

Perancangan Usulan Model Bisnis pada Bengkel NP Jaya Motor dengan Metode *Business Model Canvas*

1st Nurul Fitri Dwi Andini
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia

nurulfda@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Dr. Ir. Farda Hasun, M.Sc.
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia

fardahasun@telkomuniversity.ac.id

3rd Yudha Prambudia, S.T., M.Sc., Ph.D.
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia

prambudia@telkomuniversity.ac.id

Bengkel NP Jaya Motor merupakan sebuah UMKM di bidang otomotif, menghadapi kerugian sejak awal tahun 2025. Permasalahan utama meliputi ketersediaan mekanik, keterbatasan suku cadang, peran pemilik yang pasif, serta minimnya promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model bisnis saat ini dan merancang model bisnis baru menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Metode penelitian yang digunakan meliputi pengumpulan data melalui wawancara dan observasi untuk mendapatkan data model bisnis saat ini dan *customer profile*, dan studi literatur untuk mengumpulkan data mengenai lingkungan bisnis, yang dilanjutkan dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal dan peluang serta ancaman sebagai faktor eksternal. Proses verifikasi dan validasi memastikan kelayakan dan relevansi model yang diusulkan. Hasil penelitian menunjukkan perlunya perbaikan signifikan pada aspek operasional dan pemasaran sehingga blok yang diperbaiki yaitu *value proposition*, *key resource* dan *channels*. Berdasarkan hasil analisis diusulkan perancangan model bisnis baru dengan fokus pada peningkatan kualitas layanan, optimalisasi layanan yang ditawarkan, pemanfaatan teknologi digital, dan penguatan strategi promosi untuk menciptakan bisnis yang *sustainable*.

Kata Kunci: *business model canvas*, UMKM, bengkel, strategi bisnis, analisis SWOT

I. PENDAHULUAN

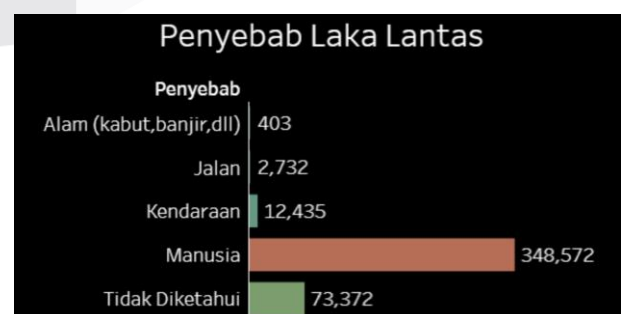
Indonesia merupakan salah satu negara besar di dunia. Berdasarkan *world population review* tercatat per tahun 2024 populasi penduduk di Indonesia mencapai 283,5 juta jiwa dan pertumbuhan penduduk mengalami pertumbuhan jumlah dari tahun ke tahun. Adanya pertumbuhan penduduk tentu berdampak pada berbagai sektor, salah satunya adalah sektor transportasi. Sektor transportasi memiliki peranan yang penting sebagai penghubung antar wilayah, pendukung perekonomian serta memperkuat persatuan bangsa. Berdasarkan data yang dikutip dari data Korlantas Polri, per bulan Agustus 2024 jumlah kendaraan di Indonesia mencapai 164 juta unit dengan pulau Jawa menduduki peringkat 1 mencapai 97,2 juta unit. Adapun data jenis kendaraan tahun 2021 dan 2022 yang dikutip dari Badan Pusat Statistik (BPS) ditunjukkan pada tabel 1.

TABEL 1
Perkembangan Jumlah Kendaraan Menurut Jenis (Unit)
Sumber: Badan Pusat Statistik

Jenis Kendaraan Bermotor	2021	2022
Mobil Penumpang	16.413.348	17.168.862
Mobil Bis	237.566	243.450
Mobil Barang	5.299.361	5.544.173
Sepeda motor	120.042.298	125.305.332
Jumlah	141.992.573	148.261.817

Jumlah kendaraan bermotor menurut jenis dari tahun 2021 ke tahun 2022 menunjukkan peningkatan jumlah dari segala jenis kendaraan bermotor. Hal ini dapat memprediksi bahwa tidak menutup kemungkinan terjadinya peningkatan jumlah kendaraan setiap tahunnya. Dari data di tabel 1 terlihat dari jumlah terbanyak kendaraan yang dimiliki masyarakat yaitu jenis kendaraan sepeda motor. Terdapat beberapa faktor sepeda motor dipilih sebagai alat transportasi yakni harga kendaraan cukup terjangkau dan kemampuan menghindari kemacetan karena ukuran kendaraan relatif ramping dan kecil.

Indonesia menjadi salah satu negara dengan angka kecelakaan lalu lintas yang cukup tinggi. Berdasarkan catatan kepolisian RI sepanjang periode Januari 2022 – 02 Januari 2025 tercatat terdapat 433.064 kasus kecelakaan lalu lintas. Tiga jenis kendaraan yang paling banyak terlibat kecelakaan lalu lintas yaitu sepeda motor, minibus, dan medium truk dimana sepeda motor sebagai kendaraan yang paling banyak terlibat.



GAMBAR 1
Grafik Penyebab Kecelakaan Lalu Lintas Tahun 2022-2025
Sumber: Pusiknas Polri

Grafik pada gambar 1 menunjukkan bahwa penyumbang terbesar penyebab kecelakaan lalu lintas tahun 2022-2025 yaitu faktor manusia dengan 348.572 kasus kecelakaan. Walaupun demikian, faktor kendaraan cukup menyumbang besar sebagai penyebab umum terjadinya kecelakaan terjadi. Oleh karena itu, pengendara perlu meningkatkan kesadaran akan keselamatan berkendara salah satunya dengan melakukan perawatan kendaraan dengan rutin.

