

ANALISIS MODEL BISNIS PADA CV ABC MENGGUNAKAN BISNIS MODEL CANVAS BUSINESS MODEL ANALYSIS ON CV. ABC USING BUSINESS MODEL CANVAS

Uswatun Hasanah, Aditya Wardhana

Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
uswatunhasanah@student.telkomuniversity.ac.id, Aditya@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Di era globalisasi dan berkembangnya perdagangan bebas, perusahaan ekspedisi memiliki peranan penting dalam menciptakan kesinambungan pemenuhan kebutuhan aktivitas produksi, konsumsi dan distribusi sehingga jasa pengangkutan harus mendapat perhatian secara berkelanjutan. CV. ABC merupakan salah satu perusahaan keluarga yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang dengan menggunakan angkutan darat. CV. ABC didirikan sejak 29 Agustus 1994 dan perusahaan ini sudah berdiri selama 25 tahun. Pelayanan jasa yang ditawarkan oleh CV. ABC menyediakan pengiriman barang dengan truk pengiriman sekali jalan, sewa truk untuk melakukan proyek dengan jangka waktu tertentu, menyewakan alat berat, melayani pengiriman barang dengan kapal laut dan membantu dalam mengasuransi muatan yang dikirim. Proporsi nilai yang ingin disampaikan oleh CV. ABC yaitu memberikan pelayanan terbaik dengan penyediaan truk sesuai kebutuhan konsumen dengan menawarkan harga terjangkau, pengurangan resiko dengan mengasuransi barang yang mahal dan rawan rusak, dengan duit pertama bervariasi sesuai dengan kategori loyalitas menurut CEO CV. ABC dan pelunasan bisa bernegosiasi dengan CEO CV. ABC. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa dan memperbaiki model bisnis CV. ABC dengan pendekatan teori *Business Model Canvas* oleh Osterwalder & Pigneur (2010). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis deskripsi. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara *in-dept interview*, pengamatan langsung lapangan, serta dokumentasi berdasarkan situasi sosial CV. ABC. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah uji kreabilitas, transferabilitas, dependabilitas dan konfirmabilitas. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah evaluasi serta rekomendasi model bisnis dari CV. ABC yang diperoleh berdasarkan hasil dari analisis SWOT pada setiap elemen *business model canvas* yang dilakukan untuk memperbaiki kelemahan dari Sembilan elemen bisnis CV. ABC agar pelaksanaan kegiatan bisnis CV. ABC dapat maksimal.

Kata Kunci : Bisnis Model, Bisnis Model Canvas, Analisis SWOT, CV. ABC

Abstract

In the era of globalization and the development of free trade, shipping companies have an important role in creating sustainability in meeting the needs of production, consumption and distribution activities so that transportation services must receive sustained attention. CV. Abc

Universitas
Telkom

is one of the family companies engaged in freight forwarding services using land transportation. CV. ABC was founded on August 29, 1994 and the company has been established for 25 years. Services offered by CV. ABC provides delivery of goods in one-way shipping trucks, renting trucks to carry out projects for a certain period of time, renting out heavy equipment, serving shipping goods by ship and assisting in insuring the cargo that is sent. The proportion of values to be conveyed by CV. ABC is to provide the best service by providing trucks according to the needs of consumers by offering affordable prices, reducing risk by insuring expensive and prone to damaged goods, with the down payment varying according to the loyalty category according to CEO CV. ABC and repayment can negotiate with CEO CV. A B C. The purpose of this study is to analyze and improve the business model of CV. ABC with the Business Model Canvas theory approach by Osterwalder & Pigneur (2010). The method used in this study is a qualitative method with a description type. Data collection techniques in this study were conducted by in- dept interview interview, direct observation in the field, and documentation based on the social situation of CV. A B C. The data validity technique used is the test of creativity, transferability, dependability and confirmability. The results of this study are an evaluation and recommendation of a business model from CV. ABC is obtained based on the results of the SWOT analysis on each element of the business model canvas which is done to correct the weaknesses of the nine business components of CV. ABC so that the implementation of business activities CV. ABC can be the maximum.

