UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Perancangan Model Bisnis Diler Kendaraan Niaga PT Rodamas Makmur Motor
ALFONSIUS RICKY , Basu Swastha Dharmmestha, Prof. Dr., M.B.A.,
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Transportasi merupakan hal yang sangat penting untuk distribusi barang sampai ke ujung pulau di Nusantara Indonesia. Kendaraan komersial memegang peranan utama untuk mengantarkan barang dari pabrik sampai ke rumah kita. Pembangunan infrastruktur yang dilakukan Pemerintahan Jokowi beberapa tahun terakhir seakan menggairahkan kembali pasar kendaraan komersial yang sempat terjun bebas di tahun 2015. Prospek pasar yang baik harus diimbangi dengan pengelolaan bisnis yang baik juga. Dengan mengetahui model bisnis yang mereka jalankan, pemimpin dapat mengoperasikan dan membuat keputusan bisnis dengan baik. Berbeda dengan kendaraan penumpang, diler kendaraan niaga memiliki model bisnis yang berbeda, sehingga penerapan modelnya pun juga akan berbeda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan memodifikasi model bisnis PT Rodamas Makmur Motor dengan pendekatan kanvas model bisnis, serta menganalisis segmentasi konsumen dan proposisi nilai yang ditawarkan dalam upaya meningkatkan pelayanan. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara mendalam dan pengisian kuesioner di Batam. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang. Langkah analisis data yang dilakukan adalah pengembangan model bisnis dari hasil analisis tentang persepsi pelanggan yang didapatkan melalui analisis Peta Empati.

Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan masukan kepada para pemegang saham dan manajemen perusahaan mengenai perubahan yang harus dilakukan agar target mereka tepat sasaran dan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Hasil penelitian menunjukan bahwa segmen konsumen di Batam bervariasi mulai dari transporter sampai dengan kontraktor dan sesuai dengan hasil Peta Empati, mereka menginginkan kendaraan yang kuat, bermuatan besar, dan tahan lama. Kemudian dari sisi pelayanan purna jual mereka mengharapkan perawatan yang cepat dan tidak menggangu operasional bisnis mereka, serta jaminan suku cadang asli. Perubahan dari sisi internal diler adalah Saluran yang khusus menggarap segmen konsumen tertentu, kemudian Hubungan Konsumen yang diperluas seperti komunitas.

Kata Kunci: Model Bisnis Kanvas, Sembilan Blok Bangunan, Peta Empati, Kendaraan Niaga, Otomotif.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Perancangan Model Bisnis Diler Kendaraan Niaga PT Rodamas Makmur Motor
ALFONSIUS RICKY , Basu Swastha Dharmmestha, Prof. Dr., M.B.A.,
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

Transportation is an essential thing for distributing goods from producer to customer at the tip of Indonesian archipelago and commercial vehicle takes important part to do it. Infrastructure development that has been done by Jokowi's Government era for the last few years brings vehicle commercial market bounce back to grow after massive declining in 2015. Good market prospect must be balanced with good management also. By understanding their business model, leaders can operate and make better decisions for the business. One need to understand in automotive industry that commercial vehicle is far different from passenger vehicle, and that makes the business model is also different from the other.

This research is intended to develop and improving PT Rodamas Makmur Motor business model by using business model canvass approach, also analysing customer segment and value proposition that offers better service. Research technique that had been used for this research is by in-depth interview and self-administered questionnaire customers in Batam. Sampling technique that had been used is purposive sampling with sample size 50 people. Data analysing step that had been done is business model development from analysis result of customer's perception that acquired by Emphaty Map analysis.

This research is also intended to give input for company's stakeholder and management about changes that must be done to make their target fully aimed and give some great standard of quality from services. Research result shows that customer segment in Batam is vary from transporter business to contractor business. As the Emphaty Map results that customer needs a vehicle that strong, big capacity and durable. Then from after sales service side, they wished to have fast responses vehicle service that doesn't interrupt business operational and guarantee of original spare parts. From internal side changes that dealer must have exclusive Channel that dedicated to working customer segment, and also Customer Relations must be expand such as community.

Keywords: Canvass Business Model, Nine Building Blocks, Emphaty Map, Commercial Vehicle, Automotive.