

4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Singkat Toko Aneka Ban

Dibawah kepemilikan Hendro Gunawan, Toko Aneka Ban yang berlokasi di Jl. Mayjen Bambang Yuwono No 1, sidodadi, kemangsen, Kec. Balongbendo, sidoarjo, jawa timur. Telah mengalami transformasi yang signifikan sejak berdirinya pada tahun 2007. Awalnya, toko ini hanya fokus pada penjualan, pemasangan ban dan spooring balancing untuk berbagai jenis kendaraan. Namun, seiring dengan meningkatnya kebutuhan pelanggan dan perkembangan industri otomotif, Toko Aneka Ban berkembang menjadi pusat layanan otomotif yang lebih lengkap. Kini, toko ini tidak hanya menjual ban, spooring dan balancing, tetapi juga menjual sparepart dan menyediakan berbagai layanan tambahan seperti servis understeel, turun mesin, ganti oli, tune-up, serta spooring dan balancing serta penjualan dan pemasangan variasi mobil. Transformasi ini menunjukkan komitmen Hendro Gunawan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan layanan berkualitas dan kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan industri. Perkembangan ini menjadikan Toko Aneka Ban sebagai pilihan utama bagi para pemilik kendaraan yang mencari layanan perawatan otomotif yang terpercaya di Sidoarjo.

4.2 Struktur Organisasi Toko Aneka Ban

Struktur organisasi Toko Aneka Ban memiliki peran yang jelas dalam menjaga kelancaran operasional bisnis serta mendukung pencapaian visi dan misi perusahaan. Toko ini dimiliki oleh Hendro Gunawan, yang juga berperan aktif dalam mengawasi perjalanan bisnis. Sebagai pemilik, beliau memiliki beberapa tanggung jawab utama, antara lain memantau perkembangan bisnis, menyusun jadwal kerja, serta memastikan bahwa operasional toko berjalan sesuai visi dan misi yang telah ditetapkan. Selain pemilik, Toko Aneka Ban juga memiliki pegawai yang bertugas sebagai *customer service* dan beberapa mekanik.

- Pemilik
Desc:
 1. Memantau progress perjalanan bisnis
 2. Membuat jadwal kerja
 3. Mengontrol bisnis agar berjalan sesuai visi dan misi
 4. Mengatur dan menerima *supply* barang

5. Menerima Uang
6. Melayani *Customer*
7. Mengatur keuangan Toko Aneka Ban
8. Menyusun laporan keuangan dan pembukuan
9. Memfasilitasi kebutuhan biaya untuk penyetokan barang

- *Customer Service*

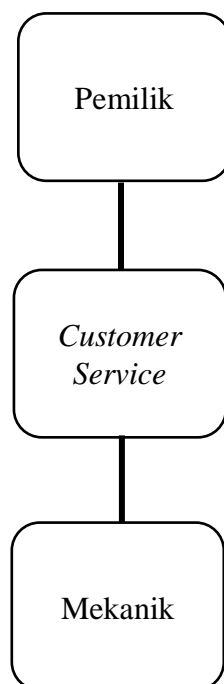
Dec:

1. Menyambut pelanggan
2. Mencatat kebutuhan pelanggan
3. Membersihkan produk yang di jual
4. Menulis kertas tanda *service* dan *oil change*

- Mekanik

Dec:

1. Melakukan perawatan mobil
2. Melakukan perbaikan mobil
3. Ganti dan pasang ban
4. Melakukan laporan tentang kondisi mobil customer
5. Merawat peralatan bengkel



4.3 Uji Triangulasi

Triangulasi pada dasarnya adalah pendekatan multi-metode yang digunakan peneliti ketika mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa tingkat kebenaran yang lebih tinggi dapat dicapai bila dilihat dari sudut yang berbeda karena pemahaman yang lebih baik terhadap fenomena yang diteliti. Dengan memotret satu fenomena dari sudut berbeda, Anda dapat menentukan tingkat kebenaran yang dapat diandalkan. Oleh karena itu, triangulasi adalah upaya untuk memverifikasi keakuratan data dan informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut, mengurangi sebanyak mungkin bias yang timbul dalam pengumpulan dan analisis data. Ini adalah salah satu contoh uji triangulasi setelah melakukan wawancara dengan narasumber.

Tabel 4.3

Element BMC / Informan	Hendro Gunawan	Pengamatan Langsung Oleh Peneliti	Kesimpulan
<i>Customer Segment</i>	Toko ini memiliki pelanggan mulai dari pemilik mobil individu hingga bisnis besar seperti rental mobil dan perusahaan. Dengan pelayanan baik dan memenuhi kebutuhan para pelanggan, toko ini menjadikan setiap pelanggan sebagai prioritas utama.	Rental mobil, pabrik-pabrik, pemilik mobil pribadi.	<i>Valid</i>
<i>Value Proposition</i>	Mengutamakan kualitas dan harga terjangkau, toko saya berkomitmen untuk memberikan nilai terbaik bagi pelanggan. Tidak hanya produk yang berkualitas tinggi, namun juga pelayanan yang cepat dan ramah.	Produk SNI dengan harga terjangkau. Pelayanan yang ramah dan pemilik berusaha memberikan jalan keluar kepada customer yang mengalami masalah pada mobil milik mereka.	<i>Valid</i>
<i>Channels</i>	Untuk menjangkau pelanggannya, saya menggunakan berbagai saluran pemasaran, termasuk Google dan toko fisik yang memungkinkan pelanggan merasakan langsung kualitas produk. Meskipun belum	Pemasaran dari mulut ke mulut. Toko fisik sebagai tempat penjualan. Tidak ada saluran online atau e-commerce saat ini.	<i>Valid</i>

