangun fondasi manajerial dan kultural perusahaan yang berorientasi pada konsumen. Pendekatan inovatif ini jarang ditemukan dalam studi-studi sejenis yang biasanya hanya fokus pada aspek keuangan atau teknis.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada kebutuhan untuk membangun UMKM otomotif yang mampu bersaing di tengah transformasi digital dan meningkatnya ekspektasi konsumen. Dengan populasi kendaraan yang terus bertumbuh dan perubahan perilaku konsumen yang mengutamakan kenyamanan dan efisiensi, Semar Auto perlu mengadopsi strategi bisnis yang terstruktur dan inovatif. Penelitian ini menjadi penting sebagai prototipe pengembangan bengkel modern berbasis UMKM yang tidak hanya fokus pada profitabilitas, tetapi juga pada keberlanjutan usaha dan kontribusi sosial.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perencanaan bisnis yang dapat diterapkan oleh bengkel Semar Auto dengan memperhatikan faktor internal seperti struktur organisasi, budaya kerja, sumber daya, serta faktor eksternal seperti lingkungan pasar, persaingan, dan kebutuhan konsumen. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji kelayakan bisnis dari berbagai aspek, termasuk aspek keuangan, pemasaran, operasional, dan teknologi, dengan pendekatan model kewirausahaan dan manajemen strategis yang relevan.

Manfaat dari penelitian ini terbagi ke dalam tiga kategori utama. Pertama, bagi praktisi bisnis, penelitian ini dapat menjadi panduan strategis dalam menyusun rencana bisnis bengkel secara profesional dan berkelanjutan. Kedua, bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat menambah referensi ilmiah dalam pengembangan teori kewirausahaan dan strategi bisnis UMKM berbasis layanan otomotif. Ketiga, bagi pemerintah dan pemangku kebijakan, penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam menyusun kebijakan pemberdayaan UMKM di sektor otomotif serta pelatihan kewirausahaan berbasis inovasi dan teknologi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam mengenai strategi perencanaan bisnis bengkel mobil Semar Auto dalam menghadapi tantangan usaha dan membangun keunggulan kompetitif di kawasan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi aktual serta merumuskan solusi berbasis inovasi dan kewirausahaan dengan menggunakan data-data empiris yang dikumpulkan dari lapangan. Fokus utama dari penelitian ini adalah mengidentifikasi peluang usaha, menganalisis kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, serta menyusun model perencanaan bisnis yang berorientasi pada konsumen dan berkelanjutan.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, khususnya pada kawasan Jalan Grand Hotel, Jalan Tangkuban Parahu, dan beberapa titik strategis lainnya yang menjadi pusat aktivitas bengkel mobil UMKM. Lembang dipilih sebagai lokasi penelitian karena wilayah ini memiliki karakteristik mobilitas kendaraan yang tinggi, terutama pada akhir pekan dan musim liburan, serta menjadi daerah wisata dengan intensitas lalu lintas yang padat. Penelitian dilaksanakan dalam kurun waktu bulan Januari hingga April 2025, mencakup proses observasi langsung ke lokasi, wawancara dengan narasumber, dan pengumpulan dokumentasi pendukung lainnya.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh unit usaha bengkel mobil yang beroperasi di wilayah Kecamatan Lembang, baik yang sudah beroperasi lebih dari 10 tahun maupun yang tergolong usaha baru. Berdasarkan data yang dihimpun, terdapat sekitar 13 bengkel mobil yang aktif menjalankan usaha dengan segmentasi pasar menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Sampel penelitian ini dipilih secara purposive, yaitu bengkel-bengkel yang memiliki karakteristik relevan dan dapat dibandingkan langsung dengan Semar Auto, baik dari segi jenis layanan, model bisnis, maupun pangsa pasar. Selain itu, sampel juga

mencakup konsumen bengkel dan pelaku UMKM di sektor otomotif yang memiliki pengalaman dan pengetahuan dalam manajemen bengkel mobil.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan catatan lapangan. Instrumen ini disusun berdasarkan teori kewirausahaan, perencanaan bisnis, serta kebutuhan untuk mengeksplorasi variabel-variabel utama yang telah ditentukan sebelumnya. Selain itu, alat bantu seperti perekam suara, kamera, dan aplikasi pengolah data digunakan untuk mendukung keakuratan dan kelengkapan informasi yang diperoleh selama proses pengumpulan data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Umum Semar Auto**

Semar Auto merupakan usaha bengkel mobil yang dirancang dengan konsep modern, berlokasi di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Wilayah ini dipilih karena memiliki potensi pasar tinggi, mengingat Lembang adalah destinasi wisata populer yang padat kendaraan pribadi. Berdasarkan data survei lapangan, terdapat 13 bengkel mobil yang telah beroperasi lebih dari 10 tahun di daerah tersebut, namun mayoritas belum mengadopsi inovasi layanan berbasis teknologi dan kenyamanan pelanggan.

Semar Auto mengambil peluang ini dengan menawarkan layanan yang menyatu antara teknologi, pelayanan konsumen, dan fasilitas fisik bengkel. Nama "Semar Auto" sendiri diambil dari tokoh pewayangan Semar yang mencerminkan ketulusan, kebijaksanaan, dan kekuatan karakter, yang menjadi filosofi dasar pelayanan bisnis ini.

