

PERANCANGAN BISNIS UNTUK CABANG BARU UD ANDY MOTOR DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

Andy Aprianto

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail : andyaprianto12@gmail.com

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk merancang bisnis untuk cabang baru dari UD Andy Motor dengan menggunakan pendekatan *business model canvas*, yang terdiri dari 9 *building block*. Model bisnis yang sudah terbentuk akan dijadikan dasar dalam perancangan *business plan* yang terdiri dari profil manajemen, dan analisis *financial*. Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini maka peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara. Dari penelitian dan analisa yang sudah dilakukan peneliti, peneliti merancang bengkel sepeda motor yang berbeda dengan bengkel sepeda motor pada umumnya, dimana pada cabang baru dari UD Andy Motor akan mengutamakan kenyamanan para *customer* mulai dari fasilitas, pelayanan, dan kualitas jasa yang diberikan. Dari hasil penelitian dan analisa juga diketahui cabang baru dari UD Andy Motor akan *payback* pada bulan ke 23.

Kata Kunci - model bisnis, *business model canvas*, *business plan*

I. PENDAHULUAN

Indonesia menduduki urutan ke-4 sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia dengan jumlah penduduk sebesar 253.609.643 jiwa (Purnomo, 2014), untuk memenuhi kebutuhan mobilitasnya, maka penduduk Indonesia membutuhkan sarana transportasi yang memadai. Sarana transportasi umum di Indonesia, khususnya di kota Jember masih belum memadai seperti berita yang di lansir oleh liputan6, bahwa sarana transportasi umum di kota Jember sangat sulit untuk ditemukan (Liputan6, 2010). Hal ini menyebabkan meningkatnya jumlah kendaraan pribadi, misalnya saja sepeda motor. Berdasarkan data dari BPS tentang perkembangan kendaraan bermotor pada tahun 2007 jumlah sepeda motor di Indonesia adalah sebanyak 41.955.128 unit, dan pada tahun 2013 jumlahnya meningkat hingga mencapai angka 84.732.652 unit, sedangkan untuk jumlah sepeda motor di kota Jember pada tahun 2007 berada di angka 31.925 unit, dan pada tahun 2013 mengalami kenaikan sebesar 381.536 unit sepeda motor, sehingga pada tahun 2013 jumlah sepeda motor di kota Jember mencapai angka 413.461 unit. Dari data diatas dapat dikatakan bahwa dengan meningkatnya jumlah kendaraan bermotor khususnya sepeda motor akan memberikan peluang yang besar bagi pemilik usaha bengkel sepeda motor.

Peluang tersebut bisa dioptimalkan jika pemilik usaha dapat melihat secara keseluruhan model bisnis dari usaha yang digelutinya. Semakin terperinci model bisnis yang dibuat akan memaksimalkan peluang yang dimiliki. Perusahaan juga harus berlomba-lomba untuk memberikan produk atau jasa yang terbaik bagi konsumen, karena dengan tingkat persaingan yang semakin ketat, akan membuat konsumen dengan bebas memilih produk atau jasa yang akan dibelinya.

Melihat persaingan bisnis yang cukup ketat di era modern ini, diperlukan suatu identifikasi mengenai faktor-faktor yang mendorong suatu persaingan bisnis dan bagaimana cara untuk memenangkan persaingan tersebut. Banyak perusahaan yang melakukan berbagai macam strategi untuk bersaing dengan kompetitornya, salah satunya dengan menerapkan model bisnis didalam perusahaan. Menurut Tim PPM Manajemen (2012), model bisnis adalah gambaran hubungan antara keunggulan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mengakuisisi dan menciptakan nilai, yang membuat perusahaan mampu menghasilkan laba. Sebuah model bisnis selain membuat perusahaan terarah serta memiliki *goals* yang jelas, model bisnis juga memberikan keuntungan bagi sebuah perusahaan seperti memudahkan perusahaan dalam proses pengambilan keputusan.

UD Andy Motor merupakan sebuah bisnis keluarga di kota Jember yang bergerak di bidang jasa bengkel sepeda motor. UD Andy Motor ini dapat dikatakan cukup stabil dalam hal pendapatan yang diterimanya. *Owner* dari UD Andy Motor berencana untuk memperluas usahanya dengan cara membuka cabang baru. Perancangan cabang baru tersebut akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan *business model canvas*. Cabang baru dari UD Andy Motor sedang dalam proses renovasi dan berlokasi di Jalan Karimata No. 133, Jember. Lokasi dari cabang baru UD Andy Motor ini terbilang strategis karena lokasinya yang berdekatan dengan 3 universitas di kota di Jember.

Osterwalder dan Pigneur (2012) membuat sebuah alat bantu untuk membuat model bisnis dengan menggunakan sembilan blok bangunan sebagai landasannya, yang dikenal dengan *business model canvas*. Kesembilan blok bangunan tersebut menjadi alat bantu yang ringkas untuk merencanakan sebuah model bisnis suatu perusahaan. Dengan direncanakannya pembentukan cabang baru dari UD Andy Motor, maka dibutuhkan sebuah perencanaan bisnis yang benar-benar matang. Setelah sembilan elemen *business model canvas* terbentuk, maka akan dibuat alur perencanaan bisnis berdasarkan teori Osterwalder dan Pigneur (2010) yang terdiri dari tim, model bisnis, dan analisis finansial.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti sangat tertarik untuk merancang sebuah bisnis yang *detail* untuk cabang baru dari UD Andy Motor dengan menggunakan pendekatan *business model canvas* sebagai alat bantu dalam pembuatan model bisnis.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana

adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2008)

Teknik penentuan narasumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana pemilihan narasumber berdasarkan pertimbangan tertentu sehingga akan memudahkan peneliti dalam menjelajahi obyek / situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2008). Yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah *owner* UD Andy Motor, wakil *owner* UD Andy Motor, bagian keuangan UD Andy Motor, dan 3 orang konsumen UD Andy Motor.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak dinyatakan dalam bentuk angka atau bilangan (Moleong, 2013).