	menggunakan e-commerce atau sosial media, toko ini tetap berhasil menjalin hubungan dekat dengan pelanggannya melalui pembicaraan yang menarik dan menyenangkan.		
<i>Customer Relationships</i>	Toko saya ini membangun hubungan yang tahan lama dengan pelanggan melalui pelayanan yang profesional dan perhatian terhadap detail, menjadikan pelanggan merasa dihargai dan didengar.	Menyediakan layanan yang mendengarkan keluhan dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.	<i>Valid</i>
<i>Revenue Streams</i>	Produk ban mendominasi sumber pendapatan toko ini. Selain itu, toko juga menyediakan berbagai layanan dan produk pendukung seperti oli, spare parts, dan jasa mekanik, memperkuat pendapatan melalui variasi produk yang relevan dengan kebutuhan kendaraan.	Penjualan ban (utama). Penjualan ban, suku cadang, variasi, jasa dan oli.	<i>Valid</i>
<i>Key Resources</i>	toko ini mengandalkan sumber daya kunci seperti teknologi modern (alat spooring dan balancing serta alat scanning) serta tenaga kerja yang terlatih. Kombinasi teknologi dan SDM ini menjamin efisiensi dan hasil yang memuaskan bagi setiap pelanggan.	Teknologi alat pendukung seperti mesin spooring balancing dan scan. Sumber Daya Manusia (SDM).	<i>Valid</i>
<i>Key Activites</i>	toko berfokus pada penyediaan produk dan layanan terbaik bagi pelanggan. Mulai dari konsultasi, penjualan, hingga perawatan mobil, setiap aktivitas didedikasikan untuk menciptakan pengalaman	Penjualan dan layanan pemasangan ban. Konsultasi permasalahan. Service dan penjualan sparepart. pemeliharaan alat-alat mekanik.	<i>Valid</i>

	pelanggan yang positif dan profesional.		
<i>Key Partnerships</i>	Dalam menjalankan operasinya, toko ini bekerja sama dengan supplier terpercaya yang memasok produk berkualitas. untuk memastikan ketersediaan barang dan kualitas produk, sekaligus mendukung operasional yang lancar.	pemasok ban dan suku cadang.	<i>Valid</i>
<i>Cost Structure</i>	biaya utama yang dikeluarkan untuk gaji karyawan, air, listrik serta pembelian barang-barang dan pemeliharaan peralatan kerja.	Biaya gaji karyawan. Biaya pemeliharaan dan pembelian alat.	<i>Valid</i>

4.4 Identifikasi Sembilan Elemen *Business Model Canvas*

4.4.1 *Customer Segment*

Toko Aneka Ban telah menentukan segmen pelanggan yang beragam untuk meningkatkan daya tarik bisnisnya. Segmen pertama adalah pengguna kendaraan pribadi yang memerlukan perawatan berkala seperti penggantian ban dan perbaikan ringan. Mereka datang ke Toko Aneka Ban untuk memastikan kendaraan mereka tetap dalam kondisi prima, terutama karena kebutuhan keamanan di jalan.

"Pemilik kendaraan komersial seperti mobil rental, mobil pribadi, truk dan mobil angkut juga menjadi target utama"

(Wawancara dengan Hendro, pemilik).

Kebutuhan mereka lebih intensif karena kendaraan komersial digunakan untuk aktivitas berat, sehingga memerlukan perawatan dan penggantian suku cadang secara berkala. Tak hanya itu, komunitas otomotif juga menjadi segmen potensial. Para penggemar otomotif yang tergabung dalam komunitas biasanya mencari produk atau aksesori khusus untuk keperluan modifikasi atau peningkatan performa kendaraan mereka.

4.4.2 *Value Proposition*

Toko Aneka Ban menawarkan berbagai nilai tambah yang membedakannya dari kompetitor.

"Pertama, kualitas produk yang terjamin, mulai dari ban, suku cadang, hingga layanan servis yang ditawarkan sudah baik"

(Wawancara dengan Hendro, pemilik).

Toko ini menyediakan produk dari merek terpercaya sehingga pelanggan dapat merasa aman dan nyaman menggunakan produk yang dibeli. Selain itu, keunggulan lain adalah kemudahan dalam layanan. Pelanggan dapat memilih untuk mengganti ban atau melakukan perawatan kendaraan dengan cepat dan efisien. Toko Aneka Ban juga menawarkan harga yang bersaing, sehingga menarik pelanggan yang menginginkan produk berkualitas dengan harga terjangkau.

4.4.3 Channels

Saluran yang digunakan Toko Aneka Ban masih berfokus pada

"Penjualan langsung di toko dan promosi dari mulut ke mulut"

(Wawancara dengan Hendro, pemilik).

Pelanggan biasanya datang langsung untuk melihat produk yang tersedia dan berkonsultasi dengan staf tentang kebutuhan mereka dan promosi dari mulut ke mulut.

4.4.4 Customer Relationships

Dalam membangun hubungan dengan pelanggan, Toko Aneka Ban berfokus pada pendekatan personal dan layanan yang ramah.

"Dengan sambutan yang ramah seperti menanyakan yang bikin pelanggan puas seperti ditanyai keluhannya apa"

(Wawancara dengan Hendro, pemilik).

Setiap pelanggan yang datang akan dilayani dengan baik oleh staf yang memiliki pengetahuan tentang produk dan layanan. Selain itu, toko ini juga menawarkan program loyalitas sederhana berupa diskon untuk pelanggan yang melakukan pembelian dalam jumlah besar atau rutin. Pendekatan ini membantu menjaga hubungan jangka panjang dan mendorong pelanggan untuk kembali melakukan pembelian di toko.

4.4.5 Revenue Stream

Arus Pendapatan dari Toko Aneka Ban

"Pendapatan utama Toko Aneka Ban berasal dari penjualan ban, jasa dan suku cadang kendaraan".

(Wawancara dengan Hendro, pemilik).

