

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Miles *Rent Car* Bandung adalah salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang jasa penyewaan kendaraan, yang didirikan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan transportasi masyarakat khususnya di wilayah Bandung dan sekitarnya. Usaha ini berfokus pada layanan penyewaan mobil harian, mingguan, maupun bulanan dengan atau tanpa sopir, yang ditujukan bagi berbagai kalangan seperti mahasiswa, keluarga, wisatawan, hingga perusahaan yang memerlukan kendaraan operasional.

Miles *Rent Car* Bandung mulai beroperasi sejak tanggal 1 Mei 2023 dan beralamat di Jl. Perumahan Permata Buah Batu Blok B no 11. Kec Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Sejak berdiri, usaha ini telah melayani beragam segmen pelanggan dengan mengedepankan kenyamanan, keamanan, serta pelayanan yang profesional. Dalam operasionalnya, Miles *Rent Car* Bandung menawarkan berbagai jenis kendaraan yang dirawat secara rutin dan tersedia dalam kondisi baik, serta menyediakan opsi layanan antar jemput kendaraan untuk meningkatkan kemudahan bagi pelanggan.

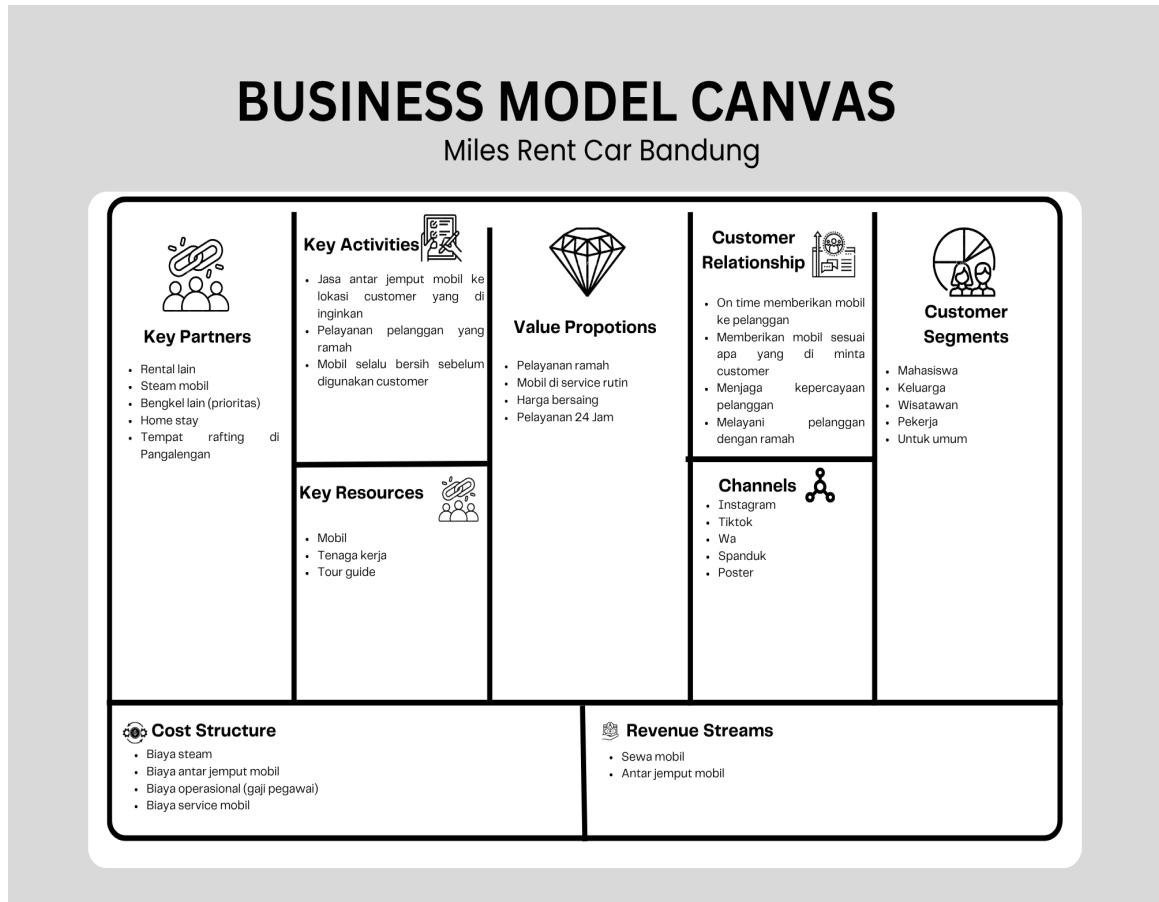
Usaha Miles *Rent Car* Bandung sebagai UMKM yang relatif baru yang terus berupaya membangun eksistensi dan loyalitas pelanggan melalui berbagai media sosial seperti Instagram dan TikTok yang digunakan sebagai sarana promosi digital dan komunikasi dengan pelanggan.



