

Evaluasi Model Bisnis Umkm Miles Rent Car

Jalu Lintang Medicine¹, Fajar Sidiq Adi Prabowo²

¹ Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, jalulintang@student.telkomuniversity.ac.id

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, fajarmotekar@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model bisnis yang diterapkan oleh UMKM Miles *Rent Car* Bandung, sebuah usaha penyewaan kendaraan yang beroperasi sejak tahun 2023. Latar belakang penelitian ini dilandasi oleh tingginya potensi sektor rental mobil di Indonesia, khususnya di kota Bandung sebagai pusat wisata, pendidikan, dan bisnis. Namin demikian, bisnis ini juga menghadapi berbagai tantangan seperti ketatnya persaingan, fluktuasi permintaan, belum tersedianya armada sendiri, dan pengelolaan keuangan yang masih dilakukan secara manual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode metodologi yang diterapkan adalah pendekatan non-contrived dengan waktu pelaksanaan *cross-sectional*, yang memungkinkan analisis situasi nyata di lapangan seperti wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi, dan dokumentasi pendapatan selama tahun 2023-2025. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* yang terdiri dari sembilan blok bangunan model bisnis, serta dikombinasikan dengan analisis SWOT untuk memperoleh gambaran strategis.

Peluang yang dapat dimanfaatkan melalui pertumbuhan pengguna rental mobil secara digital, potensi kerja sama dengan agen wisata dan institusi pertumbuhan penggunaan rental mobil secara digital, potensi kerja dengan agen wisata. Disisi lain, ancaman berasal dari pesaing dengan armada yang lebih lengkap dan sistem digital yang lebih maju. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi strategis bagi pemilik Miles *Rent Car* dalam merancang pengembangan usahanya. Secara akademik, khususnya dalam penerapan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT sebagai alat evaluasi model bisnis di sektor jasa penyewaan kendaraan.

Kata Kunci: *business model canvas*, SWOT, UMKM, rental mobil, model bisnis, Miles *Rent Car* Bandung.

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam perekonomian Indonesia terutama di era globalisasi yang menuntut efisien dan adaptasi cepat terhadap perubahan pasar. Menurut data dari Klik atau ketuk di sini untuk memasukkan teks.(Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2025) , sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk *Domestik Bruto (PDB)* dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Salah satu subsektor UMKM yang terus berkembang adalah jasa penyewaan kendaraan, yang terus mengalami perkembangan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kota-kota besar seperti Bandung.

Secara umum, Usaha kecil didefinisikan sebagai aktivitas ekonomi produktif yang dijalankan secara *independent* oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau terhubung, baik secara langsung maupun tidak langsung (Yuliana et al., 2019). Perekonomian Indonesia semakin berkembang. Perkembangan tersebut salah satu nya didukung dengan peran penting UMKM dari berbagai macam sektor salah satunya seperti rental mobil. Usaha penyewaan kendaraan merupakan bagian dari sektor transportasi yang hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan akses kendaraan.

Kota Bandung, sebagai salah satu destinasi wisata, pendidikan, dan bisnis memiliki potensi pasar yang besar bagi bisnis rental mobil. Permintaan sewa kendaraan yang tinggi mendorong munculnya berbagai pelaku usaha dibidang ini. Namun, pertumbuhkan pasar tersebut juga diiringi oleh tantangan-tantangan, seperti meningkatnya persaingan antar penyedia jasa, pengelolaan operasional yang kompleks, dan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi digital dalam proses pemesanan layanan.

Tren global menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat pengguna rental mobil online tertinggi kedua di dunia, setelah India, dengan persentase sebesar 21% dari total pengguna layanan digital sewa mobil secara global (Statista, 2025). Usaha penyewaan kendaraan hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan akses kendaraan tanpa harus memilikinya secara pribadi. Kota Bandung, salah satu kota tujuan utama bagi pekerja, mahasiswa, maupun wisatawan, memberikan peluang tersendiri bagi pelaku usaha rental mobil (Sinaga & Ghina, 2020).

Pelaku usaha rental mobil seperti *Miles Rent Car* perlu memiliki proposisi nilai yang unik dan strategi pelayanan yang kompetitif. Namun, seperti halnya bisnis lainnya, UMKM *Miles Rent Car* juga menghadapi berbagai tantangan, termasuk belum memiliki armada sendiri, pengelolaan data keuangan secara manual, persaingan yang ketat, dan fluktuasi permintaan. Dikarenakan dalam menjalankan usaha yang baik dan mencapai kesuksesan tidak cukup hanya mengandalkan kreativitas, ilmu, dan pengetahuan (Indrasari et al., 2023). Sehingga solusi dari tantangan tersebut dapat menggunakan BMC yang baik.