Keyword : *Business Model, Business Model Canvas, SWOT Analysis, CV. ABC*

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan berkembangnya perdagangan bebas, perusahaan ekspedisi memiliki peranan penting dalam meningkatkan tingkat aksesibilitas sehingga sumber daya alam semakin mudah untuk dikelola dan dapat disalurkan ke pasar sesuai daya beli masyarakat dengan waktu yang lebih singkat .

PDB Lapangan Usaha (Seri 2010)	[Seri 2010] Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010 (Persen)				
	Laju Pertumbuhan Kumulatif (c-to-c) 2018				
	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Tahunan
A. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	3.34	4.06	3.92	3.91	3.91
B. Pertambangan dan Pengalihan	1.06	1.85	2.13	2.16	2.16
C. Industri Pengolahan	4.6	4.24	4.28	4.27	4.27
D. Pengadaan Listrik dan Gas	3.31	5.42	5.48	5.47	5.47
E. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	3.65	3.79	4.61	5.46	5.46
F. Konstruksi	7.35	6.53	6.27	6.09	6.09
G. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	4.99	5.11	5.16	4.97	4.97
H. Transportasi dan Pergudangan	8.56	8.63	7.59	7.01	7.01
1. Angkutan Rel	11.67	12.22	11.06	10.7	10.7
2. Angkutan Darat	7.19	7.53	7.37	7.15	7.15
3. Angkutan Laut	13.09	11.57	8.96	7.22	7.22
4. Angkutan Sungai Danau dan Penyeberangan	5.18	6.41	5.93	5.29	5.29
5. Angkutan Udara	9.37	9.47	6.85	5.83	5.83
6. Perdagangan dan Jasa Penunjang Angkutan; Pos dan Kurir	10.84	10.35	8.64	7.85	7.85
I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	5.17	5.39	5.56	5.66	5.66
J. Informasi dan Komunikasi	7.76	6.41	7	7.04	7.04
K. Jasa Keuangan dan Asuransi	4.23	3.64	3.47	4.17	4.17
L. Real Estate	3.19	3.13	3.36	3.58	3.58
M,N. Jasa Perusahaan	8.04	8.47	8.54	8.64	8.64
O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	5.79	6.5	6.98	7.02	7.02
P. Jasa Pendidikan	4.84	4.94	5.5	5.36	5.36
Q. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	6.06	6.56	6.89	7.13	7.13
R,S,T,U. Jasa lainnya	5.22	5.22	5.22	5.22	5.22
C. PRODUK DOMESTIK BRUTO	5.06	5.17	5.17	5.17	5.17

Gambar 1.3 Laju Pertumbuhan PDB Lapangan Usaha 2018

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2018

Berdasarkan data dari BPS pada tahun 2018 menunjukkan bahwa sector transportasi dan pergudangan termasuk dalam 6 sektor yang mengalami pertumbuhan terbesar di Indonesia.

CV. ABC merupakan salah satu perusahaan keluarga yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang dengan menggunakan angkutan darat. CV. ABC didirikan sejak 29 Agustus 1994 dan perusahaan ini sudah berdiri selama 25 tahun. CV. ABC beralamat di Jl. Keting No. 12A , Teluk Gong, Jakarta Utara. Model usaha yang dijalankan oleh CV. ABC adalah B2B (*Business to Business*) .

BMC (*business model canvas*) adalah sebuah rancangan konsep abstrak sebuah model bisnis yang mempresentasikan strategi dan proses bisnis dalam organisasi (Alex Osterwalder, 2010). Strategi dan proses bisnis perusahaan dapat digambarkan secara rinci dan menyeluruh didalam permodel bisnis ini. BMC mendeskripsikan strategi suatu perusahaan dalam sembilan elemen dalam model bisnis, yaitu customer segments, value proposition , channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnership dan cost structure. Setelah

dilakukan wawancara langsung kepada pemilik perusahaan dan staff perusahaan, lalu disesuaikan dengan wawancara pelanggan perusahaan, ditemukan adanya kendala yang dihadapi oleh perusahaan, diantaranya :

1. Membutuhkan modal yang besar terkait elemen *cost structure*.
2. Belum menyeleksi karyawan secara selektif sesuai jenjang pendidikan minimal pada umumnya sehingga mula-mula belum berpengalaman melaksanakan tugas dibidangnya , terkait elemen *key resources*.
3. Saluran pemasaran yang dilakukan CV. ABC belum bervariasi terkait elemen Channel.
4. Truk belum Peremajaan , dan belum menerapkan teknologi modern dalam proses bisnis terkait elemen Key Resources
5. Pemeriksaan kondisi truk belum rutin terkait dengan elemen *key activities*.