### **Gambaran Spesifik Inovasi dan Variabel yang Dikaji**

Terdapat tiga pilar inovasi yang menjadi inti dari penelitian ini, yaitu inovasi teknologi, inovasi pelayanan, dan inovasi fasilitas. Pada aspek teknologi, Semar Auto mengusung alat diagnosa otomatis dan sistem pemesanan melalui aplikasi mobile serta kanal komunikasi WhatsApp yang tersentralisasi. Teknologi ini bertujuan untuk mempercepat proses layanan dan meningkatkan akurasi dalam mendiagnosis kendaraan.

Dalam dimensi pelayanan, Semar Auto memberikan layanan antar jemput kendaraan, program loyalitas konsumen, garansi layanan, dan kerja sama kolaboratif antar penyedia jasa otomotif. Sementara itu, dari sisi fasilitas, Semar Auto menyiapkan ruang tunggu berstandar kenyamanan tinggi lengkap dengan Wi-Fi, minuman, dan snack gratis—sesuatu yang belum umum di kalangan UMKM bengkel.

Ketiga jenis inovasi tersebut dikaji sebagai variabel kunci dalam pengembangan perencanaan bisnis dan dianalisis melalui pendekatan kewirausahaan (Design Thinking, SWOT, BMC, dan Timmons Model).

### **Karakteristik Data dan Informasi Penelitian**

Data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara dengan pemilik dan tim manajemen Semar Auto, serta analisis dokumen dan benchmarking dengan 5 bengkel pesaing utama di Lembang. Selain itu, wawancara juga dilakukan terhadap 15 konsumen sebagai responden, untuk mengevaluasi ekspektasi dan kepuasan terhadap layanan bengkel modern.

Data keuangan, struktur organisasi, serta strategi pemasaran dan operasional dikumpulkan dan diolah selama periode Januari hingga April 2025. Seluruh data primer dilengkapi dengan data sekunder dari Google Maps, laporan keuangan internal, dan referensi akademik.

### **Temuan 1: Lingkungan Bisnis Internal dan Eksternal**

Analisis IFAS menunjukkan skor 3,31, mengindikasikan bahwa faktor internal Semar Auto (struktur organisasi sederhana, SDM terlatih, lokasi strategis, komunikasi efektif) sangat mendukung pengembangan usaha. Sedangkan skor EFAS adalah 3,33, menggambarkan potensi lingkungan eksternal yang menguntungkan, seperti pertumbuhan jumlah kendaraan, tren digitalisasi, dan rendahnya inovasi kompetitor.

Strategi SO (*Strength-Opportunity*) diimplementasikan melalui peningkatan pemasaran digital, pengembangan layanan baru berbasis permintaan konsumen, dan kemitraan dengan penyedia suku cadang.

### **Temuan 2: Pemasaran dan Segmentasi Pasar**

Melalui strategi STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*), Semar Auto mengidentifikasi tiga segmen utama: pemilik kendaraan pribadi, pengusaha armada, dan pecinta mobil modifikasi. Target utama difokuskan pada pengguna mobil Jepang dengan jenis niaga dan keluarga, karena kelompok ini mendominasi pengguna kendaraan di Bandung Barat.

Posisi brand dikukuhkan sebagai bengkel yang memberikan “solusi lengkap dan nyaman untuk kendaraan Anda.” Strategi promosi dilakukan melalui media sosial, WhatsApp Business, Google Business Profile, dan kolaborasi dengan toko suku cadang. Penempatan lokasi di jalur wisata utama juga memperkuat visibilitas usaha.

### **Temuan 3: Operasional dan Digitalisasi**

Proses operasional Semar Auto dimulai dari penerimaan kendaraan, diagnosa awal, estimasi biaya, eksekusi layanan, uji hasil, hingga penyerahan unit. Setiap tahapan didigitalisasi untuk efisiensi dan transparansi layanan. Sistem manajemen bengkel memungkinkan pelacakan stok suku cadang, riwayat servis kendaraan, hingga rekapitulasi pendapatan harian.

Pengelolaan sumber daya manusia pun mengadopsi sistem digital: absensi online, penilaian kinerja berbasis KPI, serta pelatihan teknis melalui platform digital learning. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas serta motivasi kerja teknisi dan staf admin.

### **Temuan 4: Aspek Keuangan dan Kelayakan Usaha**

Total investasi awal Semar Auto sebesar Rp1.126.000.000 dengan tambahan modal pengembangan sebesar Rp170.000.000. Proyeksi pendapatan selama tiga tahun berasal dari dua sumber utama: penjualan sparepart (Rp5,58 miliar) dan jasa servis (Rp1,18 miliar).

Laporan keuangan menunjukkan tren laba bersih positif: tahun pertama Rp396,8 juta (29%), tahun kedua Rp760 juta (35%), dan tahun ketiga Rp1,27 miliar (39%). Arus kas juga menunjukkan pertumbuhan stabil, menandakan manajemen keuangan yang sehat.