Sumber data penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber yang sudah ditentukan, sedangkan data sekunder didapatkan dari laporan penjualan UD Andy Motor.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode wawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat serta pendirian itu merupakan suatu pembantu utama dari metode observasi (Bungin, 2008).

Tahap-tahap yang peneliti gunakan dalam menganalisis data ada 3, yaitu : reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2010). Dalam menguji validitas dan keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber, dimana triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2010).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. *The Team*

Berikut perancangan tim dalam cabang baru UD Andy Motor

Gambaran Umum Objek Penelitian

Cabang baru UD Andy Motor merupakan pengembangan usaha dari UD Andy Motor, dimana cabang baru UD Andy Motor akan dibuka pada pertengahan tahun 2016. Cabang baru UD Andy Motor akan dibuka di jalan karimata no 113, Jember, dimana lokasi jalan karimata ini merupakan daerah yang cukup strategis karena berada di jalan raya dan berdekatan dengan 3 Universitas unggulan di kota Jember diantaranya : Universitas Muhammadiyah, Universitas Jember, dan Universitas Mandala.

Struktur Organisasi Sementara

Struktur organisasi sementara pada cabang baru UD Andy Motor akan dibuat menggunakan metode fungsional, dimana struktur organisasi disusun berdasarkan fungsi-fungsi yang ada didalam perusahaan. Struktur organisasi sementara pada cabang baru UD Andy Motor adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Struktur Organisasi



Sumber : Diolah oleh peneliti (2015)

Struktur organisasi diatas hanyalah bersifat sementara, struktur organisasi ini lazim digunakan oleh bengkel sepeda motor pada umumnya karena dengan struktur organisasi yang dibuat dapat mengoperasikan bisnis bengkel sepeda motor. Peneliti melihat struktur organisasi yang dibuat sudah bisa berjalan khususnya pada *start-up* cabang baru UD Andy Motor.

Tugas dan Tanggung Jawab

Dalam sebuah organisasi, para anggota organisasi tentu harus mengerti tugas dan tanggung jawabnya dalam organisasi tersebut. Tugas dan tanggung jawab dari masing-masing anggota dalam cabang baru UD Andy Motor yaitu:

1. Pimpinan Cabang Usaha
 - Memimpin segala aktifitas menyangkut perusahaan
 - Mengawasi kinerja dari para pekerja yang ada
 - Mengarahkan karyawan untuk bekerja secara profesional, efisien, dan efektif
 - Mengambil keputusan yang ada didalam perusahaan
 - Membuat, menyusun dan mengimplementasikan strategi pada cabang baru UD Andy Motor untuk mengembangkan perusahaan
2. Kepala Montir
 - Mengawasi kinerja dari montir yang ada
 - Mengajari montir yang kurang terlatih
 - Mengerjakan pekerjaan jasa servis yang rumit
 - Memberikan pelayanan terbaik untuk *customer*
 - Mengevaluasi kinerja montir
3. Kepala *Accounting*
 - Menerima pembayaran dari sebuah transaksi penjualan barang, maupun pembelian barang melalui *supplier*
 - Melakukan pencatatan semua transaksi yang ada
 - Melakukan transaksi penjualan serta melakukan pembungkusan
 - Melakukan pengecekan atas *stock* bulanan
4. Bagian Pengambilan Barang
 - Mencatat barang yang rusak
 - Mencatat barang yang retur
 - Mengambil barang yang dibutuhkan di gudang penyimpanan
 - Melayani *customer* dengan baik
 - Melakukan pengecekan *stock* barang yang ada
5. Montir
 - Memperbaiki kerusakan sepeda motor *customer*
 - Melayani *customer* dengan baik, dan memberikan kinerja memuaskan
 - Melaksanakan perintah kepala montir
 - Menyiapkan peralatan bengkel sepeda motor
 - Membersihkan dan membuang sampah sisa servis sepeda motor

2. *The Business Model*

Berikut adalah penjabaran dari *the business model* menurut Osterwalder dan Pigneur (2012) :

Visi dan Misi Organisasi

Dalam sebuah organisasi diperlukan visi dan misi untuk dapat menentukan tujuan yang akan dicapai dalam organisasi tersebut. Visi dari cabang baru UD Andy Motor yaitu “Menjadi bengkel sepeda motor yang memberikan kualitas

pelayanan jasa servis yang memuaskan dan dikenal oleh masyarakat kota Jember". Untuk mencapai visi tersebut, maka UD Andy Motor memiliki misi, yaitu :

1. Meningkatkan dan menjaga kesejahteraan sumber daya manusia yang dimiliki
2. Meningkatkan kualitas pelayanan jasa servis sepeda motor

Dari misi yang sudah dibuat tentu memiliki pemikiran tersendiri, dimana cabang baru UD Andy Motor akan mengayomi sumber daya manusia yang ada dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen, agar konsumen dapat menjadi pelanggan tetap.

Rancangan Pengembangan Model Bisnis

Berikut adalah rancangan *business model canvas* pada cabang baru UD Andy Motor :

a. Customer Segment

Target market pada cabang baru UD Andy Motor akan dibedakan menjadi 2 bagian yaitu secara *geographic segmentation* dan *demographic segmentation*.

