

ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* PADA PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG

Alfilia Hilda¹, Clarissa Nathania², Delia Damayanti³, Jason Marchel⁴, Lidwina Kartini⁵, Henky Lisan Suwarno⁶

¹Universitas Kristen Maranatha, Bandung, 1952148@eco.maranatha.edu

²Universitas Kristen Maranatha, Bandung, 1952008@eco.maranatha.edu

³Universitas Kristen Maranatha, Bandung, 1952130@eco.maranatha.edu

⁴Universitas Kristen Maranatha, Bandung, 1952026@eco.maranatha.edu

⁵Universitas Kristen Maranatha, Bandung, 1952048@eco.maranatha.edu,

⁶Universitas Kristen Maranatha, Bandung, henky.ls@eco.maranatha.edu

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui lebih dalam mengenai *Business Model Canvas* pada PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, yang mana awalnya PD PRODIASA belum membuat *Business Model Canvas*. PD PRODIASA merupakan bisnis keluarga yang bergerak dibidang penjualan dan servis kendaraan bermotor roda dua Honda. PD PRODIASA didirikan sejak 1993. Perusahaan ini sudah berdiri selama 29 tahun, dan terus beroperasi hingga saat ini. PD PRODIASA menjual kendaraan bermotor roda dua bermerek "HONDA". PD PRODIASA juga menyediakan jasa servis motor Honda. PD PRODIASA beralamat di Jl. Raya Bedeng No. 22, Rengasdengklok, Karawang. Model usaha yang dijalankan oleh PD PRODIASA bersifat B2C (*Business to Consumer*). Sumber data dari penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan melalui wawancara secara langsung terhadap narasumber. Dalam penelitian ini memanfaatkan metode *Business Model Canvas* dalam melakukan analisis terhadap PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG sudah menjalankan bisnis dengan baik dan terstruktur, namun ada beberapa tambahan yang kami berikan dan kami berharap dapat bermanfaat bagi keberlangsungan bisnis PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG sehingga dapat meningkat dan memberikan *profit* yang lebih besar sebelum menerapkannya (*Business Model Canvas*) BMC yang baru. Diharapkan dari hasil analisis ini dapat membantu PD PRODIASA untuk terus berkembang dalam menjalankan bisnisnya dan mendapatkan lebih banyak keuntungan demi keberlangsungan siklus bisnis yang baik.

Kata kunci: *Business Model Canvas*, Bisnis, Business Model Canvas Motor

ABSTRACT

This study aims to find out more about the Business Model Canvas at PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, which initially PD PRODIASA has not made a Business Model Canvas. PD PRODIASA is a family business engaged in the sale and service of Honda two-wheeled motor vehicles. PD PRODIASA was founded in 1993. This company has been established for 29 years and continues to operate today. PD PRODIASA sells two-wheeled motorized vehicles with the "HONDA" brand. PD PRODIASA also provides Honda motorcycle service. PD PRODIASA is located at Jl. Raya Bedeng No. 22, Rengasdengklok, Karawang. The business model run by PD PRODIASA is B2C (Business to Consumer). The data sources of this study used primary data by conducting direct interviews with the informants. In this study using the Business Model Canvas in conducting an analysis of PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG. The results of this study indicate that PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG has run a good and structured business, but there are some additions that we provide and we hope that it can be useful for the business continuity of PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG so that it can increase and provide greater profits before implementing Business Model Canvas) the new BMC. It is hoped that the results of this analysis can help PD PRODIASA to continue to grow in running its business and get more profits for the sake of a good business cycle continuity.

Keywords: Business Model Canvas, Business, Business Model Canvas Motorcycle

PENDAHULUAN

Business Model Canvas terdapat blok bangunan bisnis yang berjumlah sembilan blok. Blok bangunan tersebut terdiri dari butir-butir utama yang memperjelas mengenai cara organisasi dapat memberikan fungsi dan juga para konsumen merasakan manfaatnya (Osterwalder & Pigneur, 2013). Keuntungan dari BMC sendiri bagi perusahaan dapat merubah konsep bisnis yang kompleks menjadi sederhana dan dapat terlihat hanya pada satu lembar kanvas atau visualisasi dan satu alat strategi yang mana bisa dipakai guna menjelaskan sebuah model bisnis dan mencitrakan dasar pemikiran mengenai bagaimana organisasi mewujudkan, memberikan, dan memahami nilai (Osterwalder et al., 2012). Selain itu menurut (Fazizah, 2015) keuntungan dari BMC (*Business Model Canvas*) dapat menguraikan, mengkaji, dan menciptakan secara inovatif serta imajinatif dalam upaya menciptakan, membagikan, dan memahami perspektif pasar dan meningkatkan permintaan dengan cara memperbaharui sebuah nilai.

