

# ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA UD DIAMOND MOTOR

Yenny Yurike dan Wilma Laura Sahetapy

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

Yenz\_61@yahoo.com ; wlsahetapy79@gmail.com

*Abstrak*-Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi, perubahan dan meninjau ulang model bisnis perusahaan sehingga tercipta model bisnis baru yang lebih tepat dan sesuai untuk diaplikasikan oleh UD Diamond Motor. Setelah melakukan analisa menggunakan Business Model Canvas, akan dilakukan analisis menggunakan SWOT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan tiga narasumber yaitu pemilik, wakil dan karyawan bagian service advisor UD Diamond Motor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih ada beberapa hal yang harus diperbaiki di UD Diamond Motor.

Kata kunci : *Business Model Canvas*, model bisnis, *SWOT*.

## PENDAHULUAN

Seiring dengan berjalannya waktu, pertumbuhan ekonomi di Indonesia menjadi semakin pesat. Hal ini menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin ketat khususnya di bidang industri otomotif untuk kendaraan beroda empat (mobil). Peningkatan otomotif di Indonesia kian mengembang, hal ini dapat kita lihat berdasarkan data dari Gakindo (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor) yang menyatakan bahwa di tahun 2016 total penjualan mobil di Indonesia mencapai 33,5 persen atau 1,06 juta unit (Febri, 2018).

Bagi masyarakat Indonesia mobil sudah menjadi alat transportasi yang lazim baik remaja maupun dewasa, bahkan sudah menjadi aktivitas sehari-hari untuk melakukan berbagai kegiatan baik perjalanan bisnis, wisata, pergi ke sekolah, pergi ke mall maupun tempat lainnya. Mobil memiliki beberapa manfaat yaitu membuat kita terlindungi dari panas matahari, hujan maupun beberapa keadaan lainnya. Remaja maupun dewasa sering sekali menyalahgunakan manfaat mobil sebagai alat untuk hiburan lainnya seperti balapan yang kemudian menyebabkan terjadinya kecelakaan, untuk menunjang aktivitas sehari-hari dan mencegah masalah saat akan digunakan, maka perlu dilakukannya beberapa perawatan berskala.

Pelayanan servis merupakan hal penting dalam menunjang perawatan berskala pada mobil. Servis berskala atau servis rutin biasanya termasuk prosedur yang diwajibkan oleh pabrikan. Perawatan yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan pembersihan atau penyetelan kembali pada mobil, dengan melakukan perawatan secara rutin, maka semua sistem bisa dipastikan bekerja dengan baik dan membuat para pengendara merasa lebih tenang dan nyaman (*asuransi astra, 2017*). Sebagai pemilik mobil harus selalu melakukan beberapa perawatan berskala yang bisa didapatkan di bengkel mobil.

Jawa timur khususnya bagian Surabaya menjadi kota dengan penjualan mobil terbanyak secara nasional (Khoirudin, 2017). Hal ini di dukung dengan munculnya beberapa *Showroom* dan beberapa bengkel ternama di Surabaya. Melihat peluang ini, UD Diamond Motor mulai merubah ke bisnis otomotif khususnya ke dalam bidang perbaikan *body repair, painting, chassis onderstell* dan mesin serta anti karat dengan *spray USA* selama 38 tahun lamanya.

UD Diamond Motor merupakan perusahaan perseorangan yang berdiri sejak tahun 1980, bengkel ini pertama kali didirikan

oleh seorang pengusaha bernama Bambang Haryanto Halim atau biasa dikenal dengan nama Liem Po Hwat. Model usaha yang dijalankan UD Diamond Motor adalah dengan memberikan pelayanan dalam hal jasa kepada para konsumen. Masalah yang dihadapi oleh UD Diamond Motor tersebut adalah nilai pengeluaran dan pemasukan mobil pada bengkel yang masih *fluktuatif/kurangstabil*.