1. Geographic segmentation

Banyak sekali pengguna sepeda motor di Indonesia, khususnya di kota Jember. Menurut badan pusat statistik, jumlah kendaraan sepeda motor di kota Jember pada tahun 2013 sudah mencapai 413.461 unit kendaraan sepeda motor, dengan jumlah sepeda motor yang besar tentu akan membuat pemilik usaha bengkel sepeda motor di kota Jember mendapatkan peluang yang cukup besar untuk menjangkau konsumen dan mendapatkan *profit*.

Target market cabang baru UD Andy Motor dari sisi *geographic segmentation* adalah seluruh pengguna sepeda motor di kota Jember, khususnya wilayah sekitar cabang baru UD Andy Motor dibuka yaitu di Kecamatan Sumpalsari.

2. Demographic segmentation

Target market cabang baru dari UD Andy Motor dari sisi *demographic segmentation*, peneliti melihat bahwa kalangan mahasiswa khususnya Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah, dan Universitas Mandala menjadi target yang empuk bagi cabang baru dari UD Andy Motor, hal ini dikarenakan lokasi dari cabang baru UD Andy Motor yang berdekatan dengan ketiga universitas tersebut.

Target market kedua adalah masyarakat kota Jember yang bekerja sebagai pegawai yang mendapatkan fasilitas sepeda motor, dimana sepeda motor tentu membutuhkan biaya perawatan seperti ganti oli, ganti ban, ganti gear, dan biaya perawatan lainnya.

Target market ketiga adalah semua pengguna sepeda motor baik pria maupun wanita yang berusia di 17-50 tahun, karena pengguna sepeda motor tidak hanya pria namun wanita sudah banyak menggunakan sepeda motor sebagai sarana pendukung aktifitas yang dilakukan. Peneliti menentukan *range* usia 17-50 tahun karena menurut hukum yang berlaku, masyarakat Indonesia baru boleh mengendarai sepeda motor di usia ke 17 tahun. Selain itu cukup banyak masyarakat yang berusia 50 tahun ke atas yang sudah tidak mengendarai sepeda motor karena faktor usia yang sudah cukup tua dan takut akan kejadian yang tidak diinginkan.

b. Value Propositions

Value proposition atau nilai yang akan diberikan kepada konsumen akan dibagi menjadi 4 aspek, diantaranya adalah *newness, performance, price, dan risk reduction*.

1. Newness

Hampir semua bengkel sepeda motor di kota Jember memiliki fasilitas yang kurang memadai, seperti fasilitas ruang tunggu yang apa adanya. Maka dari itu peneliti merancang sebuah *value* yang baru, dimana akan ada ruang tunggu yang nyaman dan didalamnya sudah tersedia berbagai fasilitas yang dapat memanjakan para konsumennya. Fasilitas-fasilitas tersebut antara lain : kursi sofa yang empuk, fasilitas internet gratis dan cepat, ruang tunggu yang ber-AC, fasilitas televisi untuk hiburan dan tontonan para konsumen yang menunggu sepeda motornya di servis, majalah otomotif dan koran untuk konsumen yang menyukai baca majalah dan koran, *sound system* untuk menyetel lagu, agar konsumen tenang dan rileks.

Peralatan dari bengkel sepeda motor harus lengkap untuk menunjang kinerja dari para montir, oleh karena itu peneliti merancang sebuah bengkel yang memiliki peralatan lengkap serta teknologi-teknologi canggih yang sebelumnya tidak ada di bengkel sepeda motor pada umumnya, contoh salah satu teknologi yang diperlukan dalam bengkel sepeda motor adalah teknologi HiDS yang digunakan untuk mendiagnosa *tools* pada motor injeksi, dengan adanya teknologi tersebut akan mempercepat kinerja para montir dan otomatis konsumen akan puas dengan pelayanan cabang baru UD Andy Motor.

Bengkel sepeda motor yang dilengkapi dengan kedai kopi, snack-snack, dan makanan untuk tempat nongkrong para konsumen yang sedang menunggu sepeda motornya sedang diservis sekaligus bisa menjadi tempat makan bagi para konsumen yang lapar. Peneliti merancang adanya kedai kopi sebagai *partner* bagi perusahaan, dimana kedai kopi ini akan dibuat seperti semi *caffé* yang memiliki suasana seperti kantin.

Bengkel sepeda motor yang juga dilengkapi dengan cucian sepeda motor, karena peneliti melihat bahwa banyak orang yang setelah servis sepeda motor di bengkel, mereka akan cepat-cepat untuk mencuci sepeda motornya karena banyak kotoran oli yang tersisa. Maka dari itu peneliti melihat ada peluang yang cukup besar jika cabang baru dari UD Andy Motor ini bekerjasama dengan pihak cucian sepeda motor, selain menambah pemasukan dari segi sewa tempat, cabang baru UD Andy Motor akan terlihat sebagai bengkel yang lengkap dan secara tidak langsung cabang baru dari UD Andy Motor memiliki *brand* yang baik dimata konsumen.

2. Performance

Dari sisi *performance*, cabang baru dari UD Andy Motor akan memberikan *value* dengan kualitas jasa servis yang baik dimana konsumen tidak komplain dengan kinerja yang sudah diberikan oleh para montir cabang baru UD Andy Motor.

Pelayanan kepada konsumen cepat dan cekatan, untuk memberikan pelayanan yang cepat tidak lah mudah, karena setiap orang tentu memiliki respon yang cepat dan juga respon yang kurang cepat. Maka dari itu *owner* dari cabang baru UD Andy Motor akan menyeleksi karyawan yang cekatan dan ditempatkan

dibagian depan yang berinteraksi langsung dengan konsumen.

