

ANALISIS BISNIS MODEL PADA PT. CILANGGENG PERKASA MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

BUSINESS MODEL ANALYSIS ON PT. CILANGGENG PERKASA USING BUSINESS MODEL CANVAS

¹⁾Agri Malguna, ²⁾Aditya Wardhana

^{1,2,3)}Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas
Telkom

¹⁾agrimalguna96@gmail.com, ²⁾aditya.telkomuniversity@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui deskripsi model bisnis yang sedang dijalani oleh PT. Cilanggeng Perkasa dan menentukan strategi bersaing yang cocok dengan merancang model bisnis yang menggunakan *Business Model Canvas*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Cilanggeng Perkasa berlokasi di Ruko Coral Blue H/16 – 378 Kota Deltamas, Cikarang Pusat, Bekasi. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam kepada seorang informan yang merupakan pemilik dari PT. Cilanggeng Perkasa, yaitu Bapak Nyanjang Supriatna.

Customer Segment dari PT. Cilanggeng Perkasa berfokus pada pabrik-pabrik otomotif dan spare parts otomotif, *Channels* atau saluran penjualan dapat dilakukan secara langsung maupun *delivery*, demi menjaga relasi dengan *customer* nya Pak Nyanjang seringkali mengajak mereka untuk makan siang ataupun berkunjung ke kantor *customer* tersebut, *Key Partnership* yang ada merupakan *supplier* alat-alat *mechanical*, *safety*, dan sebagainya. *Key Activities* sendiri mengandalkan kegiatan pemasaran dan penjualan. Lalu, *Key Resources* pun merupakan pegawai yang memiliki keahlian di bidang masing-masing. Arus penjualan atau *Revenue streams* berasal sepenuhnya dari penjualan produk, sedangkan untuk *Cost Structures* sendiri untuk beban gaji, akomodasi, dan pembelian/impor barang dari luar negeri.

Kata Kunci : *Business Model Canvas*, PT. Cilanggeng Perkasa

Abstract

This study aims to determine the description of the business model being undertaken by PT. Cilanggeng Perkasa and determine competitive strategies that are suitable by designing business models that use Business Model Canvas. The type of research used in this study is descriptive with a qualitative approach. The location of the study was conducted at PT. Cilanggeng Perkasa is located in Ruko Coral Blue H / 16 - 378 Kota Deltamas, Cikarang Pusat, Bekasi. Data collection used in this study is by in-depth interviews with an informant who is the owner of PT. Cilanggeng Perkasa, namely Mr Nyanjang Supriatna.

Customer Segment from PT. Cilanggeng Perkasa focuses on automotive factories and automotive spare parts, Channels or sales channels can be done directly or delivery, in order to maintain relations with their customers Mr. Nyanjang often invites them to lunch or visit the customer's office, the existing Key Partnership is supplier of mechanical, safety, and so on. Key Activities rely on marketing and sales activities. Then, Key Resources is also an employee who has

expertise in their respective fields. Revenue streams originate entirely from product sales, while for Cost Structures itself for salaries, accommodation, and purchases / imports of goods from abroad.

Keyword : Business Model Canvas, PT. Cilanggeng Perkasa

I. Pendahuluan

PT.Cilanggeng Perkasa merupakan salah satu perusahaan trading yang berada di kota Cikarang, berlokasi di Ruko Coral Blue H/16 – 378 Kota Deltamas, Cikarang Pusat, Bekasi. PT.Cilanggeng Perkasa didirikan pada tanggal 26 September 2011. Jam kerja dari perusahaan ini dimulai dari pukul 8 hingga pukul 5 sore, untuk beberapa karyawan di bagian pengiriman(delivery), wajarnya hingga jam 7 malam, tergantung dari jarak pengiriman pada hari itu. Tenaga kerja di PT.Cilanggeng Perkasa berjumlah 5 orang yang terdiri dari 1 orang bagian marketing, 1 orang bagian administrasi, 1 orang di bagian accounting, 1 orang pengiriman, dan yang terakhir ada 1 orang di bagian keamanan serta kebersihan.

PT.Cilanggeng Perkasa didirikan oleh Bapak Nyanjang Supriatna yang sebelumnya sudah berpengalaman bekerja di beberapa Perusahaan trading sejak tahun 1988 hingga tahun 2011 (23 tahun), Dua perusahaan diantaranya adalah PT.Citra Naga Cemerlang dan PT.Multi Teknik. Berbekal dari pengalaman inilah yang menjadi alasan Bapak Nyanjang untuk membangun perusahaan di bidang yang sama (trading).

Trading dalam Bahasa Indonesia merupakan pertukaran barang atau jasa dari satu pihak ke pihak yang lain. Dalam hal ini, PT.Cilanggeng Perkasa memiliki spesialisasi sebagai perusahaan yang menyediakan barang kebutuhan industri di bidang Alat mechanical, electrical, technical, welding equipment, safety equipment, cutting tools, grinding tools, hydraulic pneumatic dan berbagai environmental equipments & machines.

Harga yang ditawarkan berbeda-beda, tergantung jenis barang dan jumlah yang dipesan oleh konsumen. Semisal, untuk harga sebuah cutting tools dipatok seharga Rp.50.000 hingga Rp.60.000, sebuah alat mechanical dan electrical ditawarkan dari Rp.50.000 hingga Rp.55.000, sedangkan untuk grinding tools harga dimulai dari Rp.55.000 hingga Rp.65.000 per buah. Rata-rata konsumen memesan 10-15 unit barang untuk setiap jenisnya tergantung dari kebutuhan.

