

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 1. 1 Logo PT. Yas Trans Sarelindo

Sumber : PT Yas Trans Sarelindo

PT. Yas Trans Sarelindo adalah perusahaan yang bergerak dibidang Ekspedisi lebih tepatnya di *Trucking*. usaha yang menyediakan jasa untuk melakukan pengiriman barang dengan menggunakan armada truk dan mobil, yang bekerjasama dengan perusahaan langsung, tidak langsung ke customer atau barang satuan seperti usaha JNE. Hasil dari wawancara dari Direktur Utama PT. Yas Trans Sarelindo perusahaan ini sudah memiliki beberapa Kerjasama dari perusahaan yang disebut dalam tabel ini.

Tabel 1.1 Customer Dari Perusahaan PT. Yas Transarelindo

No	perusahaan	Barang di antar
1	Astra Oto Parts (2013)	Sparepart kendaraan Aspira
2	AOP semarang (2021)	Sparepart Kendaraan Aspira
3	Waresix (2019)	Pergudangan

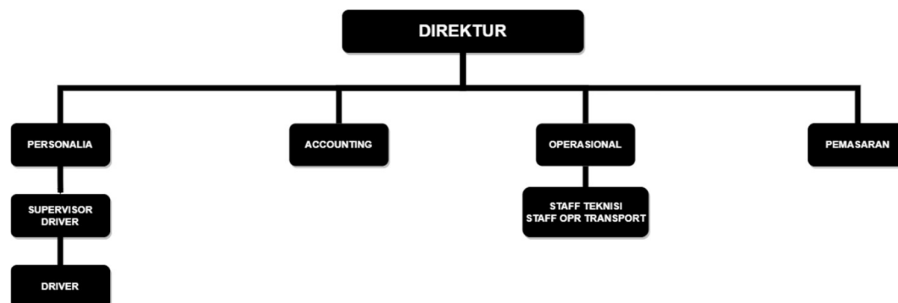
Perusahaan ini dipimpin oleh Direktur Yusuf SE. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2011, sampai saat ini PT Yas Trans Sarelindo sudah memiliki armada truck sejumlah 28 unit. PT Yas Trans Sarelindo ini melakukan dalam pengantaran barang berupa, aki kendaraan, sparepart kendaraan bermotor, kosmetik, bahan dasar cat tembok, dan cat jadi, yang bekerja sama dengan beberapa perusahaan seperti.

PT Astra Otopart, PT Warsix, PT Axalta. dibagi menjadi 2 kota yang pertama di Bekasi sejumlah 20 unit dan Semarang sejumlah 8 unit.

PT Yas Trans Sarelindo yang sudah berjalan kurang lebih 11 tahun ini, mengawali membangun usaha dengan melakukan pengantaran barang alat berat seperti beton, baja, dll keluar pulau jawa. Dalam mengawali perjalanan bisnis tersebut perusahaan masih menggunakan kendaraan vendor yang. Dalam hal tersebut dirasa tidak memiliki peluang dan keuntungan yang maksimal, dan pada tahun sekitar 2013 perusahaan astra otopart melihat perusahaan PT Yas Trans Sarelindo yang dulunya masih berbentuk CV dengan nama Yas Transindo. Perubahan CV ke PT terjadi sekitar tahun 2016. Area pengantaran barang yang disediakan oleh perusahaan mencakup tiga pulau di Indonesia yaitu, pulau jawa, pulau bali, dan pulau Sumatra. Dalam memenuhi kebutuhan dari customer perusahaan dapat memberikan armada pengangkutan barnag dalam beberapa jenis armada truck seperti colt diesel engkel box, colt diesel double box, fuso box, wing box tronton dan trailer.

1.1.2 Struktur Organisasi

PT Yas Trans Sarelindo Yng berdiri sejak tahun 2011, sudah mengalami beberapa pergantian struktur organisasi. Untuk struktur organisasi pada saat ini dapat divisualisasikan pada gambar 1.2 berikut:



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi PT Yas Trans Sarelindo

Sumber: PT Yas Trans Sarelindo

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi perusahaan ekspedisi yang terpercaya, dalam setiap pengiriman barang sebagai ekspedisi yang tercepat dan teraman.

