

PERANCANGAN MODEL BISNIS PADA KURSUS MENGENAL MOBIL CV. EROS GROUP DENGAN MENGGUNAKAN METODE PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

BUSINESS MODEL DESIGN IN DRIVING COURSE CAR CV. EROS GROUP USING BUSINESS MODEL CANVAS APPROACH

Rino Wicaksono¹, Sinta Aryani², Yudha Prambudia³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

wicaksonorhino@student.telkomuniversity.ac.id¹, sintatelu@telkomuniversity²,
prambudia@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

CV. Eros Group adalah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa kursus mengemudi di Kabupaten Indramayu, Jawa Barat. Segmentasi pelanggan yang dituju oleh CV. Eros Group antara lain seperti pelajar dan karyawan pada Kabupaten tersebut yang belum memiliki kemampuan mengemudi namun memiliki niat untuk belajar mengemudi. Pengembangan bisnis tentu diperlukan pada CV. Eros Group untuk memenuhi kebutuhan perusahaan yang selalu berubah-ubah. Dengan menggunakan *Business Model Canvas* merupakan sebuah metode untuk mengembangkan suatu bisnis dengan memberi bentuk gambaran keseluruhan dengan diwakilkan oleh sembilan blok. Penelitian ini memiliki tujuan seperti mengevaluasi bentuk bisnis CV. Eros Group dengan langkah awalnya yaitu mengumpulkan data yang dibutuhkan seperti model bisnis eksisting dengan wawancara dari pemilik perusahaan tersebut, data analisis internal seperti *customer profile* dengan melakukan wawancara pada pelanggan CV. Eros Group dan data analisis dengan menggunakan studi literatur. Langkah selanjutnya adalah analisis SWOT dengan menggunakan kuesioner yang disebar ke pegawai perusahaan dengan indikator yang dibuat untuk kebutuhan data yang diperlukan. Dari hasil SWOT tersebut maka diperoleh menjadi pertimbangan strategi usulan dalam Business Model Canvas. Setelah itu melakukan proses *fit customer profile* dengan *value proposition map* yang berfungsi untuk mengetahui usulan seperti apa yang sesuai untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan hal tersebut maka didapatkan hasil akhir penelitian yaitu sebuah bentuk rancangan bisnis model usulan untuk CV. Eros Group.

Kata Kunci: *Business Model Canvas, Customer Profile, Value Proposition Canvas, SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats).*

Abstract

CV. Eros Group is a company engaged in driving course services in Indramayu Regency, West Java. Customer segmentation targeted by CV. Eros Group includes students and employees in the Regency who do not yet have the ability to drive but have the intention to learn to drive. Business development is certainly needed on the CV. Eros Group to meet the ever-changing needs of companies. Business Model Canvas is a method for developing a business by giving the form of an overall picture represented by nine blocks. This thesis has a purpose to evaluate business model of CV. Eros Group with a several initial steps. The initial step is collecting required data such as existing business model by having interviews with CV. Eros Group owner, internal analysis data namely customer profiles by having interviews with CV. Eros Group customers, and data analysis from literature study. Then, the next step is SWOT analysis by using a questionnaire method which is distributed to company employees which the indicators made for the required data needs. After analyzing, the results give a consideration of proposed strategy in the Business Model Canvas. Next step is doing a fit customer profile process with a Value Proposition Map that serves to find out what kind of proposal are suitable to meet customer desires. As a result, the final outcome of the research is a business design model proposal for CV. Eros Group.

Keywords: Business Model Canvas, Customer Profile, Value Proposition Canvas, SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats).

I. Pendahuluan

Tentu nya untuk jumlah kendaraan bermotor di Indonesia sendiri sudah mencapai ratusan juta. Untuk sebagian besar didominasi oleh sepeda motor, dengan jumlah lebih dari 100 juta sepeda motor. Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data, per 2018 jumlah semua jenis kendaraan bermotor mencapai angka 146.858.759 unit. Menurut BPS, terdapat 16.440.987 penumpang mobil pada tahun 2018. Selain itu BPS menunjukkan, jumlah mobil penumpang akan ada peningkatan setidaknya 1 juta setiap tahun.