Oleh karena itu, sangat penting bagi *Miles Rent Car* Bandung untuk segera beralih ke system pencatatan keuangan digital yang terintegrasi. Dengan sistem ini, proses pencatatan, pelaporan, dan analisis keuangan dapat dilakukan secara lebih efisien dan akurat, sehingga memungkinkan manajemen untuk lebih fokus pada strategi pemasaran, mengembangkan usaha, dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Berdasarkan data laporan pendapatan manual yang dicatat oleh *Miles Rent Car* Bandung, diketahui bahwa usaha ini mengalami fluktuasi pendapatan selama periode tahun 2023 hingga 2025. Peningkatan pendapatan terutama terjadi karena meningkatnya permintaan dari pelanggan yang membutuhkan kendaraan untuk bepergian, namun belum memiliki mobil pribadi. Selain itu, penerapan strategi pemasaran yang efektif, seperti promosi di sosial media, pemasangan spanduk di sekitar lokasi usaha dan promosi langsung (*face to face*) kepada calon pelanggan, turut mendorong pertumbuhan pendapatan. Berikut merupakan hasil laporan pendapatan yang tercatat secara manual di *Miles Rent Car* Bandung:

Tabel 1 Laporan Pendapatan Miles Rent Car Bandung 2023-2025



Berdasarkan Tabel 1, pendapatan *Miles Rent Car* Bandung pada tahun 2023 menunjukkan perkembangan positif sejak mulai beroperasi pada bulan Mei. Pada bulan tersebut, tercatat pendapatan sebesar Rp18.550.000,00 dan terus mengalami peningkatan hingga mencapai Rp55.850.000,00 pada bulan Desember. Tren kenaikan ini mencerminkan adanya respons pasar yang cukup baik terhadap layanan yang ditawarkan. Kenaikan signifikan terutama terlihat pada akhir tahun, yakni November dan Desember. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh meningkatnya kebutuhan transportasi menjelang libur akhir tahun, Natal, dan Tahun Baru, di mana masyarakat cenderung melakukan perjalanan atau berlibur. Bulan-bulan seperti September dan Oktober juga menunjukkan angka stabil yang relatif tinggi, mengindikasikan musim sewa yang cukup aktif di periode tersebut.

Pada tahun 2024, pendapatan mengalami sedikit penurunan di beberapa bulan awal, terutama pada bulan Maret (Rp12.550.000,00) dan April (Rp12.100.000,00). Penurunan ini dapat dikaitkan dengan momentum bulan Ramadan, di mana aktivitas perjalanan masyarakat umumnya menurun, terutama untuk perjalanan jarak jauh atau rekreasi. Namun, setelah melewati periode Ramadan dan Idulfitri, pendapatan kembali naik secara bertahap dari bulan

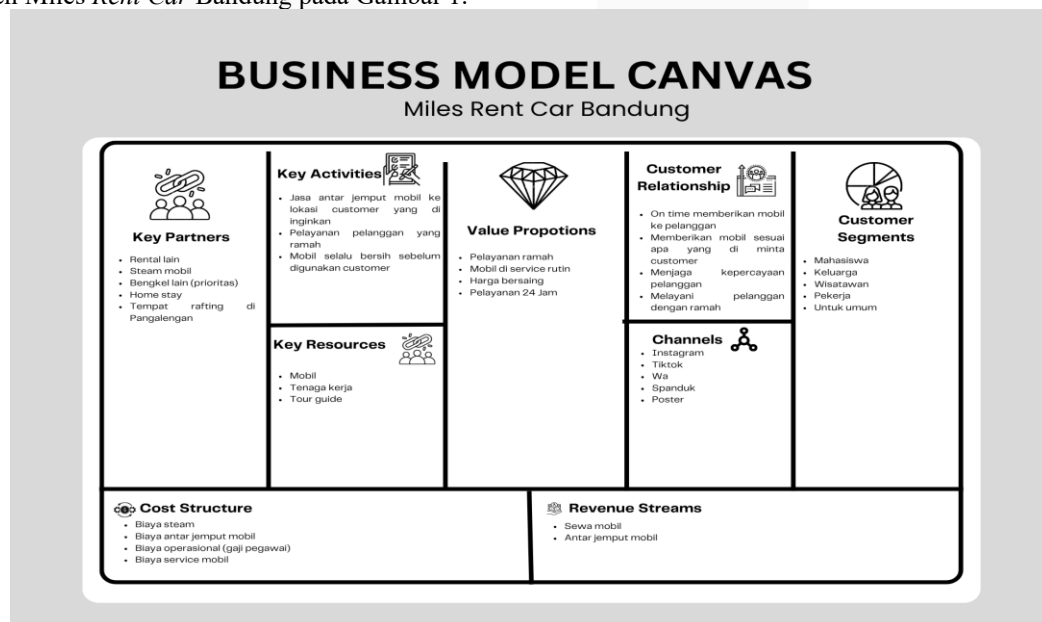
Mei (Rp20.350.000,00) hingga mencapai puncak pada bulan Desember sebesar Rp68.250.000,00. Tren ini mengulang pola tahun sebelumnya, yakni meningkatnya permintaan sewa mobil menjelang akhir tahun. Strategi pemasaran seperti promosi langsung (*face to face*) dan pemasangan spanduk yang dilakukan oleh *Miles Rent Car* turut mendukung peningkatan ini, selain faktor eksternal seperti musim liburan.