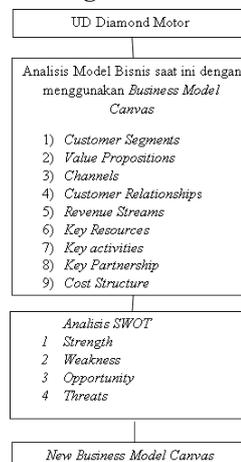
Dari data yang didapat mengenai pemasukan dan pengeluaran mobil pada UD Diamond Motor. Pemasukan mobil yang paling meningkat di bulan Januari sebesar 92 mobil dan pemasukan mobil yang paling menurun di bulan September sebesar 56 mobil. Naik turunnya jumlah mobil yang keluar masuk di tahun 2017 menyebabkan Diamond Motor harus mencari upaya untuk meminimalisir ketidakstabilan tersebut agar tidak mengganggu perkembangan serta eksistensi UD Diamond Motor di masa yang akan datang. Untuk itu peneliti akan menggunakan *analisis Business Model Canvas (BMC)*.

Menurut Wallin, Chirumalla, dan Thompson (2013) *Business Model Canvas* adalah alat yang menjanjikan untuk mendukung memodifikasi atau menciptakan bisnis baru dengan kecepatan yang lebih tepat. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) *Business Model Canvas* dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui sembilan balok bangun dasar yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana cara perusahaan menghasilkan uang. Sembilan balok bangun tersebut *customer segments (Segmen pelanggan), value propositions (proposisi nilai), channel (saluran), customer relationships (hubungan pelanggan), revenue streams (arus pendapatan), key resources (sumber daya utama), key Activities (aktivitas Kunci), key partnerships (kemitran Utama) dan cost struktur (Struktur Biaya)*.

## Tujuan Penelitian

Membantu mengembangkan bisnis yang dijalankan oleh UD Diamond Motor agar memiliki model bisnis yang tepat dalam menghadapi bisnis kedepannya

## Kerangka Penelitian



## Gambar 2.2 Kerangka penelitian

Sumber: Osterwalder dan Pigneur (2010).

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2012), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan peneliti pada kondisi obyek secara alamiah, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan) dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Dalam penelitian ini dipilih jenis penelitian kualitatif karena ingin menganalisis *Business Model Canvas* pada UD Diamond Motor

### Definisi Konseptual

#### Pengertian Model Bisnis

Definisi model bisnis dapat didefinisikan sebagai metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan uang di lingkungan bisnis dimana metode yang digunakan adalah untuk membuat perusahaan dapat bertahan

#### Pengertian *Business Model Canvas* (BMC)

Definisi *Business Model Canvas* adalah deskripsi yang digunakan untuk mengubah model bisnis lama dengan praktis sebagai alat untuk mengembangkan bisnis.

### Analisis SWOT

Merupakan metode yang membandingkan antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat membantu untuk memformulasikan strategi. Dimana empat perspektif pada *SWOT* yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman akan diterapkan satu persatu kedalam setiap elemen-elemen pada *Business Model Canvas*.

### Hubungan Analisis SWOT dengan *Business Model Canvas*

*SWOT* membantu untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari setiap kesembilan elemen *BMC* yang telah diidentifikasi sebelumnya. Yang kemudian akan dikombinasikan untuk memungkinkan penilaian lebih terfokus dan evaluasi terhadap model bisnis perusahaan dan elemen-elemennya

### Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang memberikan informasi. Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian meliputi: pemilik sekaligus direktur UD Diamond Motor, wakil direktur UD Diamond Motor, dan pegawai UD Diamond Motor.

### Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah evaluasi model bisnis dan perancangan model bisnis masa depan pada UD Diamond Motor dengan menggunakan pendekatan 9 elemen dalam *Business Model Canvas* yaitu: *customer segments, value propositions, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships dan cost structure*

### Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi terstruktur, wawancara yang dilakukan bisa saja berubah sesuai dengan keadaan yang ada dari jawaban yang diberikan oleh narasumber.