Produk-produk ini menjadi komponen utama yang menghasilkan keuntungan signifikan bagi toko. Selain itu layanan seperti servis ringan dan berat juga menjadi sumber pendapatan tambahan. Dengan menawarkan beragam layanan, Toko Aneka Ban mampu menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan secara keseluruhan. Ada juga potensi untuk menambah pendapatan melalui layanan tambahan, seperti servis berkala khusus atau layanan darurat.

4.4.6 Key Resources

Sumber daya utama yang dimiliki Toko Aneka Ban mencakup,

“teknologi seperti alat scan untuk mobil, alat spooring dan balancing kemudian persediaan produk berkualitas, tenaga ahli dalam bidang otomotif, dan lokasi strategis yang mudah diakses. Produk-produk yang berkualitas tinggi menjadi daya tarik utama bagi pelanggan”

(Wawancara dengan Hendro, pemilik).

Selain itu, karyawan yang kompeten dalam melayani pelanggan dan menangani berbagai masalah teknis kendaraan merupakan aset berharga. Lokasi toko yang mudah dijangkau juga memudahkan pelanggan untuk datang dan mendapatkan layanan yang mereka butuhkan.

4.4.7 Key Activities

Kegiatan utama Toko Aneka Ban meliputi pengadaan

“Produk dari supplier, penjualan dan pemasangan ban, serta layanan perawatan dan perbaikan kendaraan mulai dari kerusakan ringan hingga berat”

(Wawancara dengan Hendro, pemilik).

Toko ini menjalin hubungan baik dengan pemasok untuk memastikan ketersediaan produk berkualitas. Selain itu, pemasangan dan penjualan ban serta layanan perawatan dilakukan dengan standar tinggi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Toko ini juga berusaha untuk terus memperbarui keterampilan teknis para karyawan melalui pelatihan dan pengalaman secara berkala.

4.4.8 Key Partnership

Kemitraan utama dalam Toko Aneka Ban

“Toko Aneka Ban menjalin “Kemitraan strategis dengan beberapa pemasok ban dan suku cadang bermerek”

(Wawancara dengan Hendro, pemilik).

Kemitraan ini memungkinkan toko mendapatkan produk berkualitas dengan harga lebih baik, yang kemudian dapat ditawarkan kepada pelanggan. Selain itu, toko ini juga bekerja sama dengan beberapa komunitas otomotif untuk memperkenalkan produk dan layanan mereka kepada anggota komunitas. Melalui kerja sama ini, Toko Aneka Ban berharap dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik lebih banyak pelanggan potensial.

4.4.9 Cost Structure

Struktur biaya Toko Aneka Ban meliputi

“Biaya pengadaan barang, gaji karyawan, dan biaya operasional toko”

(Wawancara dengan Hendro, pemilik).

Pengadaan ban dan suku cadang membutuhkan biaya yang cukup besar, terutama jika toko ingin menjaga ketersediaan stok. Biaya gaji karyawan juga menjadi komponen penting, mengingat toko mempekerjakan tenaga ahli dalam bidang otomotif. Selain itu, toko harus menanggung biaya operasional seperti listrik, perawatan alat, dan kebutuhan lainnya untuk menjaga toko tetap beroperasi dengan baik.

4.5 Penyajian Data

Data yang dikumpulkan dari penelitian terhadap Toko Aneka Ban akan disajikan sesuai dengan komponen *Business Model Canvas* (BMC). Komponen-komponen BMC yang akan dibahas meliputi Segmen Pelanggan, Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan Pelanggan, Aliran Pendapatan, Sumber Daya Utama, Aktivitas Utama, Kemitraan Utama, dan Struktur Biaya. Selain itu penyajian data ini bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam mengenai elemen-elemen kunci dalam model bisnis Toko Aneka Ban, sehingga dapat mengidentifikasi area yang memerlukan pengembangan lebih lanjut.

KEY PARTNERS ✓Supplier ban dan sparepart terpercaya	KEY ACTIVITIES ✓Menyediakan layanan pemasangan ban ✓perawatan kendaraan ✓ penjualan sparepart ✓konsultasi kebutuhan kendaraan ✓pemeliharaan alat-alat bengkel.	VALUE PROPOSITION ✓Menawarkan produk ban dan sparepart berkualitas tinggi dengan harga terjangkau ✓ layanan servis lengkap yang cepat, aman, dan profesional untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan otomotif.	CUSTOMER RELATIONSHIP ✓Menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pelayanan ramah dan profesional, merespons keluhan pelanggan dengan cepat, serta memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan kendaraan pelanggan.	CUSTOMER SEGMENTS ✓ Pemilik mobil individu ✓ rental mobil ✓ perusahaan besar
	KEY RESOURCES ✓Teknologi modern (seperti alat sporing dan balancing) ✓ tenaga kerja terlatih ✓jaringan pemasok yang handal untuk memastikan ketersediaan produk berkualitas.		CHANNELS ✓Saat ini hanya melalui toko fisik. ✓Pemasaran Mulut ke Mulut: Pemasaran utama melalui rekomendasi dan pengalaman pelanggan kepada orang lain.	
COST STRUCTURE ✓Biaya gaji karyawan ✓pembelian sparepart ✓ perawatan peralatan ✓ listrik ✓ air		REVENUE STREAMS Pendapatan utama ✓ sparepart ✓ Ban ✓Variasi Mobil ✓jasa servis kendaraan (seperti ganti oli, sporing balancing, dan perawatan kendaraan lainnya)		

Gambar 4.5 Business Model Canvas Toko Aneka Ban saat ini

4.6 Analisis SWOT Business Model Canvas Saat Ini

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) merupakan alat yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja suatu bisnis. Dalam konteks Toko Aneka Ban, analisis SWOT ini bertujuan untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh toko dalam menjalankan bisnisnya. Salah satu pendekatan yang sering digunakan untuk merumuskan strategi bisnis adalah *Business Model Canvas (BMC)*, yang mengidentifikasi sembilan elemen kunci yang membentuk suatu model bisnis. Analisis SWOT terhadap elemen-elemen BMC ini akan

memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai potensi, tantangan, serta arah yang harus diambil oleh Toko Aneka Ban untuk mencapai tujuan jangka panjangnya.

