

BAB I

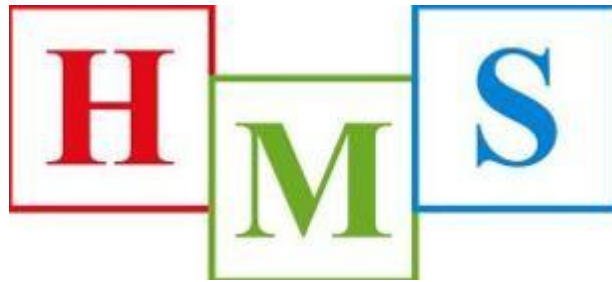
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. HMS didirikan pada tahun 2013 adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang General Supplier dengan spesialisasi pada penyediaan dan penyewaan peralatan industri berat, khususnya *forklift* dan komponen pendukungnya. Beralamat di Jl. Letda Natsir Jatiasih, Bojongkulur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat PT. HMS hadir sebagai mitra bagi perusahaan-perusahaan manufaktur, logistik, dan distribusi dalam menyediakan solusi material *handling* yang efisien dan terpercaya. Perusahaan ini dapat dihubungi melalui nomor telepon 021–29465880 atau melalui email resmi di hansmandirisentosa@yahoo.co.id.

Fokus utama PT. HMS adalah pada penyediaan layanan rental *forklift* baik berbahan bakar diesel maupun elektrik. Produk-produk yang ditawarkan antara lain mencakup *trolley battery*, *box battery*, *fork shoes*, *platform*, serta berbagai bentuk *trolley* seperti *trolley picking* dan *trolley towing truck* yang didesain untuk mendukung efisiensi operasional pelanggan. Inovasi dan adaptasi teknologi menjadi dasar dalam pengembangan produk-produk tersebut, guna menjawab tantangan kebutuhan industri yang terus berkembang.

PT. HMS kerja sama dengan perusahaan-perusahaan besar, baik skala nasional maupun internasional. Beberapa klien yang telah mempercayakan layanan kepada PT. HMS antaranya adalah PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart), PT. Heinz ABC, PT. Multimas Nabati Asahan (Wilmar Group), PT. Traktor Nusantara, PT. Sayap Mas Utama, serta lebih dari sepuluh perusahaan lainnya yang bergerak di bidang logistik, produksi, dan distribusi. Referensi ini menjadi bukti nyata bahwa PT. HMS mampu memenuhi standar tinggi dalam layanan industri dan dipercaya sebagai *partner* jangka panjang.



Gambar 1. 1 Logo PT. HMS

Sumber: <https://hansmandirisentosa.com> (2025)

1.1.1 Visi

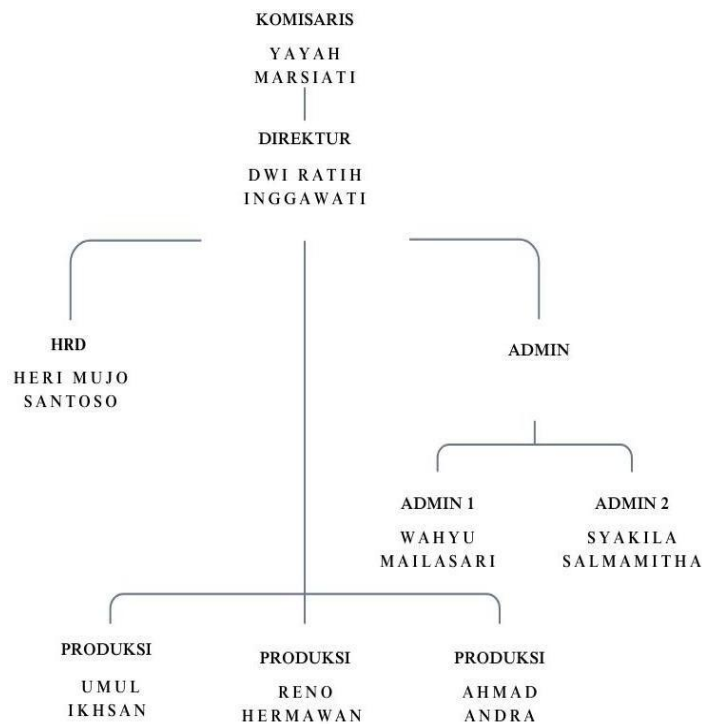
Menjadi pemimpin pasar dalam penyediaan solusi komprehensif untuk peralatan *forklift* di Indonesia, dengan penekanan pada inovasi, efisiensi, dan keberlanjutan.