Memasuki tahun 2025, meskipun data pendapatan baru tersedia hingga bulan April, terdapat lonjakan signifikan dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pendapatan pada Januari 2025 tercatat sebesar Rp40.250.000,00 dan meningkat konsisten hingga mencapai Rp68.750.000,00 pada bulan April. Angka ini bahkan melampaui pendapatan bulan Desember 2024, yang merupakan bulan dengan pendapatan tertinggi pada tahun tersebut. Lonjakan ini kemungkinan besar disebabkan oleh peningkatan jumlah pelanggan tetap, kepercayaan masyarakat terhadap layanan *Miles Rent Car*, dan perbaikan sistem pelayanan. Namun, jika mengikuti pola dua tahun sebelumnya, besar kemungkinan pendapatan akan kembali menurun pada bulan-bulan Ramadan, lalu meningkat tajam pada akhir tahun. Maka dari itu, *Miles Rent Car* perlu menyusun strategi khusus untuk menjaga stabilitas pendapatan selama bulan Ramadan, sekaligus memaksimalkan potensi pada musim liburan dan akhir tahun.

Sehingga untuk mengatasi permasalahan ini, disarankan agar *Miles Rent Car* Bandung membuat strategi khusus yang difokuskan pada periode Ramadhan dan bulan-bulan dengan permintaan rendah. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah dengan menawarkan paket promo khusus Ramadhan, seperti diskon harga sewa atau paket hemat untuk kebutuhan mudik dan kegiatan keagamaan. Selain itu, *Miles Rent Car* Bandung juga dapat meningkatkan kerja sama dengan agen perjalanan, komunitas keagamaan, atau instansi pendidikan yang memerlukan layanan transportasi pada periode tersebut. Strategi lainnya adalah dengan memperluas jangkauan pemasaran digital dan meningkatkan intensitas promosi pada media sosial menjelang masa-masa sepi tersebut, guna tetap menjaga visibilitas brand di tengah menurunnya permintaan pasar. Dengan pendekatan ini, diharapkan penurunan pendapatan pada bulan-bulan tertentu dapat diminimalkan dan operasional bisnis tetap berjalan stabil sepanjang tahun. Pengelolaan UMKM seperti *Miles Rent Car* perlu dilakukan secara profesional dengan menerapkan prinsip-prinsip Good Corporate Governance agar dapat meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan model bisnisnya (Kusmiati *et al.*, 2024).

Evaluasi model bisnis menjadi langkah krusial untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM *Miles Rent Car* Bandung. Menurut Fernanda *et al.* (2019) merekomendasikan agar perusahaan melakukan evaluasi model bisnis minimal setiap 6 bulan sekali untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dalam lingkungan industri. Dengan menggunakan business model canvas, perusahaan dapat mendapatkan perspektif menyeluruh mengenai cara bisnis mereka beroperasi (Osterwalder dan Pigneur, 2010).

Miles Rent Car Bandung sudah mempunyai model bisnis. Adapun model bisnis yang saat ini sedang dilakukan oleh *Miles Rent Car* Bandung pada Gambar 1.



Gambar 1 BMC Miles Rent Car Bandung

Melalui *Business Model Canvas* ini, Miles Rent Car Bandung menunjukkan arah pengelolaan bisnis yang fokus pada pelayanan pelanggan, efisiensi operasional, serta kolaborasi strategis untuk memperkuat posisi usahanya sebagai penyedia jasa sewa mobil terpercaya di wilayah Bandung dan sekitarnya.