Pelayanan yang ramah, dimana *owner* nantinya akan menitikberatkan kepada semua karyawannya untuk selalu tersenyum pada saat berhadapan dengan konsumen, karena pelayanan yang ramah akan membuat konsumen tenang karena merasa dirinya dilayani dengan baik, dibandingkan karyawan yang selalu cemberut tentu akan berdampak negatif bagi cabang baru UD Andy Motor.

3. *Price*

Cabang baru UD Andy Motor akan menerapkan *low price* dari segi jasa maupun dari segi produk. Untuk menerapkan *low price*, peneliti merancang agar cabang baru dari UD Andy Motor ini mencari dan mendapatkan *supplier* utama atau langsung dari pabrik untuk mendapatkan harga yang relatif jauh lebih murah. Maka dari itu konsumen dari cabang baru UD Andy Motor bisa mendapatkan harga yang murah dibandingkan dengan bengkel-bengkel sepeda motor lainnya. Dengan menerapkan harga yang murah akan membuat nilai positif dimata konsumen.

4. *Risk Reduction*

Cabang baru dari UD Andy Motor juga akan memberikan layanan garansi dari produk maupun jasa, dimana dengan adanya garansi produk dan jasa tentu akan membuat konsumen tenang dan tidak khawatir jika barang yang telah dibeli ataupun sepeda yang sudah diservis tetap bermasalah. Namun untuk mendapatkan garansi ini diperlukan perjanjian khusus sebelumnya dengan pihak cabang baru UD Andy Motor. Dengan adanya pelayanan garansi produk dan jasa tentu akan membuat nilai positif dimata konsumen.

c. *Channels*

Channels merupakan cara suatu perusahaan untuk menjangkau pelanggannya. *Channels* yang akan digunakan dalam cabang baru UD Andy Motor adalah dengan menggunakan *dirrect channels*. *Dirrect channel* ini peneliti bedakan menjadi 3 cara yaitu :

1. *Physical store*

Cabang baru dari UD Andy Motor akan menjangkau konsumen dengan cara yang lazim dan pada umumnya dilakukan oleh bengkel sepeda motor lainnya yaitu dengan membuka *physical store* sendiri, dimana konsumen dapat ke bengkel dan berinteraksi secara langsung dengan *owner* ataupun pihak bengkel sepeda motor untuk mendapatkan kebutuhan masing-masing konsumen.

2. *Service at home*

Cabang baru dari UD Andy Motor juga akan menerapkan layanan servis sepeda motor di rumah konsumen, jadi konsumen tidak perlu datang ke bengkel namun montir cabang baru UD Andy Motor yang datang ke rumah konsumennya, sehingga dengan adanya layanan ini membuat konsumen lebih dimudahkan hanya dengan menelepon ke bengkel dan montir akan datang ke rumah konsumen. Dengan adanya layanan ini tentu akan membuat cabang baru UD Andy Motor lebih dikenal oleh konsumen dan lebih banyak digunakan jasanya.

3. Penjualan melalui media sosial

Melihat fenomena yang ada saat ini, hampir semua masyarakat di Indonesia sudah menggunakan media

sosial, dengan berkembangnya media sosial saat ini akan sangat memungkinkan jika cabang baru dari UD Andy Motor dapat menjual produk *sparepart* dan suku cadang yang dijual melalui media sosial seperti Instagram, Line, dan BBM. sehingga akan memudahkan konsumen agar tidak perlu repot-repot datang ke bengkel untuk membeli produk, *sparepart* maupun suku cadang sepeda motor, namun bisa media sosial untuk memesan barang, dan barang tersebut akan dikirim menggunakan jasa pengiriman barang.

d. *Customer Relationship*

Customer relationship ini ditujukan untuk menjaga hubungan dengan para konsumen agar konsumen tetap dapat loyal dengan perusahaan. *Customer relationship* pada cabang baru UD Andy Motor ini peneliti bedakan menjadi 2, yaitu *personal assistance* dan *dedicated assistance*

1. *Personal Assistance*

Untuk menjangkau para konsumen dari sisi *personal assistance* cabang baru UD Andy Motor ini melakukan layanan penjualan di bengkel dengan bertatap muka, berinteraksi langsung dengan konsumen, dan memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen yang datang ke toko. Dengan adanya pelayanan yang ramah akan membuat konsumen merasa dihargai dan merasa dirinya dilayani dengan baik.

2. *Dedicated Assistance*

Dedicated Assistance disini hampir mirip dengan *personal assistance* namun lebih mendalam dan lebih intensif. Pada cabang baru UD Andy Motor sendiri akan memberikan layanan konsultasi mengenai masalah-masalah yang dihadapi konsumen mengenai sepeda motornya, selain itu cabang baru UD Andy Motor akan memberikan penjelasan secara terperinci mengenai biaya-biaya yang mungkin terjadi dalam proses servis, Dengan adanya layanan konsultasi akan membuat *customer* bisa mengantisipasi biaya-biaya yang mungkin dikeluarkan selama proses servis sepeda motor.