### Teknis Analisa Data

#### 1. Reduksi Data

*Reduksi data* adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang hal-hal yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan akhir dapat ditarik dan diverifikasi. Proses reduksi data terdiri dari dua langkah,

yaitu identifikasi unit dan membuat kode. Dari jabaran diatas dapat disimpulkan bahwa reduksi data adalah proses merangkum data dengan memilih hal-hal yang pokok sehingga memudahkan untuk melaksanakan pengumpulan data selanjutnya.

#### 2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data tersebut dapat disajikan berupa matriks, grafik, jaringan, dan bagan.

#### 3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah ketika tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya.

## ANALISA DAN PEMBAHASAN

### Analisis *SWOT* Setiap Elemen *Business Model Canvas* *Customer Segment*

#### 1. *Strength*:

Pelanggan UD Diamond Motor tersegmentasi dengan baik, yaitu mulai dari pelanggan dengan usia antara 25–40 tahun ke atas.

#### 2. *Weakness*:

Dikarenakan lokasi yang terletak di Surabaya bagian timur, segmentasi pasar hanya menjangkau pelanggan di Surabaya timur, sementara untuk Surabaya bagian lainnya belum terjangkau.

#### 3. *Opportunity*:

a. Jumlah kebutuhan masyarakat pada mobil yang semakin meningkat setiap harinya sebagai alat transportasi.

b. Besarnya peluang pasar bengkel mobil yang mengandalkan kebutuhan masyarakat pada mobil.

#### 4. *Threat*:

a. Banyaknya pesaing baru seperti bengkel mischan, hutan alam dan mechanic yang muncul dalam bidang sejenis.

b. Adanya kemungkinan pelanggan akan berpindah.

### *Value Proposition*

#### 1. *Strength*:

Nilai yang ditawarkan kepada pelanggan sudah sesuai dengan kebutuhan pelanggan, seperti adanya layanan *customization* dengan menerima layanan tambahan sesuai permintaan pelanggan, layanan salon mobil dapat memudahkan pelanggan untuk membersihkan bagian dalam maupun luar mobil dengan baik tanpa harus membersihkan mobil sendiri.

#### 2. *Weakness*:

a. Masyarakat Surabaya belum mengetahui keberadaan bengkel ini

b. Pelayanan yang disediakan sudah banyak ditawarkan di bengkel lainnya (belum ada inovasi baru).

#### 3. *Opportunity*:

a. Penambahan layanan baru dapat menarik minat pelanggan

b. UD Diamond Motor dapat memenuhi kebutuhan tambahan pelanggan, misalnya permintaan untuk membersihkan mobil ataupun memberikan warna cat tambahan pada mobil sesuai keinginan pelanggan sehingga pelanggan dapat memilih sendiri warna yang ingin di tambahkan.

#### 4. *Threat*:

Mulai banyak bengkel yang berdiri yang memberikan inovasi dan layanan menarik, serta harga murah yang menarik pelanggan.

### *Channel*

#### 1. *Strength*:

a. Adanya promosi *word of mounth* dari pelanggan yang sudah pernah datang ke bengkel.

- b. Banyaknya *review* tentang UD Diamond Motor di website bengkel-bengkel yang ada di Surabaya, sehingga membuat pelanggan menjadi lebih ingin tahu dengan kualitas pelayanan yang disediakan bengkel UD Diamond Motor.
- 2. *Weakness*:
  - a. Pemasaran hanya melalui *word of mounth*
  - b. Tidak memiliki media sosial
- 3. *Opportunity*:

Semakin banyaknya promosi *word of mounth* dan *review* tentang kualitas, sehingga UD Diamond Motor dapat menjadi bengkel terpercaya di daerah Surabaya.
- 4. *Threat*:

Banyaknya pesaing bengkel yang muncul dan melakukan promosi melalui media sosial.