Dengan mempertimbangkan potensi pertumbuhan pasar rental mobil, kondisi aktual UMKM di Bandung, serta tantangan internal yang dihadapi Miles Rent Car Bandung. Evaluasi ini akan memberikan gambaran utuh mengenai posisi bisnis saat ini serta memberikan usulan strategi perbaikan model bisnis kedepannya. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul **“Evaluasi Model Bisnis UMKM Miles Rent Car”**

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Kewirausahaan

Menurut Ramli *et al.* (2024) kewirausahaan adalah proses ketika seseorang atau kelompok melihat peluang, menggunakan sumber daya dan sarana yang ada, serta menciptakan suatu produk inovatif berdasarkan kreativitas yang memiliki nilai tambah dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kewirausahaan juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang atau kelompok dalam melakukan atau menciptakan hal baru dengan keunikan yang kreatif dan inovatif.

Menurut Zannah dan Ghina (2024) kewirausahaan adalah proses menciptakan ide dan inovasi yang meningkatkan nilai tambah serta menghasilkan sesuatu yang baru atau berbeda. Menurut Idris *et al.* (2022) kewirausahaan (*Entrepreneurship*) adalah proses yang melibatkan identifikasi, pengembangan, dan mewujudkan visi dalam kehidupan. Visi ini dapat berupa ide-ide inovatif, peluang yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu.

Kewirausahaan adalah proses kreatif dan inovatif untuk memanfaatkan peluang dengan sumber daya yang ada guna menciptakan produk atau layanan bernilai tambah. Selain berorientasi pada keuntungan, kewirausahaan juga bertujuan meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi melalui solusi baru yang bermanfaat.

B. Pengertian Bisnis

Menurut Mustika *et al.* (2020) bisnis merupakan istilah yang sering kita temui dalam berbagai percakapan, terutama di kalangan orang-orang yang terlibat dalam berbagai aktivitas. Selain itu, bisnis juga berperan dalam menyediakan barang dan jasa yang mendukung kelancaran sistem perekonomian (Wijoyo *et al.*, 2021: 1).

Bisnis dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan berarti selisih antara pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk atau layanan dan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi atau menyediakan barang dan jasa tersebut (Hulu *et al.*, 2023: 2).

Bisnis merupakan aktivitas yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menjual barang dan jasa dengan tujuan utama mendapatkan keuntungan. Selain itu, bisnis juga berperan penting dalam perekonomian dengan menyediakan produk dan layanan yang dibutuhkan masyarakat. Keuntungan diukur dari selisih antara pendapatan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu, pengelolaan yang efisien dan efektif sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis tersebut.

C. Model Bisnis

Menurut Ramli *et al.* (2024), istilah model bisnis mengacu pada strategi yang dirancang untuk menjelaskan secara rinci bagaimana sebuah bisnis dapat menghasilkan keuntungan. Menurut Warnaningtyas (2020), model bisnis adalah kerangka atau metode yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk menjalankan operasionalnya dengan tujuan menghasilkan pendapatan, sehingga perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang.

Menurut Widyawati (2024) model bisnis adalah kerangka dasar yang menjelaskan bagaimana sebuah bisnis menghasilkan keuntungan. Model ini membantu bisnis memiliki arah yang jelas dengan menentukan produk yang akan dibuat dan target pasar yang ingin dicapai.

Model bisnis adalah kerangka strategis yang membantu perusahaan menghasilkan keuntungan dan menjalankan operasional dengan terencana. Model bisnis memberikan arahan jelas, membantu menentukan produk atau layanan, memahami target pasar, dan merancang strategi pendapatan. Dengan model yang kuat, perusahaan dapat mengurangi risiko, meningkatkan efisiensi, dan tetap kompetitif di pasar yang berubah.