Analisis kelayakan menunjukkan nilai IRR sebesar 50%, jauh di atas tingkat diskonto minimum (20%). R/C Ratio >1 dan Payback Period diproyeksikan hanya 1 tahun 3 bulan, menjadikan proyek ini layak secara finansial untuk dijalankan dan dikembangkan.

### **Temuan 5: Validasi dengan Timmons Model dan Design Thinking**

Dengan menggunakan Timmons Model, hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi tim manajemen, sumber daya, dan peluang pasar pada Semar Auto telah terpenuhi secara baik. Model ini menunjukkan potensi bisnis tinggi, waktu kembali modal cepat, dan nilai tambah signifikan dari IRR dan laba kotor yang tinggi.

Dalam pendekatan Design Thinking, proses inovasi dilakukan melalui lima tahapan: empati (memahami kebutuhan konsumen), define (mendefinisikan masalah), ideate (menawarkan solusi kreatif), prototype (merancang konsep layanan), dan test (pengujian

layanan dan evaluasi). Hasilnya adalah perumusan inovasi layanan berbasis pengalaman pelanggan (experience-based service).

## **PEMBAHASAN**

### **Menjawab Urgensi Penelitian dan Permasalahan yang Diangkat**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fakta bahwa sebagian besar bengkel mobil di Indonesia, khususnya yang dikelola oleh pelaku UMKM, masih menghadapi keterbatasan dalam aspek manajerial, inovasi layanan, dan strategi bisnis berkelanjutan. Seiring dengan peningkatan jumlah kendaraan bermotor yang mencapai lebih dari 17 juta unit secara nasional (BPS, 2023), peluang pasar jasa perawatan kendaraan sangat besar. Namun, banyak bengkel tradisional tidak mampu menangkap peluang ini akibat keterbatasan perencanaan bisnis yang terstruktur dan kurangnya inovasi.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh fakta bahwa persaingan di sektor otomotif semakin ketat, terutama dengan masuknya bengkel modern dan dealer resmi yang menawarkan layanan lengkap, garansi, serta fasilitas digital. Hal ini membuat UMKM bengkel seperti Semar Auto perlu mencari solusi strategis agar dapat bertahan dan berkembang. Maka, penelitian ini secara mendalam mengupas bagaimana sebuah perencanaan bisnis inovatif, berbasis model kewirausahaan, dapat menjadi solusi praktis dan aplikatif.

### **Penyebab Utama Permasalahan**

Dari hasil analisis SWOT dan wawancara mendalam, penyebab utama permasalahan bengkel UMKM di antaranya adalah Kurangnya inovasi pelayanan Bengkel masih beroperasi secara konvensional tanpa memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Keterbatasan modal dan manajemen Banyak pelaku usaha tidak memiliki perencanaan keuangan jangka panjang, serta belum memahami manajemen berbasis data. Tidak adanya sistem digitalisasi Proses pelayanan pelanggan dan manajemen inventori masih dilakukan manual, menyebabkan lambatnya proses dan ketidakefisienan. Promosi tidak efektif Minimnya pemanfaatan media digital membuat jangkauan pasar sangat terbatas.

Semua faktor ini saling berkelindan dan menghambat usaha berkembang. Di sisi lain, konsumen saat ini mengharapkan pelayanan cepat, transparan, dan profesional—yang hanya bisa diwujudkan dengan adanya inovasi dan perencanaan bisnis yang matang.

### **Solusi Melalui Inovasi Perencanaan Bisnis**

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, solusi terhadap permasalahan tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa pendekatan strategis:

1. Penguatan value proposition melalui layanan antar-jemput, ruang tunggu nyaman, dan sistem booking online. Ini menjawab ekspektasi konsumen modern yang mengutamakan kenyamanan dan efisiensi waktu.
2. Digitalisasi operasional dan pemasaran melalui penggunaan WhatsApp Business, Google Business Profile, hingga sistem monitoring servis. Selain meningkatkan efisiensi, ini juga membangun kepercayaan pelanggan karena layanan lebih transparan dan mudah diakses.
3. Penyusunan model bisnis melalui Business Model Canvas (BMC) yang mencakup value creation, channel distribusi, revenue stream, serta manajemen biaya dan hubungan pelanggan.
4. Validasi kelayakan usaha melalui proyeksi keuangan yang menunjukkan  $IRR > 50\%$  dan  $Payback\ Period < 2$  tahun, yang artinya bisnis ini tidak hanya layak tetapi juga menjanjikan keuntungan jangka panjang.

Semua strategi ini selaras dengan kebutuhan transformasi UMKM ke arah modernisasi dan berorientasi pada konsumen.

### **Dampak Positif jika Solusi Diterapkan**

Dampak dari penerapan solusi inovatif ini cukup signifikan, baik dalam jangka pendek maupun panjang. Secara langsung, konsumen akan memperoleh pengalaman servis yang lebih baik, dengan kepastian waktu, harga, dan kualitas. Hal ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan serta mendorong promosi dari mulut ke mulut.