Pada tahun lalu, menurut data Gabungan Produsen Mobil Indonesia (Gaikindo), sebanyak 1.043.017 unit mobil baru dipasang di Indonesia. Angka tersebut merupakan penjualan eceran (dari dealer lalu ke konsumen), termasuk penjualan kendaraan besar seperti truk dan bus. Selain itu pada 2019, volume grosir (distribusi dari pabrik ke distributor) adalah 1.030.126. Gaikindo memprediksikan pada tahun 2020 penjualan mobil akan mengalami peningkatan sebesar 5%.

CV. Eros Group merupakan salah satu penyedia jasa kursus untuk layanan pelatihan mengemudi. Alasan kuat mengapa CV. Eros Group dipilih sebagai objek karena pada perusahaan tersebut memiliki paket-paket khusus untuk para calon muridnya selain itu pembayaran juga dapat dicicil selain itu risiko kecelakaan juga ditanggung oleh pihak perusahaan sehingga pihak murid tidak perlu menanggung risiko kerugian dari kecelakaan.

Pada dasarnya perusahaan ini berdiri kurang lebih sekitar 3 tahun yang lalu dan masih memiliki banyak permasalahan yang harus diselesaikan, maka dari itu pemodelan pada bisnis perusahaan ini masih cukup belum teratur, selain itu metode BMC dipilih karena metode tersebut akan mengevaluasi dan menganalisis dari 9 pemodelan bisnis antara lain yaitu seperti *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resource*, *key activities*, *key partner*, dan *cost structure*, maka dari 9 poin itu akan dicari permasalahannya masing-masing sehingga dapat dianalisis dan dapat diselesaikan menggunakan metode BMC.

Sebagai contoh pada permasalahan *Channel* sendiri perusahaan tersebut mengalami permasalahan antara lain yaitu masih kurang dikenal oleh masyarakat kabupaten Indramayu, dari permasalahan tersebut berpengaruh kepada pendapatannya tidak terlalu deras. Selain itu pada *Channel* juga mereka hanya mengandalkan media seperti spanduk depan kantor mereka serta menggunakan beberapa muridnya untuk menyebarluaskan informasi terhadap keberadaan tempat kursus tersebut. Walaupun mereka memiliki Key Partner yaitu bekerja sama dengan salah satu tempat digital printing untuk membuat banner dan spanduk seperti usaha tersebut belum dapat dinilai cukup untuk menarik pelanggan lebih banyak. Untuk *key resource* mereka memiliki 3 tutor yang biasa melatih murid mereka dan 1 orang sekretaris untuk menjaga *office* dan mengurus calon pendaftar yang datang ke *office*, dengan *key resource* yang sedikit maka akan cukup dirasa berat karena harus menanggung murid-murid yang latihan setiap hari nya dari pagi sampai malam hari, hal tersebut dirasa memerlukan penambahan tenaga kerja berupa tutor tambahan atau lain nya.

II. Landasan Teori

II.1 Model Bisnis Canvas

Mengutip pada buku *Business Model Generation* berdasarkan penelitian Osterwalder dapat dijelaskan bahwa *Business Model Canvas* mencakup sekitar 9 rincian pada pemodelan bisnis dengan 4 fokus utama nya, yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan kelayakan keuangan. Pada penelitian-penelitian sebelumnya, saat menganalisis *Business Model Canvas* menggunakan beberapa tahapan seperti penjelasan poin-poin *Business Model Canvas*, analisis SWOT (*Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, *Threats*), *business model environment*, dan *value proposition canvas*.

II.2 Analisis SWOT

Untuk menilai suatu analisis SWOT perlu memberikan sudut pandang yang berbeda-beda pada bentuk model bisnis, pada *Business Model Canvas* sendiri memberikan bentuk fokus yang terarah. SWOT adalah suatu cara atau metode yang digunakan untuk mengevaluasi bentuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada perusahaan tersebut.