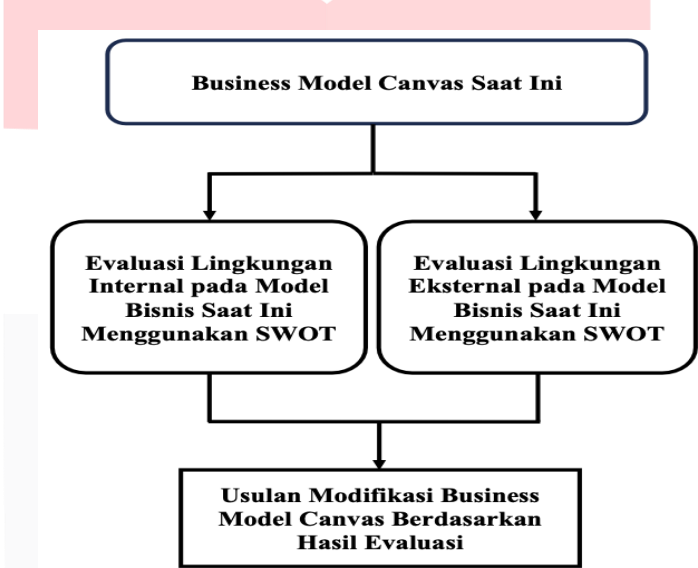
D. Business Model Canvas

Menurut Rizan et al. (2023) Inovasi bisnis merupakan topik menarik karena memiliki dampak signifikan bagi pengusaha dan konsumen. Salah satu model yang dapat digunakan untuk mengatasi rendahnya inovasi dalam bisnis adalah *Business Model Canvas*. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010) model bisnis dapat diartikan sebagai *blue print* strategis yang mendeskripsikan bagaimana suatu organisasi merancang, mengimplementasikan, dan mengelola proses bisnisnya melalui struktur organisasi, alur kerja, serta sistem yang diterapkan.

Business Model Canvas juga merupakan alat yang digunakan untuk membantu memahami dengan cepat bagaimana suatu bisnis beroperasi dan menciptakan nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010).

E. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mengevaluasi model bisnis Teras Laundry menggunakan kerangka *Business Model Canvas* (BMC). Kemudian berdasarkan hasil evaluasi diberikan usulan untuk memodifikasi model bisnis. Menurut (Osterwalder dan Pigneur, 2010) model bisnis dapat dinilai dan dievaluasi menggunakan analisis SWOT. Kerangka berpikir adalah diagram yang berfungsi sebagai alur logika dalam sistematika penelitian (Purwanza et al., 2022).



Gambar 2 Kerangka Pemikiran

III. METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Yaniawati & Indrawan (2024) desain penelitian adalah gambaran menyeluruh tentang rencana yang akan dijalankan oleh peneliti untuk mencapai tujuan tertentu. Unsur-unsur yang termasuk dalam desain penelitian meliputi strategi penelitian (eksperiment, survei, studi kasus), Sejauh mana penelitian dikendalikan oleh peneliti (tingkat campur tangan peneliti), lokasi penelitian (latar penelitian), tingkat pengolahan data (tingkat pengolahan), serta aspek temporal (jangka waktu) (Sekaran dan Bougie, 2016:95-96). Dari penjelasan ini, dapat ditentukan karakteristik penelitian yang akan diterapkan oleh peneliti, sebagai berikut:

Tabel 2 Karakteristik Penelitian

NO	Karakteristik Penelitian	Jenis
1	Berdasarkan tujuan	Exploratory
2	Berdasarkan metode	Kualitatif
3	Berdasarkan strategi	Single Case Study
4	Berdasarkan unit analisis	Organisasi
5	Berdasarkan latar penelitian	Noncontrived

6	Berdasarkan waktu pelaksanaan	<i>Cross-Sectional</i>
---	-------------------------------	------------------------

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini termasuk dalam kategori eksploratif. Penelitian eksploratif bertujuan untuk memperjelas pemahaman mengenai isu, fenomena, atau masalah yang belum didefinisikan dengan jelas. Penelitian eksploratif adalah jenis penelitian awal yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang suatu topik, yang kemudian dapat diteliti lebih dalam (Morissan, 2019). Selanjutnya berdasarkan tujuan, penelitian ini menerapkan metode kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif fokus pada penjelasan deskriptif mengenai isu yang sedang diteliti (Mustafidah & Suwarsito, 2020).

Jika dilihat dari sisi strategi, penelitian ini menerapkan pendekatan studi kasus. Studi kasus berfokus pada pengumpulan berbagai informasi mengenai objek, peristiwa, atau aktivitas tertentu, seperti bisnis, unit, atau organisasi tertentu (Osterwalder & Pigneur, 2010:98). Menurut (Saunders et al. (2016:186), *Single Case Study* dapat dipilih secara sengaja karena penelitian tersebut memiliki karakteristik unik atau memberikan kesempatan untuk mengamati dan menganalisis fenomena yang telah dipertimbangkan sebelumnya.