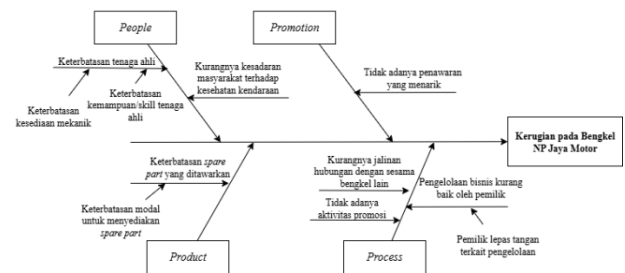
NP Jaya Motor merupakan UMKM bengkel motor yang menawarkan jasa perawatan dan perbaikan motor untuk motor *matic* dan motor bebek yang berlokasi di Kabupaten Bandung. Pesatnya peningkatan jumlah kendaraan setiap tahunnya khususnya kendaraan sepeda motor merupakan suatu peluang bagi Bengkel NP Jaya Motor untuk meningkatkan pendapatan dan memajukan bisnisnya. Akan tetapi, Bengkel NP Jaya Motor seiring berjalannya waktu tidak mengalami perkembangan dimana bengkel mengalami kerugian dalam beberapa bulan awal tahun 2025. Tabel 2 berikut memperlihatkan pendapatan, pengeluaran dan keuntungan/kerugian Bengkel NP Jaya Motor.

TABEL 2
Kondisi Keuangan Bengkel NP Jaya Motor Tahun 2025

Bulan	Pendapatan Kotor	Pengeluaran	Keuntungan
Januari 2025	Rp 16.653.000	Rp 17.677.000	-Rp 1.024.000
Februari 2025	Rp 19.712.000	Rp 19.895.000	-Rp 183.000
Maret 2025	Rp 23.334.000	Rp 20.974.000	Rp 1.133.000
April 2025	Rp 15.280.000	Rp 15.342.000	-Rp 62.000

Berdasarkan tabel 2, kondisi keuangan pada bisnis Bengkel NP Jaya Motor mengalami fluktuasi dan kerugian tak terhindarkan sejak awal tahun 2025. Adapun beberapa permasalahan yang dapat dipetakan sebagai akar permasalahan yang dialami Bengkel NP Jaya Motor yakni dari segi *people*, *promotion*, *product* dan *process*. Dari segi *people*, terdapat keterbatasan kesediaan tenaga ahli atau teknisi yang dimiliki sehingga menghambat layanan yang ditawarkan dikarenakan jumlah teknisi tidak memenuhi. Di samping itu, terdapat keterbatasan pengetahuan atau kemampuan teknisi untuk jenis-jenis motor terbaru sehingga dapat menghambat layanan yang akan ditawarkan. Adapun dari segi produk, *spare part* (suku cadang) yang disediakan oleh bengkel tidak lengkap. Modal yang diperlukan untuk melengkapi suku cadang tidak sedikit sehingga ketersediaan suku cadang tidak cukup lengkap. Dari segi proses, dalam menjalankan bisnisnya pemilik Bengkel NP Jaya Motor menyerahkan hampir seluruhnya pengelolaan kepada karyawan dan kurangnya monitoring terkait bisnis berjalan. Peran pemilik bengkel tidak sepenuhnya berjalan karena tidak melakukan upaya untuk mengembangkan bisnisnya seperti menjalin kerja sama dengan bengkel lain dan bertindak cukup pasif sebagai pemilik. Selain itu, tidak ada aktivitas promosi. Dari segi promosi, bengkel tidak melakukan upaya promosi untuk mengiklankan produk dan jasa yang ditawarkan dan hanya menunggu pelanggan datang ke tempat sehingga terdapat kemungkinan bahwa sebagian

pelanggan tidak mengetahui adanya layanan jasa tersebut. Diagram tulang ikan (*fishbone diagram*) digunakan untuk membantu merumuskan masalah yang terjadi pada bengkel NP Jaya Motor. Diagram tulang ikan permasalahan Bengkel NP Jaya Motor dapat dilihat pada gambar 2.



GAMBAR 2
Diagram Tulang Ikan (*Fishbone*) NP Jaya Motor

Agar dapat mengatasi masalah-masalah tersebut perlu dilakukan analisis secara menyeluruh terhadap bisnis Bengkel NP Jaya Motor untuk mengetahui perbaikan apa yang diperlukan sebagai upaya mengatasi kerugian yang dialami oleh Bengkel NP Jaya Motor. Pendekatan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* dipilih untuk melakukan evaluasi permasalahan yang dialami Bengkel NP Jaya Motor dikarenakan dapat menyelesaikan masalah dengan memperhatikan berbagai faktor secara menyeluruh dan simultan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengevaluasi model bisnis saat ini dan merancang model bisnis baru menggunakan pendekatan *Business model canvas* (BMC).

II. KAJIAN TEORI

A. Model Bisnis

Model bisnis merupakan suatu gambaran mengenai bagaimana suatu organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai untuk memperoleh keuntungan (Osterwalder & Pigneur, 2010). Model bisnis yang baik adalah model bisnis yang dapat dipahami oleh semua orang sehingga model bisnis harus sederhana, relevan dan mudah dipahami agar dapat menghasilkan alternatif strategi baru. Walaupun model bisnis harus sederhana, bukan berarti model bisnis terlalu menyederhanakan kompleksitas dari bisnis organisasi itu sendiri (Osterwalder & Pigneur, 2010).