Gambar 1.1 Logo Miles *Rent Car* Bandung

Sumber: Miles Rent Car Bandung, 2025

Miles *Rent Car* Bandung sudah mempunyai model bisnis. Adapun model bisnis yang saat ini sedang dilakukan oleh Miles *Rent Car* Bandung pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2 BMC Miles *Rent Car* Bandung

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan Gambar 1.2, Miles *Rent Car* Bandung telah menerapkan model bisnis menggunakan pendekatan *business model canvas* (BMC) yang mencakup sembilan elemen utama yang saling berkaitan. Pada elemen *Customer Segments*, Miles *Rent Car* menargetkan berbagai kelompok pelanggan seperti mahasiswa, keluarga, wisatawan, pekerja, dan masyarakat umum yang membutuhkan layanan transportasi yang fleksibel dan terjangkau. Untuk memenuhi kebutuhan segmen tersebut, bisnis ini menawarkan *value porpositions* berupa pelayanan yang ramah,

kendaraan yang selalu diservis secara berkala, harga yang kompetitif, dan layanan 24 jam yang memberikan kemudahan serta aksesibilitas tinggi bagi pelanggan.

Dalam hal ini membangun *customer relationship*, Miles Rent Car menekankan pada pelayanan yang tepat waktu, penyediaan kendaraan sesuai permintaan, menjaga kepercayaan pelanggan, serta melayani dengan sikap yang sopan dan profesional. Untuk menjangkau pelanggan dan menyampaikan nilai tersebut, digunakan beberapa *channels* seperti media sosial (Instagram, TikTok, dan WhatsApp) dan media fisik seperti spanduk serta poster.

key activities yang dijalankan meliputi layanan antar jemput kendaraan ke lokasi pelanggan, pelayanan pelanggan yang ramah, dan memastikan kebersihan serta kesiapan kendaraan sebelum digunakan. *Key resources* yang dimiliki untuk mendukung aktivitas tersebut mencakup armada mobil, tenaga kerja, dan *tour guide*. Dalam menjalin kolaborasi strategis, *key partners* yang terlibat antara lain rental lain, layanan steam mobil, bengkel prioritas, *homestay*, serta destinasi wisata *rafting* di kawasan Pangalengan.

Dari sisi *cost structure*, komponen utama yang dikeluarkan meliputi biaya steam mobil, operasional antar jemput, gaji pegawai, serta biaya perawatan kendaraan. Adapun *revenue streams* diperoleh dari layanan penyewaan mobil dan jasa antar jemput kendaraan. 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.



Gambar 1.3 Tempat Miles *Rent Car* Bandung

Sumber: Miles Rent Car Bandung, 2025



Gambar 1.4 Pilihan Mobil Miles *Rent Car* Bandung

Sumber: Miles Rent Car Bandung, 2025

1.1.1 Visi dan Misi

Visi

Menjadi mitra transportasi pilihan utama bagi generasi muda yang ingin berkembang, dengan menyediakan layanan sewa mobil yang mudah, terpercaya, dan terjangkau.

Misi

1. Memberikan layanan sewa mobil yang fleksibel dan nyaman untuk mendukung mobilitas dan peluang usaha anak muda.
2. Menyediakan kendaraan berkualitas dengan sistem pelayanan profesional dan transparan.
3. Membangun komunitas pelanggan yang loyal dan saling mendukung melalui layanan responsif dan aktif di media sosial.