Bagi pemilik usaha, peningkatan efisiensi operasional dan transparansi keuangan akan mempermudah dalam pengambilan keputusan strategis, pengelolaan SDM, dan perluasan bisnis. Dampak jangka panjangnya adalah terbentuknya citra merek (brand image) yang kuat dan dipercaya di kalangan masyarakat lokal.

Jika model Semar Auto ini dapat direplikasi oleh bengkel UMKM lainnya, maka kontribusi sektor otomotif terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja juga akan meningkat. Ini menjadi sinyal positif bagi pembangunan ekonomi berbasis kewirausahaan lokal.

### **Komparasi dengan Penelitian Terdahulu dan Novelty Penelitian**

Keunikan atau novelty dari penelitian ini terletak pada integrasi empat pendekatan kewirausahaan sekaligus dalam menyusun perencanaan bisnis bengkel mobil berbasis UMKM. Sebagian besar studi sebelumnya hanya fokus pada satu aspek seperti analisis kelayakan keuangan atau studi pasar.

Penelitian ini menggabungkan Design Thinking Untuk memahami dan merancang layanan berbasis kebutuhan nyata pelanggan. Timmons Model Untuk mengevaluasi sinergi antara peluang usaha, tim, dan sumber daya yang tersedia. Analisis SWOT dan IFAS-EFAS Untuk menilai kondisi internal dan eksternal secara kuantitatif. Business Model Canvas Sebagai panduan strategis menyusun model bisnis komprehensif.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wahyuni (2019) hanya fokus pada aspek keuangan dan belum menyentuh inovasi layanan. Begitu juga dengan studi oleh Nugroho (2021) yang meneliti digitalisasi bengkel namun tidak memasukkan aspek SDM dan branding. Maka, pendekatan holistik dalam studi Semar Auto ini merupakan terobosan yang dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan literatur kewirausahaan UMKM.

### **Visualisasi Temuan (Analisis SWOT dan Kelayakan)**

Gambar analisis SWOT yang telah disusun memberikan gambaran bahwa nilai Strength (3.31) dan Opportunity (3.33) jauh lebih tinggi dibandingkan Weakness (2.69) dan Threat (2.67). Ini menandakan bahwa Semar Auto memiliki potensi besar untuk berkembang apabila mampu memaksimalkan kekuatannya dan memanfaatkan peluang yang ada.

Visual SWOT ini juga memperkuat logika bahwa strategi yang digunakan adalah strategi SO (*Strength–Opportunity*), yaitu mendorong kekuatan internal untuk mengejar peluang eksternal. Hal ini sejalan dengan hasil IRR sebesar 50% dan R/C ratio  $> 1$  yang menunjukkan bahwa usaha ini sangat menguntungkan secara finansial.

### **Relevansi Sosial dan Ekonomi**

Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi pada ranah akademik, tetapi juga memiliki relevansi tinggi terhadap pembangunan sosial dan ekonomi di tingkat lokal. Dengan menciptakan lapangan kerja baru, menggerakkan ekonomi wilayah Lembang, serta mendorong UMKM untuk naik kelas, Semar Auto dapat menjadi role model bagi pelaku usaha lain.

Lebih dari itu, pendekatan ramah konsumen dan digitalisasi layanan juga menciptakan ekosistem bisnis yang lebih transparan, akuntabel, dan kompetitif. Pemerintah daerah juga dapat menjadikan model ini sebagai dasar pelatihan kewirausahaan bagi pelaku UMKM sektor otomotif di wilayah lain.

### Keterbatasan dan Peluang Penelitian Selanjutnya

Meski telah dilakukan secara mendalam, penelitian ini memiliki keterbatasan. Pertama, karena masih dalam tahap perencanaan, implementasi nyata dari model bisnis Semar Auto belum sepenuhnya dievaluasi dari sisi keberlanjutan dalam waktu panjang. Kedua, jumlah responden terbatas pada wilayah Lembang dan belum menjangkau pasar lebih luas.

Namun, keterbatasan ini menjadi peluang untuk studi lanjutan yang dapat mengevaluasi implementasi perencanaan ini setelah berjalan minimal 1–2 tahun. Studi komparatif antar wilayah juga bisa dilakukan untuk melihat perbedaan perilaku konsumen dan dampaknya terhadap strategi bisnis yang digunakan.

### KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun perencanaan bisnis berbasis inovasi layanan pada Bengkel Semar Auto guna menjawab tantangan pengembangan UMKM otomotif di wilayah Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Studi ini menekankan pentingnya strategi kewirausahaan yang terstruktur untuk menciptakan daya saing dalam industri jasa otomotif yang semakin kompetitif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan internal Semar Auto, seperti kualitas SDM, pelayanan cepat, dan lokasi strategis, mampu dimaksimalkan untuk merespons peluang eksternal berupa peningkatan jumlah kendaraan dan tren digitalisasi layanan. Pendekatan komprehensif melalui Design Thinking, Timmons Model, SWOT, dan Business Model Canvas terbukti efektif dalam merumuskan model bisnis yang aplikatif dan responsif terhadap kebutuhan konsumen modern. Aspek kelayakan usaha juga menunjukkan proyeksi keuntungan yang menjanjikan, didukung oleh efisiensi operasional dan digitalisasi sistem. Kontribusi utama studi ini terhadap literatur kewirausahaan UMKM adalah pada integrasi pendekatan strategis dalam satu kerangka penelitian yang tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga praktis untuk diterapkan. Selain itu, penelitian ini menawarkan model replikasi bagi pelaku usaha sejenis di sektor otomotif yang menghadapi masalah serupa. Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan wilayah dan jangka waktu validasi implementasi. Oleh karena itu, disarankan untuk penelitian lanjutan melakukan studi longitudinal setelah model bisnis dijalankan secara riil, serta memperluas analisis ke wilayah dengan karakteristik pasar yang berbeda. Upaya ini akan memperkuat hasil dan memperkaya kontribusi pada pengembangan UMKM sektor otomotif secara nasional.