PD PRODIASA merupakan salah satu bisnis keluarga yang bergerak dibidang penjualan dan servis kendaraan bermotor roda dua Honda. PD PRODIASA didirikan sejak 1993. Perusahaan ini sudah berdiri selama 29 tahun, dan terus beroperasi hingga saat ini. PD PRODIASA menjual kendaraan bermotor roda dua bermerek "HONDA". PD PRODIASA juga menyediakan jasa servis motor Honda. PD PRODIASA beralamat di Jl. Raya Bedeng No. 22, Rengasdengklok, Karawang. Model usaha yang dijalankan oleh PD PRODIASA bersifat B2C (*Business to Consumer*).

PD PRODIASA sebelumnya belum pernah melakukan dan meneliti analisis BMC (*business model canvas*) maka dari itu maksud analisis ini berharap dapat membantu PD PRODIASA dalam membangun bisnis dibantu BMC (*business model canvas*) yang mana dapat digunakan untuk menjelaskan sebuah model bisnis dan mengilustrasikan dasar pemikiran perihal bagaimana organisasi menghasilkan, membagikan, dan memahami nilai (Osterwalder et al., 2012).

BMC (*Business Model Canvas*) dapat membantu PD PRODIASA memusatkan bisnis terhadap elemen strategis yang paling vital serta akan menghasilkan dampak terbesar dalam meningkatkan perkembangan bisnis selain itu juga dapat menjadi pedoman PD PRODIASA untuk meniti kegiatan bisnis sesuai dengan poin yang dituang dalam BMC (*business model canvas*), dengan hal ini dapat mewujudkan perusahaan mengurangi resiko kesalahan yang terjadi saat meniti kegiatan bisnis.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Digunakannya metode penelitian kualitatif karena peneliti mengambil bahasan atau materi dari sebuah fenomena yang nantinya akan dikembangkan melalui teori yang sudah ada dengan cara mencocokkan data ataupun hasil yang ada di lapangan dengan teori. Metode penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang di dalamnya peneliti dijadikan sebagai instrumen kunci dari penelitian dan peneliti melakukan pengamatan terhadap objek alamiah. Metode kualitatif dilakukan dengan cara menganalisis data yang bersifat induktif, triangulasi, dan dalam penelitian ini menekankan pada makna dibandingkan dengan generalisasi (Sugiyono, 2017). Metode penelitian kualitatif dapat memberikan dan

menunjukkan data deskriptif dari objek yang diamati perilakunya oleh peneliti dalam bentuk kata-kata lisan (J.Moleong, 2014).

Teknik pengumpulan data

Peneliti menggunakan cara wawancara (*interview*) dan juga peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap responden (objek penelitian) dalam rangka mengumpulkan data penelitian. Penelitian yang dilakukan berupa analisis kasus pada PD Prodiasa AHASS Motor Karawang, sehingga responden (objek penelitian) yang diwawancarai dan diamati adalah pekerja ataupun karyawan dari perusahaan PD Prodiasa AHASS Motor Karawang tersebut. Wawancara (*interview*) dapat diartikan sebagai salah satu cara dalam mengumpulkan data untuk mencari permasalahan yang akan diteliti dan untuk mencari tahu hal-hal mengenai makna dan perilaku dari objek penelitian yang lebih mendalam (Sugiyono, 2017). Pada penelitian yang dilakukan, wawancara dilakukan kepada pemilik sekaligus pemimpin dari PD Prodiasa AHASS Motor Karawang. Menurut Sutrisno Hadi dalam (Sugiyono, 2017) observasi diartikan sebagai teknik dan proses kompleks dalam hal mengingat dan melakukan pengamatan yang terbagi menjadi proses psikologis dan biologis. Observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam pengumpulan data adalah dengan melihat dan melakukan pengamatan secara langsung di perusahaan PD Prodiasa AHASS Motor Karawang. Observasi yang dilakukan seperti memeriksa kondisi ruangan bengkel dan lingkungan tempat reparasi motor yang dapat digunakan untuk membuat analisis BMC nantinya.