1.2 Latar Belakang Penelitian

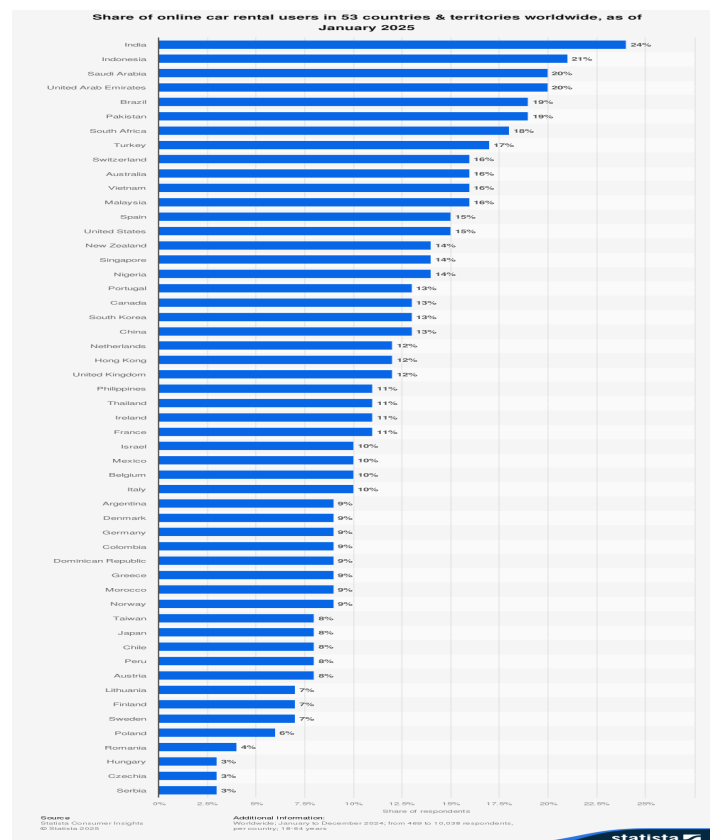
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam perekonomian Indonesia terutama di era globalisasi yang menuntut efisien dan adaptasi cepat terhadap perubahan pasar. Menurut data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2025), sektor UMKM menyumbang 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 satunya 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 di bidang ini. Namun, pertumbuhan 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.

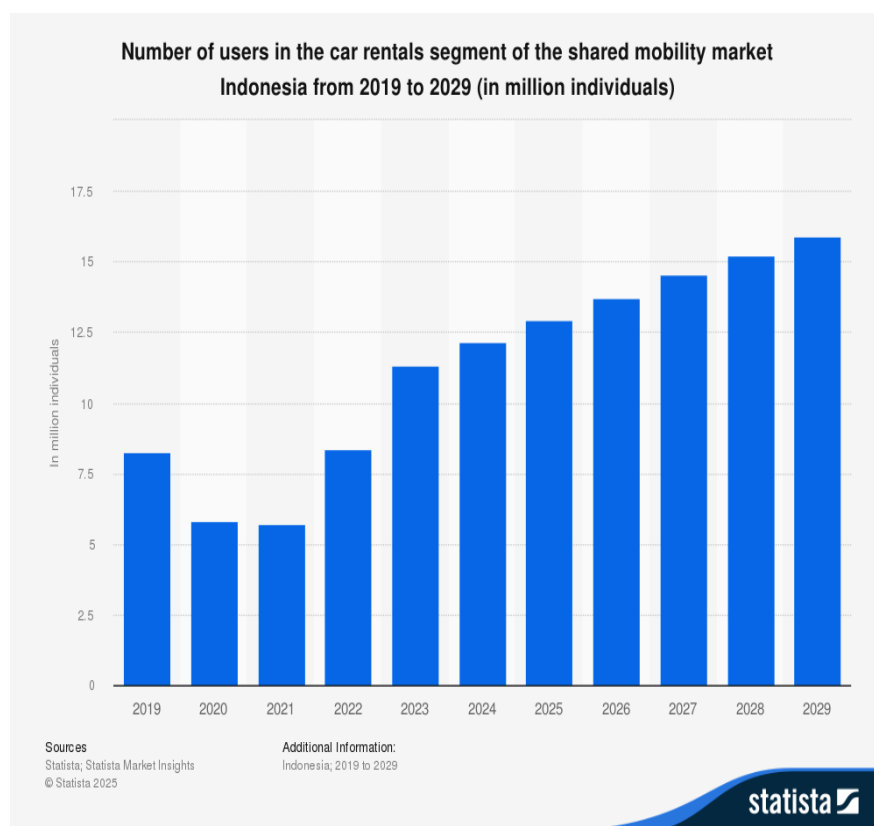
Tren global menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat pengguna rental mobil online tertinggi kedua di dunia, setelah India, dengan persentase sebesar 21% dari total pengguna layanan digital sewa mobil secara global (Statista, 2025).