Selain permasalahan internal yang dimiliki CV. ABC, saat ini CV. ABC mendapat tantangan dari luar yaitu berkembang pesat bisnis ekspedisi dengan bertambahnya perusahaan baru dibidang ekspedisi dan persaingan bisnis yang ketat dengan perusahaan lama. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan, Penulis menganalisis kondisi perusahaan dengan analisis SWOT dan mencoba memetakan kondisi perusahaan kedalam model bisnis dengan pendekatan bisnis model canvas. selanjutnya, memberikan hasil evaluasi dan usulan model bisnis dengan pendekatan bisnis model canvas. BMC ini sering digunakan dalam permodelan bisnis dikarenakan memetakan alur secara simple namun efektif dalam penjabaran elemen penting dalam menentukan tujuan dan target secara jelas dalam bisnis. Business Model Canvas menerjemahkan rencana bisnis menjadi proses bisnis (BoB Dunn, Amerika Serikat dalam Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2014:..).

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti melakukan penelitian dalam strategi bisnis CV. ABC agar dapat unggul dalam persaingan , yang berjudul “ Analisis Bisnis Model menggunakan Pendekatan Bisnis Model Canvas pada CV. ABC”

2. DASAR TEORI DAN METODE PENELITIAN

2.1 Pengertian Transportasi

Transportasi merupakan pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan, dimana menyebabkan nilai barang lebih tinggi ditempat tujuan dari tempat asal. Nasution (2015:3).

2.2 Bisnis Model Canvas

Menurut Alexander Osterwalder dan yves Pigneur (2014), *business model canvas* merupakan cara yang dapat membantu perusahaan dalam merumuskan model bisnis yang inovatif bagi perusahaan dalam rangka mencapai tujuan-tujuan dalam perusahaan. Model bisnis dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui Sembilan blok bangunan dasar (*The Nine Building Blocks*) yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana suatu perusahaan mencapai tujuannya.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai *The Nine Building Blocks*, yaitu:

1. *Customer Segments*

Blok bangunan segmen pelanggan menggambarkan sekelompok orang atau organisasi berbeda yang ingin dijangkau atau dilayani oleh perusahaan

2. *Value Proposition*

Blok bangunan proporsi nilai menggambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk segmen pelanggan spesifik. *Value proposition* (Proporsi nilai) merupakan salah satu alasan bagi pelanggan untuk beralih dari satu perusahaan ke perusahaan lain.

3. *Channels*

Channels atau saluran menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan berkomunikasi dengan segmen pelanggannya dan menjangkau mereka untuk memberikan *Value Proposition*.

4. *Customer Relationship*

Hubungan pelanggan menggambarkan berbagai jenis hubungan yang dibangun perusahaan bersama segmen pelanggan yang spesifik.

5. *Revenue stream*

Arus pendapatan menggambarkan uang tunai yang dihasilkan oleh perusahaan dari masing- masing segmen pelanggan, bahwa biaya harus mengurangi pendapatan untuk menghasilkan pemasukan

6. *Revenue stream*

Arus pendapatan menggambarkan uang tunai yang dihasilkan oleh perusahaan dari masing- masing segmen pelanggan, bahwa biaya harus mengurangi pendapatan untuk menghasilkan pemasukan

7. *Key Activities*

Aktivitas kunci menggambarkan hal terpenting yang harus dilakukan oleh perusahaan agar model bisnisnya dapat

bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan.

8. *Key partnership*

Kemitraan utama menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis suatu perusahaan dapat bekerja.

9. *Cost Structure*

Menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengoperasikan sebuah model bisnis. Struktur biaya menjelaskan mengenai biaya-biaya terpenting yang muncul ketika suatu perusahaan mengoperasikan model bisnis tertentu.

2.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), ancaman (*Threat*). Menurut Pearce dan Robinson, analisis SWOT merupakan teknik historis untuk menciptakan gambaran umum terkait situasi strategis perusahaan secara cepat. Berikut ini adalah penjelasan dari SWOT menurut Fred R. David:

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani.