Teknik analisis data

Teknik analisis data menggunakan analisis *business model canvas*. Menurut (Osterwalder & Pigneur, 2013), di dalam *business model canvas* terdapat sembilan blok bangunan yang menjelaskan pentingnya manfaat dari pelanggan dan menciptakan nilai. Bagian *business model canvas* terdiri dari proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, segmen pelanggan, sumber daya utama, aliran pendapatan, struktur biaya, aktivitas utama, dan kemitraan utama. *Business Model Canvas (BMC)* memiliki kelebihan yaitu memudahkan dan membantu menggambarkan keadaan perusahaan secara komprehensif. (Sains & Seni Its, 2017).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara bisnis model yang digunakan PD PRODIASA dapat divisualisasikan dalam sembilan blok bisnis yaitu *Customer Segment, Value Propositions, Revenue Stream, Customer Relationship, Key Activities, Key Resources, cost Structure, dan Key Partnership*, digambarkan melalui *framework Business Model Canvas*.



Gambar 1. *Business Model Canvas* PD PRODIASA

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2022)

Customer Segment

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh *Customer Segment* PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, yaitu produk yang ditawarkan oleh PD PRODIASA hanya ditujukan kepada seluruh kalangan pengguna *brand* motor Honda baik untuk pelajar, pengusaha, ataupun untuk karyawan. Karena bengkel ini hanya melayani satu *brand* motor saja yaitu *brand* motor Honda.

Value Proposition

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh *Value Proposition* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, yaitu nilai yang ditawarkan dari PD PRODIASA ini berupa penjualan *sparepart* yang *original*, lalu menjual oli yang tentunya resmi dari pabriknya, serta ketika dealer mengeluarkan Honda baru dan menyediakan *service* selama 3 kali dari Honda tersebut, PD PRODIASA dapat melayani *service* tersebut secara gratis dan melayani *service* kunjungan, dan bengkel ini menyediakan alat dan fasilitas yang lengkap. Jadi PD PRODIASA ini memberikan nilai-nilai tersebut yang belum tentu bengkel lain dapat berikan kepada konsumen.

Channels

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh *Channels* PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, yaitu PD PRODIASA dapat menggapai konsumen melalui pemasaran media sosial seperti *instagram* dan *facebook*, *sms reminder* dan terdapat layanan *service* kunjung jika konsumen merasa terlalu jauh atau tidak memiliki waktu untuk datang ke bengkel, layanan *service* kunjung ini pihak bengkel menyediakan mekanik dengan fasilitas motor yang sudah dimodifikasi dan terdapat *tools kit* dibagian motor sehingga PD PRODIASA dapat melakukan perjalanan mengunjungi konsumen dan melakukan aktivitas *service* di rumah konsumen sehingga konsumen tidak perlu lagi datang ke bengkel.

Customer Relationship

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh *Customer Relationship* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, hubungan dengan konsumen terjalin dengan baik. Dalam membangun hubungan yang baik dengan konsumen, PD PRODIASA memberikan diskon kepada konsumen yang datang ke bengkelnya tersebut dengan syarat-syarat tertentu, memiliki media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* untuk bisa memberikan informasi dan berkomunikasi dengan konsumen secara

langsung, dan memberikan SMS *reminder* kepada konsumen seperti memberitahu *update* terkini mengenai *service* yang dilakukan.

Revenue Streams

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh *Revenue Streams* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG yaitu PD PRODIASA AHASS dalam berbisnis menjual berbagai macam produk suku cadang sepeda motor. PD PRODIASA AHASS menyediakan jasa *sparepart*, jasa oli, dan juga jasa inspeksi motor. Jasa inspeksi motor berupa sebelum motor di *service*, akan dilakukan pengecekan terlebih dahulu mengenai bagian motor apa saja yang harus di ganti dan dirawat. PD PRODIASA AHASS juga menyediakan layanan servis kunjung ke rumah konsumen.