Gambar 1.5 Pangsa penggunaan sewa mobil online di wilayah seluruh dunia, per Januari 2025

Sumber: Statista, 2025

Berdasarkan data Statista (2025) tersebut, Indonesia menempati peringkat kedua dengan 21% responden di Indonesia menggunakan layanan rental mobil secara online. Hal ini menunjukkan bahwa potensi pasar sangat besar dan penggunaan teknologi dalam layanan transportasi semakin meningkat. Selain itu, proyeksi pertumbuhan pengguna rental mobil di Indonesia menunjukkan tren yang positif. Jumlah pengguna diperkirakan meningkat dari 11,5 juta pengguna pada tahun 2024 menjadi lebih dari 16 juta pengguna pada tahun 2029.

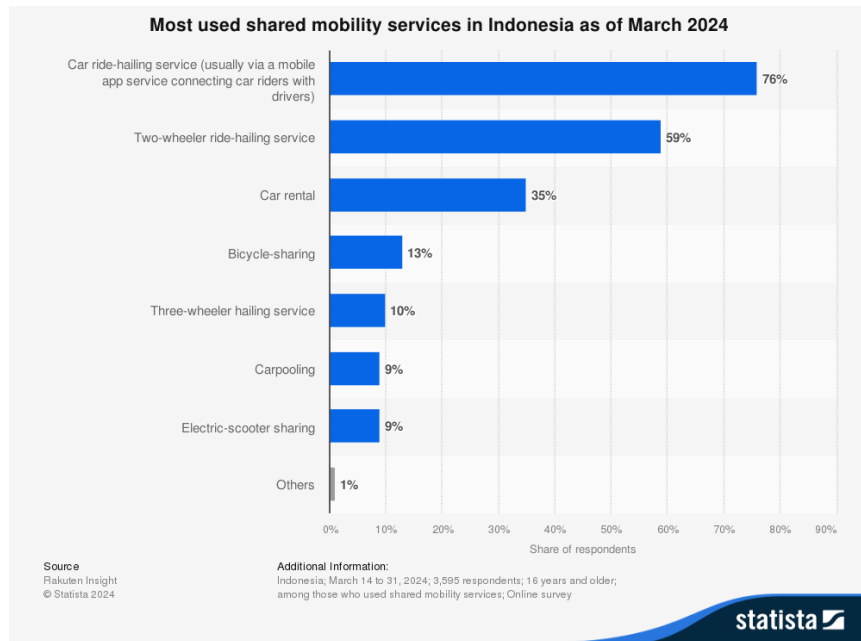


Gambar 1.6 Jumlah penggunaan rental mobil di Indonesia dari tahun 2019-2029

Sumber: Statista, 2025

Pertumbuhan tahunan yang stabil ini menjadi peluang bagi pelaku UMKM rental mobil untuk memperluas jangkauan pasar, asalkan dapat mengatasi tantangan bisnis internal dan eksternal. 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). Banyak pengguna jasa rental memilih alternatif ini karena dinilai lebih efisien dari segi waktu dan memungkinkan mereka tetap fokus pada aktivitas utama mereka.



Gambar 1.7 Layanan bersama yang paling banyak digunakan di Indonesia pada Maret 2024

Sumber: Statista, 2025

Data ini mengindikasikan bahwa persaingan antar layanan mobilitas cukup tinggi. Oleh karena itu, persaingan dalam dunia bisnis membuat pemilik usaha perlu mencari cara agar bisnis mereka tetap bertahan atau bahkan bisa unggul dalam kompetisi (Muhamad & Triono, 2023). 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.

Model bisnis dapat dijelaskan secara efektif melalui sembilan elemen utama yang menggambarkan bagaimana suatu perusahaan menciptakan pendapatan. Kesembilan elemen ini tercakup dalam *business model canvas*, yang mencakup empat aspek utama bisnis, yaitu segmen pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan aspek keuangan (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Miles *Rent Car* didirikan pada tanggal 1 Mei 2023 dan masih beroperasi hingga saat ini. Brand ini berasal dari Bandung yang bergerak di bidang jasa penyewaan kendaraan untuk kebutuhan harian, mingguan, hingga bulanan. Miles *Rent Car* menyediakan berbagai jenis mobil, mulai dari mobil manual, matic, hingga kendaraan besar seperti Hiace, dengan supir maupun tanpa supir, serta melayani pemesanan untuk keperluan pribadi, perjalanan dinas, wisata, dan acara khusus. Terdapat beberapa kompetitor Miles *Rent Car* Bandung seperti *Instarent*, *Poda Rent*, *Anov Rent*, *Senvor Rent*, dan *Garasindo*.