Objek penelitian ini adalah Miles *Rent Car* Bandung dengan tujuan untuk: (1) mempelajari model bisnis Miles *Rent Car* Bandung saat ini; (2) mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam model bisnis Miles *Rent Car* Bandung; (3) membuat evaluasi SWOT berdasarkan identifikasi tersebut; (4) memberikan usulan rancangan model bisnis baru berdasarkan hasil evaluasi. Unit analisis dalam penelitian ini adalah organisasi yaitu Miles *Rent Car* Bandung. Unit analisis merujuk pada tingkat pengelompokan data yang dikumpulkan selama proses analisis data (Sekaran dan Bougie, 2016:102).

Berdasarkan latar penelitian dan waktu pelaksanaan, penelitian ini menerapkan latar *non-contrived* dan waktu pelaksanaan *cross-sectional*. *Non-contrived* merujuk pada pengaturan situasi yang tidak dibuat-buat (Sekaran dan Bougie, 2016:100). Studi *cross-sectional* dilakukan dengan mengumpulkan data dalam satu waktu tertentu yang dapat berlangsung dalam hitungan hari, minggu, atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran dan Bougie, 2017:122).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini, hasil wawancara yang awalnya berbentuk rekaman audio telah diubah menjadi bentuk teks secara menyeluruh melalui proses transkripsi verbatim. Transkripsi ini mencakup tanggapan dari narasumber internal maupun eksternal Miles *Rent Car* Bandung. Setelah proses transkrip, dilakukan reduksi data untuk menyaring informasi yang paling relevan dan signifikan terhadap fokus penelitian. Selanjutnya, peneliti mengelompokkan jawaban-jawaban narasumber ke dalam beberapa kategori agar lebih mudah dianalisis dan dipahami. Berdasarkan hasil reduksi dan kategorisasi tersebut, peneliti kemudian menyusun ringkasan berupa kata kunci yang menggambarkan inti dari setiap jawaban narasumber.

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal terhadap model bisnis Miles *Rent Car* Bandung, ditemukan berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi performa usaha. Dalam model bisnis yang diterapkan oleh Miles *Rent Car* Bandung, ditemukan beberapa kelemahan yang signifikan, khususnya pada elemen *key resources* dan *cost structure*. Salah satu kelemahan utama adalah belum memiliki armada kendaraan sendiri, sehingga bisnis ini masih bergantung pada kerja sama dengan pihak ketiga. Ketergantungan ini berdampak pada ketersediaan unit kendaraan, terutama saat permintaan meningkat, seperti pada musim liburan dan akhir tahun. Disisi lain, pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual meningkatkan risiko kesalahan data serta menghambat proses evaluasi pendapatan secara tepat dan efisien. Di tengah digitalisasi saat ini, kondisi ini cukup mengkhawatirkan, mengingat masih ada pelaku usaha yang belum beralih ke sistem pembukuan digital atau bahkan belum memiliki pencatatan keuangan sama sekali (Pesireron *et al.*, 2024). Situasi tersebut mencerminkan bahwa pengelolaan terhadap sumber daya utama dan struktur biaya masih belum dioptimalkan secara maksimal.

Dengan demikian, hasil pembahasan ini menunjukkan bahwa Miles *Rent Car* Bandung memiliki posisi strategis untuk tumbuh lebih besar di tengah pasar rental kendaraan yang kompetitif, asalkan mampu menyesuaikan model bisnisnya dengan dinamika eksternal dan tantangan internal. Pendekatan BMC yang digunakan dalam penelitian ini telah memberikan Gambaran menyeluruh dan terintegrasi bagi pengembangan bisnis secara berkelanjutan dan berbasis teknologi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil evaluasi SWOT pada 9 blok bangunan *existing business model canvas* Miles Rent Car, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil evaluasi lingkungan internal, diketahui bahwa Miles Rent Car memiliki beberapa kekuatan yang menjadi daya saing diantaranya pelayanan yang responsive dan ramah, harga sewa kompetitif, layanan yang fleksibel baik dengan maupun tanpa supir, serta penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Namun demikian, Miles Rent Car menghadapi sejumlah kelemahan yang harus diperbaiki, seperti keterbatasan armada kendaraan karena belum memiliki mobil sendiri dan masih bergantung pada pihak ketiga, sistem pencatatan keuangan yang masih manual, serta promosi digital yang masih sederhana dan belum terintegrasi secara maksimal.
2. Dari hasil evaluasi lingkungan eksternal, diketahui bahwa Miles Rent Car menghadapi peluang yang cukup besar seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan rental mobil. Perkembangan teknologi digital yang mendukung layanan rental online serta potensi kerja sama dengan agen wisata, *homestay*, hotel, dan instansi pendidikan membuka peluang baru yang dapat dimanfaatkan. Disisi lain, terdapat ancaman yang harus diantisipasi, seperti tingginya persaingan dengan kompetitor yang memiliki sistem dan armada yang lebih baik, fluktuasi harga bahan bakar minyak (BBM) yang memengaruhi biaya operasional, serta potensi risiko operasional seperti kerusakan kendaraan dan perubahan regulasi yang bisa berdampak pada keberlangsungan bisnis.
3. Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan, penulis mengusulkan modifikasi model bisnis Miles Rent Car Bandung agar lebih adaptif dan kompetitif. Usulan modifikasi tersebut mencakup pengembangan sistem digital untuk pencatatan keuangan dan pemesanan guna meningkatkan efisiensi dan akurasi data, investasi secara bertahap dalam kepemilikan armada kendaraan agar tidak bergantung sepenuhnya pada pihak ketiga, serta penguatan strategi pemasaran digital melalui penggunaan iklan berbayar dan kerja sama dengan *influencer* untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pengembangan produk layanan seperti perjalanan wisata, antar jemput bandara, dan promo khusus di periode sepi juga perlu dilakukan agar pendapatan bisnis tetap stabil sepanjang tahun.