Toko Aneka Ban, yang melayani pemilik kendaraan pribadi dan perusahaan lokal, menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam industri otomotif, baik dari toko ban fisik lainnya maupun dari platform digital yang lebih modern. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan, serta mengantisipasi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal yang lebih luas. Dengan menggunakan analisis SWOT dalam kaitannya dengan Business Model Canvas, toko ini dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam mengembangkan bisnis dan mempertahankan daya saing di pasar yang terus berubah.

Dalam analisis berikut, setiap elemen dari *Business Model Canvas* akan dianalisis dari perspektif SWOT untuk memberikan wawasan yang lebih lengkap mengenai posisi Toko Aneka Ban saat ini dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk meraih kesuksesan lebih lanjut.

4.6.1 Customer Segment

Strength: Toko Aneka Ban memiliki pelanggan tetap yang loyal, terdiri dari pemilik kendaraan pribadi dan perusahaan lokal. Ini memberikan dasar yang kuat untuk pertumbuhan yang stabil, karena pelanggan yang kembali cenderung lebih menguntungkan daripada mencari pelanggan baru.

Weakness: Toko ini kurang maksimal dalam menjangkau segmen pelanggan yang lebih muda, terutama generasi digital yang lebih aktif mencari layanan melalui platform online. Hal ini dapat membatasi potensi ekspansi pasar.

Opportunity: Ada peluang besar untuk menarik perhatian komunitas otomotif yang aktif di dunia maya. Dengan bergabung atau bekerja sama dengan komunitas-komunitas ini, toko dapat memperluas jangkauan pelanggan yang lebih muda dan lebih *digital-savvy*.

Threat: Persaingan dari toko ban yang telah memanfaatkan teknologi digital untuk menarik pelanggan. Misalnya, toko lain mungkin sudah menawarkan layanan pemesanan ban secara online yang lebih mudah diakses oleh segmen muda.

4.6.2 Value Proposition

Strength: Toko Aneka Ban menawarkan produk berkualitas dengan harga yang kompetitif, serta layanan yang dapat diandalkan bagi pelanggan setia mereka. Ini menjadi nilai tambah yang sangat dihargai oleh pelanggan.

Weakness: Kurangnya inovasi dalam hal proposisi nilai, terutama dalam hal penggunaan teknologi untuk memberikan layanan tambahan yang lebih modern seperti pemesanan online atau layanan pelanggan digital.

Opportunity: Mengembangkan layanan tambahan yang lebih inovatif, seperti penawaran promo berbasis aplikasi atau sistem loyalty untuk meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan.

Threat: Pesaing yang menawarkan layanan bernilai tambah berbasis teknologi, seperti pemesanan online dan konsultasi digital, dapat mengurangi daya tarik proposisi nilai Toko Aneka Ban.

4.6.3 Channels

Strength: Toko Aneka Ban memiliki saluran distribusi yang efektif melalui toko fisik yang sudah dikenal baik di kalangan pelanggan lokal.

Weakness: Saluran distribusi masih terbatas pada toko fisik dan kurang optimal dalam memanfaatkan saluran digital, seperti e-commerce atau platform digital lainnya yang dapat memperluas jangkauan pasar.

Opportunity: Memanfaatkan teknologi untuk membuka saluran digital, misalnya melalui e-commerce atau aplikasi mobile yang memudahkan pelanggan untuk membeli produk secara online.

Threat: Toko pesaing yang sudah memiliki saluran distribusi yang lebih luas, termasuk platform online, yang memudahkan pelanggan untuk membeli kapan saja dan di mana saja.

4.6.4 Customer Relationships

Strength: Hubungan pelanggan yang terjalin dengan baik berkat layanan yang personal dan terpercaya, membuat pelanggan merasa dihargai dan lebih cenderung untuk kembali.

Weakness: Kurangnya pendekatan yang lebih terpersonalisasi secara digital, yang mengurangi potensi untuk menciptakan hubungan lebih dekat dengan segmen pelanggan yang lebih muda.

Opportunity: Mengembangkan hubungan pelanggan secara lebih mendalam dengan memanfaatkan teknologi CRM (*Customer Relationship Management*), yang dapat membantu untuk memberikan pengalaman yang lebih terpersonalisasi.

Threat: Persaingan dari bisnis yang lebih mengutamakan hubungan pelanggan berbasis digital, misalnya melalui chatbot atau layanan customer support online yang lebih efisien.

4.6.5 Revenue Streams

Strength: Pendapatan yang stabil berasal dari penjualan produk ban serta layanan tambahan seperti pemasangan dan perawatan ban.

Weakness: Aliran pendapatan tergantung pada penjualan produk fisik dan jasa pemasangan, yang rentan terhadap fluktuasi pasar dan persaingan harga.

Opportunity: Memperkenalkan aliran pendapatan tambahan melalui layanan berlangganan atau paket bundling produk dan jasa untuk menarik pelanggan baru serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

Threat: Persaingan harga yang ketat dapat menekan margin keuntungan, dan jika toko tidak menawarkan inovasi layanan, pelanggan bisa beralih ke pesaing yang menawarkan lebih banyak pilihan.

4.6.6 Key Resources

Strength: Toko Aneka Ban memiliki sumber daya manusia yang berpengalaman dan stok produk yang cukup memadai untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Weakness: Kekurangan dalam hal investasi teknologi, yang membatasi kemajuan dalam hal otomatisasi dan efisiensi operasional.

Opportunity: Investasi dalam teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan, seperti penggunaan sistem POS modern atau perangkat lunak untuk manajemen inventaris.

Threat: Keterbatasan sumber daya untuk bersaing dengan pesaing yang lebih besar dan lebih banyak menggunakan teknologi dalam operasional mereka.