Tabel 1.1 Kompetitor Miles *Rent Car* Bandung

No	Nama Rental	Harga /Hari	Follower Instagram	Waktu Buka	Keunggulan	Kelemahan
1	Miles <i>Rent Car</i> Bandung	350K – 2.900K	1.476	24 Jam	Layanan cepat respon, customer service ramah, mobil antar jemput ke <i>customer</i>	Tergantung pihak ketiga karena tidak memiliki mobil sendiri, antar jemput memerlukan biaya
2.	<i>Instarent</i>	Motor 100K – 750K Mobil 325K – 3.500K	47rb	24 Jam	Pilihan mobil dan motor banyak, platform digital rapih, pilihan sewa detail (24 jam, 12 jam, dan 6 jam),	Terlalu ramai, kadang slow respon
3.	<i>Poda Rent</i>	350K – 2.600K	8.949	24 Jam	Spesialis mobil keluarga dan city car, terdapat promo <i>weekday special</i> (Potongan harga 50K),	Lokasi tidak strategis untuk semua pelanggan

					pemesanan mudah	
4.	Anov Rent	300K – 4.500K	1.349	24 Jam	Harga kompetitif, banyak diskon untuk pemakaian mingguan, pemesanan mudah	Followers masih rendah, promosi kurang aktif
5.	Senyor Rent	325K – 2.950K	2.545	24 Jam	Layanan antar jemput gratis dalam kota, tersedia hiace/bus (harga tidak ditampilkan)	Pilihan mobil terbatas
6.	Garasindo	350K – 2.950K	7.762	24 Jam	Unit mobil premium dan kondisi terawatt, pemesanan mudah	Promosi kurang aktif, tidak menampilkan pelanggan yang sudah pernah sewa (kurangnya kepercayaan calon pelanggan)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Dalam persaingan bisnis rental kendaraan di Bandung, setiap penyedia layanan memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing untuk menarik pelanggan. Berdasarkan tabel 1.1, Miles *Rent Car* Bandung menawarkan harga sewa harian mulai dari Rp350.000 hingga 2.900.000, dengan keunggulan berupa layanan cepat respon, *customer service* ramah, serta mobil antar jemput ke *customer*.

Meski unggul dalam aspek pelayanan, Miles *Rent Car* Bandung menghadapi tantangan berupa ketergantungan pada pihak ketiga untuk penyediaan kendaraan. Kondisi ini dapat berdampak pada efisiensi operasional serta margin keuntungan. Selain itu, layanan antar jemput yang masih dikenakan biaya tambahan juga menjadi salah satu kelemahan yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan daya saing usaha.

Apabila dibandingkan dengan kompetitor lainnya, Miles *Rent Car* memiliki keunggulan dari sisi kenyamanan layanan dan kemudahan proses sewa. Namun, dari sisi jumlah armada dan kekuatan promosi digital, masih tertinggal. Misalnya, *Instarent* memiliki pilihan kendaraan lebih beragam (termasuk motor) dan *platform*