Selain layanan konsultasi, cabang baru dari UD Andy Motor juga akan memberikan layanan *reminder* bagi para konsumen untuk *reminder* ganti oli, ganti ban, *reminder* untuk servis sepeda motornya juga. Dengan adanya layanan *reminder* tentu membuat konsumen secara tidak langsung menjadikan bengkel UD Andy Motor sebagai bengkel langganan bagi para konsumen.

e. *Revenue Streams*

Revenue streams dapat diartikan sebagai semua pemasukan yang diterima oleh suatu perusahaan. Peneliti merancang *revenue streams* dari cabang baru UD Andy Motor melalui *assets sales*. *Assets sales* disini merupakan suatu pendapatan yang didapatkan oleh perusahaan melalui penjualan suatu produk ataupun jasa dan kebanyakan orang memperoleh pemasukan berdasarkan penjualan aset di dalam perusahaan. Peneliti akan membahas darimana saja pemasukan yang didapat cabang baru UD Andy Motor, antara lain :

1. Penjualan produk barang yang dijual oleh UD Andy Motor berupa *sparepart*, *accessoris*, dan suku cadang yang dibutuhkan oleh sepeda motor.
2. Penjualan jasa servis yang dilakukan oleh para montir untuk memperbaiki sepeda motor yang mengalami *trouble*.
3. Hasil menyewakan sebagian lahan dari cabang baru UD Andy Motor kepada 2 rekan *partner* yang bersangkutan

yaitu dari kedai kopi, dan cucian sepeda motor, dimana biaya sewa untuk kedai kopi sebesar Rp 5.000.000,00 dan untuk biaya sewa cucian sepeda motor sebesar Rp 1.500.000,00

4. Peneliti juga melihat bahwa oli bekas, ban luar bekas, ban dalam bekas, aki bekas, botol oli bekas, sparepart bekas yang terbuat dari besi bisa dijual dan dapat dijadikan pemasukan tambahan bagi cabang baru UD Andy Motor.

f. Key Resources

Key resources merupakan hal penentu dalam mengoperasikan sebuah bengkel sepeda motor, *key resources* merupakan kumpulan dari sumber daya yang mendukung jalannya operasi suatu perusahaan. Peneliti merancang sumber daya utama yang digunakan cabang baru UD Andy Motor dibedakan menjadi 3 elemen *key resources*, yaitu :

1. *Physical Asset*

Physical asset cabang baru dari UD Andy Motor adalah lahan dan bangunan dengan luas lahan 14m x 15m, gudang penyimpanan barang, mesin-mesin penunjang untuk melakukan aktifitas perusahaan seperti mesin kompresor, mesin bor, mesin seterum aki, mesin *press body*, mesin pemotong besi, peralatan yang digunakan untuk bengkel sepeda motor dan teknologi HiDS untuk sepeda motor yang ada injeksi agar mempercepat serta mempermudah kinerja dari montir.

2. *Human Asset*

Cabang baru UD Andy Motor menggunakan sumber daya manusia di saat *start-up* akan menggunakan SDM sebanyak 7 orang karyawan yaitu *owner*, wakil *owner*, bagian keuangan, bagian ambil barang, dan 4 orang montir. Dengan jumlah pekerja 7 orang, sudah dapat menjalankan aktifitas bisnis dari cabang baru UD Andy Motor. Kendala terbesar cabang baru UD Andy Motor ini dari segi *human asset* adalah saat ada montir yang tidak masuk kerja, sehingga pengoperasian cabang baru UD Andy Motor ini tidak berjalan maksimal. *Human asset* pada cabang baru UD Andy Motor terus akan dilatih khususnya untuk kinerja montir agar dapat memberikan kinerja yang baik sehingga konsumen akan puas dengan kinerja yang diberikan oleh para montir.

3. *Financial Asset*

Sedangkan untuk *financial asset* cabang baru dari UD Andy Motor akan menggunakan modal pribadi tanpa meminjam dari bank. Pengelolaan *financial* dalam cabang baru UD Andy Motor ini dengan menggunakan perputaran uang yaitu pendapatan yang didapatkan akan dikelola lalu dijadikan barang kembali dan dijual ke konsumen lagi, begitu seterusnya.

g. Key Activities

Peneliti merancang aktifitas utama dari cabang baru UD Andy Motor adalah *problem solving* atau pemecahan suatu permasalahan, karena cabang baru UD Andy motor sebagai bengkel sepeda motor yang hadir menjadi seorang dokter bagi sepeda motor yang rusak dan memecahkan permasalahan dari kerusakan tersebut. Selain itu cabang baru UD Andy Motor juga menjual produk-produk seperti *sparepart* dan suku cadang dari sepeda motor, karena akan banyak orang yang akan membutuhkan *sparepart* dan suku cadang sepeda motor. Maka dari itu cabang baru dari UD Andy Motor akan hadir sebagai solusi dari suatu permasalahan yang ada. Dimana cabang baru dari UD Andy

Motor ini akan dibuka setiap hari mulai dari pukul 08.00 – 17.00 WIB.

h. Key Partnership

Partner atau rekan kerja dalam sebuah perusahaan merupakan satu hal yang penting. Dengan adanya *partner* atau rekan kerja yang sesuai dan profesional akan membuat perusahaan melakukan aktifitasnya dengan lancar. Beberapa *partner* yang akan menjadi rekan kerja dari cabang baru UD Andy Motor di kota Jember ini antara lain :