B. *Business Model Canvas*

Business Model Canvas merupakan suatu alat dalam strategi manajemen yang digunakan untuk memvisualisasikan model bisnis serta elemen – elemen penting mulai dari penerjemahan konsep, konsumen, infrastruktur dan keuangan dari perusahaan. Osterwalder & Pigneur (2010) mengatakan bahwa *business model canvas* merupakan suatu kerangka yang memetakan suatu model bisnis berdasarkan sembilan blok penyusun yang mencakup empat bidang utama yaitu konsumen, penawaran, infrastruktur, dan keuangan. *Business Model Canvas* bertujuan untuk menggambarkan dan mempermudah dalam menilai, memvisualisasikan, serta mengubah model bisnis sehingga organisasi dapat menghasilkan kinerja yang lebih maksimal.

C. Business Model Environment

Suatu model bisnis tentu akan dipengaruhi oleh lingkungan bisnis tertentu. Mengembangkan pemahaman yang baik mengenai lingkungan bisnis akan membantu memahami model bisnis yang lebih kuat dan lebih kompetitif. Selain itu, pemahaman terhadap perubahan lingkungan akan membantu dalam penyesuaian model bisnis secara efektif. Analisis lingkungan bisnis merupakan proses penelusuran terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap aktivitas bisnis yang dijalani perusahaan. Analisis lingkungan bisnis dilakukan untuk mengetahui pengaruh eksternal terhadap bisnis yang dijalani perusahaan.

D. Value Proposition Canvas

Value proposition canvas merupakan suatu alat untuk memetakan *value proposition* agar lebih terlihat jelas dan nyata sehingga lebih mudah didiskusikan dan dikelola. Menurut Osterwalder et al (2014), *Value proposition canvas* membantu perusahaan dalam menciptakan nilai terhadap *customer segment* dengan dua hal yang dibahas yaitu *customer profile* dan *value map*. *Customer profile* mendeskripsikan *customer segment* tertentu dalam model bisnis secara lebih terstruktur dan terperinci yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu *customer jobs*, *pains*, dan *gains*. *Value map* menjelaskan fitur *value proposition* dalam model bisnis secara terperinci dan terstruktur yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu *product and services*, *pain reliever*, dan *gain creator*.

E. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan evaluasi secara menyeluruh terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada suatu perusahaan (Kotler & Keller, 2016). Analisis SWOT memberikan empat perspektif untuk menilai elemen model bisnis, sedangkan *business model canvas* mengutamakan hal yang perlu dilakukan untuk diskusi terstruktur. Kombinasi *business model canvas* dengan analisis SWOT memungkinkan penilaian dan evaluasi terfokus terhadap model bisnis dan blok penyusun dari bisnis suatu perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2010).

III. METODE

Evaluasi dan perancangan model bisnis dalam penelitian ini akan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Tahapan penelitian mencakup beberapa tahapan utama, yaitu identifikasi kebutuhan data, pengumpulan data, pengolahan data, perancangan model bisnis, verifikasi dan validasi hasil rancangan, serta evaluasi terhadap model bisnis yang diusulkan. Tahapan ini dilakukan secara sistematis untuk menyusun strategi pengembangan model bisnis Bengkel NP Jaya Motor.

Penelitian ini menggunakan tiga jenis data utama, yaitu data model bisnis saat ini, *Customer Profile*, dan data lingkungan bisnis. Data *Business Model Canvas* (BMC) dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pemilik Bengkel NP Jaya Motor. Data *customer profile* diperoleh melalui wawancara kepada pelanggan Bengkel NP Jaya Motor, untuk mengetahui secara spesifik kebutuhan, permasalahan, serta harapan pelanggan yang nantinya dikategorikan menjadi tiga bagian utama, yaitu *gains*, *pains*, dan *customer jobs*. Sementara itu, data lingkungan

bisnis diperoleh melalui studi literatur dari jurnal dan artikel yang relevan di internet, untuk mengetahui faktor eksternal yang mempengaruhi bisnis yang dikelompokkan dalam *market forces*, *key trends*, *macroeconomic forces*, dan *industry forces*.

Tahapan berikutnya adalah analisis dan perancangan model bisnis. Dalam tahap ini dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki oleh Bengkel NP Jaya Motor. *Scoring* dalam analisis SWOT dilakukan oleh pemilik bengkel. Dari langkah ini kemudian disusun matriks TOWS yang kemudian diterjemahkan ke dalam perancangan model bisnis usulan yang memuat sembilan elemen dalam *business model canvas* usulan. Setelah perancangan model bisnis usulan selesai, dilakukan proses verifikasi dan validasi terhadap hasil rancangan. Verifikasi dilakukan oleh peneliti bersama *expert* guna memastikan bahwa rancangan model bisnis telah sesuai dengan tujuan penelitian dan konsisten secara logis. Selanjutnya dilakukan validasi oleh pemilik Bengkel NP Jaya Motor untuk memperoleh umpan balik atas kesesuaian rancangan model bisnis dengan kondisi nyata bengkel. Validasi ini berfokus pada *feasibility risk* dari model bisnis usulan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Business Model Canvas Saat Ini

Data model bisnis Bengkel NP Jaya Motor didapatkan dari hasil wawancara bersama dengan pemilik dari Bengkel NP Jaya Motor dan observasi langsung yang kemudian dipetakan kedalam sembilan blok *business model canvas*. Berikut merupakan data model bisnis Bengkel NP Jaya Motor.