1.1.2 Misi

1. Memberikan layanan berkualitas tinggi dalam penyewaan dan penjualan *forklift* serta produk terkait.
2. Mengembangkan produk pabrikan yang unggul dan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.
3. Meningkatkan keahlian internal melalui pelatihan berkelanjutan dan teknologi terkini.
4. Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pelayanan yang profesional dan responsif.

1.1.3 Struktur Organisasi

PT. HMS menjalankan operasinya dengan pendekatan terstruktur yang didukung oleh tenaga profesional di bidang teknik dan administrasi. Struktur organisasi ini memungkinkan perusahaan untuk melayani kebutuhan pelanggan secara efektif, mulai dari penyediaan perangkat hingga layanan purna jual.



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi dari PT. HMS

Sumber: Data olahan penulis (2025)

1.1.4 Produk dan layanan yang ditawarkan PT. HMS

PT. HMS menawarkan berbagai produk dan layanan di bidang *forklift* untuk mendukung kebutuhan industri logistik dan distribusi. Salah satu layanan utama yang disediakan adalah penyewaan *forklift*, yang mencakup *forklift* diesel dan *forklift* elektrik untuk berbagai kebutuhan operasional. Selain itu, PT. HMS juga menyediakan baterai *forklift*, baik dalam bentuk penjualan maupun penyewaan, guna memastikan kelangsungan operasional alat berat yang digunakan oleh pelanggan.

Selain layanan inti tersebut, PT. HMS juga bergerak dalam bidang pabrikasi dengan memproduksi berbagai perlengkapan pendukung *forklift*, seperti *trolley battery*, *tray battery*, *forklift shoes*, serta perangkat tambahan lainnya. Untuk mendukung efisiensi dan efektivitas operasional pelanggan, perusahaan ini juga menyediakan layanan tambahan seperti pembuatan *platform*, *trolley towing truck*, dan perangkat serupa yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pelanggan.

Dengan komitmen untuk memberikan solusi inovatif dan adaptif terhadap kebutuhan klien, PT. HMS menekankan pelayanan yang profesional dan berkualitas tinggi. Perusahaan selalu mengutamakan tanggung jawab serta menjaga reputasi dengan menawarkan solusi berbasis kebutuhan pelanggan. Filosofi ini tercermin dalam pendekatan mereka yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dan penyediaan layanan yang dapat meningkatkan efisiensi bisnis klien.

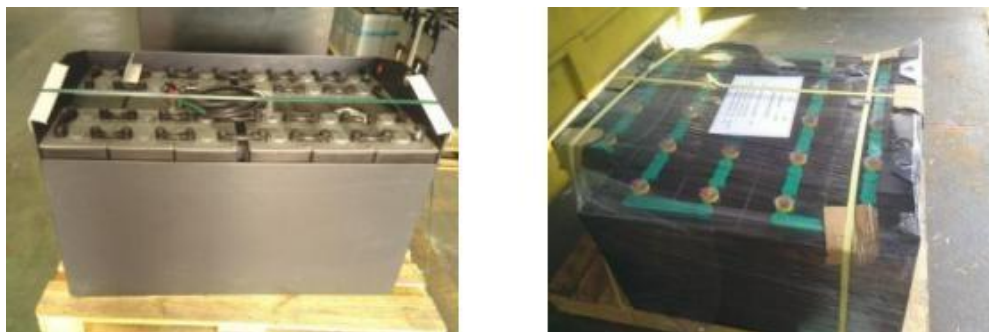
a. Rental *Forklift Diesel & Electric*:



Gambar 1. 3 Produk dan Layanan dari PT. HMS

Sumber: <https://hansmandirisentosa.com> (2025)

b. *Battery*



Gambar 1. 4 Produk dan Layanan dari PT. HMS

Sumber: <https://hansmandirisentosa.com> (2025)

c. *Pabrikasi Range Product*

Trolley Battery:



Fork Shoes:



Box Battery:



Trolley Picking:



Gambar 1. 5 Produk dan Layanan dari PT. HMS

Sumber: <https://hansmandirisentosa.com> (2025)

Platform:



Trolley Picking:



Trolley Towing Truck:



Fork Shoe:



Gambar 1. 6 Produk dan Layanan dari PT. HMS

Sumber: <https://hansmandirisentosa.com> (2025)

1.2 Latar Belakang Penelitian

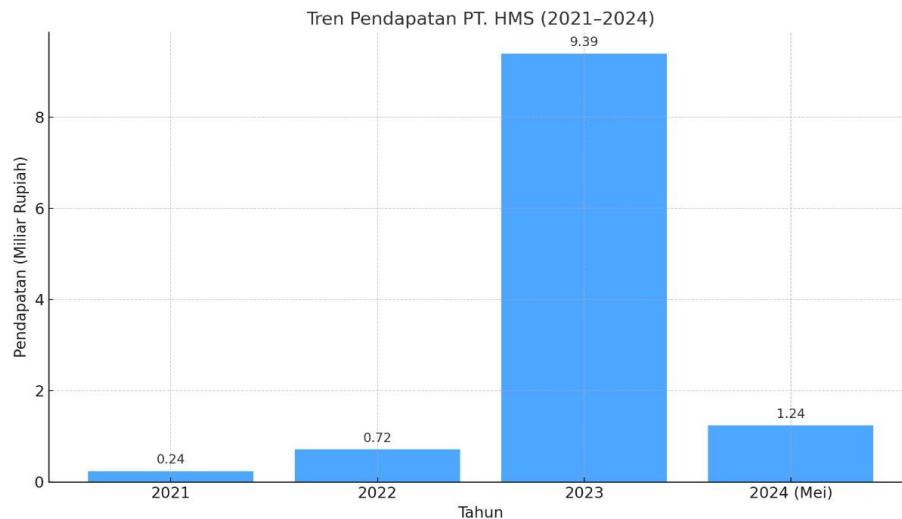
Transformasi industri logistik di Indonesia semakin dipercepat oleh digitalisasi dan meningkatnya kebutuhan akan efisiensi operasional, terutama pada sektor pergudangan dan distribusi. Menurut laporan Research and Markets (2024), pasar logistik Indonesia diproyeksikan tumbuh dengan CAGR sebesar 10,27% selama periode 2020–2025. Salah satu dampak langsung dari perkembangan ini adalah meningkatnya permintaan terhadap alat berat logistik yang lebih efisien dan ramah lingkungan, khususnya *forklift elektrik*. Sektor logistik di Indonesia tengah mengalami perkembangan pesat seiring meningkatnya aktivitas e-commerce, ritel, dan manufaktur. Berdasarkan data Asosiasi Logistik Indonesia (ALI) dan Badan Pusat Statistik (BPS), sektor transportasi dan pergudangan berkontribusi sebesar Rp 1.090,2 triliun atau setara 5,82% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2023, dengan tingkat pertumbuhan tahunan mencapai 14,99%. Angka

ini menunjukkan bahwa sektor logistik memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional.

Permintaan terhadap alat bantu logistik seperti *forklift* juga mengalami peningkatan tajam. Frost & Sullivan (2023) mencatat bahwa pertumbuhan permintaan *forklift* secara global berada pada kisaran 8–10% per tahun, dengan *forklift* elektrik di kawasan Asia-Pasifik diproyeksikan tumbuh sebesar 10,9% (CAGR) hingga tahun 2030. Di Indonesia sendiri, Asosiasi Industri Alat Berat melaporkan lonjakan permintaan *forklift* elektrik lebih dari 20% pada tahun 2023. Peningkatan ini didorong oleh kebutuhan efisiensi operasional di pusat distribusi dan gudang, serta berkembangnya adopsi teknologi otomatisasi.