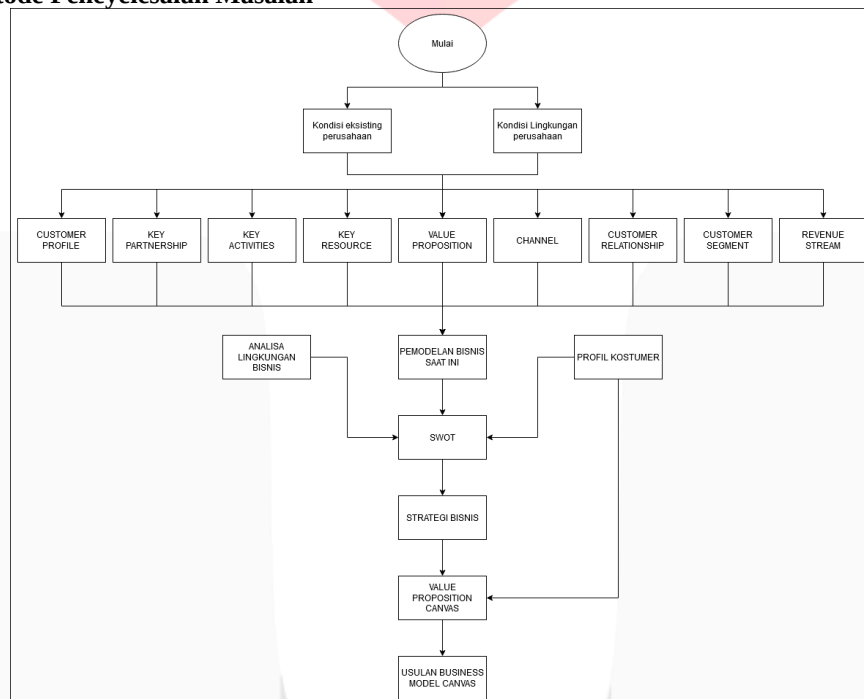
II.3 Analisis Lingkungan Bisnis

Business Model Environment adalah bentuk pemodelan bisnis yang didirikan dan diimplementasikan dalam perlindungan lingkungan. Pemetaan lingkungan akan sangat berguna untuk memberikan poin bonus bagi perusahaan untuk memperoleh informasi.

II.4 Value Proposition Canvas

Value Proposition Canvas menjelaskan bagaimana suatu produk atau layanan ditawarkan untuk memberikan nilai kepada pelanggan dengan kebutuhan yang mereka harapkan konsumen. *Value proposition Canvas* terdiri dari dua bagian, yaitu profil pelanggan dan *value map* (Osterwalder & Pigneur, 2010).

III. Metode Penyelesaian Masalah



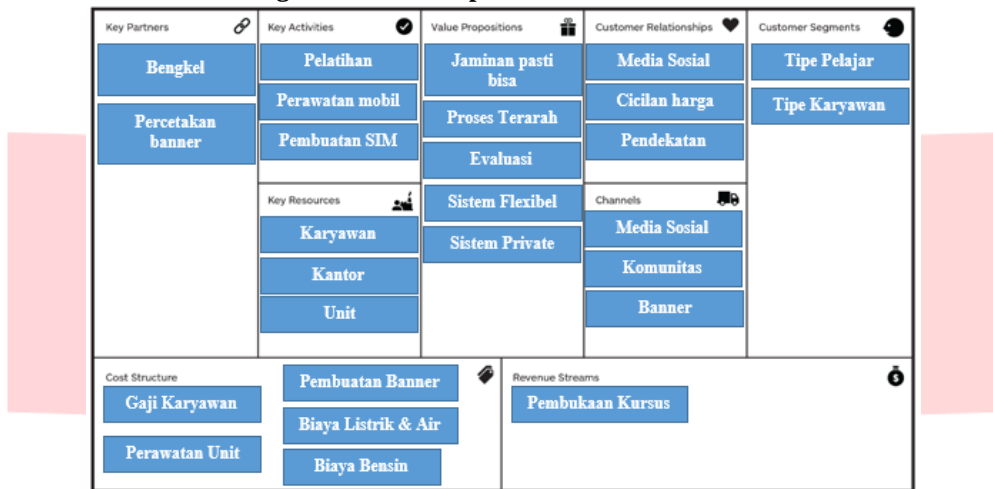
Gambar 1. Metode Penyelesaian Masalah

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengevaluasi pemodelan bisnis dari CV. Eros Group dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Maka dari itu hal pertama yang harus dilakukan adalah meninjau kondisi langsung dari eksisting dan kondisi lingkungan dari perusahaan itu sendiri. Lalu dalam meneliti pembuatan pemodelan bisnis baru, untuk data model bisnis saat ini seperti *customer segments*, *customer relationships*, *channels*, *value proposition* dan *revenue streams* yang memiliki hubungan tiap poin nya. Selain itu juga, untuk mendapatkan poin cost structure tentu dibutuhkan informasi dari *key partnership*, *key activities*, dan *key resource*. Untuk *customer profiling* dan analisis lingkungan yang sudah ada akan dimasukkan kedalam analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*).