Key Resources

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh *Key Resources* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, yaitu peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan meliputi sumber daya manusia atau SDM yang terdiri dari teknisi, pegawai, dll. Selanjutnya untuk perlengkapan secara umum yang dibutuhkan adalah *Bike Lift* (alat yang digunakan saat motor konsumen datang dan di inspeksi menggunakan sebuah lift), *Tool Kit* (peralatan standar *service*), Nitrogen (guna mengisi angin pada ban), Kompresor (alat untuk membersihkan komponen dalam motor), *Tire Changer* (alat untuk mengganti ban).

Key Activities

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh *Key Activities* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, yaitu kegiatan yang dilakukan dalam bisnis ini terdiri dari menjual *sparepart* tentunya *sparepart* yang dijual *original*, dapat memasang *sparepart* atau dengan kata lain menawarkan jasa pemasangan, serta *service* kendaraan roda dua bermerek Honda.

Key Partner

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh *Key Partner* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, yaitu PD PRODIASA menjalin kerjasama dengan PT DAYA ADICIPTA MOTORA sebagai *supplier* utama dalam suku cadang motor yang diperlukan. PD PRODIASA memberikan jaminan bahwa produk dipastikan *original*, hal ini yang menjadi daya saing utama. PD PRODIASA rutin memberikan pelatihan kepada para teknisi agar teknisi selalu *terupdate* dan dapat kompatibel dengan motor- motor yang baru.

Cost Structure

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh *Cost Structure* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, yaitu terdapat beberapa pengeluaran yang dikeluarkan dalam menjalankan bisnis, diantaranya terdapat pengeluaran untuk suku cadang sepeda motor, biaya untuk menggaji karyawan dan teknisi, biaya perawatan (*maintenance*) bengkel seperti biaya perawatan untuk alat-alat kompresor dan *tool kit*. Terdapat juga biaya operasional seperti biaya listrik, air, dan wifi. Terdapat biaya pemasaran untuk promosi, dan juga biaya layanan servis kunjung. Diantara semua pengeluaran yang dikeluarkan, pengeluaran atau biaya yang terpenting adalah biaya gaji teknisi dan karyawan, karena dengan memberikan gaji ataupun bonus yang mencukupi akan membuat kinerja para teknisi dan karyawannya meningkat. PD PRODIASA AHASS 127483 MOTOR KARAWANG memberikan *reward* kepada para unit pekerjajanya agar lebih semangat dan bekerja lebih baik lagi.

Pembahasan Evaluasi, dan Rekomendasi *Business Model Canvas*.



Gambar 2. *Business Model Canvas* PD PRODIASA

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)

Customer Segment

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh *Customer Segment* PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, diperoleh hasil analisis kemudian kami sebagai peneliti memberikan usulan sebagai berikut: Segmen konsumen PD PRODIASA hanya ditujukan kepada seluruh kalangan pengguna *brand* motor Honda baik untuk pelajar, pengusaha, ataupun untuk karyawan. Sehingga sebaiknya untuk segmen pelajar, PD PRODIASA memprioritaskan pelanggan pelajar yang sudah memiliki Surat Izin Mengendarai atau SIM. Dikarenakan SIM merupakan sebuah bukti tercatat dan teridentifikasi yang diberikan oleh Kepolisian Republik Indonesia bagi seseorang yang sudah mencukupi kualifikasi administrasi, sehat secara fisik maupun nonfisik, mengetahui peraturan lalu lintas serta lihai dalam mengendarai kendaraan bermotor ataupun bermobil serta dilihat dari potensial pelanggan untuk kalangan remaja dapat menjadi pelanggan jangka panjang dikarenakan usia mereka yang masih muda dan dapat memakai kendaraan bermotor tersebut hingga masa yang akan datang dan juga untuk kalangan remaja mereka dapat menjadi pemasar yang baik jika mendapatkan pelayanan yang memuaskan dan mereka akan merekomendasikan kepada teman-temannya mengingat kalangan remaja adalah kalangan yang paling sering berkumpul bersama teman. Usulan lainnya untuk PD PRODIASA bisa bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan yang mana memberikan fasilitas kendaraan operasional dan kendaraan dinas berupa motor roda dua untuk dapat *service* kendaraan, membeli *sparepart*, ataupun jasa pemasangan *sparepart* tersebut di PD PRODIASA sehingga PD PRODIASA dapat memperoleh laba berkelanjutan yang lebih banyak.