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu Miles Rent Car Bandung dalam memperbaiki dan mengembangkan model bisnis yang telah dijalankan. Saran ini diberikan agar Miles Rent Car mampu bersaing di Tengah ketatnya persaingan bisnis rental kendaraan serta mampu beradaptasi dengan perubahan dan perilaku pasar. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademik sebagai referensi bagi peneliti sejenis yang akan dilakukan di masa mendatang., khususnya dalam penerapan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT dalam evaluasi model bisnis UMKM di sektor jasa.

Penulis menyarankan agar Miles Rent Car Bandung segera melakukan digitalisasi dalam sistem operasional, terutama dalam pencatatan keuangan dan pemasaran, agar proses bisnis menjadi lebih efisien, akurat, dan mudah dievaluasi. Selain itu, untuk memperkuat daya saing, Miles Rent Car disarankan mulai berinvestasi dalam kepemilikan armada sendiri secara bertahap agar tidak selalu bergantung pada pihak ketiga, sehingga margin keuntungan dapat lebih terjaga. Upaya promosi digital juga perlu ditingkatkan dengan cara memperluas jangkauan iklan berbayar di media sosial, memperbanyak testimoni pelanggan, serta menjalin kolaborasi dengan *influencer* yang relevan.

Saran bagi akademik diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen bisnis, khususnya dalam penerapan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT sebagai alat evaluasi model bisnis. Bagi kalangan akademik, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk studi selanjutnya yang ingin mengevaluasi dan mengembangkan model bisnis UMKM di sektor jasa maupun sektor lainnya. Peneliti berikutnya juga disarankan untuk menggunakan pendekatan seperti metode kualitatif yang lebih beragam seperti menggunakan *nvivo* untuk menghasilkan hasil coding yang lebih akurat dan memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas perubahan model bisnis dalam menghadapi dinamika pasar.

REFERENSI

- Fernanda, F. R., Hasun, F., & Kamil, A. A. (2019). EVALUASI MODEL BISNIS PADA PERUSAHAAN HOLMESICK.LTD DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS EVALUATION OF BUSINESS MODEL IN HOLMESICK.LTD COMPANIES USING BUSINESS MODEL CANVAS. *E-Proceeding of Engineering*, 6(2), 6324–6331.