1. *Supplier* dari produk-produk yang dibutuhkan sepeda motor, terutama *supplier* tangan pertama atau langsung dari pabrik, sehingga harga yang didapatkan relatif lebih murah
2. Selain itu yang bisa menjadi *partner* dari cabang baru UD Andy Motor adalah para pembeli dari oli bekas, pembeli dari ban bekas, pembeli dari aki bekas, pembeli dari botol oli bekas, dan *sparepart* bekas yang terbuat dari besi. Pembeli barang bekas akan menguntungkan bagi perusahaan karena rekan ini dapat memberikan pemasukan tambahan bagi perusahaan.
3. Pada cabang baru dari UD Andy Motor dapat bekerjasama dengan sebuah kedai kopi yang akan dibuat dengan suasana semi cafe. Dalam kerjasama tersebut cabang baru dari UD Andy Motor hanya sebagai pemberi tempat untuk disewakan kepada pihak kedai kopi, jadi didalam bengkel sepeda motor akan disediakan tempat untuk para konsumen bisa nongkrong supaya tidak bosan pada saat sepeda motornya di servis.
4. Peneliti melihat bahwa juga ada peluang untuk membuka tempat cuci sepeda motor, karena kebanyakan orang yang selesai menggunakan jasa sepeda motor, akan langsung mencuci sepeda motornya hal ini dikarenakan tersisa bekas oli di sepeda motornya. Maka dari itu pada cabang baru dari UD Andy Motor akan bekerja sama dengan jasa cuci sepeda motor, dengan kerja sama tersebut tentu akan menambah pemasukan dari cabang baru UD Andy Motor.

i. Cost Structure

Cabang baru dari UD Andy Motor akan membedakan biaya pengeluaran menjadi 2 macam yaitu *variable cost* dan *fixed cost*.

1. *Variable Cost*

Biaya yang dikeluarkan cabang baru UD Andy Motor dari segi *variable cost* adalah biaya bahan bakar bensin untuk mesin kompresor dan fasilitas sepeda motor karyawan, biaya listrik dan air, biaya lembur karyawan. Dalam *variable cost* ada biaya yang dapat di minimalisir untuk menghemat pengeluaran dalam sebuah perusahaan, salah satu contoh biaya yang dapat diminimalisir dalam sebuah usaha bengkel sepeda motor adalah biaya listrik dan air. Biaya listrik dan air dapat diminimalisir dengan menggunakan listrik dan air sesuai dengan keperluan dan kebutuhan saja.

2. *Fixed Cost*

Biaya yang akan dikeluarkan cabang baru UD Andy Motor dari segi *fixed cost* adalah biaya gaji karyawan, biaya mesin dan peralatan-peralatan bengkel yang rusak, biaya keamanan lingkungan dan biaya kebersihan lingkungan. Peneliti melihat bahwa biaya gaji karyawan merupakan biaya yang paling besar dikeluarkan oleh UD Andy Motor.

Berdasarkan pembahasan rancangan model bisnis diatas, maka didapatkan penjabaran 9 elemen *business model canvas* untuk cabang baru UD Andy Motor :
Gambar 1. *Business Model Canvas*

Key Partners Partner 1. Supplier barang yang dijual di cabang baru UD Andy Motor 2. Pembeli barang-barang bekas 3. Pihak kedai kopi 4. Pihak cuci sepeda motor	Key Activities Problem solving 1. Penjualan barang ke konsumen 2. Penjualan jasa service Key Resources <i>Physical assets</i> Tanah bangunan, gudang, mesin penjahit, teknologi <i>Human assets</i> Owner, accounting, montir, bagian ahli barang <i>Financial assets</i> Modal pribadi	Value Propositions Newness 1. Fasilitas ruang tunggu yang nyaman (AC, sofa, televisi, internet, mobilah, sound) 2. Bengkel lengkap dengan kedai kopi dan cuci sepeda motor Performance 1. Kualitas jasa servis 2. Pelayanan ramah dan cekatan Price (low price dari barang dan biaya servis) Risk Reduction (ada garansi produk dan jasa)	Customer Relationships Personal Assistance Layanan penjualan secara tatap muka Dedicated Assistance 1. Layanan konsultasi 2. Layanan reminder Channels Direct Channels 1. Physical Store 2. Service at home 3. Penjualan melalui media online	Customer Segments Geographic Segmentation Semua pengguna sepeda motor di kota Jember khususnya kecamatan Sumber Sari Demographic Segmentation 1. Kalangan Mahasiswa khususnya Universitas Muhammadiyah, Universitas Jember, Universitas Mandala 2. Para pegawai yang menggunakan sepeda motor 3. Pria dan wanita berusia 17 – 50 tahun
Cost Structure 1. Variable Cost Biaya bahan bakar, biaya listrik dan air, biaya lembur karyawan 2. Fixed Cost Gaji karyawan, biaya mesin dan peralatan yang rusak, biaya keamanan dan kebersihan lingkungan	Revenue Streams Assets Sales 1. Penjualan aksesori, sparepart, suku cadang sepeda motor 2. Penjualan jasa servis sepeda motor 3. Penjualan barang-barang bekas 4. Hasil sewa lahan pada kedai kopi dan cuci sepeda motor			

Sumber : Osterwalder dan Pigneur (2012), diolah oleh peneliti (2015)

Rancangan Pemasaran

Rancangan pemasaran ini ditujukan agar didalam cabang baru UD Andy Motor yang benar-benar baru dapat dikenal oleh masyarakat kota Jember khususnya wilayah kecamatan Sumber Sari. Oleh karena itu cabang baru UD Andy Motor ini akan mengutamakan pelayanan yang membuat konsumen puas, dan dengan kepuasan yang didapatkan oleh konsumen diharapkan konsumen dapat menyebarkan berita melalui *word of mouth* kepada tetangga sekitar untuk merekomendasikan cabang baru UD Andy Motor. *Word of Mouth* memiliki dampak yang sangat besar dalam menarik minat konsumen.

Setelah masyarakat sudah mengetahui cabang baru dari UD Andy Motor, maka langkah pemasaran yang akan dilakukan adalah dengan layanan media online melalui Instagram, BBM, Line, Facebook, dimana *customer* dapat memberikan *review* mengenai pelayanan cabang baru UD Andy Motor. Selain itu dengan melalui media online juga dapat memberitahu masyarakat bahwa cabang baru dari UD Andy Motor hadir dengan fasilitas-fasilitas menarik yang belum ada di bengkel-bengkel lain, sehingga akan membuat *customer* tertarik untuk memperbaiki sepeda motornya di cabang baru UD Andy Motor.