#### **Customer Relationship**

- 1. *Strength*:
  - a. Hubungan dengan pelanggan cukup baik karena pelanggan dapat secara langsung berkomunikasi dengan pengelola UD Diamond Motor.
  - b. Pelanggan juga dapat memberikan kritik dan saran guna menambah nilai kualitas pada UD Diamond Motor.
- 2. *Weakness*:

UD Diamond Motor belum cukup dikenal di luar wilayah Surabaya Timur. Hal ini dikarenakan UD Diamond Motor belum membuka cabang baru di wilayah Surabaya bagian barat, timur maupun selatan.
- 3. *Opportunity*:
  - a. Pelanggan yang memiliki loyalitas terhadap bengkel akan membantu mempromosikan UD Diamond Motor kepada beberapa kerabat yang mereka miliki.
  - b. Kembalinya para pelanggan loyal kepada UD Diamond Motor.
- 4. *Threat*:
  - a. Adanya *reward* yang diberikan kepada pelanggan oleh bengkel lainnya, yang membuat para pelanggan merasa tertarik dan tidak kembali ke UD Diamond Motor.
  - b. Baik pelanggan yang merasa kurang puas dengan pelayanannya, dan saingan bisnis sejenis dapat dengan mudah menyebarkan informasi yang negatif.

#### **Revenue Stream**

- 1. *Strength* :
  - a. Pendapatan setiap bulannya dapat menutup semua kebutuhan UD Diamond Motor.
  - b. Keuntungan yang diperoleh dari hasil memperbaiki dapat menjadi modal untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
- 2. *Weakness*:

Tidak dapat memprediksi pendapatan pasti setiap harinya.
- 3. *Opportunity*:

Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas sehingga pelanggan tidak akan ragu untuk kembali ke UD Diamond Motor
- 4. *Threat*:

UD Diamond Motor hanya bergantung pada keuntungan dari hasil memperbaiki mobil.

#### **Key Resources**

- 1. *Strength*:
  - a. UD Diamond Motor mempunyai perlengkapan yang mendukung operasional bengkel sehari-hari.
  - b. Merekrut karyawan yang mempunyai keahlian khusus.
  - c. Mempunyai 45 karyawan
  - d. Tingkat kenyamanan karyawan cukup tinggi.
- 2. *Weakness*:
  - a. Membutuhkan waktu yang lama untuk menjadi mekanik yang berpengalaman.

- b. Susahnya dalam melatih karyawan yang kinerjanya menurun.
- 3. *Opportunity*:
  - a. Menciptakan tenaga ahli atau karyawan
  - b. Membuka lapangan tenaga kerja baru
- 4. *Threat*:
  - a. Kemungkinan dalam merekrut karyawan oleh pendatang baru dengan memberikan gaji yang lebih.
  - b. Kurangnya loyalitas karyawan baru pada perusahaan.

#### **Key Activities**

- 1. *Strength*:
  - a. Sudah memiliki struktur organisasi yang teratur membuat UD Diamond Motor menyelesaikan semua aktivitas dengan lancar dan baik.
  - b. Menyelesaikan masalah serta mencari solusi atas kritik dan saran pelanggan dengan baik
- 2. *Weakness*:

Kurangnya kesadaran diri dari beberapa karyawan baru dalam melakukan aktivitas perusahaan.
- 3. *Opportunity*:

Lebih sering mengadakan rapat bersama untuk membantu jalannya perusahaan
- 4. *Threat*:

Kualitas bahan baku, dan mesin yang kurang baik sehingga dapat menghambat proses produksi.