- Hulu, D., Koesoemasari, D. S. P., Pahlevi, A., Aksenta, A., Tahir, R., Budiman, D., Sebayang, T. E., Novel, N. J. A., Waty, E., Nurchayati, & Harsuti. (2023). *BUKU AJAR PENGANTAR BISNIS* (Efitra, Ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://www.researchgate.net/publication/373438113>
- Idris, R. S., Suparwi, Rahman, L. M. A., Suprayetno, J., Widyawati, E., Fitriyani, Marini, Syo'if, R. M., Harmadyaastuti, N., Setiawan, R., Anwar, A. R., & Herman, H. (2022). *Kewirausahaan dan Inovasi* (H. Herman, Ed.; Cetakan 1). Strategy Cita Semesta.
- Indrasari, M., Novita Sari, I., Ferriswara, D., & Rianna Roosida Uly, L. T. (2023). SERVICE LEARNING PENERAPAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA USAHA RUMAHAN MOSES PROFESIONAL LAUNDRY. *5thConference on Research and Community Services STKIP PGRI Jombang*, 659–667.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025, January 30). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Kusmiati, E., Wulantika, L., Gumilar, I. R., Yuliana, E., & Januarta, P. S. (2024). Adoption of Integrated Micro Banking Systems in Microfinance Institutions. *AABFJ*, 8(5), 66–87. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v18i5.05>
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif* (Suraya, F. Hamid, & E. Bassar, Eds.; Cetakan ke-1). PRENADAMEDIA GROUP.
- Mustafidah, H., & Suwarsito. (2020). *DASAR-DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (T. Haryanto, Ed.; Cetakan Pertama). UM Purwokerto Press (Anggota APPTI).
- Mustika, A., Mindari, E., Rustandi, B., Rachmawati, M., Mahriani, E., Setyaningrum Nugraheni, K., Walmi Sholihat, K., Yanto The, H., Septiana Wulansari, A., Ambarwati, R., Wicaksono, G., & Suyatno, A. (2020). *PENGANTAR BISNIS*. www.penerbitwidina.com
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. PT Elex Media Komputindo.
- Pesireron, A. G., Tisera, D. R., Tamera, E. C. V., Wattimury, Y., & Wattimena, J. C. (2024). Solusi Digitalisasi Keuangan bagi UMKM Rental Lentera di Kota Ambon: Pendampingan Penerapan Aplikasi Akuntansi UKM dan Penyusunan Laporan Keuangan Praktis. *Jurnal Tagalaya*, 1(1), 67–73. <https://tagalayapkm.com/index.php/jt-pkmDOI:https://doi.org/>
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., Darwin, Badi'ah, A., Sayekti, S. P., Fadlilah, M., Nugrohowardhani, R. L. K. R., Amruddin, Saloom, G., Hardiyani, T., Tondok, S. B., Prisusanti, R. D., & Rasinus. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN KOMBINASI* (A. Munandar, Ed.). CV. MEDIA SAINS INDONESIA .
- Ramli, Y., Uno, I. C., & Rusyamsi, L. (2024). *Kewirausahaan Mengupas Mindset, Strategi, Analisis, Pengelolaan, dan Inovasi dalam Berwirausaha* (D. R. Pangestuti & Tarmizi, Eds.; Cetakan Pertama). PT Bumi Aksara.
- Rizan, M., Sumastuti, E., Prabowo, H., RP, A. K., T, F. C. H., Anugrah, R. P., Safitri, A. K., Fauzan, M. A., Febriani, S., Istikhomah, Rosidah, I., Siami, P. N., Kumairoh, R., Abdika, M. F., Ningsih, P. J. D., Iriyanti, N., Jannah, S. N., Haq, A. K. N., Yuliyanti, P., & Ningrum, V. F. (2023). *Bisnis Model Canvas: Membangun Rencana Bisnis yang Inovatif* (M. Rizan, Ed.; Cetakan Pertama). Widina Media Utama. www.freepik.com
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (Seventh edition). John Wiley & Sons Ltd. www.wileypluslearningspace.com
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (Edisi 6). Salemba Empat.
- Sinaga, L., & Ghina, A. (2020). IDENTIFIKASI KEBERHASILAN USAHA JASA SEWA KENDARAAN (STUDI KASUS DI PINE RENT, PGA RENT, DAN ANDIS RENT) IDENTIFICATION OF SUCCESS OF VEHICLE RENT BUSINESS (CASE STUDY ON PINE RENT, PGA RENT, AND ANDIS RENT). *E-Proceeding of Management*, 7(1), 220–227.
- Statista. (2025, January 29). *Share of online car rental users in 53 countries & territories worldwide, as of January 2025*. In Statista.
- Widyawati, N. (2024). *Teori dan Penerapan Bisnis Model Canvas pada UMKM* (N. Widyawati, Ed.; Cetakan Pertama). Scopindo Media Pustaka.
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *PENGANTAR BISNIS* (H. Wijoyo, Ed.).
- Yaniawati, P., & Indrawan, R. (2024). *Metodologi Penelitian Konsep, Teknik, Dan Aplikasi* (Rachmi, Ed.; Cetakan Pertama). Refika Aditama.
- Yuliana, E., Alamanda, D. T., & Permatasari, A. (2019). *An Analysis of Competitiveness Advantage Transformation of Small Medium Enterprise Community In Bandung*.

Zannah, G. N. R., & Ghina, A. (2024). Evaluasi Pendidikan Kewirausahaan di Universitas. *Jurnal Ilmiah MEA*, Vol. 8 No.2, 2024. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4357>