Lalu ketika sudah melakukan proses diatas maka selanjutnya adalah membentuk suatu strategi baru untuk CV. Eros Group lalu akan menghasilkan *value proposition canvas* yang memiliki dasar merujuk pada *customer profile*. Dan yang terakhir adalah merancang pemodelan bisnis baru untuk perusahaan tersebut tentu nya dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

IV. Pembahasan

IV.1 Model Bisnis Eksisting CV. Eros Group



Gambar 2. Model Bisnis Eksisting CV. Eros Group

IV.2 Customer Profile

Data konsumen dapat digunakan untuk menentukan profil kebutuhan pelanggan, permintaan dari segmen pelanggan baik pelanggan perorangan maupun pelanggan bisnis. Data konsumen diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dan dilengkapi dengan studi literatur. Sejumlah poin diamati menggambarkan kondisi pelanggan.

- *Customer Jobs* : Untuk mendapatkan pembelajaran dengan murah
Untuk mendapatkan pelayanan yang berkualitas
Memenuhi kebutuhan hidup
- *Customer Pain* : Tidak *on time*
Pembelajaran tidak tepat waktu
Tools unit tidak lengkap
Keterbatasan materi
- *Customer Gain* : Membuat kustomer nyaman
Harga yang murah
Pelayanan yang berkualitas
Kelengkapan informasi

IV.3 Analisis Lingkungan

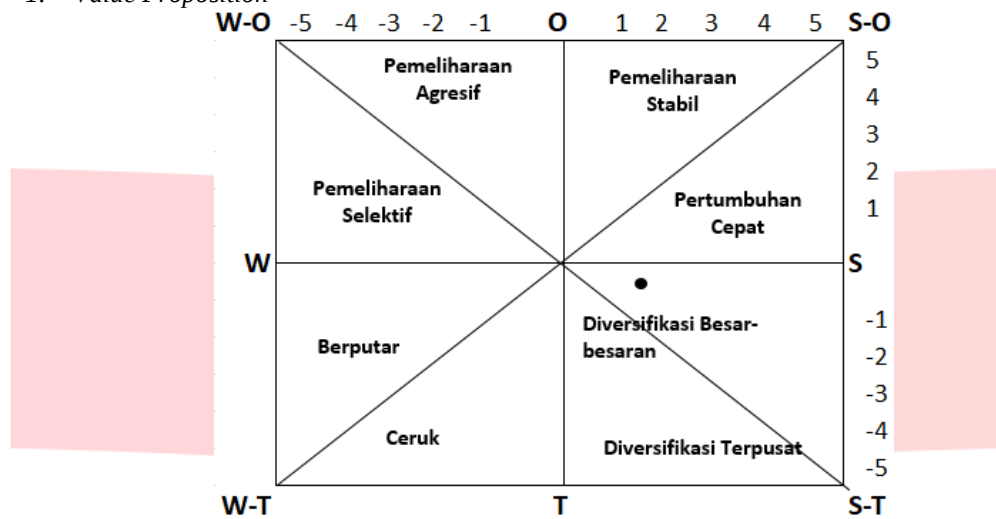
Berikut dibawah ini adalah analisis dari lingkungan CV. Eros Group:

- *Market Force*
 - Terdapat beberapa pekerjaan yang mengharuskan dapat mengemudi mobil
 - Lembaga kursus mengemudi masih cukup sedikit
 - Masyarakat yang bisa mengemudi masih sedikit
 - Lembaga kursus lain nya memasang harga yang mahal
- *Key Trends*
 - Penggunaan media sosial
 - *Government Regulation*
 - Pemberdayaan UKM Daerah
- *Industry Forces*
 - Kompetitor
 - Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan perusahaan tersebut
 - Pelanggan memilih lembaga lain
- *Macroeconomics Trends*
 - Jumlah investor meningkat
 - Lembaga kursus mengemudi menjadi UKM yang cukup besar pendapatannya

