

ABSTRAK

Persaingan dalam bisnis pestisida yang semakin ketat menyebabkan gerak distributor semakin terbatas dalam menjual produknya. Dinamika pasar tersebut berhasil dibaca oleh pemilik PT. Nathani Indonesia untuk segera merencanakan suatu penyesuaian terhadap kondisi pasar tersebut. Keputusan yang diambil adalah melakukan perubahan model bisnis dari distributor menjadi produsen agar perusahaan tidak hanya dapat bertahan dari persaingan, tetapi juga dapat memperluas pasarnya hingga ke seluruh Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan secara empiris mengenai: 1) proses perubahan model bisnis PT. Nathani Indonesia, 2) faktor yang berperan dalam perubahan model bisnis PT. Nathani Indonesia, 3) perbedaan kanvas model bisnis PT. Nathani Indonesia sebelum dan sesudah melakukan perubahan model bisnis, dan 4) kondisi PT. Nathani Indonesia setelah menjalankan model bisnis yang baru. Data penelitian primer diperoleh dengan melakukan wawancara secara mendalam dengan pemilik PT. Nathani Indonesia serta data keuangan laporan perusahaan. Data sekunder diperoleh dengan melakukan studi dari buku, artikel, jurnal, dan lain-lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses perubahan bisnis PT. Nathani Indonesia dimulai tahun 2006 dan dilakukan secara bertahap. Faktor yang berperan adalah komitmen atas visi yang dibuat, dukungan dari jajaran *top management*, anggota keluarga yang berada di dalam perusahaan, dan karyawan yang berada di divisi baru dan divisi lama. Kanvas model bisnis perusahaan berubah dari *customer driven* menjadi *offer driven*. Kondisi perusahaan menjadi lebih baik, ditandai dengan konsistensi perusahaan dalam memperoleh laba pada setiap tahunnya. Perhitungan NPV, IRR, dan PI juga menunjukkan bahwa keputusan untuk melakukan perubahan model bisnis masih menguntungkan perusahaan.

Kata Kunci: model bisnis, kanvas model bisnis, IRR, NPV, PI

ABSTRACT

Strict competition in pesticide's business is increase and make distributor more restricted in selling their products. The market dynamics are successfully read by the owner of PT. Nathani Indonesia to immediately plan an adjustment to the market condition. The decision is to change the business model from the distributor into a manufacturer that the owner want to the companies not only survived from the competition, but also could expand the market to all over Indonesia. The purpose of this study is to investigate and proving empirically about: 1) the process of changing the business model PT. Nathani Indonesia, 2) factors that play a role in the business model changes of PT. Nathani Indonesia, 3) the business model canvas of PT. Nathani Indonesia before and after the change of business model, and 4) the condition of PT. Nathani Indonesia after running a new business model. The primary data obtained by conducting in-depth interviews with the owner of PT. Nathani Indonesia as well as financial data report from the company. Secondary data were obtained by studying from books, articles, journals, and others.

The results of this study indicate that the business change's process of PT. Nathani Indonesia began in 2006 and carried out gradually. Factors that contributed are the vision's commitment to change the business model, support from the people on top management ranks, family members who are inside the company, and employees who are in the new division and the old one. Epicenters of business model canvas changes from a customer driven, to be an offer driven. Company's conditions are be better, it's characterized by the consistency of the company in generate profit in each year. The calculation of NPV, IRR, and PI also showed that the decision to change the business model is still profitable for the company.

Keywords: business model, business model canvas, IRR, NPV, PI