#### **Key Partnership**

- 1. *Strength* :
  - a. Memiliki beberapa rekanan asuransi
  - b. Memiliki supplier tetap
  - c. Hubungan dengan rekanan asuransi dan supplier berjalan dengan baik.
- 2. *Weakness*:

Sulitnya mencari supplier yang murah
- 3. *Opportunity*:

Adanya kerjasama dengan mitra bisnis khususnya bagian asuransi dapat membantu bengkel dalam hal promosi.
- 4. *Threat* :
  - a. Berjalannya usaha produksi bisa terganggu jika salah satu supplier berhenti menyuplai bahan baku.
  - b. Adanya mitra lain yang bisa digunakan sebagai pembanding dengan mitra kerja saat ini sehingga mampu menimbulkan konflik antara pihak bengkel dengan mitra bengkel.

#### **Cost Structure**

- 1. *Strength* :
  - a. UD Diamond Motor memiliki perencanaan pada anggaran yang detail
  - b. Dapat mengendalikan dengan baik biaya yang tidak teduga
- 2. *Weakness*:

Biaya tetap berupa bahan baku yang cenderung tinggi dan berubah-ubah harganya.
- 3. *Opportunity*:

Bengkel dapat menginvestasikan uang lebih dalam anggaran untuk membeli mesin baru sehingga mampu meningkatkan produktivitas maupun kualitas produksi.
- 4. *Threat* :

Kenaikan dari biaya tetap dan biaya tambahan yang dapat mengganggu proses berjalannya bisnis.

#### **New Business Model Canvas**

Business model canvas yang baru ini terdiri dari Sembilan elemen yang masing-masing elemennya berisi dari hasil analisis *SWOT* yang sudah di evaluasi.

### Customer Segment

Pada elemen *customer segment*, UD Diamond Motor menetapkan sasaran pelanggannya pada *segmented* (model bisnis yang menargetkan pelanggan berdasarkan kebutuhan dan permasalahan). Segment pasar yang dituju adalah pelanggan yang berusia sekitar 25–40 tahun, jika dilihat dari harga yang ditetapkan maka dapat digolongkan untuk kalangan menengah ke atas. Selain itu pelanggan wilayah Surabaya lain seperti wilayah barat, utara, maupun selatan di tingkatkan lagi dengan membuka cabang baru, karena untuk masyarakat Surabaya sekarang ini sudah banyak yang menggunakan mobil sebagai alat transportasi untuk aktivitas sehari-hari seperti untuk melakukan berbagai kegiatan baik perjalanan bisnis, wisata, pergi ke sekolah, pergi ke *mall* maupun tempat lainnya.

Untuk menjangkau pelanggan dengan usia 25–40 tahun ke atas diseluruh kota Surabaya, maka UD Diamond Motor juga dapat memberikan diskon atau layanan tambahan seperti layanan *free salon* bagi pelanggan lama yang berhasil membawa pelanggan baru ke bengkel dan memberikan diskon sebesar 10% untuk pelanggan yang baru datang dan memperbaiki mobil di bengkel Diamond Motor ini.

### Value Propositions

Pada elemen *value proposition* ini, UD Diamond Motor dapat menambahkan layanan baru seperti layanan antar jemput untuk seluruh pelanggan UD Diamond Motor di seluruh wilayah Surabaya dengan penetapan biaya sesuai wilayah yang di tuju. Dan juga layanan tambahan seperti layanan salon mobil untuk pelanggan UD Diamond Motor yang kesulitan dan tidak mempunyai waktu dalam membersihkan mobil mereka. Kedua layanan tambahan ini dapat diinformasikan kepada pelanggan UD Diamond Motor yang memperbaiki mobil mereka, sehingga pelanggan mengetahui akan layanan tambahan yang disediakan oleh bengkel Diamond Motor ini. Pemberitahuan informasi akan layanan tambahan dapat berupa lembaran brosur yang di tempel di daerah bengkel, dan lembaran brosur yang diletakkan di meja ruang tamu atau meja kantor.