1. *Customer segments*: Pelanggan utama NP Jaya Motor adalah pelanggan individu yaitu pengguna sepeda motor khususnya jenis motor bebek dan motor matic untuk wilayah Soreang, Kabupaten Bandung.
2. *Value Propositions*: NP Jaya Motor menawarkan jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor dengan keunggulan lokasi yang strategis dan biaya layanan yang dapat disesuaikan dengan budget pelanggan. Selain itu, tersedia juga pelayanan *pick up* secara terbatas untuk memudahkan pelanggan yang tidak bisa datang langsung ke bengkel.
3. *Channels*: Saluran utama dalam menjangkau pelanggan adalah melalui toko fisik atau *direct selling* di bengkel NP Jaya Motor. Selain itu, penyebaran informasi dan promosi juga dilakukan melalui pendekatan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) antar pelanggan.
4. *Customer Relationships*: Hubungan dengan pelanggan dibangun dengan menawarkan harga yang terjangkau, potongan harga tertentu untuk pelanggan tetap sebagai bentuk loyalitas dan pelayanan yang ramah serta layanan antar jemput.
5. *Revenue Streams*: Sumber pendapatan utama berasal dari penjualan suku cadang dan oli, serta dari tarif jasa perbaikan kendaraan sebesar 30%.
6. *Key Resources*: Sumber daya utama yang dimiliki meliputi teknisi dan karyawan yang terampil, peralatan dan mesin bengkel yang mendukung

pekerjaan teknis, serta aset fisik berupa tanah dan bangunan bengkel.

7. **Key Activities:** Aktivitas utama mencakup pelaksanaan jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor, pengadaan dan penjualan suku cadang, serta pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan keuangan untuk mendukung operasional yang efisien.
8. **Key Partners:** NP Jaya Motor bekerja sama dengan *supplier* suku cadang sebagai pemasok utama kebutuhan bengkel, serta menjalin kemitraan dengan bengkel lain untuk kebutuhan teknis maupun alur distribusi tertentu.
9. **Cost Structure:** Biaya dikelompokkan menjadi capex dna opex. Capex meliputi pengeluaran untuk pembelian tanah, bangunan, peralatan dan mesin, serta instalasi utilitas seperti listrik dan air. Sedangkan, Opex terdiri dari gaji pekerja, biaya operasional (listrik, air, internet), perawatan mesin dan peralatan, pembelian stok suku cadang dan oli, biaya transportasi, administrasi, serta pajak dan retribusi.

Berdasarkan data model bisnis yang telah diperoleh, pemetaan *business model canvas* NP Jaya Motor Saat ini sebagai berikut.

Business Model Canvas		Designed for	Designed by	Date	Status
		NP Jaya Motor	Nurul Fajri Dini Andeli	20 Mei 2025	Finalizing
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments	
- <i>Supplier</i> suku cadang - Bengkel lain	- Pelaksanaan jasa perawatan - Pengadaan dan penjualan suku cadang - Pengelolaan SDM dan keuangan	- Menawarkan jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor - Lokasi strategis (Mudah diakses) - Biaya fleksibel menyesuaikan <i>budget</i> Pelanggan	- Harga terjangkau - Potongan harga - Layanan antar jemput	Pelanggan individu: - Pengguna motor (jenis motor bebek dan <i>motor</i>) wilayah Suroboyo	
Key Resources		Channels			
- Teknisi dan karyawan - Peralatan & mesin - Tanah dan bangunan		- Pelayanan <i>pick up</i> (pelanggan terbatas untuk pelanggan lama) - Toko fisik / <i>direct selling</i> (Bengkel) - <i>Word of mouth</i>			
Cost Structure		Revenue Streams			
Capital Expenditure (Capex) : Pembelian tanah dan bangunan, peralatan dan permesinan, kendaraan operasional, biaya instalasi air dan listrik		- Penjualan suku cadang motor seperti oli, busi dll - Tarif jasa perbaikan (30%)			
Operational Expenditure (Opex) : Gaji pekerja, biaya listrik dan air, biaya internet, biaya perawatan mesin dan peralatan, biaya pembelian stok suku cadang dan oli, biaya perawatan fasilitas bengkel, biaya transportasi, biaya administrasi dan pajak & retribusi					

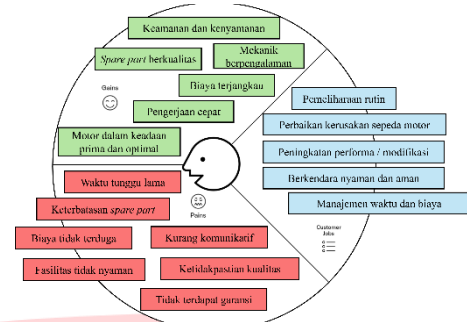
GAMBAR 3
Business Model Canvas NP Jaya Motor Saat ini

B. Customer Profile

Data *customer profile* didapatkan dari wawancara kepada sepuluh pelanggan Bengkel NP Jaya Motor. Menurut Osterwalder et al (2014), wawancara pelanggan bersifat eksploratif dan digunakan untuk menggali wawasan mendalam mengenai kebutuhan, masalah, dan keinginan pelanggan. Selain itu, buku tersebut juga menyatakan bahwa empat hingga lima pertemuan dengan pelanggan per segmen dianggap memadai untuk menghasilkan wawasan yang relevan mengenai pola kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, dilakukan wawancara dengan pengguna motor untuk mengetahui *customer jobs*, *customer pains*, dan *customer gains*. Dari transkrip hasil wawancara, dilakukan proses *coding*, dan *customer profile* yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

1. **Customer Job** meliputi perbaikan kerusakan sepeda motor, pemeliharaan rutin sepeda motor, peningkatan performa atau modifikasi sepeda motor, keamanan dan kenyamanan berkendara, serta manajemen waktu dan biaya.
2. **Customer Pains** meliputi waktu tunggu lama, keterbatasan *spare part*, biaya tidak terduga, fasilitas tidak nyaman, ketidakpastian kualitas, kurangnya komunikasi dan informasi, dan tidak terdapat garansi.