Value Proposition

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh *Value Proposition* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, diperoleh hasil analisis kemudian kami sebagai peneliti memberikan evaluasi sebagai berikut: Dalam *value proposition* PD PRODIASA sudah membuat pelayanan dan jasa yang sudah terstruktur dengan baik. Seperti sudah terdapat layanan dan fasilitas yang lengkap yang sudah sesuai dengan prosedur *service* yang ditetapkan oleh Honda.

Channels

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh *Channels* PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, diperoleh hasil analisis kemudian kami sebagai peneliti memberikan usulan sebagai berikut: Dalam *channels* PD PRODIASA sebaiknya melakukan pemasaran di media sosial lainnya, seperti di Tiktok dan juga memanfaatkan iklan di Youtube dikarenakan dua media sosial ini sangat tinggi tingkat

penggunanya serta dipakai oleh banyak kalangan remaja, dewasa hingga orang tua dan kedua media sosial ini paling sering sekali mempengaruhi konsumen dengan iklan-iklan yang ditayangkan, sehingga konsumen menjadi penasaran dan ingin mencoba produk tersebut. PD PRODIASA juga sebaiknya melakukan *endorsement* kepada *influencer* yang bergerak di bidang otomotif dikarenakan banyaknya konsumen yang melakukan keputusan pembelian karena adanya pengaruh oleh *influencer* atau orang yang mereka idolakan yang mempromosikan produk tersebut. PD PRODIASA juga bisa membuat promosi berupa bonus ketika telah melakukan servis sebanyak sepuluh kali maka akan mendapatkan *service* penggantian oli sekali secara gratis. Hal ini guna menjaga loyalitas konsumen kepada bengkel PD PRODIASA, dan konsumen pun menjadi mengincar bonus yang diberikan oleh PD PRODIASA.

Customer Relationship

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh *Customer Relationship* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, diperoleh hasil analisis kemudian kami sebagai peneliti memberikan usulan sebagai berikut: PD PRODIASA sebaiknya memberikan fasilitas berupa tempat untuk menunggu dan diberikan minuman gratis (air mineral dan teh). Misalnya ketika *service* yang dilakukan membutuhkan waktu yang cukup lama ataupun banyak konsumen yang datang sehingga harus mengantri di tempat, konsumen dapat menunggu sambil duduk dan meminum air mineral ataupun teh di ruang tunggu tersebut, dan hal ini akan membuat konsumen tidak merasa lelah, lebih rileks, dan menciptakan pengalaman yang positif. Selain itu dapat menyediakan kotak penilaian pelayanan yang mana berisikan (sangat puas, puas, kurang puas, tidak puas). Hal ini dilakukan agar PD PRODIASA dapat mengetahui apa yang dirasakan oleh konsumen ketika melakukan *service* di PD PRODIASA dan bisa lebih memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan jika konsumen merasa tidak puas, dan tetap mempertahankan kualitas pelayanan jika konsumen merasa puas.

Revenue Streams

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh *Revenue Streams* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, diperoleh hasil analisis kemudian kami sebagai peneliti memberikan usulan sebagai berikut: PD PRODIASA sebaiknya dapat menawarkan aksesoris bawaan Honda, contohnya seperti *helm*, jaket, dan sarung tangan karena produk-produk tambahan ini sangat erat kaitannya dengan bidang otomotif PD PRODIASA dapat menawarkan produk tersebut ketika para konsumen yang sedang menunggu kendaraan mereka yang sedang di servis, proses menawarkan produk ini dapat dilakukan di ruang tunggu pelanggan. Dengan melakukan hal ini dapat menaikkan *profit* bagi perusahaan dan mempererat hubungan dengan Honda karena ikut mempromosikan dan menjual aksesoris dari Honda.