### Channel

Pada elemen *channel* ini, UD Diamond Motor dapat membantu pemasaran perusahaan dengan cara membuat media sosial seperti *instagram*, *facebook* dan *website* yang berisikan informasi UD Diamond Motor. Dalam pembuatan media sosial ini diharapkan dapat membantu promosi yang dilakukan oleh UD Diamond Motor seperti dengan menampilkan berbagai kegiatan promo dan *event-event* beserta foto kegiatan yang dilakukan UD Diamond Motor. Para pelanggan juga dapat memberikan kritik dan saran untuk Diamond Motor di dalam media sosial ini, untuk pelanggan yang memberikan komentar positif di halaman media sosial yang disediakan maka UD Diamond Motor dapat memberikan *reward* kepada pelanggan tersebut berupa diskon 10% untuk layanan perbaikan *body repair*.

Cara pemberian *reward* untuk pelanggan ini dapat membantu mengurangi komentar buruk yang ditinggalkan beberapa pelanggan dan pesaing Diamond Motor. Pemberian *reward* kepada pelanggan ini dapat dipilih berdasarkan ketentuan seperti dalam dua bulan sekali, pihak yang bertanggung jawab akan media sosial UD Diamond Motor akan memilih lima komentar terbaik dalam halaman komentar yang disediakan dan menghubungi pelanggan yang memberikan komentar positif tersebut, yang kemudian pihak bengkel akan mencatat informasi kelima pelanggan tersebut dan memberikan diskon 10% untuk biaya perbaikan *body repair* kepada mereka. Diskon 10% ini hanya berlaku sampai batas tiga bulan selama pemberitahuan tersebut.

### Customer Relationships

Pada elemen *customer relationship* ini yang perlu dipertahankan adalah hubungan komunikasi yang baik antara staff atau perusahaan dengan pelanggan agar pelanggan tetap nyaman dengan keramahan yang diberikan dan datang kembali ke UD Diamond Motor. Hubungan yang baik dengan pelanggan dapat membantu perusahaan dalam hal pemasaran dan peningkatan perusahaan. Hal pemasaran yang dimaksudkan adalah dengan adanya pelanggan yang selalu datang ke bengkel dan memberikan informasi mengenai layanan bengkel ke kerabat mereka, maka pelanggan dalam UD Diamond Motor akan terus bertambah. UD Diamond Motor dapat membagikan *comment card* secara langsung kepada pelanggan, dimana pelanggan dapat memberikan saran secara tertulis untuk kemajuan bengkel yang kemudian setelah saran tersebut dituliskan oleh pelanggan maka *comment card* ini dapat diberikan secara langsung kepada karyawan kantor atau langsung dimasukkan ke dalam kotak *box* komentar yang telah disediakan bengkel di ruang tamu mereka.

### Revenue Streams

Pada elemen *revenue streams*, pendapatan yang dimiliki oleh UD Diamond Motor berasal dari *asset sale*, dimana pendapatan berasal dari hasil perbaikan mobil baik secara harian maupun asuransi. UD Diamond Motor dapat menambahkan pendapatan melalui hasil layanan tambahan yang disediakan bengkel yaitu dari hasil salon mobil dan biaya antar jemput. Layanan tambahan seperti biaya antar jemput dan hasil salon mobil termasuk kedalam *usage fee*, dimana pendapatan yang dihasilkan dengan kemampuan menggunakan layanan tertentu.

### Key Resources

Pada elemen *key resources*, ada baiknya bagi UD Diamond Motor untuk membuka lowongan pekerjaan baru khususnya bagian marketing, karena dengan menambahkan karyawan bagian marketing dapat membantu pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah pelanggan Diamond. Melakukan pelatihan kepada setiap karyawan yang kinerjanya kurang dapat meningkatkan: produktivitas, kedisiplinan, ketrampilan dan keahlian tertentu agar karyawan dapat bekerja lebih maksimal dan lebih baik. Selanjutnya yang perlu dijaga adalah kualitas bahan baku, alat dan mesin yang selama ini mereka pergunakan saat ini, serta hubungan yang baik antar karyawan, dengan adanya hubungan yang baik dapat membuat setiap karyawan yang bekerja menjadi lebih nyaman dan merasa menjadi bagian dalam bengkel sehingga para karyawan dapat menjaga dengan baik apa yang menjadi aset dari UD Diamond Motor, yang perlu dilakukan adalah pengecekan bahan baku, alat dan mesin sehingga dapat mengetahui dengan tepat mengenai jumlah dari bahan baku dan peralatan yang menunjang operasional perusahaan.