IV.4 Analisis SWOT dan Perancangan Strategi Usulan

Berikut dibawah ini merupakan analisis SWOT dengan strategi usulan nya pada CV. Eros Group:

1. Value Proposition

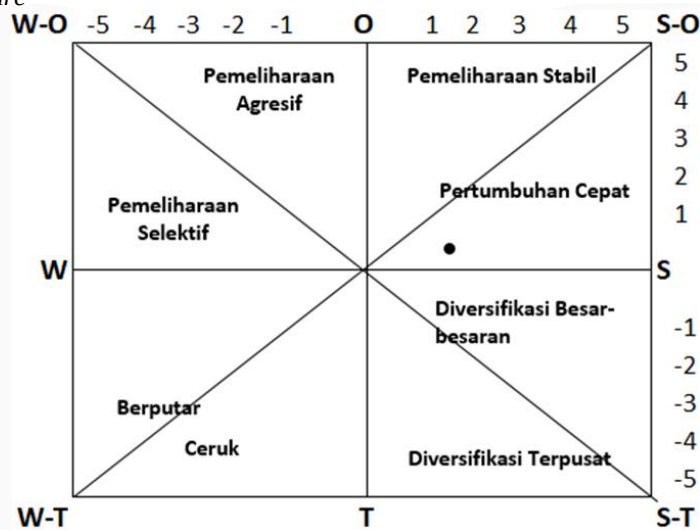


Gambar 3. Pemetaan Value Proposition

Mengacu pada hasil titik tersebut maka berikut adalah strategi usulan untuk CV. Eros Group:

- Layanan pindah jadwal latihan
- Memiliki kepastian jadwal latihan mendatang
- Memiliki *tagline* perusahaan
- Memiliki video tutorial

2. Infrastructure

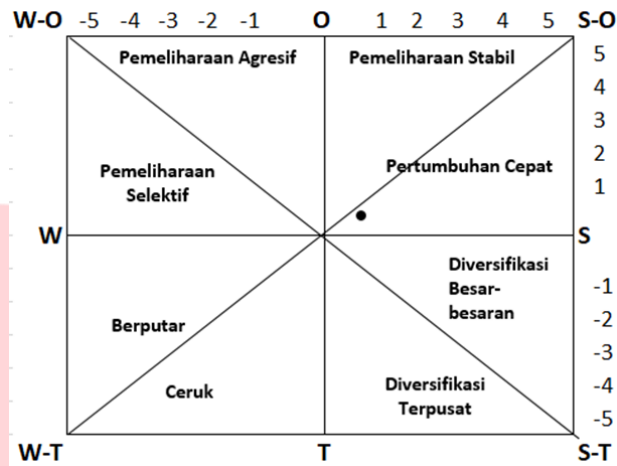


Gambar 4. Pemetaan Infrastructure

Mengacu pada hasil titik tersebut maka berikut adalah strategi usulan untuk CV. Eros Group:

- Meningkatkan kualitas pengajaran
- Meningkatkan pengembangan marketing perusahaan

3. Cost & Revenue

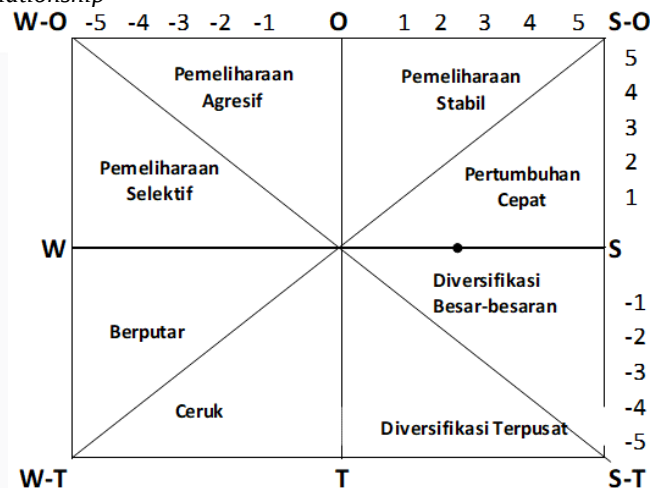


Gambar 5. Pemetaan Cost & Revenue

Mengacu pada hasil titik tersebut maka berikut adalah strategi usulan untuk CV. Eros Group:

- Mengembangkan promo
- Mengembangkan diskon
- Mengembangkan *endorse influencer* lokal

4. Customer Relationship



Gambar 6. Pemetaan Customer Relationship

Mengacu pada hasil titik tersebut maka berikut adalah strategi usulan untuk CV. Eros Group:

- Mengembangkan pertemuan tambahan khusus
- Mengembangkan fasilitas di kantor
- Blog*
- Tipe pegawai pemerintahan

IV.5 Perancangan Usulan Model Bisnis

Berikut dibawah ini merupakan usulan model bisnis CV. Eros Group

- Customer segment*: Tipe Pegawai Pemerintah
- Value Proposition*: Evaluasi, layanan pindah jadwal, memiliki jadwal kepastian latihan mendatang, memiliki *tagline* perusahaan, memiliki video tutorial mengemudi
- Channel*: Media sosial, banner, *blog* perusahaan,
- Customer Relationship*: Pendekatan komunikasi, mengembangkan pertemuan khusus, mengembangkan fasilitas di kantor
- Revenue Streams*: Bantuan perpanjangan SIM & STNK

- f. *Key Activities*: Perawatan mobil, meningkatkan kualitas pengajaran, meningkatkan marketing perusahaan\
- g. *Key Partnership*: Tidak ada
- h. *Cost Structure*: Mengembangkan promo, mengembangkan diskon, perawatan kantor

IV.6 Kesimpulan

Berikut dibawah ini merupakan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan dan mengeluarkan hasil berupa rancangan bisnis model perbaharuan untuk CV. Eros Group:

Key Partnership	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
Bengkel	Pelatihan	Jaminan pasti bisa	Media sosial	Tipe pelajar
	Perawatan mobil		Cicilan harga	
Percetakan Banner	Pembuatan SIM	Proses terarah	Pendekatan komunikasi	Tipe karyawan
	Meningkatkan kualitas pengajaran	Evaluasi	Mengembangkan pertemuan tambahan khusus	Tipe pegawai pemerintahan
	Meningkatkan pengembangan marketing perusahaan	Layanan pindah jadwal latihan	Mengembangkan fasilitas di kantor	
	Key Resource	Memiliki kepastian jadwal latihan mendatanng	Channel	
	Karyawan		Media sosial	
	Kantor	Memiliki tagline perusahaan	Komunitas	
	Unit	Memiliki video tutorial mengemudi	Banner	
			Blog Perusahaan	
Cost Structure		Revenue Streams		
Gaji karyawan	Biaya bensin	Pembukaan kursus		
Perawatan unit	Mengembangkan endorse influencer lokal			
Pembuatan banner	Perawatan kantor	Bantuan perpanjang SIM & STNK		
Biaya listrik & air				
Mengembangkan promo				
Mengembangkan diskon				

Gambar 7. *Business Model Canvas* Usulan

Biru : Tetap
Kuning : Ditingkatkan
Hijau : Diciptakan

Referensi

- [1] A. F. Hasibuan, "Evaluasi Model Bisnis Pada Willy Mully Farming," pp. 9-27, 2020.
- [2] M. R. Ismail, "Sistem Informasi Kursus Mengemudi," pp. 3-5, 2017.
- [3] A. Osterwalder, Y. Pigneur, G. Bernarda and A. Smith, Value Proposition Design, New Jersey: John Wiley & Sons, 2014.
- [4] A. Osterwalder and Y. Pigneur, Business Model Generation, New Jersey: John Wiley & Sons, 2010.
- [5] A. Prasojo, "EVALUASI MODEL BISNIS FASHION MUSLIM PURU KAMBERA," pp. 61-83, 2020.
- [6] T. M. Susilowati, "Evaluasi Model Bisnis Keju Indrakila Boyolali," pp. 24-34, 2020.