Key Resources

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh *Key Resources* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, diperoleh hasil analisis kemudian kami sebagai peneliti memberikan usulan sebagai berikut: PD PRODIASA sebaiknya menyediakan tarik casis jika kendaraan mengalami kecelakaan parah, *motorcycle body painting*, kulkas mini berisi minuman yang mana minuman tersebut dapat dibeli oleh konsumen. Hal ini dikarenakan fasilitas tersebut cukup jarang dimiliki oleh beberapa bengkel di Indonesia, terutama bengkel resmi. Indonesia sendiri banyak memiliki bengkel *repair body* dan casis, tetapi tentu saja hasil yang diberikan tidaklah akan sebaik jika bengkel resmi yang menyediakan. *Body Repair* dan casis juga termasuk penting dalam menjaga keamanan dalam bermotor, dikarenakan banyak motor di

Indonesia yang tidak sadar betapa pentingnya kesehatan *body* dan *casis motor*, dikarenakan *casis* merupakan sebuah tumpuan utama pada motor.

Key Activities

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh *Key Activities* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, diperoleh hasil analisis kemudian kami sebagai peneliti memberikan evaluasi sebagai berikut: PD PRODIASA sudah memberikan layanan dan fasilitas yang lengkap dan cukup baik.

Key Partners

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh *Key Partner* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG, diperoleh hasil analisis kemudian kami sebagai peneliti memberikan evaluasi sebagai berikut: PD PRODIASA sudah memiliki mitra yang baik dan sudah terpercaya yaitu PT ADICIPTA MOTORA, sehingga tidak diperlukan mitra lainnya.

Cost Structure

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh *Cost Structure* dari PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG diperoleh hasil analisis kemudian kami sebagai peneliti memberikan evaluasi sebagai berikut: PD PRODIASA sudah membuat anggaran bisnis secara terstruktur, hal ini mencegah terjadinya pengeluaran yang tidak diperlukan dan tidak terencana, dan menurut kami biaya yang dikeluarkan sudah sangat sesuai dengan standarisasi dalam menjalankan usaha bengkel.

KESIMPULAN

Berdasarkan wawancara dan analisis kami tentang *Business Model Canvas* yang telah dilakukan oleh PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG sudah dijalankan dengan baik dan terstruktur, namun ada beberapa tambahan yang kami berikan dan kami berharap dapat bermanfaat bagi keberlangsungan bisnis PD PRODIASA AHASS 12743 MOTOR KARAWANG sehingga dapat meningkat dan memberikan *profit* yang lebih besar sebelum menerapkannya (*Business Model Canvas*) BMC yang baru.

Saran bagi PD Prodiasa Ahass 12743 Motor Karawang adalah PD PRODIASA terus mempertahankan pelayanan yang sudah baik tersebut dan selalu menjalin hubungan yang baik dengan karyawan, pelanggan, dan juga mitra bisnisnya. PD PRODIASA juga sebaiknya meningkatkan fasilitas yang ada dan menambahkan fasilitas baru sesuai dengan usulan pada (*Business Model Canvas*) BMC yang baru. Saran bagi akademisi yakni kami mengharapkan hasil analisis bermanfaat dalam memperluas informasi dan wawasan, dan mampu dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berjudul analisis model bisnis kanvas. Selain itu, analisis ini dapat menjadi dukungan dalam menguraikan, dan menciptakan secara kreatif dan inovatif untuk menciptakan, membagikan, dan memahami perspektif pasar dan meningkatkan permintaan dengan cara menginovasi sebuah nilai organisasi ataupun perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. 288.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Sihandrini, N. R. (2012). *Business Model Generation : Pedoman Bagi Para Visioner, Penggerak Perubahan dan Pendobrak*. Elex Media Komputindo, 1–278.
- Sains, J., & Seni Its, D. (2017). *Analisis Business Model Canvas Pada Operator Jasa Online Ride-Sharing (Studi Kasus Uber di Indonesia)*. 6(2).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Timeus, K., Vinaixa, J., & Pardo-Bosch, F. (2020). *Creating Business Models for Smart Cities : a Practical Framework*. *Public Management Review*, 22(5).