2. Kelemahan (*Weakness*).

Kelemahan adalah keterbatasan kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan.

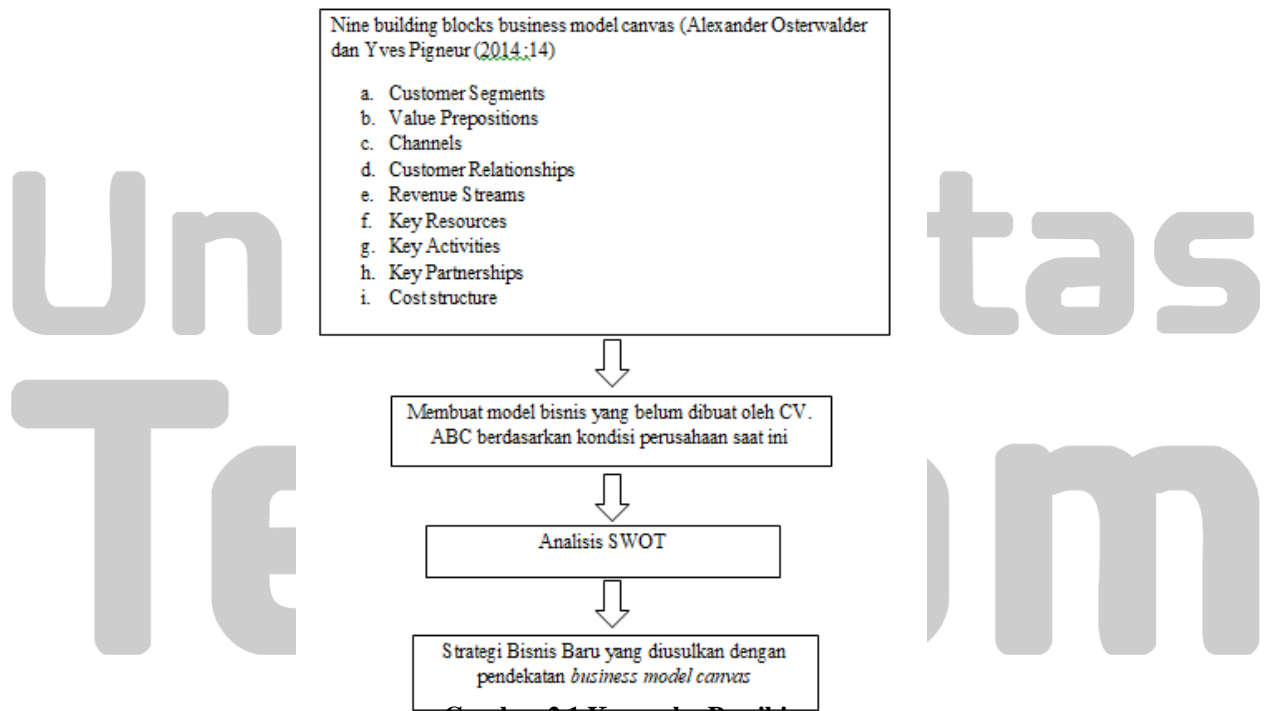
3. Peluang (*opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

2.4 Kerangka



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Diolah oleh peneliti

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan pada gambar 2.1 maka pada penelitian ini menetapkan suatu konseptual yang berfungsi sebagai pedoman sekaligus alur berfikir dalam menyelesaikan masalah ini.

2.9 METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis studi deskriptif dalam penyajian penelitiannya untuk memberikan gambaran model bisnis yang sedang dijalankan CV. ABC dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Menurut Suharsimi Arikunto (2010:3), penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau memaparkan suatu hal, misalnya kondisi, keadaan, situasi, peristiwa, kegiatan, dan lain-lain. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2013:14).