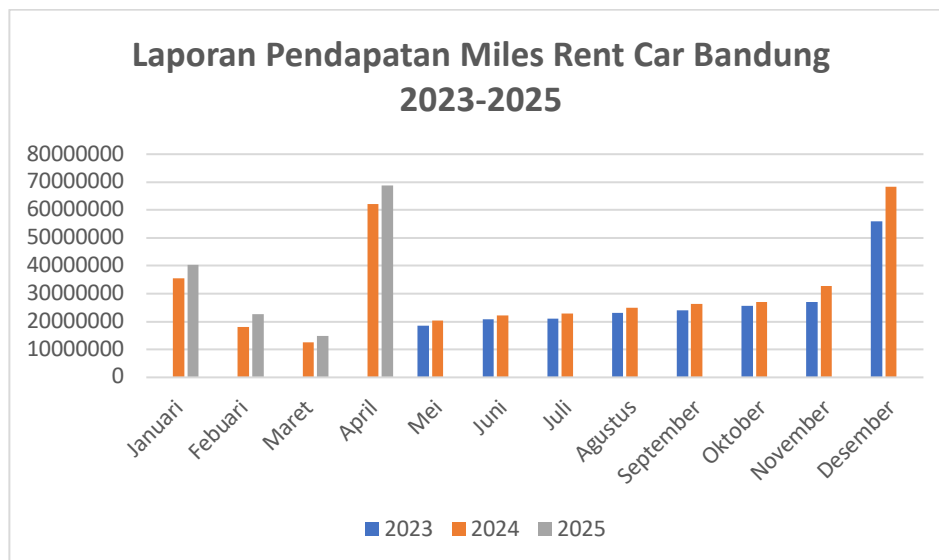
digital yang lebih tertata, serta jumlah pengikut media yang jauh lebih tinggi. Poda *Rent* unggul dalam penawaran mobil keluarga dengan promo tertentu, sementara Anov *Rent* memberikan layanan antar jemput gratis dan kendaraan besar seperti hiace, yang tidak dimiliki Miles *Rent Car*. Garasindo menonjol dengan mobil premium dan kondisi unit terawat. Secara keseluruhan, meskipun Miles *Rent Car* cukup kompetitif dari sisi pelayanan, peningkatan dalam kepemilikan unit dan promosi digital menjadi hal penting agar mampu bersaing lebih kuat dengan para kompetitor lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner Miles *Rent Car* salah satu tantangan besar yang dihadapi oleh Miles *Rent Car* Bandung adalah pengelolaan data keuangan yang masih dilakukan secara manual, yaitu mencatat semua transaksi harian di buku setiap mobil keluar masuk. Selain memakan waktu, metode ini juga berisiko tinggi terhadap kesalahan pencatatan, kehilangan data. Di sisi lain, Miles *Rent Car* juga masih bergantung pada pihak ketiga karena belum memiliki armada kendaraan sendiri yang masih mengambil dari rental lain yang banyak mobil dan juga ada orang yang menitipkan mobil kepada pihak Miles *Rent Car*, yang turut menjadi hambatan dalam pengelolaan operasional. Oleh karena itu, sangat penting bagi Miles *Rent Car* Bandung untuk segera beralih ke sistem 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 1.2 Laporan Pendapatan Miles *Rent Car* Bandung 2023-2025



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 1.2, 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).

Pada wawancara awal terhadap owner Miles *Rent Car* Bandung berbagi pandangannya tentang perkembangan bisnis yang dikelolanya dengan optimisme yang tinggi dan kepercayaan penuh terhadap strategi yang diterapkan. Ia menjelaskan bahwa Miles *Rent Car* Bandung secara khusus menyasar segmen pelanggan seperti mahasiswa, pelajar, wisatawan, dan masyarakat umum yang memiliki sim A yang membutuhkan layanan transportasi rental. Strategi bisnis ini difokuskan pada pemberian pelayanan yang ramah dan profesional, harga sewa kompetitif, ketersediaan berbagai jenis mobil dalam kondisi prima karena dirawat secara berkala, serta layanan 24 jam yang memudahkan pelanggan, termasuk fasilitas antar jemput kendaraan. Untuk menjangkau konsumen, Miles *Rent Car* mengandalkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp sebagai saluran utama komunikasi dan pemasaran. Pemimpin juga menekankan pentingnya membangun kepercayaan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, tepat waktu, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pendekatan ini tidak hanya membuat pelanggan merasa nyaman tetapi juga meningkatkan loyalitas mereka terhadap layanan yang diberikan.

Dari sudut pandang pemilik, keberhasilan bisnis tidak hanya bergantung pada aspek operasional, tetapi juga pada konsistensi dalam memegang teguh visi dan misi awal. Ia percaya bahwa visi yang kuat dapat menjadi pemandu arah di tengah persaingan, sementara misi membantu menjaga fokus pada tujuan utama bisnis, yaitu memberikan layanan yang berkualitas dan memuaskan pelanggan. Pemilik juga menekankan pentingnya menjalankan semua proses operasional sesuai dengan *Standard Operating Procedures* (SOP) yang telah ditetapkan. SOP ini menjadi panduan utama untuk menjaga konsistensi layanan, meningkatkan efisiensi, dan memastikan kepuasan pelanggan di setiap tahap operasional.

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. Pemilik usaha dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kinerja bisnis mereka dan merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model bisnis UMKM *Miles Rent Car* Bandung, sehingga dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengembangan usaha dan peningkatan pendapatan. Dengan menggunakan business model canvas, perusahaan dapat mendapatkan perspektif menyeluruh mengenai cara bisnis mereka beroperasi (Osterwalder dan Pigneur, 2010).