3. Analisis Finansial

Analisis finansial merupakan satu elemen penting, dimana analisis finansial digunakan untuk mengkalkulasi pengeluaran modal, dan estimasi biaya yang dibutuhkan dalam membuka suatu usaha baru. Berikut elemen-elemen dari analisis finansial, antara lain :

Proyeksi Investasi Awal

Dalam membuka bengkel sepeda motor cabang baru dari UD Andy Motor, dibutuhkan dana investasi yang terdiri dari investasi tanah dan bangunan, investasi untuk renovasi bangunan, investasi untuk peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan dalam melakukan jasa servis sepeda motor, investasi etalase, dan investasi dekorasi. Total investasi awal yang dibutuhkan untuk membuka cabang baru UD Andy Motor yaitu sebesar Rp 1.033.621.000,-

Tabel 2. *Initial Investment*

INITIAL INVESTMENT	TOTAL
Tanah dan Bangunan	Rp 950,000,000
Renovasi	Rp 30,000,000
Peralatan dan Perlengkapan	Rp 11,942,000
Etalase	Rp 2,500,000
Dekorasi	Rp 39,179,000
Total	Rp 1,033,621,000

Sumber : Diolah oleh peneliti

Proyeksi Penjualan

Untuk mendapatkan keuntungan atau *profit* diperlukan pemasukan dari sebuah usaha yang didapatkan dari penjualan yang dilakukan oleh cabang baru UD Andy Motor baik dari penjualan produk ataupun dari penjualan jasa servis sepeda motor. Untuk proyeksi penjualan pada cabang baru UD Andy Motor selama 2 tahun mencapai angka Rp 3.746.790.000,-

Proyeksi Biaya

Proyeksi biaya sangat diperlukan dalam analisis finansial karena dengan adanya proyeksi biaya bisa diketahui proyeksi *income statement* dari sebuah organisasi. Angka yang didapatkan dalam proyeksi biaya selama 2 tahun untuk cabang baru UD Andy Motor mencapai angka Rp 2.544.930.000,-

Proyeksi Income Statement

Untuk menemukan berapa laba atau berapa rugi yang didapatkan, maka harus dicari berapa jumlah keseluruhan pemasukan yang didapatkan setiap bulannya lalu dikurangi dengan jumlah pengeluaran yang dikeluarkan setiap bulannya. Pada cabang baru UD Andy Motor, setelah melalui perhitungan proyeksi penjualan dan proyeksi biaya selama 2 tahun dinyatakan bahwa cabang baru UD Andy Motor ini mendapatkan laba setiap bulannya dan tidak pernah mengalami kerugian selama 2 tahun tersebut.

Proyeksi Cash Flow

Dengan adanya proyeksi *cash flow* peneliti dapat melihat laporan uang *cash* yang ada di cabang baru UD Andy Motor setiap bulannya, selain itu dapat melihat kenaikan dana *cash* yang dipegang oleh cabang baru UD Andy Motor. Prroyeksi *cash flow* pada cabang baru UD Andy Motor terlihat bahwa saldo kas akhir dari bulan ke bulan terus mengalami peningkatan sehingga dengan kata lain usaha ini berjalan dengan sangat baik. Hasil saldo kas akhir pada bulan ke 24 mencapai angka Rp 1.124.989.000,-

Analisis Payback Period

Tabel 3. Payback Period

PAYBACK PERIOD		
PAYBACK PERIODE	Net Income	JUMLAH
Bulan 1	Rp 57,320,000	Rp 57,320,000
Bulan 2	Rp 45,530,000	Rp 102,850,000
Bulan 3	Rp 30,275,000	Rp 133,125,000
Bulan 4	Rp 44,975,000	Rp 178,100,000
Bulan 5	Rp 48,625,000	Rp 226,725,000
Bulan 6	Rp 32,210,000	Rp 258,935,000
Bulan 7	Rp 57,050,000	Rp 315,985,000
Bulan 8	Rp 37,415,000	Rp 353,400,000
Bulan 9	Rp 41,180,000	Rp 394,580,000
Bulan 10	Rp 44,800,000	Rp 439,380,000
Bulan 11	Rp 42,635,000	Rp 482,015,000
Bulan 12	Rp 61,580,000	Rp 543,595,000
Bulan 13	Rp 59,180,000	Rp 602,775,000
Bulan 14	Rp 48,845,000	Rp 651,620,000
Bulan 15	Rp 38,185,000	Rp 689,805,000
Bulan 16	Rp 51,035,000	Rp 740,840,000
Bulan 17	Rp 43,145,000	Rp 783,985,000
Bulan 18	Rp 36,350,000	Rp 820,335,000
Bulan 19	Rp 53,795,000	Rp 874,130,000
Bulan 20	Rp 46,435,000	Rp 920,565,000
Bulan 21	Rp 39,230,000	Rp 959,795,000
Bulan 22	Rp 40,820,000	Rp 1,000,615,000
Bulan 23	Rp 37,505,000	Rp 1,038,120,000
Bulan 24	Rp 62,660,000	Rp 1,100,780,000
		Rp 1,033,621,000

Pada Bulan ke-23 sudah *payback period*
Sumber : Diolah oleh peneliti (2015)