PT. HMS merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyewaan *forklift* dan perlengkapan logistik pendukung, serta telah beroperasi selama lebih dari satu dekade. Di tengah pesatnya pertumbuhan sektor logistik dan distribusi di Indonesia, peran PT. HMS menjadi semakin strategis dalam mendukung efisiensi rantai pasok nasional. Namun, dalam menghadapi dinamika persaingan yang semakin kompetitif dan tren digitalisasi industri yang kian menguat, perusahaan dituntut untuk mengevaluasi dan menyesuaikan struktur model bisnis yang diterapkan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan mampu merespons kebutuhan pasar yang semakin kompleks, cepat berubah, dan berbasis teknologi.

Berdasarkan analisis data keuangan tahun 2021–2023, PT. Hans Mandiri Sentosa mencatat pertumbuhan pendapatan yang signifikan, terutama pada tahun 2023 yang mencapai Rp 9,39 miliar.



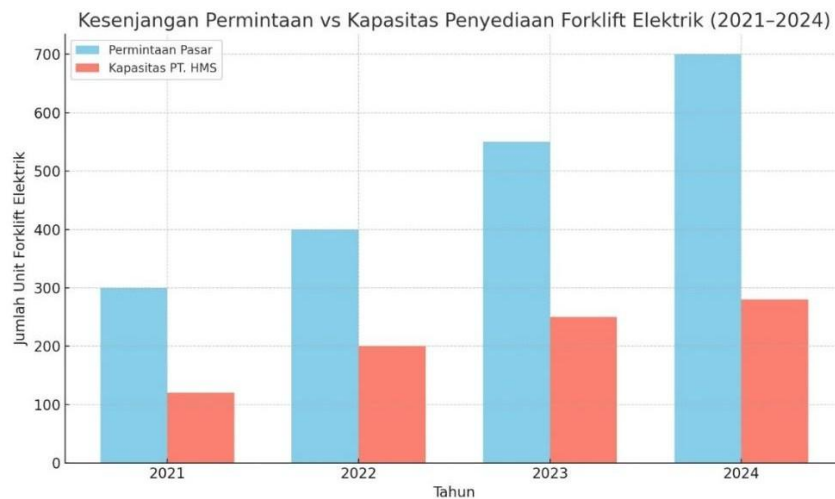
Gambar 1. 7 Grafik Pendapatan PT. HMS

Sumber: laporan keuangan internal PT. HMS (2021–2024)

Lonjakan pendapatan pada tahun 2023 disebabkan oleh peningkatan permintaan terhadap alat bantu logistik seperti *forklift* elektrik, serta optimalisasi produk pabrikan yang ditawarkan PT. HMS. Hubungan pelanggan yang kuat dan pemberian insentif turut mendorong loyalitas. Namun pada 2024, tren menurun terjadi karena belum maksimalnya digitalisasi layanan dan sebagian besar pendapatan potensial baru terealisasi di semester kedua. Hal ini menegaskan perlunya transformasi digital dan inovasi strategi agar perusahaan tetap kompetitif. Meskipun kontribusinya terhadap PDB sektor logistik Indonesia secara langsung hanya sekitar 0,00086%, keberadaan HMS tetap strategis dalam menyediakan alat bantu logistik (seperti *forklift* dan baterai industri) bagi pelaku industri besar seperti PT Heinz, Alfamart, dan Wilmar. Oleh karena itu, dampak HMS lebih relevan dilihat pada level mikro (rantai pasok perusahaan), bukan sebagai kontributor utama PDB nasional. Visualisasi ini menjadi dasar perlunya transformasi model bisnis PT. HMS agar lebih kompetitif di era digitalisasi logistik.

Selanjutnya, jika dibandingkan dengan tren permintaan *forklift* elektrik di pasar nasional, kemampuan PT. HMS dalam memenuhi kebutuhan tersebut masih tergolong rendah. Gambar 1.8 berikut menyajikan perbandingan antara tren

pertumbuhan permintaan dan kapasitas aktual penyediaan layanan PT. HMS.