### DAFTAR PUSTAKA

- Admin Detik. (2023). *Upaya Menjadikan Parawisata Jabar Naik Kelas*. Detik.Com. <https://www.detik.com/jabar/wisata/d-6995477/upaya-menjadikan-pariwisata-jabar-naik-kelas>
- Admin Pertamina. (2024). *Apa Yang Terjadi Ketika Mesin Mobil Sering Menghadapi Macet*. Pertamina. <https://www.pertaminalubricants.com/news/detail/1361#:~:text=Salah satu dampak utama dari,suhu mesin naik secara signifikan>
- Amartha. (2023). *Jenis Usaha UMKM Di Indonesia*. Amarta.Com. <https://www.amartha.com/blog/work-smart/pengertian-umkm-jenis-fungsi-dan-cara-mendaftar/>
- Ananda Putri, Mellya Embun Baining, F. R. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Mahasiswa Menjadi Enterpreneur Syariah. *JMPAI: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jmpai.v2i3.211>
- Angga Wijaya Holman Fasa, Mahardhika Berlandaldo, A. P. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan Di Indonesia: Pendekatan Analissi Pestel. *Kajian: Menjembatani Teori Dan Persoalan Masyarakat Dalam Perumusan Kebijakan*, 27(1).

<https://doi.org/https://doi.org/10.22212/kajian.v27i1.3612>

- Ardi Afrizal dan Faizal Riza. (2024). Pendampingan Proses Perencanaan Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Bengkel Las Mobil Ncu Buyung Di Kelurahan Pijoan Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UM Jambi*, 1. <https://doi.org/10.53978/jaum.v1i2.420>
- Ari Viqri Zakaria dan Agus Sifaunajah. (2024). Rancang Bangun Sistem Booking Antrian Service Bengkel Mobil Berbasis Website Dengan Framework Codeigniter 3. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i6.11289>
- Asep Deni. (2024). *Manajemen Risiko Pada Era Digital* (Paput Tri Cahyono (ed.)). CV. Rey Media Grafika. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=0\\_YXEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Teori+manajemen+risiko&ots=xSWU7z5H2Z&sig=XLLFdY7XBESTtC3kdKXXUokQuKU&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Teori manajemen risiko&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=0_YXEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Teori+manajemen+risiko&ots=xSWU7z5H2Z&sig=XLLFdY7XBESTtC3kdKXXUokQuKU&redir_esc=y#v=onepage&q=Teori manajemen risiko&f=false)
- Azhar Ahmad, Rini Rahayu Kurniati, R. E. D. (2024). Implementasi Strategi Segmenting, Targetting, Dan Positioning (Stp) Sebagai Upaya Mempertahankan Bisnis Ritel Tradisional Dalam Menghadapi Ritel Modern. *JIAGABI: Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 13(1), 130–143. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/24425/18359>
- Boyke Setiawan Soeratin. (2024). Penerapan Strategi Manajemen Inovasi Untuk Daya Saing Perusahaan Dalam Industri E-Commerce. *JRPP: Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i1.25006>
- Dadan Firmansyah. (2023). *Model Pendampingan Inkubator Bisnis Terhadap Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM)*. Bisnisbandung. <https://www.bisnisbandung.com/opini/39810922960/model-pendampingan-inkubator-bisnis-terhadap-usaha-menengah-kecil-dan-mikro-umkm>
- Dana Budiman, Ari Riswanto, Enny Noegraheni Hindarwati, Rinawati Rinawati, Arief Rahmana, Loso Judijanto, Liza Nora, Masruroh Masruroh, Dida Nurhaida, Eddy Kusnawijaya, Zukra Budi Utama, B. M. (2023). *Manajemen Strategi: Teori Dan Implementasi Dalam Dunia Bisnis Dan Perusahaan* (E. & Sepriano (ed.)). PT Sonpedia Publishing Indonesia. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=l8PmEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA37&dq=Manajemen+Strategis+teori+seperti+apa&ots=zJgwe21tY2&sig=e2nj-ee1uCaq99ZYVrqv5eHCciM&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Manajemen Strategis teori seperti apa&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=l8PmEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA37&dq=Manajemen+Strategis+teori+seperti+apa&ots=zJgwe21tY2&sig=e2nj-ee1uCaq99ZYVrqv5eHCciM&redir_esc=y#v=onepage&q=Manajemen Strategis teori seperti apa&f=false)
- Dani M Dahwiliyani. (2022). *Otomotif Kembali Tumbuh, Pelaku Bengkel di Indonesia Ikut Menggeliat*. Inews. <https://www.inews.id/otomotif/motor/otomotif-kembali-tumbuh-pelaku-bengkel-di-indonesia-ikut-menggeliat>
- Diksi Metris, Esti Nur Wakhidah, Indy Alfin Faujie, E. A. K. (2024). Design Thinking: Transformasi Manajemen Kinerja dan Budaya Organisasi. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 11(2). <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.31602/al-kalam.v11i2.14192>
- DJPB KEMENKEU. (2024). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. Djpb.Kemenkeu.Go.Id.
- Eris Sutrisna, Danis Wahyu, dan B. L. (2024). *Manajemen Pemasaran* (Billy Lazuardi (ed.)). Indonesia Emas Group.