Berdasarkan tabel *payback period* diatas, dapat dilihat bahwa cabang baru dari UD Andy Motor mengeluarkan kebutuhan investasi sebesar Rp 1.033.621.000, dan pada bulan ke 23 cabang baru dari UD Andy Motor ini sudah bisa *payback*. Dari situ dapat peneliti simpulkan bahwa cabang baru dari UD Andy Motor ini bisa dijalankan dan dapat menghasilkan *profit* yang cukup besar.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Kesimpulan

Berdasarkan perancangan bisnis pada cabang baru dari UD Andy Motor, maka kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini, yaitu :

a. Tim

Tim yang akan mengoperasikan cabang baru dari UD Andy Motor pada tahap *start-up* berjumlah 7 orang sesuai dengan struktur organisasi yang sudah dibuat, masing-masing anggota didalam tim tersebut diberikan pengarahan mengenai tugas dan tanggung jawab yang harus dikerjakan selama perusahaan beroperasi.

b. Model Bisnis

Pada cabang baru UD Andy Motor sudah terbentuk visi dan misi organisasi dalam menjalankan usahanya. Dengan adanya visi dan misi organisasi tentu akan membuat perusahaan dapat berjalan sesuai dengan arah yang sudah ditetapkan dalam visi dan misi organisasi yang sudah dibuat.

Model bisnis pada cabang baru UD Andy Motor menggunakan sembilan elemen *business model canvas*, antara lain :

a) Customer Segment

Cabang baru dari UD Andy Motor memfokuskan *customer segment* pada kalangan mahasiswa karena

mengingat lokasi dari cabang baru yang berdekatan dengan 3 Universitas.

b) Value Propositions

Nilai utama yang akan diberikan kepada *customer* yaitu kepuasan dan kenyamanan, dimana fasilitas yang diberikan akan membuat *customer* tidak bosan.

c) Channels

Cabang baru dari UD Andy Motor akan melayani *customer* dengan 3 cara, yaitu melalui *physical store*, *servis at home*, dan penjualan secara online.

d) Customer Relationship

Customer relationship yang digunakan adalah pelayanan memuaskan, dimana *customer* tidak hanya dilayani selama proses *sales*, melainkan pelayanan *after sales*.

e) Revenue Streams

Pemasukan akan didapatkan dari penjualan jasa servis dan produk, biaya sewa tempat dari beberapa *partner*, hingga penjualan barang-barang yang sudah tidak terpakai / bekas.

f) Key Resources

Key resources yang digunakan dalam cabang baru UD Andy Motor adalah *physical asset*, *human asset*, dan *financial asset*,

g) Key Activities

Aktivitas yang akan dilakukan melibatkan penjualan jasa servis dan produk yang dijual, selain itu jasa servis dapat dilakukan tidak hanya di bengkel, namun bisa dilakukan di rumah konsumen

h) Key Partnership

Cabang baru dari UD Andy Motor akan melakukan kerja sama dengan berbagai pihak, *supplier*, pihak kedai kopi, cucian sepeda motor, dan pembeli barang bekas.

i) Cost Structure

Cost Structure yang akan digunakan pada cabang baru UD Andy Motor dibedakan menjadi 2 yaitu *variable cost* dan *fixed cost*. Dimana dalam *cost structure* ini diperlukan untuk membedakan mana *variabel cost* dan *fixed cost*.

c. Analisis Finansial

Dari *business model canvas* yang sudah dirancang peneliti juga merencanakan analisis finansial untuk cabang baru UD Andy Motor dan dari perancangan analisis finansial terlihat bahwa cabang baru UD Andy Motor akan mengalami *payback period* pada bulan ke 23, dan dapat dikatakan bahwa cabang baru UD Andy Motor ini dapat dijalankan dan memiliki prospek yang cukup baik

Saran

Berdasarkan analisa dan pembahasan diatas, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Cabang baru dari UD Andy Motor ini dapat memberikan pelatihan *training* pada montir, karena montir disini merupakan aspek penting dalam menjalankan jasa servis sepeda motor pada cabang baru UD Andy Motor, agar operasi perusahaan lebih berjalan dengan lancar.
2. Akan ada baiknya cabang baru dari UD Andy Motor ini melakukan kontrak kerja sama dengan *partner* yang ada untuk mengurangi hal-hal yang tidak diinginkan.

3. Adanya perbaikan struktur organisasi yang baru seiring dengan berjalannya cabang baru UD Andy Motor agar usaha ini dapat berjalan efektif dan efisien.
4. Untuk penelitian selanjutnya, melakukan perencanaan bisnis yang lebih lengkap meliputi lingkungan eksternal, peta implementasi, dan analisis resiko.

DAFTAR PUSTAKA

- Purnomo, Herdaru. (2014). Negara dengan Penduduk Terbanyak di Dunia, RI Masuk 4 Besar. Retrieved September 17, 2015 at 21.43 pm, from <<http://finance.detik.com/read/2014/03/06/134053/2517461/4/negara-dengan-penduduk-terbanyak-di-dunia-ri-masuk-4-besar>>
- Liputan6. (2010). Jember, Kota Bebas Angkot. Liputan6. Retrieved December 2, 2015 at 22:58 pm, from <<http://news.liputan6.com/read/289948/jember-kota-bebas-angkot>>
- Tim PPM Manajemen. (2012). Business Model Canvas : Penerapan di Indonesia. Jakarta: PPM.
- Osterwalder, Alexander & Yves Pigneur. (2010). Business Model Generation. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, Alexander & Yves Pigneur. (2012). Business Model Generation. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Kualitatif dan R dan D. Bandung : CV. Alfabeta.
- Moleong, L. J. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. (2008). Metodologi Penelitian Kualitatif : Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung : Alfabeta.