Universitas
Telkom

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, bisnis model yang digunakan CV. ABC dapat dipetakan dalam Sembilan elemen bisnis yaitu *Customer Segment*, *Value Propositions*, *Customer Relationship*, *Revenue Stream*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, dan *cost Structure* digambarkan dengan framework *Business Model Canvas* pada gambar 3.1

<p>8. <i>Key Partners</i></p> <p>pemasok truk dan kapal laut, pengusaha alat berat, Penyedia suku cadang truk, mitra asuransi, petugas penyebrangan laut, dan pihak yang bisa menyediakan lokasi diluar pulau jawa untuk taruh truk sementara (rumah makan).</p>	<p>6. <i>Key Activities</i> Prevehicle inspection, Pemasaran jasa, bongkar muat barang, pengiriman barang, pemantauan kinerja supir, <i>safety Patrol</i> ,</p>	<p>2. <i>Value Proposition</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Berpengalaman dengan Pengiriman barang tepat waktu, aman dan harga terjangkau. Mampu mengirim barang ke wilayah yang sulit dijangkau. DP bergantung loyalitas dengan pelunasan sisa longgar negosiasi. 	<p>4. <i>Customer Relationship</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Social Media Telpon, SMS Bantuan Personal Kuisisioner kritik dan saran 	<p>1. <i>Customer Segments</i></p> <p>Pengusaha perorangan dan Perusahaan (B2B)</p>
	<p>7. <i>Key Resources</i></p> <p>Aset Fisik: Kantor, gudang, pool bayangan, Truk. motor (liat diinternet kurang)</p> <p>Asset Manusia: CEO, karyawan, kuli dan</p>	<ul style="list-style-type: none"> SDM berkualitas dengan pelayanan memuaskan. 	<p>3. <i>Channels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Website, whatsapp, email Word of mouth (pendekatan interpersonal dan 	

	supir, perwakilan	Kantor		rekomendasi rekan). <ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi langsung dengan pelanggan 	
<p><i>9. Cost Structure (Cost Driven)</i></p> <p>Customer Acquisitions (mencari konsumen baru), Customer Rentention (mempertahankan konsumen), Gaji karyawan, kuli dan supir, beban kredit truk, beban pemeliharaan dan perbaikan, beban sewa pool, pajak, beban operasional, biaya penyusutan, biaya operasional kantor (biaya air, peralatan, biaya listrik, biaya telepon), biaya penyebrangan ,biaya pengawalan ata biaya pungli.</p>			<p><i>5. Revenue Streams</i></p> <p>Usage Fee (pendapatan dari pengangkutan barang dengan moda transportasi truk pribadi jangka waktu pendek, dan jangka waktu panjang), Brokerage Fee (bagi hasil dengan mitra untuk truk sewa yang beroperasi dibawah naungan CV. ABC). Pendapatan tambahan dari asuransi alat berat, biaya tambahan bongkar atau muat di gudang kantor CV. ABC), tambahan dari mitra alat berat.</p>		

Gambar 3.1 *Business Model Canvas* CV. ABC saat ini

Universitas
Telkom

3.2 Pembahasan Hasil Penelitian, Evaluasi, dan Rekomendasi Bisnis Model Canvas yang Baru.

3.2.1 Customer Segment

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, diperoleh hasil analisis kemudian peneliti memberikan usul, yaitu :

Segmen konsumen dari CV. ABC adalah perusahaan perorangan dan perusahaan swasta yang umumnya di bidang dagang makanan, bidang konstruksi, ban, dan lain-lain. Namun, jika CV. ABC hanya berfokus kepada perusahaan perorangan dan perusahaan swasta, terdapat kelemahan yang harus diperhatikan yaitu *opportunity lost* pada segmentasi yang dijangkau CV. ABC. Usul yang diberikan oleh peneliti dalam meminimalisir *opportunity cost*, CV. ABC dapat memperluas segmentasi pasar, CV. ABC dapat menambah segmentasi konsumen, perusahaan BUMN, pemerintah, pelaku bisnis online yang saat ini marak berkembang agar CV. ABC dapat memperoleh pendapatan berkelanjutan.

3.2.2 Value Proposition

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, diperoleh hasil analisis kemudian peneliti memberikan usul, yaitu :

Proporsi nilai yang ditawarkan CV. ABC belum mengadaptasi Teknologi informasi dan sistem informasi manajemen sebagai dasar dalam pelaksanaan kegiatan bisnis sementara pesaing sudah melaksanakan kegiatan bisnis dengan berlandaskan teknologi terpadu. Untuk mengatasi hal ini, CV. ABC harus menjalankan kegiatan bisnis berbasis teknologi, seperti pemasaran melalui media sosial, aplikasi, website CV. ABC, manajemen database, memasang gps pada truk, dan lain-lain.