3. **Customer Gains** meliputi motor dalam keadaan prima dan optimal, pengerjaan cepat, biaya terjangkau dan transparan, mekanik berpengalaman dan komunikatif, ketersediaan *spare part* berkualitas, kepercayaan dan keamanan.

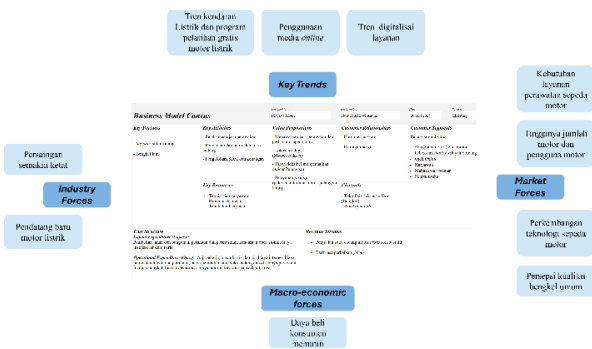


GAMBAR 4
Customer Profile Bengkel NP Jaya Motor

C. Business Model Environments

Lingkungan bisnis NP Jaya Motor dipengaruhi oleh empat kekuatan utama yaitu *market forces*, *industry forces*, *key trends*, dan *macro-economic forces*. Dari sisi *market forces*, tingginya jumlah sepeda motor yang terus meningkat setiap tahun menunjukkan peluang pasar yang sangat besar. Kebutuhan pelanggan akan layanan servis yang cepat, terjangkau, dan mudah diakses juga memperkuat permintaan terhadap jasa bengkel motor. Namun demikian, tantangan muncul seperti perkembangan teknologi kendaraan yang semakin kompleks dan meningkatnya persepsi negatif terhadap kualitas bengkel umum dibanding bengkel resmi. Dari sisi *industry forces*, persaingan semakin ketat, baik dari bengkel resmi seperti AHASS maupun bengkel umum yang menawarkan layanan serupa. Meskipun begitu, kehadiran kendaraan listrik sebagai *new entrant* membuka peluang baru bagi bengkel yang mampu beradaptasi dan menyediakan layanan khusus. *Key trends* menunjukkan adanya peluang signifikan melalui digitalisasi layanan, penggunaan media sosial untuk promosi, dan pelatihan teknisi motor listrik yang didukung pemerintah. Sementara dari sisi *macro-economic forces*, menurunnya daya beli masyarakat akibat inflasi dan perlambatan ekonomi menjadi ancaman yang perlu diantisipasi dengan strategi harga dan layanan yang lebih fleksibel.

Secara keseluruhan, Bengkel NP Jaya Motor memiliki peluang besar untuk tumbuh, tetapi perlu melakukan adaptasi teknologi, meningkatkan kualitas layanan, dan memperluas kanal promosi digital untuk tetap kompetitif di tengah perubahan lingkungan bisnis.



GAMBAR 5

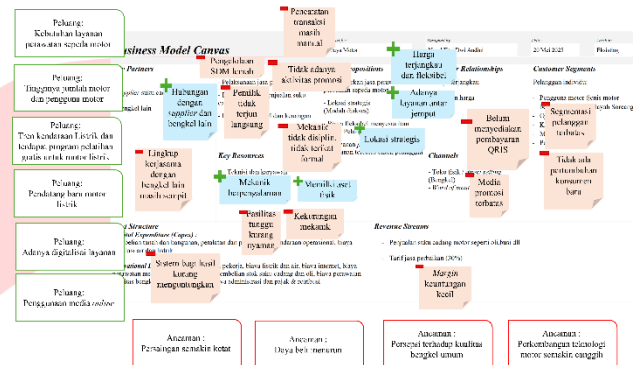
Business Model Environments Bengkel NP Jaya Motor

D. Analisis SWOT Big Picture

Analisis SWOT *Big Picture* dilakukan dengan mengidentifikasi empat bagian sederhana tetapi memiliki dampak besar yaitu *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threats* (ancaman) yang memengaruhi kinerja Bengkel Motor NP Jaya Motor secara menyeluruh. Untuk menganalisis SWOT data yang diperlukan yaitu data model bisnis saat ini, *customer profile*, dan *business model environment*. Berdasarkan kekuatan (*strength*) sebagai faktor internal meliputi tersedianya layanan antar jemput kendaraan, penetapan harga yang terjangkau dan fleksibel, lokasi yang strategis, mekanik yang berpengalaman, kepemilikan aset fisik, serta adanya hubungan kerja sama dengan *supplier* dan bengkel lain. Faktor-faktor ini mendukung operasional dan daya saing bengkel dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun demikian, bengkel juga menghadapi sejumlah kelemahan (*weakness*) yang signifikan, seperti tidak adanya pertumbuhan konsumen baru, keterbatasan media promosi, margin keuntungan yang kecil, tidak dilaksanakannya aktivitas promosi, sistem pencatatan transaksi yang masih manual, serta lemahnya pengelolaan sumber daya manusia. Keterlibatan pemilik yang rendah, keterbatasan kerja sama dengan bengkel lain, kekurangan jumlah mekanik, rendahnya disiplin kerja teknis, dan belum adanya ikatan kerja formal turut menjadi kendala dalam pengelolaan bisnis. Selain itu, fasilitas ruang tunggu yang kurang nyaman, belum tersedianya sistem pembayaran digital seperti QRIS, segmentasi pelanggan yang sempit, serta sistem bagi hasil yang kurang menguntungkan bagi bengkel turut menjadi faktor pembatas dalam pengembangan usaha.