- [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=IqQrEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Manajemen+pemasaran+berfungsi+untuk+apa&ots=CuxgvrZNKz&sig=dutw0pK\\_d sQrWqEtXPg9pY1-tZQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Manajemen pemasaran berfungsi untuk apa&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=IqQrEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Manajemen+pemasaran+berfungsi+untuk+apa&ots=CuxgvrZNKz&sig=dutw0pK_d sQrWqEtXPg9pY1-tZQ&redir_esc=y#v=onepage&q=Manajemen pemasaran berfungsi untuk apa&f=false)
- Erry Cahyono dan Heri Susanto. (2024). Penerapan CRM Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Teknologi Ilmu Komputer*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.56854/jtik.v2i2.246>
- Fajar Harapan. (2023). *UMKM Untuk Perekonomian Indonesia*. Fajarharapan.Id. <https://www.fajarharapan.id>
- Ghufran Al Fikri, Ena Marlana, Pipit Fitriani, Aceng Aliyudin, M. V. (2024). *Strategi Manajemen: Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal*. 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.51977/jsj.v6i1.1629>
- Hasna Inayah N. M dan Alfiandi I. M. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Pada UMKM Alief Onion's. *JPKMN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1). <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2510>
- Hesti Kusumaningrum, Muftiatul Husna, C. A. (2024). Analisis SWOT Sebagai Upaya Peningkatan Evaluasi Internal Lingkungan Perusahaan Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing. *AL-Faiza: Journal Of Islamic Education Studies*, 2(2). <https://www.jurnal.zarilgapari.org/index.php/faiza/article/view/90>
- Hilman Kamaludin. (2024). *Ratusan Ribu Kendaraan Padati Jalur Wisata Lembang*. Jabar.Tribunnews. <https://jabar.tribunnews.com/2024/04/12/ratusan-ribu-kendaraan-padati-jalur-wisata-lembang-hingga-h2-lebaran>
- K.C. Charriot. (2024). Business Plan For Charriot Motors. *University of New York ProQuest Dissertations & Theses*. <https://www.proquest.com/openview/221ce65ca99b65deedb939a69fa7a345/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Kadin. (2024). *UMKM Indonesia*. Kadin Indonesia. [https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/#:~:text=Peran UMKM sangat besar untuk,%2C setara Rp9.580 triliun.](https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,%2C%20setara%20Rp9.580%20triliun.)
- Keni Kaniawati, Artarina DA Samoedra, Adjeng Mariana Febrianti, Meriza Hendri, R. K. (2021). Entrepreneurial mind in fierce competition for startup businesses. *Rigeo*, 11(6). [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=8gSgAOcA AAAJ&pagesize=80&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=8gSgAOcAAAAJ:4TOpqqG69KYC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=8gSgAOcA AAAJ&pagesize=80&sortby=pubdate&citation_for_view=8gSgAOcAAAAJ:4TOpqqG69KYC)
- Keni Kaniawati, Dede Ansyari G., Trees, Supiati, Hartati, M. Safii, Gusti Ayu A., Irwansyah P., Sabaruddin S., N. P. M. A. D. (2024). *Kewirausahaan dan Bisnis* (Lambrika Dwi (ed.)). Aksara Sastra. [https://www.researchgate.net/publication/382460390\\_Kewirausahaan\\_dan\\_Bisnis#pfb](https://www.researchgate.net/publication/382460390_Kewirausahaan_dan_Bisnis#pfb)
- Keni Kaniawati, Ifa Latifah, Fansuri Munawar, Yanny Iriani, M. H. (2022). Strategi Inovasi Produk Opak Oded Dalam Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Conggeang Wetan Kabupaten Sumedang. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 3(1), 10–19. [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=8gSgAOcA AAAJ&start=20&pagesize=80&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=8gSgAOcAAAAJ:mVmsd5A6BfQC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=8gSgAOcA AAAJ&start=20&pagesize=80&sortby=pubdate&citation_for_view=8gSgAOcAAAAJ:mVmsd5A6BfQC)