3.2.3 Channel

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, diperoleh hasil analisis kemudian peneliti memberikan usul, yaitu :

Saluran CV. ABC kurang beragam dalam menjangkau konsumen. Dalam mengatasi kelemahan ini, CV. ABC dapat membuat saluran baru secara modern yaitu menambah berbagai platform media sosial dan menerapkan secara optimal antara lain, Youtube Channel, twitter, official line, Instagram, facebook, email, situs website sendiri, blogger, membuat W.A. perkumpulan bisnis ekspedisi, dan kumpulan bidang usaha lain, membuat artikel update kelebihan perusahaan sehingga menjangkau konsumen lebih luas. kemudian CV. ABC dapat membuat aplikasi lalu ditawarkan di appstore atau playstore agar dapat didownload oleh konsumen dengan berisi penawaran berbagai produk menarik, sistem pemberian evaluasi kinerja karyawan dan perusahaan dengan rating, testimony pelanggan, dan lain-lain, kemudian menerapkan pemasaran secara intensif dan maksimal sesuai dengan selera konsumen agar dapat unggul dibanding pesaing yang juga menggunakan berbagai saluran.

3.2.4 Customer Relationship

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, diperoleh hasil analisis kemudian peneliti memberikan usul, yaitu :

Hubungan dengan konsumen terjalin dengan baik, jenis hubungan konsumen yang diterapkan dapat meningkatkan penjualan. Untuk menjaga hubungan baik berkelanjutan dengan konsumen, CV. ABC bisa memberikan layanan tambahan seperti kegiatan olahraga bersama dengan konsumen, hiburan music untuk konsumen loyal terpilih, pemberian ucapan terkait hari raya atau hari penting konsumen, kupon hadiah, bingkisan setelah 5 kali transaksi, diskon setelah 10 kali transaksi, memberikan bingkisan di hari perayaan konsumen loyal, membuat grup chat pelaku usaha berbagai industry kecuali pesaing sejenis, dan undian hadiah konsumen loyal.

3.2.5 Revenue Stream

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, diperoleh hasil analisis kemudian peneliti memberikan usul, yaitu :

menawarkan produk pelayanan baru seperti mengirim barang langsung via laut dan udara sebagai salah satu pelayanan jasa utama, melayani pengiriman barang muatan ringan kiloan, melayani jasa angkut muatan pindahan rumah, kepengurusan dokumen bisnis ekspor impor seperti pengurusan custom clearance, letter of credit, bill of loading, dokumen asuransi, surat keterangan asal, surat keterangan pemeriksaan, sertifikat mutu, wesel, nomor pokok importer, dan lain-lain agar konsumen memiliki banyak pilihan pemakaian jasa.

3.2.6 Key Resource

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, diperoleh hasil analisis kemudian peneliti memberikan usul, yaitu:

Belum menjadikan teknologi sebagai sumber daya utama dalam kegiatan bisnis CV. ABC. Untuk mengatasi kelemahan ini CV. ABC bisa mengadaptasi dan mengoptimalkan sistem informasi manajemen berbasis teknologi seperti memasang GPS tracking pada truck, CCTV di perusahaan, penerapan trucking management software, manajemen database perusahaan, aplikasi CV. ABC, website CV. ABC, dan lain-lain.

3.2.7 Key Activities

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, diperoleh hasil analisis kemudian peneliti memberikan usul, yaitu :

1. Pelaksanaan safety patrol dan prevehicle inspection belum maksimal karena pihak yang menangani aktivitas belum maksimal. Untuk mengatasi kelemahan ini, CV. ABC bisa menambah divisi logistic dan memperkerjakan karyawan yang berpengalaman dalam melaksanakan Safety patrol dan Prevehicle inspection, lalu membeli pasokan suku cadang berkualitas dengan nota pembayaran sebagai bukti, mengawasi montir sampai selesai memasang suku cadang di truk, memeriksa kondisi truk untuk beroperasi secara rutin.
2. Tidak ada pengawasan langsung kinerja supir dilapangan diluar Jawa kecuali Sumatera Utara dan monitoring supir dan truk hanya satu shift. Untuk mengatasi hal ini, CV. ABC bisa menambah karyawan operasional untuk monitoring, mengawasi supir dilapangan di pulau Jawa dan luar Jawa sehingga aktivitas bisnis lancar.