PT.Cilanggeng Perkasa terletak di Sebuah ruko yang lokasinya sangat strategis karena tidak jauh dari 3 Kawasan Industri yang terdapat di Kota Karawang, Cikampek, Cibitung, dan di Kota Cikarang itu sendiri. Target konsumen perusahaan ini adalah Pabrik dan perusahaan yang bergerak di bidang Manufaktur Industri dan otomotif yang membutuhkan alat dan berbagai industrial parts untuk menunjang pembuatan produk mereka.

2. Rangkuman Teori

2.1 Pengertian *Enterpreneurship*

Menurut Suryana (2013: 10) menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah kiat dan proses menuju sukses, *entrepreneurship* merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan dan mencari peluang dari masalah yang dihadapi oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat ide baru dengan mengkombinasikan, mengubah, atau merekonstruksi ide-ide lama. Sedangkan inovasi merupakan penerapan dari penemuan suatu proses produksi baru atau pengenalan akan suatu produk baru.

2.2 Penilaian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu ini terdapat beberapa karya ilmiah serta jurnal nasional dan internasional yang telah dilaksanakan sebelumnya. Hal tersebut dimaksudkan untuk membedakan fokus penelitian yang sedang dilakukan dan dapat dijadikan sebagai referensi. Berikut penjelasan tentang karya ilmiah, jurnal nasional dan internasional

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2014: 60) mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang dituliskan dalam bentuk resensi pada penelitian ini, diketahui bahwa untuk menggambarkan sebuah model bisnis untuk sebuah unit bisnis diperlukan beberapa alat.

2.4 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menjaga konsistensi penelitian, diperlukan batasan-batasan sehingga lingkup permasalahan tidak meluas dan pembahasan lebih fokus kepada pemecahan masalah yang ada pada kerangka pemikiran.

3 Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif.

3.2 Tahapan Penelitian

Penelitian dilakukan pada bisnis PT.Cilanggeng Perkasa dengan menggunakan model bisnis kanvas. Pada tahap awal peneliti melakukan persiapan penelitian dengan terlebih dahulu mengidentifikasi masalah yang menarik untuk diteliti pada bisnis PT.Cilanggeng Perkasa. Pada tahap ini peneliti juga mencari studi literatur yang menunjang demi memperkuat hipotesis dari penelitian ini. Literatur yang digunakan adalah buku dasar teori, jurnal, dan karya ilmiah lainnya. Persiapan ini dilakukan agar dasar dari penelitian tidak mudah terpatahkan karena telah didukung oleh fakta dan pendapat para ahli.

3.3 Situasi Sosial

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga dalam penelitian ini tidak menggunakan istilah populasi, melainkan oleh Spradley (Sugiyono, 2013: 215) dinamakan “social situation” atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen, yaitu: tempat (place), pelaku (actors), aktivitas (activity), yang berinteraksi secara sinergis. Situasi sosial tersebut dapat dinyatakan sebagai objek penelitian yang ingin diketahui “apa yang terjadi” didalamnya. Pada situasi sosial atau objek penelitian ini peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas (activity) orang-orang (actors) yang ada pada tempat (place) tertentu.

3.4 Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling adalah Pendiri PT.Cilanggeng Perkasa.

4.1 Karakteristik Informan

Pemilik PT. Cilanggeng Perkasa adalah Bapak Nyanjang Supriatna. Pak Nyanjang sapaan akrabnya, tujuan utama membuka bisnis ini karena ingin melebarkan sayapnya di bidang *marketing* dan penjualan *machine tools product*.

4.2 Hasil Wawancara

Pada saat ini PT. Cilanggeng Perkasa bertempat di Ruko Coral Blue H/16 – 378 Kota Deltamas, Cikarang Pusat, Bekasi. Menurut Pak Nyanjang, lokasi ini merupakan salah satu lokasi yang strategis bagi usahanya, karena letaknya sangat dekat dengan 3 Kawasan Industri, yaitu Kawasan Industri Cikarang (Delta silicon & Jababeka), Kawasan Industri Cibitung (MM2100), dan Kawasan Industri Karawang (KIIC). Salah satu keuntungan yang didapatkan adalah mobilitas menjadi lebih cepat untuk mengunjungi dan bertemu dengan customer ataupun sekedar menawarkan produk dari PT. Cilanggeng Perkasa ke pabrik-pabrik di sekitar Kawasan Industri.

4.3 Business Model Canvas PT. Cilanggeng Perkasa

4.4 Hasil Pembahasan Business Model Canvas PT. Cilanggeng Perkasa

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan perubahan yang telah dijabarkan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan berupa gambaran mengenai 9 blok bangunan atau disebut juga model bisnis kanvas pada bisnis PT. Cilanggeng Perkasa yang diantaranya:

Customer Segment dari PT. Cilanggeng Perkasa berfokus pada pabrik-pabrik otomotif dan spare parts otomotif, *Channels* atau saluran penjualan dapat dilakukan secara langsung maupun *delivery*, demi menjaga relasi dengan *customer* nya Pak Nyanjang seringkali mengajak mereka untuk makan siang ataupun berkunjung ke kantor *customer* tersebut, *Key Partnership* yang ada merupakan *supplier* alat-alat *mechanical, safety*, dan sebagainya. *Key Activities* sendiri mengandalkan kegiatan pemasaran dan penjualan. Lalu, *Key Resources* pun merupakan pegawai yang memiliki keahlian di bidang masing-masing. Arus penjualan atau *Revenue streams* berasal sepenuhnya dari penjualan produk, sedangkan untuk *Cost Structures* sendiri untuk beban gaji, akomodasi, dan pembelian/impor barang dari luar negeri.