### Key Activities

Pada elemen *key activities* ini, kegiatan yang perlu dikembangkan adalah dengan mengadakan beberapa acara yang dapat menarik perhatian pelanggan dan mempererat hubungan antar perusahaan dengan pelanggan. acara yang dapat dilakukan dapat berupa bagi pelanggan yang memperbaiki *body repair* lebih dari tiga bidang dapat diberikan layanan *free salon*. Selain *event* yang diadakan, UD Diamond Motor juga dapat mengadakan rapat bersama dengan pihak-pihak tertentu seperti: pemilik bengkel, wakil, *service advisor*, *finance* dan *admin Service* yang dapat dilakukan setiap seminggu sekali atau dua minggu sekali untuk membahas kualitas pelayanan dan kinerja karyawan. Usaha terakhir yang dapat dilakukan UD Diamond Motor adalah menjadi sponsor untuk beberapa acara seperti acara di Universitas maupun tempat lainnya.

### Key Partnership

Pada elemen *key partnership*, hal yang perlu diperhatikan lebih adalah hubungan dengan mitra bisnis, karena jika tidak mempunyai hubungan yang baik dengan mitra bisnis maka dapat menghambat proses jalannya operasional UD Diamond Motor sehingga menimbulkan kerugian. Untuk itu perlu dikembangkan hubungan yang baik dengan para *supplier* seperti *supplier* bahan baku, dan pihak asuransi mobil seperti dengan mengadakan acara makan bersama untuk mempererat hubungan perusahaan dengan *supplier* tersebut.

### Cost Structure

Pada elemen yang terakhir adalah *cost structure* dimana selain mengeluarkan biaya-biaya yang tak terduga perlu juga dilakukan perampingan biaya seperti saat bengkel dalam kondisi yang sepi maka bisa mematikan AC, kipas angin, lampu diberbagai tempat yang bisa dimatikan serta mematikan mesin bila mesin sudah tidak dipakai dan mematikan listriknya.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Hasil dari wawancara yang telah dilakukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan dari setiap elemennya yaitu:

#### 1. Customer Segments

Dari hasil wawancara, *customer segments* UD Diamond Motor adalah *segmented*, dimana model bisnis ini diarahkan untuk melayani pelanggan yang diklarifikasi berdasarkan kebutuhan dan permasalahan mereka. Misalnya bengkel memperbaiki mobil sesuai dengan apa yang diperlukan. Pelanggan didalam UD Diamond Motor adalah pelanggan dengan usia 25–40 tahun ke atas.

#### 2. Value Propositions

Dari hasil wawancara, *value propositions* UD Diamond Motor adalah menggunakan bahan baku, alat dan mesin yang berkualitas serta memiliki tenaga kerja yang berpengalaman. UD Diamond Motor juga menyediakan layanan tambahan sesuai dengan keinginan pelanggan.

#### 3. Channels

Dari hasil wawancara, *channel* UD Diamond Motor adalah melalui promosi *word of mounth* (WOM) dari pelanggan yang sudah pernah datang ke bengkel.

#### 4. Customer Relationships

Dari hasil wawancara, *customer relationship* UD Diamond Motor adalah hubungan komunikasi secara langsung yang dilakukan antara UD Diamond Motor dengan pihak pelanggan.