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*”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada 16 juni 2025, owner menyatakan bahwa *Miles Rent Car* Bandung sebagai salah satu UMKM di bidang penyewaan kendaraan menghadapi berbagai tantangan operasional, seperti penurunan pendapatan pada bulan Ramadhan pada bulan maret 2024 dan bulan maret 2025, fluktuasi permintaan yang menurun pada bulan puasa dan mengalami kenaikan pada setiap bulannya setelah bulan puasa , keterbatasan armada karena masih bergantung pada pihak ketiga dikarenakan pihak *Miles Rent Car* masih mengambil dari rental lain yang memiliki banyak mobil dan juga ada orang yang menitipkan mobil kepada pihak *Miles Rent Car*, serta sistem keuangan dan administrasi yang belum terstruktur dikarenakan masih dicatat secara manual di buku *Miles Rent Car*. Selain itu, kompetitor seperti *Instarent*, *Poda Rent*, *Anov*

Rent, *Senyor Rent*, dan *Grasindo* telah memiliki citra serta layanan yang lebih unggul.

Untuk memahami kondisi tersebut secara mendalam, penelitian ini melakukan evaluasi model bisnis *Miles Rent Car Bandung* menggunakan pendekatan *business model canvas* dan analisis SWOT. Pendekatan ini bertujuan mengidentifikasi elemen internal dan eksternal memengaruhi performa bisnis, serta merumuskan usulan strategi pengembangan model bisnis ke depan.

Berdasarkan uraian di atas, maka pertanyaan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada model bisnis *Miles Rent Car Bandung* saat ini?
2. Bagaimana peluang dan ancaman yang terdapat pada model bisnis *Miles Rent Car Bandung* saat ini?
3. Bagaimana usulan modifikasi model bisnis untuk *Miles Rent Car Bandung* berdasarkan hasil evaluasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pada model bisnis *Miles Rent Car Bandung* saat ini.
2. Mengidentifikasi peluang dan ancaman yang terdapat pada model bisnis *Miles Rent Car Bandung* saat ini.
3. Memberikan usulan modifikasi model bisnis bagi *Miles Rent Car Bandung* berdasarkan hasil evaluasi atas model bisnis saat ini menggunakan pendekatan *business model canvas (BMC)* dan SWOT

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis maupun akademik:

1) Secara Praktis

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi *owner Miles Rent Car Bandung* dalam mengevaluasi dan memperbaiki model bisnis yang dijalankan. Melalui identifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal, *owner* dapat merumuskan strategi yang lebih tepat dan relevan untuk meningkatkan daya saing, efektivitas operasional, serta pertumbuhan pendapatan, terutama di tengah persaingan bisnis rental kendaraan di Bandung.

2) Secara Akademik

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen bisnis, khususnya dalam penerapan *business model canvas* dan analisis SWOT untuk mengevaluasi model bisnis UMKM. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik melakukan studi serupa pada sektor jasa atau industri sewa kendaraan.

1.6 Sistematis Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai struktur penulisan. Berikut adalah rincian sistematika yang akan diikuti dalam tugas akhir ini.

a. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan umum yang singkat dan jelas mengenai isi penelitian. Rincian yang terdapat dalam bab ini meliputi: gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan teori secara bertahap, mulai dari yang umum hingga yang lebih spesifik, disertai dengan tinjauan penelitian sebelumnya. Bab ini juga mencakup kerangka pemikiran penelitian dan diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab permasalahan penelitian. Rincian yang terdapat dalam bab ini mencakup: jenis penelitian,

operasionalisasi variabel, populasi dan sampel (untuk penelitian kuantitatif) atau situasi sosial (untuk penelitian kualitatif), pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan disajikan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, dengan subjudul yang terpisah. Bab ini terdiri dari dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian, sementara bagian kedua membahas atau menganalisis hasil tersebut. Setiap aspek pembahasan sebaiknya dimulai dengan analisis data, diikuti dengan interpretasi, dan ditutup dengan penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan, sebaiknya dibandingkan dengan penelitian sebelumnya atau teori yang relevan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan adalah jawaban atas pertanyaan penelitian dan selanjutnya berfungsi sebagai saran yang terkait dengan manfaat penelitian.