**Gambar 1. 8 Tabel Kesenjangan Permintaan vs Kapitalisme Penyediaan
Forklift Elektrik**

Sumber: Data olahan peneliti dari AABI, Frost & Sullivan, dan PT. HMS

Menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara laju pertumbuhan permintaan *forklift* elektrik di Indonesia dan kemampuan aktual PT. HMS dalam memenuhi permintaan tersebut. Berdasarkan data dari Asosiasi Industri Alat Berat Indonesia (AABI) dan Frost & Sullivan (2023), permintaan *forklift* elektrik nasional meningkat dari 12% pada tahun 2021 menjadi 20% pada tahun 2023. Namun, kapasitas layanan HMS dalam menyediakan *forklift* elektrik hanya meningkat dari 3% menjadi 5% dalam periode yang sama. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan struktural rata-rata sebesar 12% per tahun antara tren pasar dan kapabilitas layanan PT. HMS.

Ketimpangan ini mencerminkan bahwa PT. HMS belum berhasil mengoptimalkan peluang pasar yang berkembang, khususnya pada segmen *forklift* elektrik yang semakin diminati oleh industri logistik *modern* dan manufaktur otomasi. Salah satu faktor penyebabnya adalah pendekatan bisnis konvensional yang masih dominan, keterbatasan investasi pada unit *forklift* listrik, serta minimnya pengembangan layanan berbasis teknologi. Tanpa strategi ekspansi dan

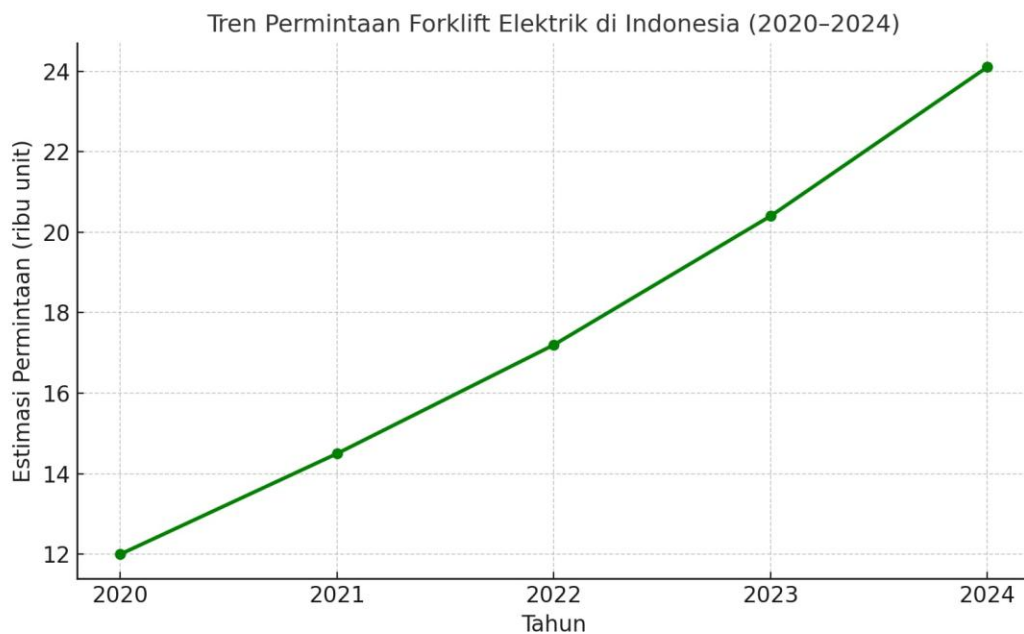
digitalisasi yang agresif, HMS berisiko kehilangan peluang pertumbuhan yang signifikan di masa depan.