4.6.7 Key Activities

Strength: Aktivitas utama yang dilakukan oleh toko, seperti pengadaan dan penjualan ban serta layanan pemasangan yang cepat dan efisien, adalah kekuatan utama dalam bisnis ini.

Weakness: Aktivitas pemasaran yang kurang berkembang dan kurangnya upaya untuk mengoptimalkan kehadiran online toko.

Opportunity: Memperkenalkan aktivitas pemasaran digital, seperti kampanye media sosial atau iklan berbayar, untuk meningkatkan visibilitas toko secara online.

Threat: Pesaing yang memiliki aktivitas pemasaran digital yang lebih efektif dan lebih cepat menyesuaikan diri dengan tren digital.

4.6.8 Key Partnerships

Strength: Toko Aneka Ban memiliki kemitraan yang baik dengan pemasok ban dan perusahaan otomotif lokal, yang membantu memperkuat rantai pasokan.

Weakness: Kemitraan yang terbatas dengan komunitas otomotif atau platform digital yang dapat membuka akses ke segmen pelanggan lebih muda.

Opportunity: Membangun kemitraan dengan komunitas otomotif atau perusahaan teknologi untuk memperkenalkan solusi yang lebih inovatif dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Threat: Ketergantungan pada kemitraan tradisional dapat menjadi hambatan jika pesaing telah membangun kemitraan yang lebih luas dan lebih beragam, terutama dengan platform digital.

4.6.9 Cost Structure

Strength: Struktur biaya yang relatif stabil dengan fokus pada pembelian produk dalam jumlah besar dan pengelolaan operasional toko secara efisien..

Weakness: Biaya pemasaran dan pengembangan digital yang masih terbatas.

Opportunity: Memanfaatkan teknologi untuk mengurangi biaya operasional, misalnya dengan menggunakan platform digital untuk pemasaran atau manajemen inventaris yang lebih efisien.

Threat: Peningkatan biaya untuk mengikuti tren digital yang mungkin memengaruhi keuntungan, terutama jika investasi tidak segera berbuah hasil.

4.7 Analisis PESTEL Business Model Canvas Saat Ini

Analisis PESTEL (*Political, Economic, Social, Technological, Environmental, and Legal*) adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor makroeksternal yang memengaruhi operasi dan strategi bisnis. Dalam konteks Toko Aneka Ban, analisis PESTEL ini akan memberikan gambaran mengenai bagaimana faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum dapat memengaruhi bisnis di Toko Aneka Ban.

Toko Aneka Ban, yang berfokus pada penjualan ban, sparepart, variasi mobil, sporing, balancing dan jasa untuk kendaraan pribadi dan perusahaan lokal, beroperasi dalam lingkungan yang sangat dinamis, dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, perkembangan sosial, kemajuan teknologi, isu lingkungan, serta perubahan regulasi yang ada. Faktor-faktor ini tidak hanya memengaruhi cara toko menjalankan operasional sehari-hari, tetapi juga dapat membuka peluang baru atau mengancam kelangsungan usaha jika tidak diantisipasi dengan baik.

Untuk Toko Aneka Ban yang berfokus pada penjualan dan layanan ban untuk kendaraan pribadi dan perusahaan lokal, analisis PESTEL akan mengevaluasi faktor-faktor makroeksternal yang dapat memengaruhi operasional dan strategi bisnis. Berikut adalah analisis PESTEL untuk Toko Aneka Ban:

Political (Politik)

Faktor politik mempengaruhi kebijakan pemerintah yang dapat berdampak langsung pada bisnis Toko Aneka Ban:

- Kebijakan Pemerintah: Peraturan terkait impor barang (termasuk ban) dapat mempengaruhi ketersediaan dan harga produk. Kebijakan subsidi untuk sektor transportasi atau otomotif dapat menguntungkan toko jika ada insentif pemerintah untuk membeli kendaraan baru atau mengganti ban. (Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 5 Tahun 2019)
- Stabilitas Politik: Ketidakstabilan politik, baik dalam skala nasional maupun lokal, dapat mengganggu rantai pasokan atau meningkatkan ketidakpastian ekonomi, yang berdampak pada daya beli konsumen. (Kompas 2019)
- Regulasi Lingkungan: Pemerintah seringkali mengeluarkan regulasi mengenai pengelolaan limbah, seperti ban bekas yang harus didaur ulang atau dibuang dengan cara tertentu. Hal ini akan mempengaruhi biaya operasional dan proses bisnis Toko Aneka Ban. (UU No 18 Tahun 2008)

Economic (Ekonomi)

Kondisi ekonomi memengaruhi daya beli konsumen dan biaya operasional bisnis:

- Kondisi Ekonomi Umum: Dalam kondisi ekonomi yang baik, orang cenderung membeli kendaraan baru dan mengganti ban lebih sering. Sebaliknya, dalam situasi resesi, konsumen mungkin lebih memilih untuk menunda penggantian ban atau memilih produk yang lebih murah. (Gamedia.com)
- Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah: Jika inflasi meningkat, harga bahan baku dan produk, termasuk ban impor, bisa lebih mahal. Fluktuasi nilai tukar juga bisa mempengaruhi biaya barang-barang yang diimpor dari luar negeri. (Gamedia.com)

Social (Sosial)

Tren sosial dan perubahan dalam perilaku konsumen dapat memengaruhi cara Toko Aneka Ban menjalankan bisnis:

- Perubahan Gaya Hidup: Masyarakat yang semakin peduli pada kendaraan ramah lingkungan dan efisiensi bahan bakar dapat mempengaruhi permintaan untuk jenis ban tertentu, seperti ban untuk kendaraan listrik (EV). Toko Aneka Ban perlu menyesuaikan produk dengan tren ini. (Mgmotor,2024)
- Demografi: Peningkatan jumlah kendaraan pribadi atau kendaraan akan meningkatkan permintaan akan ban. Toko Aneka Ban juga harus mempertimbangkan demografi lokal, seperti konsentrasi kendaraan keluarga

dibandingkan dengan kendaraan bisnis, untuk menyesuaikan penawaran produk dan layanan. (Gaikindo)

- Preferensi Konsumen: Semakin banyak konsumen yang mencari kenyamanan dan kemudahan dalam layanan, seperti pemesanan ban secara online atau layanan pemasangan ban di tempat, yang dapat mempengaruhi cara toko berinteraksi dengan pelanggan.