#### 5. Revenue Streams

Dari hasil wawancara, *revenue streams* UD Diamond Motor adalah pendapatan yang berasal dari perbaikan mobil. Di mana keuntungan yang didapatkan melalui dua cara yaitu dari asuransi dan harian.

#### 6. Key Resources

Dari hasil wawancara, *key resources* UD Diamond Motor ada tiga yaitu bahan baku, alat dan mesin, serta karyawan.

#### 7. Key Activities

Dari hasil wawancara, *key activities* yang dilakukan bengkel UD Diamond Motor adalah memperbaiki mobil dan mengadakan rapat bersama dengan pihak tertentu selama sebulan sekali untuk membahas kritik dan saran yang diberikan pelanggan terhadap UD Diamond Motor.

#### 8. Key Partnerships

Dari hasil wawancara, yang menjadi *key partnerships* pada UD Diamond Motor adalah 23 asuransi rekanan, supplier bahan baku, pihak mobil derek, dan kepolisian lalu lintas.

#### 9. Cost Structure

Dari hasil wawancara, *cost structure* UD Diamond Motor adalah biaya-biaya seperti gaji karyawan, bahan baku, keamanan gedung, pajak, mesin, listrik, air serta uang lembur karyawan.

### Saran

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan didapatkan bahwa model bisnis UD Diamond Motor dapat dikembangkan lagi. Berikut adalah beberapa saran yang diberikan dalam mengembangkan perusahaan, yaitu:

#### 1. Customer Segment

Membuka cabang baru untuk daerah Surabaya bagian barat, Utara, ataupun Selatan.

#### 2. Value Propositions

Menambahkan layanan tambahan seperti layanan antar jemput dan layanan salon mobil di UD Diamond Motor

#### 3. Channels

Membuat media sosial untuk UD Diamond Motor

#### 4. Customer Relationship

a. Memberikan *comment card* kepada pelanggan UD Diamond Motor

b. Memberikan diskon untuk pelanggan UD Diamond Motor

#### 5. Revenue Streams

Menambah hasil pendapatan dari layanan salon mobil dan biaya antar jemput pelanggan UD Diamond Motor

#### 6. Key Resources

a. Mengadakan program pelatihan untuk karyawan UD Diamond Motor

b. Membuka lowongan pekerjaan untuk karyawan baru khususnya bagian marketing.

#### 7. Key Activities

a. Mengadakan beberapa acara dan menjadi sponsor di daerah Surabaya

b. Mengadakan rapat bersama untuk membahas kritik dan saran dari pelanggan.

#### 8. Key Partnerships

Meningkatkan hubungan dengan pelanggan seperti mengadakan acara bersama rekan bisnis.

#### 9. Cost Structure

Melakukan perampingan biaya pada UD Diamond Motor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asuransi Astra. (2017). *Manfaat perawatan mobil secara berkala*. Retrieved from <https://www.asuransi-astra.com/knowledge-post/manfaat-perawatan-mobil-secara-berkala>
- Khoirudin, A. (2017). Di Indonesia, penjualan mobil terbanyak ketiga ada di Jawa Timur. *Otomotif Indonesia*. Retrieved from <https://www.otosia.com/berita/di-indonesia-penjualan-mobil-terbanyak-ke-3-ada-di-jawa-timur.html>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model canvas*. New Jersey: John Willey & Sons, inc
- Saragih, A. F. (2018). Dari 1.000 cuma 87 orang yang punya mobil di Indonesia. *Kompas*. Retrieved from <https://otomotif.kompas.com/read/2018/01/17/121523815/dari-1000-cuma-87-orang-yang-punya-mobil-di-indonesia>
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Wallin, J., Chirumalla, K. & Thompson, A. (2013). Developing PSS concepts from traditional product sales situation: the use of business model canvas. *Product-Service Integration for Sustainable Solutions*, 263-274. Retrieved from [http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-642-30820-8\\_23#page-1](http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-642-30820-8_23#page-1)