Oleh karena itu, tabel tersebut berfungsi sebagai alat visual analitik yang menggambarkan urgensi transformasi model bisnis PT. HMS agar lebih responsif terhadap dinamika pasar. Saya memilih menganalisis model bisnis karena permasalahan yang dihadapi PT. HMS saat ini bukan lagi sekadar operasional, melainkan menyangkut kesenjangan strategi, proposisi nilai, dan ketidaksesuaian dengan tren pasar. Model bisnis adalah cara paling sistematis untuk mengevaluasi dan membenahi keseluruhan struktur nilai perusahaan secara menyeluruh dan adaptif. Dengan pendekatan ini, dapat dilakukan pemetaan menyeluruh terhadap elemen-elemen penting seperti customer segment, value proposition, channel, dan lainnya, sekaligus mengukur sejauh mana kesesuaian antara layanan perusahaan dan kebutuhan pelanggan modern. Rekomendasi strategis yang dapat dilakukan meliputi peningkatan investasi pada armada forklift elektrik, penyusunan roadmap digitalisasi layanan, serta pembentukan unit khusus inovasi untuk mengejar backlog kesenjangan pasar tersebut. Ketertinggalan PT. HMS dalam memanfaatkan teknologi dapat disebabkan oleh beberapa faktor: minimnya inovasi yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan, kurang optimalnya strategi pemasaran ke segmen potensial seperti manufaktur modern dan e-commerce, serta belum maksimalnya pemanfaatan teknologi informasi dalam proses bisnis utama. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan analisis model bisnis perusahaan secara menyeluruh guna mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, serta peluang transformasi yang dapat dioptimalkan.

Sebagai langkah strategis, penelitian ini menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Value Proposition Canvas* (VPC). BMC digunakan untuk memetakan sembilan elemen utama model bisnis, seperti *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Di sisi lain, VPC digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian nilai yang ditawarkan oleh perusahaan dengan kebutuhan pelanggan melalui pemetaan elemen *customer jobs*, *pains*, dan

gains. Kombinasi dua kerangka kerja ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh dan strategis terhadap struktur serta efektivitas model bisnis PT. HMS dalam menghadapi dinamika industri logistik yang semakin berbasis teknologi dan efisiensi.

Data dari Statista dan laporan Mordor Intelligence (2023) menunjukkan bahwa permintaan forklift elektrik di Asia Tenggara tumbuh lebih cepat dibanding forklift berbahan bakar fosil. Di Indonesia, permintaan forklift elektrik meningkat sekitar *18% per tahun* sejak 2020, seiring meningkatnya kesadaran akan efisiensi energi dan regulasi lingkungan di sektor manufaktur dan e-commerce. Tren ini menandai pergeseran signifikan preferensi pelanggan ke arah solusi logistik berbasis teknologi bersih dan rendah emisi.



Gambar 1. 9 Tren Permintaan Forklift Elektrik di Indonesia

Sumber: Data olahan peneliti dari AABI, Frost & Sullivan(2020 – 2024)

Meskipun permintaan forklift elektrik di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, seperti yang terlihat pada Gambar 1.7, PT. HMS masih menghadapi kesenjangan besar dalam memenuhi kebutuhan pasar tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh dari Asosiasi Industri Alat Berat Indonesia

(AABI) (dan Frost & Sullivan (2023), permintaan forklift elektrik nasional meningkat secara substansial, dengan tingkat pertumbuhan mencapai 20% pada tahun 2023. Namun, kapasitas layanan PT. HMS dalam menyediakan forklift elektrik hanya berkembang sedikit, dari 3% menjadi 5% dalam periode yang sama. Kesenjangan ini, yang rata-rata mencapai 12% per tahun, menunjukkan bahwa meskipun permintaan pasar meningkat pesat, PT. HMS belum berhasil mengoptimalkan potensi ini. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk pendekatan bisnis yang masih mengandalkan forklift konvensional, kurangnya investasi pada armada forklift elektrik, serta terbatasnya pengembangan layanan berbasis teknologi. Data ini menegaskan bahwa tanpa adanya strategi ekspansi dan digitalisasi yang lebih agresif, PT. HMS berisiko kehilangan peluang besar di pasar forklift elektrik yang terus berkembang.