Technological (Teknologi)

Kemajuan teknologi membuka peluang untuk meningkatkan operasional dan memenuhi kebutuhan pelanggan:

- *E-commerce* dan Digitalisasi: Dengan meningkatnya tren belanja online, Toko Aneka Ban dapat memperluas saluran distribusinya melalui *platform e-commerce*, memungkinkan pelanggan untuk membeli ban secara online dan memilih pengantaran atau pemasangan. (Media Indonesia, 2024)
- Inovasi Produk: Teknologi baru dalam desain ban, seperti ban tanpa angin, ban anti bocor atau ban yang lebih tahan lama, dan produk variasi mobil yang berkualitas seperti sarung jok, karpet, audio dll dapat menarik pelanggan yang ingin membeli produk terbaru. Toko Aneka Ban harus siap untuk mengadopsi dan menjual produk-produk yang menggunakan teknologi canggih. (Gridoto, 2023)
- Layanan Digital: Aplikasi atau sistem manajemen berbasis teknologi untuk mengelola informasi stok sparepart atau ban yang membantu pemilik Aneka Ban menjadi lebih efisien dalam operasional toko.

Environmental (Lingkungan)

Isu lingkungan menjadi semakin penting dalam dunia bisnis, dan ini memengaruhi industri otomotif, termasuk Toko Aneka Ban:

- Regulasi Lingkungan: Pemerintah dapat menerapkan peraturan yang ketat terkait pengelolaan limbah ban, yang bisa menambah biaya operasional. Toko Aneka Ban perlu memiliki sistem yang sesuai untuk mengelola limbah ban bekas secara ramah lingkungan. (UU NO 32 Tahun 2009)
- Kendaraan Ramah Lingkungan: Permintaan untuk kendaraan listrik yang terus meningkat akan mendorong Toko Aneka Ban untuk menawarkan ban yang

kompatibel dengan kendaraan listrik dan sparepart yang cocok untuk kendaraan listrik. (Fitra eri, Om Mobi, Ridwan Hanif)

Legal (Hukum)

Peraturan dan undang-undang yang berlaku dapat memengaruhi bisnis Toko Aneka Ban secara langsung:

- **Regulasi Keamanan dan Standar Produk:** Toko Aneka Ban harus memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar keselamatan dan kualitas yang ditetapkan oleh badan regulasi pemerintah. Ini juga mencakup peraturan mengenai ukuran ban atau spesifikasi lainnya. (Badan Standarisasi Nasional, 2012)
- **Peraturan Perlindungan Konsumen:** Undang-undang perlindungan konsumen dapat memengaruhi kebijakan toko dalam hal pengembalian barang, garansi produk, atau pengaturan harga. Toko Aneka Ban harus mengikuti regulasi ini untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan menghindari masalah hukum. (UU No 8 Tahun 1999)
- **Peraturan Pajak dan Tarif:** Kebijakan pemerintah terkait pajak dan tarif impor akan mempengaruhi biaya barang dan harga jual produk di Toko Aneka Ban. Misalnya, jika ada kenaikan tarif impor untuk ban, dan PPN pembelian barang hal ini dapat meningkatkan harga jual dan mempengaruhi daya beli konsumen.

4.8 Business Model Canvas Toko Aneka Ban yang Baru

Dengan pembuatan Business model Canvas yang baru, diharapkan permasalahan-permasalahan yang di hadapi oleh Toko Aneka Ban dapat di selesaikan, setelah melakukan analisis SWOT dan PESTEL maka BMC yang baru tercipta sebagai berikut,

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITION	CUSTOMER RELATIONSHIP	CUSTOMER SEGMENTS
<ul style="list-style-type: none"> ✓Supplier ban dan sparepart terpercaya ✓Platform teknologi seperti Kemitraan dengan penyedia e-commerce. ✓Penyedia layanan logistik Untuk 	<ul style="list-style-type: none"> ✓Menyediakan layanan pemasangan ban ✓perawatan kendaraan ✓ penjualan sparepart ✓konsultasi kebutuhan kendaraan ✓pemeliharaan alat-alat bengkel. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓Menawarkan produk ban dan sparepart berkualitas tinggi dengan harga terjangkau ✓ layanan servis lengkap yang cepat, aman, dan profesional untuk memenuhi 	<ul style="list-style-type: none"> ✓Menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pelayanan ramah dan profesional, merespons keluhan pelanggan dengan cepat, serta memberikan solusi yang sesuai dengan 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pemilik mobil individu ✓ rental mobil ✓ perusahaan besar ✓ Komunitas otomotif ✓ Pelanggan digital

pengiriman produk ke pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pengembangan digital seperti Memperkuat kehadiran online. ✓ Pelatihan karyawan seperti Pelatihan tentang teknologi baru dan pelayanan pelanggan. 	berbagai kebutuhan pelanggan otomotif. <ul style="list-style-type: none"> ✓ Layanan digital seperti Pemesanan dan konsultasi online ✓ Memberikan diskon dan layanan khusus kepada pelanggan. 	kebutuhan kendaraan pelanggan. <ul style="list-style-type: none"> ✓ Program loyalitas seperti Memberikan poin hadiah untuk pembelian berulang. 	
	KEY RESOURCES <ul style="list-style-type: none"> ✓ Teknologi modern (seperti alat sporing dan balancing) ✓ tenaga kerja terlatih ✓ jaringan pemasok yang handal untuk memastikan ketersediaan produk berkualitas. ✓ Sistem manajemen digital ✓ Tim social media 			
COST STRUCTURE <ul style="list-style-type: none"> ✓ Biaya gaji karyawan ✓ pembelian sparepart ✓ perawatan peralatan ✓ listrik ✓ air ✓ Investasi teknologi: Pengembangan platform digital dan aplikasi. ✓ Promosi digital: Biaya iklan di media sosial dan e-commerce. 		REVENUE STREAMS <ul style="list-style-type: none"> Pendapatan utama ✓ sparepart ✓ Ban ✓ Variasi Mobil ✓ jasa servis kendaraan (seperti ganti oli, sporing balancing, dan perawatan kendaraan lainnya) 		