3.2.8 Key Partner

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, diperoleh hasil analisis kemudian peneliti memberikan usul, yaitu :

1. Untuk mengembangkan CV. ABC kedepannya, CV. ABC perlu menambah mitra baru. CV. ABC dapat menjalin kerjasama dengan mitra baru seperti Google & Apple terkait pelayanan aplikasi untuk konsumen, bank dan investor terkait pemodal dana usaha CV. ABC, kereta api kargo dan pesawat kargo terkait pengiriman barang, instansi pemerintah atau BUMN sebagai konsumen langganan CV. ABC, pihak luar yang terlibat saat CV. ABC mengadakan seminar, sponsorship dan bazar, jenis mitra baru ini dilakukan agar CV. ABC dapat bersaing dengan pesaing yang memiliki berbagai jenis mitra. Kemudian, rutin mengevaluasi kinerja mitra lama dan mitra baru, memastikan penerapan kontrak yang detail dan mengikat dengan mitra pemasok truk saat transaksi dengan konsumen agar mitra tidak mengakuisisi konsumen CV. ABC

3.2.9 Cost Structure

Berdasarkan analisis swot yang telah dilakukan, diperoleh hasil analisis kemudian peneliti memberikan saran, yaitu:

Adanya pengeluaran yang tak direncanakan. Untuk mengatasi kelemahan ini, CV. ABC harus bisa membuat anggaran dan selalu membuat laporan pengeluaran secara rinci dengan tertata baik di komputer, buku besar, arus kas, laporan laba rugi untuk pengeluaran yang rutin, menjadikan anggaran tersebut sebagai standar biaya dan memberikan laporan bulanan kepada pemimpin. Lalu dievaluasi, ketika terjadi pengeluaran di luar pengeluaran rutin, akan ada penekanan biaya, pemangkasan biaya sehingga pengeluaran tak terduga dapat ditekan. Kemudian, membuat sistem audit dan sistem pengelolaan dana dengan jelas dan memastikan pelaksanaan berlangsung dengan lancar dan maksimal, memangkas pengeluaran yang tidak perlu agar tidak terjadi pengeluaran yang tidak diinginkan. lalu, memastikan mengasuransi muatan konsumen yang berisiko muat atau bongkar di tempat riskan bencana sehingga meminimalisir kerugian apabila terjadi hambatan dalam pengiriman barang.

3.2.10 Rekomendasi BMC CV. ABC yang baru

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis SWOT yang telah dilakukan, terlihat pada gambar 3.2 adalah rekomendasi model bisnis yang baru bagi CV. ABC



Universitas
Telkom

<p>8. <i>Key Partners</i> Perusahaan dan pengusaha perorangan pemasok truk dan kapal laut, penyedia suku cadang truk, mitra asuransi, petugas penyebrangan laut, polisi</p> <p>Hasil evaluasi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bergabung bersama ASPERINDO 2. Google/apple 3. Event 4. Bank , perusahaan investor, pemerintah. 5. Kerja sama dengan pihak yang bisa menyediakan lokasi diluar pulau jawa 	<p>6. <i>Key Activities</i></p> <p>Pemasaran jasa, bongkar muat barang, pengiriman barang, pemantauan kinerja supir, <i>safety Patrol</i> belum maksimal. Hasil evaluasi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ada supir cadangan 2. Penambahan karyawan operasional 3. Menambah divisi logistik 	<p>2. <i>Value Proposition</i> Pengiriman barang tepat waktu, aman, harga murah, DP murah, SDM berkualitas dengan pelayanan memuaskan Hasil evaluasi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. mengadaptasi penggunaan teknologi. 2. Menambahkan produk pelayanan baru. 	<p>4. <i>Customer Relationship Personal Assistance.</i> Hasil evaluasi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kegiatan olahraga bersama, hiburan music, diskon, bingkisan dan ucapan perayaan. 2. Membuat grup berisi para konsumen, lalu memasarkan jasa secara berkala. 3. Memperkerjakan karyawan Customer service 4. Memberikan coupon hadiah bagi konsumen paling loyal. 	<p>1. <i>Customer Segments</i></p> <p>Pengusaha perorangan dan Perusahaan (B2B), Hasil evaluasi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. BUMN, Pemerintah, Pelaku Bisnis online.
--	---	---	--	--