Dari faktor eksternal, terdapat berbagai peluang (*opportunities*) yang dapat dimanfaatkan, di antaranya meningkatnya kebutuhan layanan perawatan dan perbaikan sepeda motor, pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor yang terus meningkat, munculnya kendaraan listrik sebagai pendatang baru di pasar otomotif, serta adanya dukungan pemerintah melalui pelatihan gratis untuk teknisi motor listrik. Selain itu, tren penggunaan media online dan digitalisasi layanan seperti sistem *booking online* dan pembayaran nontunai memberikan ruang inovasi untuk memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Di sisi lain, Bengkel NP Jaya Motor juga menghadapi sejumlah ancaman (*threats*) yang perlu diantisipasi, termasuk persaingan yang semakin intensif baik dari bengkel umum maupun bengkel resmi, persepsi negatif terhadap kualitas bengkel non-resmi, penurunan daya beli masyarakat akibat kondisi ekonomi makro, serta perkembangan teknologi kendaraan yang semakin kompleks dan memerlukan kompetensi teknis yang lebih tinggi. Secara keseluruhan, hasil analisis SWOT memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal dan eksternal Bengkel NP Jaya Motor, serta menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan model bisnis yang lebih adaptif dan kompetitif.



GAMBAR 6

Analisis SWOT *Big Picture* Bengkel NP Jaya Motor

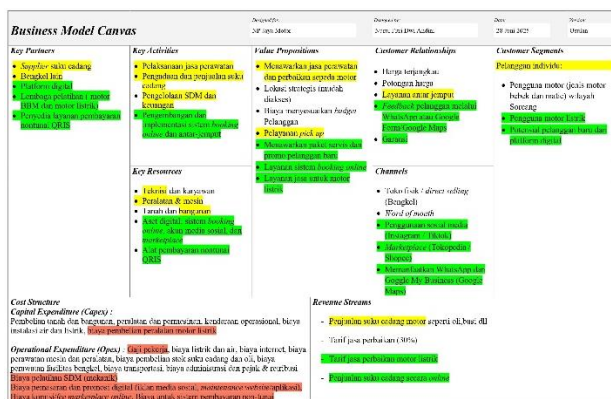
E. Business Model Canvas Usulan

Berdasarkan hasil analisis SWOT *big picture* diperoleh *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threats* (ancaman) yang dihadapi bengkel NP Jaya Motor. Hasil analisis tersebut dijadikan dasar dalam proses perumusan strategi pengembangan bisnis yang relevan dengan kondisi internal dan eksternal bengkel. Strategi digitalisasi dan ekspansi layanan menjadi fokus utama yang meliputi penambahan sistem *booking online* untuk efisiensi waktu dan layanan antar jemput, pemanfaatan media *online* seperti Google My Business (Google Maps) dan media sosial (Instagram/ Tiktok) untuk membangun *brand awareness*, serta maksimalisasi penjualan *spare part* melalui toko *online* pada *marketplace*. Strategi ini dirancang untuk memperluas jangkauan pelanggan dari yang sebelumnya hanya mengandalkan *word of mouth* dan kunjungan langsung menjadi platform digital yang dapat menjangkau segmen pasar lebih luas. Implementasi pembayaran nontunai QRIS dan sistem pencatatan digital juga menjadi bagian penting dalam modernisasi operasional bengkel untuk mengikuti tren digitalisasi layanan.

Strategi peningkatan pelayanan dan penambahan layanan motor listrik merupakan inovasi strategis untuk mengantisipasi perubahan teknologi otomotif masa depan. Melalui pemanfaatan program pelatihan gratis mekanik motor listrik dari pemerintah, bengkel dapat memperluas keahlian SDM dan menambah layanan baru motor listrik sebagai segmen pasar yang berkembang pesat. Strategi ini didukung dengan pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan *skill* mekanik dalam beradaptasi dengan teknologi motor terkini, penambahan jumlah SDM untuk mengatasi keterbatasan kapasitas SDM yang memadai,

serta implementasi SOP untuk meningkatkan disiplin kerja dan kualitas layanan. Peningkatan fasilitas tunggu yang lebih nyaman juga menjadi bagian dari upaya meningkatkan *customer experience* dan mengatasi persepsi negatif terhadap bengkel umum.

Strategi optimalisasi *value proposition* dan *competitive advantage* difokuskan pada penguatan keunggulan bengkel melalui penawaran paket *bundling* servis dengan harga terjangkau, peningkatan layanan antar jemput sebagai diferensiasi dari pesaing, dan komunikasi aktif dengan pelanggan untuk membangun transparansi dan kepercayaan. Optimalisasi aset fisik dan lokasi strategis dimanfaatkan untuk memberikan jaminan kualitas layanan, sementara penguatan jaringan *supplier* dan kemitraan dengan bengkel lain memastikan ketersediaan suku cadang berkualitas dengan harga kompetitif. Keseluruhan strategi ini terintegrasi untuk menciptakan ekosistem bisnis yang *sustainable*, dengan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar, diversifikasi *revenue streams*, dan peningkatan *resilience* bisnis dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri otomotif. Berdasarkan strategi tersebut dilakukan pemetaan *business model canvas* Bengkel NP Jaya Motor sebagai berikut.