Gambar 1.8 Business Model Canvas Toko Aneka Ban yang baru

Sasaran utama pelanggan kini lebih luas, Toko Aneka Ban tidak hanya melayani pemilik kendaraan pribadi yang membutuhkan ban dan perbaikan untuk kendaraan sehari-hari mereka, tetapi juga mulai menjangkau segmen yang lebih besar, seperti perusahaan dengan armada kendaraan. Dengan meningkatnya aktivitas logistik dan transportasi, ini menjadi peluang besar untuk meningkatkan penjualan dalam jumlah besar. Selain itu, toko aneka ban ini juga bisa melihat potensi besar pada komunitas otomotif, seperti komunitas pecinta mobil dan orang-orang yang membutuhkan tempat untuk merawat mobil mereka, yang sering kali mencari ban dengan spesifikasi khusus, seperti daya tahan tinggi atau performa unggul untuk keperluan tertentu. Tak ketinggalan, era digital yang terus berkembang mendorong toko untuk

menjangkau pelanggan melalui platform online, memudahkan pembelian tanpa batasan waktu dan lokasi.

Nilai tambah yang dapat ditawarkan oleh Toko Aneka Ban juga dirancang untuk menarik perhatian pelanggan. Salah satu hal yang menjadi prioritas adalah memastikan ketersediaan ban berkualitas tinggi dari merek-merek terpercaya dan juga sparepart yang memiliki SNI. Dengan tetap mempertahankan harga yang bersaing, Toko Aneka Ban ingin memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan tanpa mengorbankan kualitas produk. Selain itu, pelanggan juga diberikan layanan personal, di mana mereka dapat berkonsultasi langsung dengan staf toko untuk memilih ban yang paling sesuai dan juga perbaikan atau kendala-kendala yang dibutuhkan kendaraan mereka. Di sisi lain, kemudahan akses digital menjadi salah satu prioritas baru. Pelanggan kini dapat membeli produk melalui marketplace atau media sosial toko, sehingga transaksi menjadi lebih praktis dan efisien.

Untuk memastikan pelanggan dapat dengan mudah mengakses produk, Toko Aneka Ban memanfaatkan tiga saluran utama. Toko fisik tetap menjadi ujung tombak dalam melayani pelanggan lokal, terutama mereka yang ingin langsung melihat dan memilih produk secara langsung. Namun, dengan berkembangnya teknologi, Toko Aneka Ban juga bisa mulai aktif di berbagai platform marketplace seperti Tokopedia dan Shopee, yang memungkinkan pelanggan dari luar wilayah untuk berbelanja. Media sosial seperti Instagram dan WhatsApp digunakan secara maksimal untuk berkomunikasi dengan pelanggan, mempromosikan produk, dan memberikan informasi seputar diskon atau promo yang tersedia.

Hubungan dengan pelanggan menjadi fokus utama dalam strategi baru ini. Toko Aneka Ban dapat berkomitmen untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang tak hanya ramah, tetapi juga profesional. Pelanggan merasa didengar dan dilayani sesuai dengan kebutuhan mereka. Layanan purna jual, seperti memberikan garansi produk, garansi perbaikan dan pemasangan ban gratis, juga menjadi cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Bahkan melalui media sosial, toko ini selalu berusaha responsif dalam menanggapi pertanyaan atau keluhan, memastikan pelanggan merasa dihargai.

Dari sisi pendapatan, Toko Aneka Ban tidak hanya mengandalkan penjualan ban sebagai sumber utama, tetapi juga mulai memaksimalkan pendapatan dari layanan tambahan seperti perawatan rutin pada mobil mereka, pemasangan variasi, turun mesin, tune-up hingga memperbaiki kaki-kaki mobil, serta balancing roda, sporing dan pemasangan ban serta penjualan dan pemasangan variasi seperti audio, karpet dasar dan *cover* jok. Penjualan online

juga diharapkan menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan pendapatan di masa depan, mengingat semakin banyak pelanggan yang beralih ke belanja digital.

Untuk mendukung operasionalnya, toko ini memastikan ketersediaan stok ban dengan berbagai ukuran dan merek. Sistem digital juga diimplementasikan untuk mendukung transaksi online dan promosi yang lebih efektif. Tim yang terlatih dengan baik menjadi aset utama dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, baik secara langsung maupun online.

Di balik semua itu, aktivitas utama toko meliputi pengelolaan stok, pemasaran digital, dan layanan teknis seperti pemasangan ban. Dalam aktivitas pemasaran, media sosial digunakan untuk mengedukasi pelanggan tentang pentingnya perawatan ban serta mempromosikan produk terbaru.

Kesuksesan ini tidak lepas dari kemitraan strategis yang dijalin dengan berbagai pihak. Produsen ban menjadi mitra penting dalam memastikan pasokan produk berkualitas dengan harga terbaik. Toko Aneka Ban dapat juga bekerja sama dengan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, komunitas otomotif menjadi mitra yang membantu membangun loyalitas dan memperkuat citra toko di kalangan pecinta kendaraan.