Namun, PT HMS belum mampu merespons dinamika ini secara optimal. Kapabilitas internal HMS masih terfokus pada forklift diesel konvensional, dan belum ada roadmap digitalisasi atau strategi adaptif terhadap shifting demand tersebut. Backlog antara permintaan *forklift elektrik* dan penawaran aktual perusahaan menimbulkan kesenjangan strategis yang berisiko menjadi *opportunity loss*.

Untuk menjawab tantangan tersebut, dibutuhkan analisis menyeluruh terhadap model bisnis HMS guna mengidentifikasi titik lemah dan peluang transformasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* untuk memetakan sembilan elemen utama model bisnis yang ada, serta *Value Proposition Canvas (VPC)* untuk mengukur kesesuaian antara kebutuhan pelanggan dan proposisi nilai yang ditawarkan.

Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan analisis yang bersifat strategis dan customer-oriented. VPC memungkinkan pemetaan pain–gain pelanggan secara langsung, sementara BMC menyajikan gambaran holistik atas keseluruhan model bisnis. Selain itu, strategi digital diposisikan sebagai solusi utama karena mampu meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya

layanan, serta memperkuat proposisi nilai melalui teknologi berbasis data dan konektivitas.

1.3 Rumusan Masalah

Dalam menghadapi persaingan industri yang dinamis serta meningkatnya tuntutan efisiensi dan inovasi dari pelanggan, PT. HMS memerlukan model bisnis yang lebih relevan dan kompetitif. Penelitian ini berfokus pada pengembangan model bisnis yang mampu menjawab tantangan tersebut melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Value Proposition Canvas* (VPC). Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirinci ke dalam pertanyaan-pertanyaan penelitian berikut:

1. Bagaimana gambaran model bisnis PT. HMS saat ini berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)?
2. Bagaimana kesesuaian antara proposisi nilai yang ditawarkan oleh PT. HMS dan kebutuhan aktual pelanggan berdasarkan pendekatan *Value Proposition Canvas* (VPC)?
3. Bagaimana gambaran model bisnis *Business Model Canvas* (BMC) perbaikan untuk menjawab tantangan yang di hadapi oleh PT. HMS

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan menggambarkan model bisnis PT. HMS saat ini melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC).
2. Untuk mengevaluasi kesesuaian antara proposisi nilai HMS dan ekspektasi pelanggan menggunakan pendekatan *Value Proposition Canvas* (VPC).
3. Untuk mengetahui *Business Model Canvas* usulan untuk menjawab tantangan yang dihadapi oleh PT.HMS.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik dalam bidang manajemen strategis, khususnya terkait penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Value Proposition Canvas* (VPC) sebagai alat analisis model bisnis pada perusahaan sektor jasa alat berat.
2. Memberikan kontribusi empiris melalui studi kasus pemetaan model bisnis dan evaluasi kesesuaian nilai yang ditawarkan dengan kebutuhan pelanggan, dalam konteks industri penyewaan *forklift*.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan gambaran menyeluruh kepada manajemen PT. HMS mengenai kekuatan dan kelemahan elemen-elemen dalam model bisnis perusahaan saat ini.
2. Membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kesenjangan antara proposisi nilai yang ditawarkan dan ekspektasi pelanggan sebagai dasar evaluasi dan pengambilan keputusan internal.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Guna mempermudah pemahaman mengenai isi penelitian, penulis menjelaskan sistematika penulisan yang digunakan dengan tujuan memberikan gambaran menyeluruh mengenai penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, dan tujuan.

BAB II METODE PENELITIAN

Memaparkan landasan landasan teori yang digunakan untuk memahami teori yang mendasari penelitian, khususnya yang berkaitan dengan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Value Proposition Canvas* (VPC).

BAB III METODOLOGI

Penelitian menjelaskan metodologi dan teknik untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menyajikan hasil penelitian secara sistematis, menganalisis data, menarik kesimpulan, dan membandingkannya dengan penelitian sebelumnya atau teori relevan, serta memberikan rekomendasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Menyajikan kesimpulan dari studi yang dilakukan dan rekomendasi yang berdasarkan hasil penelitian.