- Keni Kaniawati, Nela Nuri, Obsatar Sinaga, R. R. (2021). Coffee Business Development Model. *Rigeo*, 11(6).  
[https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=8gSgAOcAAAAJ&pagesize=80&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=8gSgAOcAAAAJ:j3f4tGmQtD8C](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=8gSgAOcAAAAJ&pagesize=80&sortby=pubdate&citation_for_view=8gSgAOcAAAAJ:j3f4tGmQtD8C)
- Keni Kaniawati, Shinta R, Ariawan A, Abdi F, dan A. K. A. (2024). Digital Navigation: The Role of Marketing Literacy, Employee Engagement, and Internal Culture in SMEs' Success. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 22(4).  
[https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=8gSgAOcAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=8gSgAOcAAAAJ:pqnbT2bcN3wC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=8gSgAOcAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=8gSgAOcAAAAJ:pqnbT2bcN3wC)
- Keni Kaniawati dan Isnaini Rochman. (2025). Business planning Say Yummy Sempol Ayam. *JESS: Journal of Economic Empowerment Strategy*, 8(1), 14–24.  
[https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=8gSgAOcAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=8gSgAOcAAAAJ:3s1wT3WcHBgC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=8gSgAOcAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=8gSgAOcAAAAJ:3s1wT3WcHBgC)
- Keni Kaniawati dan Kamila Rasyida A. (2024). *Creativity on Business Success at CV. Kafa Dwikarya Travel Agency*. 1st Widyatama International Conference on Management, Social Science and Humanities (ICMSSH 2024).  
[https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=8gSgAOcAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=8gSgAOcAAAAJ:ldfaerwXgEUC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=8gSgAOcAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=8gSgAOcAAAAJ:ldfaerwXgEUC)
- Kurniawan Prambudi Utomo, Faroman Syarief, Muhammad Aziz Winardi, Rachmat Fadly, William Widjaja, Retno Setyorini, Tiris Sudrartono, Muhammad Hasan, Rizka Zulfikar, Diana Triwardhani, Eko Yulianawan, Fahmi Kamal, R. L. (2021). *Dasar Manajemen dan Kewirausahaan* (N. Rismawati (ed.)). Widina Bhakti Persada Bandung.  
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=GgpGEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=sejarah+kewirausahaan+di+indonesia&ots=mCRxKiTnKv&sig=kytA79rL\\_r8FXP9fgb0nZzZCAsY&redir\\_esc=y#v=onepage&q=sejarah+kewirausahaan+di+indonesia&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=GgpGEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=sejarah+kewirausahaan+di+indonesia&ots=mCRxKiTnKv&sig=kytA79rL_r8FXP9fgb0nZzZCAsY&redir_esc=y#v=onepage&q=sejarah+kewirausahaan+di+indonesia&f=false)
- Lutfi Alhazami, Loso Judijanto, Budi Harto, Sulistianingsih Sulistianingsih, Alia Tri Utami, H. Andi Rustam, W. M. (2024). *Manajemen Keuangan: Praktik Bagi Wirausaha Pemula* (Efitra (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.  
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=m5ktEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA81&dq=Manajemen+keuangan+berfungsi+untuk+apa&ots=HjnuDCvHJm&sig=UaSj4MT9n80shiiXXUBcrIVoJGI&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Manajemen+keuangan+berfungsi+untuk+apa&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=m5ktEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA81&dq=Manajemen+keuangan+berfungsi+untuk+apa&ots=HjnuDCvHJm&sig=UaSj4MT9n80shiiXXUBcrIVoJGI&redir_esc=y#v=onepage&q=Manajemen+keuangan+berfungsi+untuk+apa&f=false)
- M. Junaidi. (2023). *UMKM Hebat Perekonomian Nasional Meningkatkan*. Djpb.Kemenkeu.Go.Id.  
<https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Maria Inês Monteiro Celorico. (2024). Business Classic car spare parts for restoration: International supply chain and environmental impact. *ISCTE: University Institute Of Lisbon*, 1(1).  
[https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/33205/1/master\\_maria\\_monteiro\\_celorico.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/33205/1/master_maria_monteiro_celorico.pdf)
- Meddy Nurpratama dan Agus Yudianto. (2023). *Model Bisnis Plan dan Daya Saing UMKM Melalui Strategi Pemasaran Produk Terasi Bawang Di Indramayu*. 9(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31943/investasi.v9i2.278>
- Moh Rifaizal Lahmudin, Nekky Rahmiyati, M. Suyanto, dan Y. K. W. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Sparepart Sepeda Motor Dengan Menggunakan Analisis Swot