Akhirnya, struktur biaya dirancang seefisien mungkin. Investasi utama toko ini diarahkan pada pengadaan produk, pemasaran digital, dan biaya operasional lainnya seperti sewa toko dan gaji karyawan. Dengan pengelolaan biaya yang baik, Toko Aneka Ban optimis dapat terus tumbuh dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya.

4.9 Implikasi Bisnis

4.9.1 Perbedaan BMC Saat Ini Dengan BMC Yang Direkomendasikan

Customer Segments (Segmen Pelanggan)

BMC Saat Ini: Fokus pada pelanggan lokal seperti pemilik kendaraan pribadi, perusahaan rental mobil, dan pabrik-pabrik di sekitar Krian. Belum menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas atau berbasis digital.

BMC Rekomendasi: Memperluas segmen pelanggan dengan menargetkan komunitas otomotif online, pengguna aplikasi digital, dan pelanggan korporasi yang lebih luas.

Value Proposition (Proposisi Nilai)

BMC Saat Ini: Menawarkan layanan pemasangan ban, spoorring, balancing, perawatan dan perbaikan pada mobil dengan harga terjangkau, pelayanan ramah, dan produk berkualitas.

BMC Rekomendasi: Menambah nilai melalui inovasi berbasis teknologi, seperti booking layanan secara online, diagnosa kendaraan digital, dan paket servis langganan berkala.

Channels (Saluran)

BMC Saat Ini: Saluran utama berupa toko fisik dan promosi dari mulut ke mulut.

BMC Rekomendasi: Memanfaatkan media sosial dan e-commerce sebagai saluran baru untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

Customer Relationships (Hubungan dengan Pelanggan)

BMC Saat Ini: Hubungan personal yang terjalin melalui interaksi langsung di toko. Tidak memiliki program loyalitas formal.

BMC Rekomendasi: Membangun hubungan berbasis teknologi melalui program loyalitas berbasis aplikasi, diskon khusus, dan dukungan pelanggan via chat online 24/7.

Revenue Streams (Arus Pendapatan)

BMC Saat Ini: Pendapatan berasal dari penjualan ban, sparepart, dan jasa servis kendaraan.

BMC Rekomendasi: Menambah pendapatan dari layanan digital seperti langganan servis berkala, penjualan aksesoris kendaraan premium, dan layanan konsultasi kendaraan berbasis online.

Key Resources (Sumber Daya Utama)

BMC Saat Ini: Alat sporing, balancing, dan tenaga kerja yang terlatih. Lokasi strategis di pusat kota Krian.

BMC Rekomendasi: Menambahkan teknologi baru seperti sistem manajemen digital untuk inventaris, alat diagnostik kendaraan berbasis AI, dan tim IT yang mendukung operasional digital.

Key Activities (Aktivitas Utama)

BMC Saat Ini: Fokus pada pemasangan ban, perbaikan kendaraan ringan, dan pemeliharaan alat mekanik.

BMC Rekomendasi: Menambahkan aktivitas digitalisasi operasional, pemasaran melalui konten online, dan pengelolaan aplikasi untuk pemesanan layanan.

Key Partnerships (Kemitraan Utama)

BMC Saat Ini: Bermitra dengan supplier lokal untuk produk ban dan sparepart.

BMC Rekomendasi: Mengembangkan kemitraan dengan marketplace otomotif, komunitas otomotif digital, dan penyedia teknologi untuk layanan online.

Cost Structure (Struktur Biaya)

BMC Saat Ini: Biaya utama berupa pembelian sparepart, pemeliharaan peralatan, gaji karyawan, dan listrik.

BMC Rekomendasi: Menambah biaya investasi pada teknologi digital, pemasaran online, dan pelatihan karyawan dalam mengelola layanan berbasis teknologi.

4.9.2 Dampak Jika BMC Baru Diterapkan

Peningkatan Pelanggan,

Dengan masuknya toko ke saluran digital seperti media sosial dan aplikasi otomotif, toko dapat menjangkau segmen pelanggan baru yang lebih muda dan aktif secara online. Komunitas otomotif digital akan lebih mudah menemukan dan menggunakan layanan toko, meningkatkan jumlah pelanggan secara signifikan.

Efisiensi Operasional,

Teknologi digital seperti sistem manajemen inventaris dan aplikasi pemesanan akan mengurangi beban kerja manual. Proses seperti pencatatan stok, jadwal layanan, dan interaksi pelanggan akan lebih terorganisir, memungkinkan toko untuk melayani lebih banyak pelanggan dalam waktu yang lebih singkat.

Pendapatan Meningkat,

Dengan menambahkan layanan seperti paket servis langganan, penjualan aksesoris online, dan konsultasi kendaraan berbasis digital, toko akan memiliki lebih banyak sumber pendapatan. Ini memberikan stabilitas finansial, bahkan dalam kondisi ekonomi yang tidak pasti.

Peningkatan Loyalitas Pelanggan,

Program loyalitas berbasis aplikasi akan membuat pelanggan merasa dihargai dan lebih terikat dengan toko. Misalnya, pemberian poin untuk setiap transaksi yang bisa ditukar dengan diskon atau layanan gratis.

Keunggulan Kompetitif,

Dengan memanfaatkan teknologi dan menghadirkan layanan yang lebih modern, Toko Aneka Ban dapat membedakan dirinya dari pesaing lokal yang masih menggunakan model bisnis tradisional. Ini meningkatkan daya saing toko di pasar otomotif.

Peningkatan Brand Awareness,

Melalui promosi digital yang konsisten di media sosial dan kerja sama dengan aplikasi otomotif, nama Toko Aneka Ban akan lebih dikenal oleh pelanggan baru di luar wilayah Krian.

Adaptasi terhadap Tren Masa Depan,

Dengan mengintegrasikan teknologi, Toko Aneka Ban tidak hanya merespons kebutuhan pelanggan saat ini tetapi juga mempersiapkan bisnis untuk menghadapi tren otomotif dan digitalisasi di masa depan.