GAMBAR 7

Business Model Canvas Bengkel NP Jaya Motor Usulan

F. Verifikasi dan Validasi

Hasil rancangan berdasarkan strategi yang telah dirumuskan dilakukan verifikasi dan validasi. Verifikasi hasil rancangan dilakukan untuk memastikan kesesuaian data saat ini yang telah dirancang dengan data dan teori yang relevan dengan berdiskusi dengan *expert* terkait hasil usulan model bisnis yang telah dirancang dengan menggunakan *business model canvas*. Dalam sesi diskusi memaparkan model bisnis yang telah dirancang berdasarkan sembilan blok *business model canvas* dan kemudian membandingkan data saat ini Bengkel NP Jaya Motor dengan data hasil rancangan. Bukti dari verifikasi terdapat pada diskusi yang tercatat yang mana data-data dalam *business model canvas* usulan terakhir setelah dilakukan penyesuaian data yang tersedia dan kebutuhan Bengkel NP Jaya Motor.

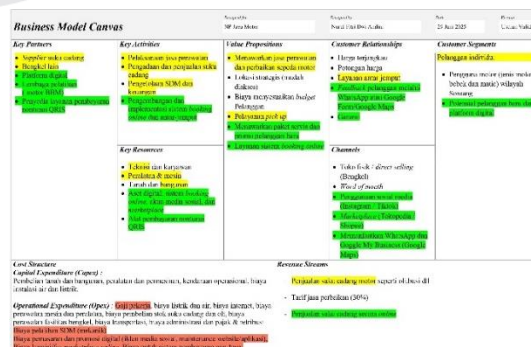
Setelah melakukan verifikasi hasil rancangan usulan dengan dosen pembimbing selanjutnya dilakukan tahap validasi dengan pemilik bisnis yaitu pemilik Bengkel NP Jaya Motor. Validasi dilakukan untuk memastikan dan

memperoleh *feedback* terkait rancangan usulan yang telah dibuat sesuai dengan kebutuhan Bengkel NP Jaya Motor dan sejalan dengan tujuan Bengkel NP Jaya Motor yang ingin dicapai. Dalam tahap validasi hasil rancangan *business model canvas* usulan dilakukan uji dengan melihat potensi terhadap risiko kelayakan (*feasibility risk*) yaitu mengukur model bisnis dapat dijalankan dengan nyata dan efisien sesuai dengan *key resource*, *key activities*, dan *key partnership* dalam *business model canvas*. Validasi terhadap *feasibility risk* dilakukan dengan diskusi langsung dengan pemilik Bengkel NP Jaya Motor. Berikut merupakan *feedback* yang diperoleh dari tahap validasi.

TABEL 3
Validasi Hasil Rancangan

Blok	Usulan	Umpan Balik
Key Activities	Menambahkan pelatihan perbaikan motor listrik untuk mekanik	Pemilik bengkel memberikan tanggapan positif terhadap potensi pasar motor listrik. Namun menyatakan belum memiliki kesiapan untuk memasuki segmen baru ini. Hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan internal, seperti ketersediaan mekanik, SDM yang belum terlatih, ketersediaan peralatan yang menunjang, dan modal finansial yang memadai. Akan tetapi dapat menjadi catatan untuk kedepannya sebagai potensial solusi kedepannya.
	Pengelolaan secara aktif terkait SDM	Pemilik menyadai bahwa keterlibatan pemilik dalam pengelolaan masih pasif dan menyetujui untuk lebih aktif melakukan pengelolaan bisnis terutama dalam pengelolaan SDM yaitu mekanik. Dengan membuat SOP sebagai upaya mendisiplinkan mekanik untuk meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, pemilik memberikan respon positif untuk penggunaan sistem digital untuk pencatatan transaksi secara digital untuk kemudian memonitoring transaksi dan ketersediaan stok barang.
	Pengembangan dan implementasi sistem booking online dan peningkatan layanan antar-jemput	Pemilik bengkel mendukung pengembangan sistem booking dan menilai peningkatan layanan antar-jemput sebagai tambahan yang potensial, meskipun masih perlu pertimbangan dari sisi sumber daya.
	Manajemen akun media sosial dan konten digital (promosi, edukasi, interaksi)	Kegiatan ini dinilai penting untuk meningkatkan visibilitas bengkel. Pemilik menyatakan perlunya pendampingan teknis untuk menjalankan kegiatan ini secara konsisten.
Key Resources	Pengelolaan penjualan suku cadang via marketplace online	Pemilik bengkel terbuka terhadap pengelolaan penjualan suku cadang melalui marketplace, namun menekankan pentingnya pelatihan dan pemahaman prosedur teknis.
	Membangun kemitraan dengan komunitas motor/pihak relevan untuk branding dan edukasi	Pemilik bengkel mendukung inisiatif kerja sama ini sebagai bagian dari strategi pemasaran, namun menyarankan adanya peran pendamping dalam membangun komunikasi awal.
	Penambahan sistem booking online / software manajemen bengkel	Sistem ini dinilai penting untuk manajemen layanan. Pemilik mendukung implementasi jika tersedia versi yang sederhana dan mudah digunakan.
	Penambahan sumber daya mekanik sebagai SDM. Pemilik bengkel menyetujui usulan ini akan tetapi terkait peralatan untuk perbaikan motor konvensional dan motor listrik	Penambahan mekanik saat ini sangat diperlukan karena bengkel hanya memiliki satu mekanik sebagai SDM. Pemilik bengkel menyetujui usulan ini akan tetapi terkait peralatan untuk perbaikan motor konvensional dan motor listrik untuk saat ini belum diprioritaskan.
Key Partnerships	Aset digital : Toko online pada marketplace, media pengembangan layanan, meskipun dibutuhkan pelatihan teknis untuk sosial (Instagram/ Tiktok)	Pemilik bengkel menyetujui penggunaan aset digital sebagai bagian dari pengembangan layanan, meskipun dibutuhkan pelatihan teknis untuk sosial (Instagram/ Tiktok) pengelolannya.
	Alat pendukung pembayaran QRIS	Pemilik bengkel menyambut baik penggunaan QRIS sebagai alternatif pembayaran non tunai dan terbuka untuk proses pendaftarannya.
	Penyedia layanan nontunai (QRIS)	Pemilik bengkel terbuka untuk bekerja sama dengan penyedia layanan QRIS agar dapat meningkatkan kenyamanan transaksi pelanggan.
	Meningkatkan jaringan lebih luas dengan supplier dan bengkel lain	Pemilik bengkel merespon baik terkait meningkatkan jalinan hubungan dengan sesama bengkel lain atau pemasok suku cadang untuk memperluas jaringan.