- Pada Toko Zif Jaya Gorontalo. *Journal of Management and Innovation Entrepreneursip (JMIE)*, 1. <https://doi.org/10.70248/jmie.v1i4.1067>
- Muhammad Dimar Alam, Helmy Aulia Rahman, P. A. P. A. (2023). Workshop Design Thinking dalam Meningkatkan Kreativitas dan Kewirausahaan UMKM di Kota Malang. *JPKMN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(5). <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i5.2476>
- Nur Alam L. N, Ahmadi Usman, A. H. (2024). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. PT. Nas Media Indonesia. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=uGA4EQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=timmons+model+kewirausahaan+proses&ots=Slafk6jARH&sig=Yrwbq2zyFXzollg5eW01Nw-SLh0&redir\\_esc=y#v=onepage&q=timmons+model+kewirausahaan+proses&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=uGA4EQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=timmons+model+kewirausahaan+proses&ots=Slafk6jARH&sig=Yrwbq2zyFXzollg5eW01Nw-SLh0&redir_esc=y#v=onepage&q=timmons+model+kewirausahaan+proses&f=false)
- Pranadita, N., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2022). The Effect of Work Creation Law on the Five Forces of Competition Related to the Formulation of Competitive Strategies According to Michael E. Porter. *Proceedings of the 6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)*, 657(Gcbme 2021), 491–496. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220701.090>
- Pratiwie Nirmala D, Chandra Hendriyani, dan R. M. R. (2021). Analisis Implementatasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *JIP: Jurnal Industri Dan Perkotaan*, 17(2). <https://jip.ejournal.unri.ac.id/index.php/JIP/article/view/5830>
- Ratna Ekawati, Ardenta Toga Prawira, Arif Saptiyadi, Ayuningtyas Woro Hapsari, Galih Prihasetya, M. S. (2024). Business Model Canvas Of Auto Detailing And Car Wash Home Service. *JISS: Journal Industrial Servicess (Industrial Engineering Advance Research & Application)*, 10(1). <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jiss/article/view/24440/12346>
- Rini Wijayaningsih, Ananda Ummu Thoyibah, Dika Febriansyah, Marcellita Capritallim, Rani Anggitasari, Saibatul Aslamiyah, Muhammad Wallid Alba, Yefta Berliana, & T. B. R. (2024). Penerapan Bisnis Plan Pada Usaha Mie Gacoan. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 5(11). <https://doi.org/https://doi.org/10.8734/musytari.v5i11.3844>
- SSCX International. (2023). *Tiga Prinsip Utama Metode Design Thinking*. SSCX. <https://sscxinternational.com/blog/tiga-prinsip-utama-metode-design-thinking/>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Edisi Kedu). Alfabeta.
- Surya Meygi Wardana. (2024). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Pada Bengkel Rapak Jaya Mobil Menggunakan Metode Ward And Peppart. *UINSI*. <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/DiJITAC/article/download/9053/2918/>
- Susiwijono Moegiarso. (2024). *Redam Dampak Perlambatan Ekonomi Negara Maju, Pemerintah Akselerasi Peningkatan Kinerja Ekspor Nasional*. EKON.GO.ID. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5636/redam-dampak-perlambatan-ekonomi-negara-maju-pemerintah-akselerasi-peningkatan-kinerja-ekspor-nasional>
- Syahrullah A. dan Ikhbariaty K. Q. (2022). Pengantar Kewirausahaan (Entrepreneurship) Untuk Mahasiswa. *JAI: Jurnal Abdimas Indonesia*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.53769/jai.v2i3.312>

- Tiurniari Purba, Nora Pitri Nainggolan, Nurhabsyina, Indah Alvia Rahmadani, T. A. P. (2024). Penerapan Bisnis Model Kanvas Pada Produk Tawanyesss. *Postgraduate Management Journal*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.36352/pmj.v3i2.732>
- Topi Ruuska. (2024). Developing Business Plan Of A Small Family-Owned Business. *Laurea University of Applied Sciences*. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/861513/Ruuska\\_Topi.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/861513/Ruuska_Topi.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Van Becham Nainggolan dan Welly Sugianto. (2024). Perencanaan Bisnis Dan Pengendalian Ketersediaan Spare Part Mobil Di Bengkel Josua. *Comasie*, 11(4). <https://doi.org/http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/comasiejournal>
- Wuryan Adyani dan Eko Ganis S. (2022). *Kewirausahaan dan Ide Kreatif*. UB Press. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=iNHDEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=keputusan+Menteri+Koperasi+dan+Pembinaan+Pengusaha+Kecil+No.961/KEP/M/XI/1995&ots=vCDeZ2GocL&sig=MzteMSNkrV5YCsugRax8Hmtf9Xs&redir\\_esc=y#v=onepage&q=keputusan Menteri Koperasi dan](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=iNHDEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=keputusan+Menteri+Koperasi+dan+Pembinaan+Pengusaha+Kecil+No.961/KEP/M/XI/1995&ots=vCDeZ2GocL&sig=MzteMSNkrV5YCsugRax8Hmtf9Xs&redir_esc=y#v=onepage&q=keputusan Menteri Koperasi dan)
- Yusuf Abdhul Azis. (2023). *Market Size: Definisi, Cara Menentukan, Mengukur dan Contoh*. Deepublish. [https://deepublishstore.com/blog/market-size-adalah/?srsltid=AfmBOoqtmDfbzfkfobi1t2EnPrInTSsGaeg8WK74-D7m26epiBk\\_mkyXo](https://deepublishstore.com/blog/market-size-adalah/?srsltid=AfmBOoqtmDfbzfkfobi1t2EnPrInTSsGaeg8WK74-D7m26epiBk_mkyXo)
- Zulaiha Kaderi and Abd Razak Ahmad. (2023). Business Plan Motorcycle Workshop for Tuning and Performances. *Management of Technology and Business (Universiti Tun Hussein Onn Malaysia)*, 4(2). <https://publisher.uthm.edu.my/periodicals/index.php/rmtb/article/view/11741>