<p>untuk taruh truk sementara (rumah makan), mitra pemasaran.</p>				
	<p><i>7. Key Resources Aset</i> Fisik: Kantor, gudang, pool bayangan, Truk, motor. Asset Manusia: CEO, karyawan, kuli dan supir. Hasil evaluasi :</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1. Membentuk divisi MSDM, Logistik, Pemasaran, Customer service.</i> <i>2. Ada GPS Tracker, CCTV.</i> <i>3. Pelatihan terhadap karyawan.</i> <i>4. Dana investor</i> <i>5. Trucking management software</i> 		<p><i>3. Channels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Website, Whatsapp. • Word of mouth (pendekatan interpersonal dan rekomendasi rekan). • pool Hasil evaluasi <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat divisi pemasaran 2. Meningkatkan promosi secara intensif pada sosial media (email, line, website perusahaan, facebook, twitter, Instagram, blogger) 3. Seminar/sharing. 	

			<p>4. Sponsorship.</p> <p>5. Menambah media pemasaran (Koran, flyer, Aplikasi, Sistem Rating, forum, seminar, event, pameran)</p>	
<p>4. <i>Cost Structure (Cost Driven)</i></p> <p>Customer Acquisitions, Customer Rentention, Gaji karyawan, kuli dan supir, beban kredit truk, beban pemeliharaan dan perbaikan, beban sewa pool, pajak, beban operasional, biaya penyusutan, biaya lain-lain , biaya listrik, penyebrangan ,biaya pengawalan ata biaya pungli.</p> <p>Hasil evaluasi : value driven</p>		<p>5. <i>Revenue Streams</i></p> <p>Usage Fee (pendapatan dari pengangkutan barang dengan moda transportasi truk pribadi jangka waktu pendek, dan jangka waktu panjang), Brokerage Fee (bagi hasil dengan mitra untuk truk sewa yang beroperasi dibawah naungan CV. ABC). Pendapatan tambahan dari asuransi alat berat (kerjasama dengan perusahaan asuransi, biaya tambahan bongkar atau muat di gudang kantor CV. ABC)</p> <p>Hasil evaluasi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengiriman barang muatan kiloan 2. Pengiriman barang pindah rumah 3. Pengurusan dokumen ekspor dan impor. 		

2. SARAN

2.1 Saran Bagi CV. ABC

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dijelaskan, maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat menjadi masukan dan bermanfaat bagi pihak CV. Jasa Mandiri, diantaranya :

1. CV. ABC diharapkan dapat memperbaiki kekurangan elemen bisnis yang dimiliki dan mengembangkan keunggulan untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada sehingga CV. ABC dapat terus berkembang dan visi misi CV. ABC dapat terwujud.
2. Sebelum memanfaatkan hasil penelitian atau saran yang terdapat pada penelitian ini, sebaiknya dilakukan terlebih dahulu studi kelayakan pada setiap elemen yang peneliti sampaikan sudah dapat dan siap untuk diimplementasikan dengan baik

2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Melakukan penelitian lanjutan dengan menjelaskan hubungan antar elemen blok model bisnis model bisnis kanvas secara spesifik dengan menggunakan metode kuantitatif atau menggabungkan metode penelitian kuantitatif dengan kualitatif.

DAFTAR PUSTAKA

Nasution.(2015).ManajemenTransportasi.Bogor:PenerbitGhaliaIndonesia

Rangkuti,Freddy.(2014).TeknikMembedahKasusBisnisAnalisisSWOT.Jakarta:GramediaPustakaUtama

Susantono,Bambang.2013.TransportasiInvestasi.Jakarta:PenerbitBukuKompas

Sugiyono.(2016).MetodePenelitianKuantitatif,Kualitatif,R&D.Bandung:CV.Afabeta

Lupiyoadi,Rambat.(2013).ManajemenPemasaranJasa.Jakarta:PenerbitSalembaempat

Osterwalder,Alexander,pigneur,yves.(2018).BusinessModelGeneration.Jakarta:PT.ElexMediaKomputindo

TimPPMManajemen.(2012).BusinessModelCanvas:PenerapandiIndonesia.Jakarta:PenerbitPPM

Universitas
Telkom