Berdasarkan validasi hasil rancangan dengan pihak Bengkel NP Jaya Motor, model bisnis hasil rancangan ditanggapi dengan respon positif akan tetapi terkait model bisnis yang berkaitan dengan motor listrik pihak Bengkel belum tertarik untuk memasuki pasar tersebut dikarenakan keterbatasan internal pihak Bengkel NP Jaya Motor. Dengan demikian dipetakan *business model canvas* usulan yang sudah divalidasi dengan pihak Bengkel NP Jaya Motor tertera sebagai berikut.



GAMBAR 8

Business Model Canvas Bengkel NP Jaya Motor Usulan Tervalidasi

V. KESIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini menghasilkan rancangan model bisnis baru untuk Bengkel NP Jaya Motor menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Model bisnis usulan difokuskan pada peningkatan nilai layanan, penguatan hubungan pelanggan, dan pemanfaatan teknologi digital. Validasi dengan pendekatan *feasibility risk* menunjukkan bahwa model ini layak diterapkan. Implementasi model bisnis yang direkomendasikan diharapkan mampu membantu Bengkel NP Jaya Motor meningkatkan kinerja bisnis dan mencapai keberlanjutan usaha di masa mendatang.

REFERENSI

- [1] A. Osterwalder, Y. Pigneur, G. Bernarda and A. Smith, *Value Proposition Design*, Hoboken: John Wileys & Sons, Inc., 2014.
- [2] POLRI, "Belasan Ribu Kecelakaan Lalu Lintas Terjadi Tiap Bulan," 12 Agustus 2024. [Online]. Available: https://pusiknas.polri.go.id/detail_artikel/belasan_ribu_kecelakaan_lalu_lintas_terjadi_tiap_bulan#:~:text=Sepeda%20motor%20menjadi%20kendaraan%20yang,menjadi%20korban%20kecelakaan%20lalu%20lintas..
- [3] Badan Pusat Statistik, "Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2021-2022," 29 Februari 2024. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTcjMg==/perkembangan-jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis--unit-.html>.
- [4] Korlantas POLRI, "JUMLAH DATA KENDARAAN PER POLDA," Juni 2025. [Online]. Available: <http://rc.korlantas.polri.go.id:8900/eri2017/laprekappolda.php>.
- [5] CNN Indonesia, "Jumlah Kendaraan di Indonesia Tembus 164 Juta Unit, 83 Persen Motor," 05 Oktober 2024. [Online]. Available: <https://www.cnnindonesia.com/otomotif/20241004133318-579-1151516/jumlah-kendaraan-di-indonesia-tembus-164-juta-unit-83-persen-motor>.
- [6] NTMC Redaksi, "Kecelakaan Lalu Lintas di Indonesia Didominasi Oleh Kendaraan Roda dua," 10 October 2024. [Online]. Available: <https://korlantas.polri.go.id/index.php/2024/10/10/kecelakaan-lalulintas-di-indonesia-didominasi-oleh-kendaraan-roda-dua/>.
- [7] World Population Review, "Top Population by Country 2024," [Online]. Available: <https://worldpopulationreview.com/countries>.
- [8] J. T. Ayu, "Perencanaan Model Bisnis pada UMKM dalam Mengembangkan Oleh-oleh Khas Bekasi," *Journal of Research on Business and Tourism*, vol. 1 (1), pp. 75-89, 2021.
- [9] W. B. Bekele and F. Y. Ago, "Sample Size for Interview in Qualitative Research in Social Sciences: A Guide to Novice Researchers," *Research in Educational Policy and Management*, vol. 4(1), pp. 42-50, 2022.
- [10] S. Kemp, "Digital 2025: Indonesia," 25 February 2025. [Online]. Available: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>.
- [11] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th Edition, United States: Pearson Education, Inc., 2016.
- [12] A. Osterwalder and Y. Pigneur, *Business Model Generation*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2010.
- [13] S. Paget, "Local Consumer Review Survey 2025," 29 Januari 2025. [Online]. Available: <https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/#the-most-important-review-factors>.
- [14] N. Rabbani and F. Alfianur, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (BMC) (Studi Kasus Pada Siliwangi Car Wash)," *e-Proceeding of Management*, pp. 4486-4497, 2024.