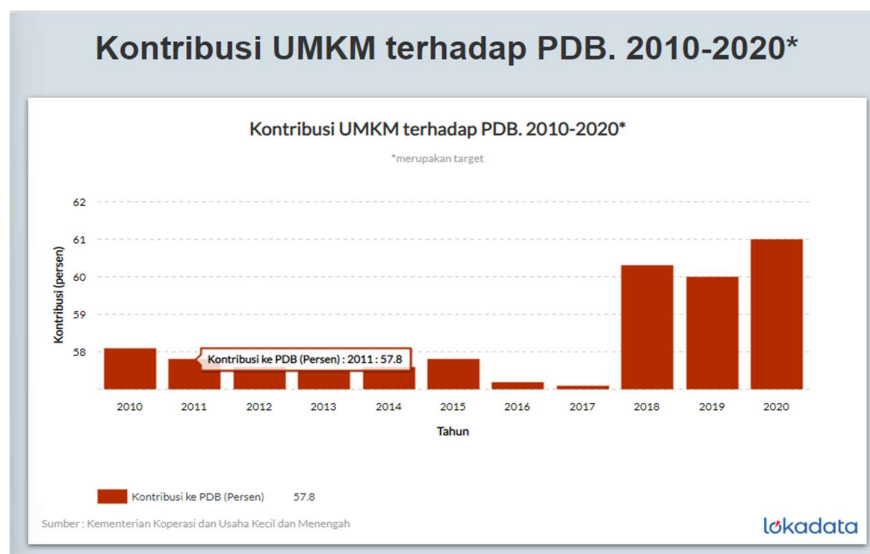
Misi

mencapai visi melalui komitmen yang tiada henti dan menjamin keamanan dan kenyamanan serta memberikan kepuasan dan pelayanan terbaik untuk pelanggan dan memberikan solusi untuk sepiagam permasalahan.

1.2. Latar Belakang Penelitian

UMKM merupakan salah satu penunjang perekonomian dari Indonesia itu tersendiri. Sepertihalnya UMKM pada saat ini sekitar 64,2 juta dengan menyumbang PDB sebesar 61.07% atau dengan senilai 8.574,89 Triliun Rupiah. Kontribusi yang berada pada UMKM terhadap perekonomian ini mampu menyerap setidaknya 97% dari seluruh total tenaga kerja yang ada serta menghimpun sampai 60,4% dari jumlah total investasi. (ekon.go.id 2021).

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia selalu melebihi 50% dari tahun 2010 sampai 2020. Yang dimana sangat cukup berkontribusi terhadap PDB Indonesia itu sendiri. Dengan melihat dari tahun 2017 sampai 2020 terdapat kenaikan PDB dari tahun ke tahunnya.

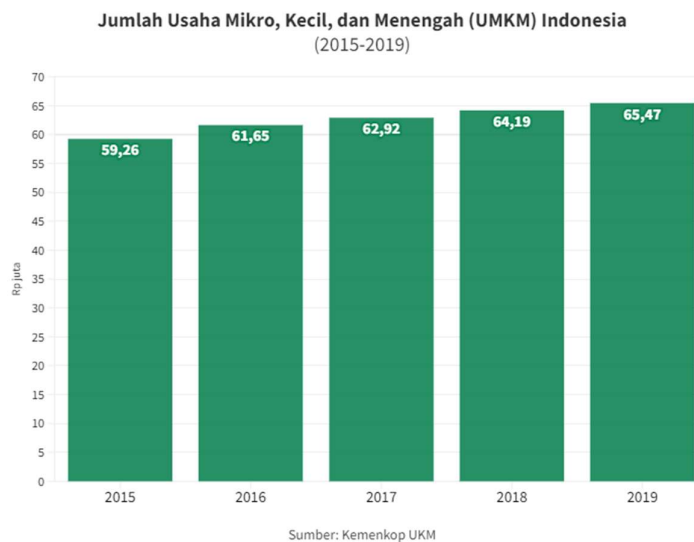


Gambar 1.3 Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia

Sumber: Lokadata.beritagar.id

Melihat dari tahun 2019 ke 2020 PDB kontribusi dari UMKM di Indonesia meningkat sejumlah sekitar 1,67 persen. Dalam persentase kontribusi yang dimiliki

UMKM menjadi penting bagi perkembangan perekonomian Indonesia. Seperti halnya Tulus Tambunan mengemukakan alasan mengapa UMKM penting dalam perekonomian Indonesia diantaranya, jumlah UMKM yang hampir sudah tersebar merata di Indonesia dari kota besar hingga ke pelosok terpencil. Lalu UMKM membantu juga dalam menampung banyak pekerja dengan tingkat Pendidikan yang rendah dimiliki. Dan terakhir UMKM mampu mengadakan barang-barang yang relative murah dari pasaran yang dimana penunjang kebutuhan sehari-hari (bpkm.go.id 2020).



Gambar 1.4 Jumlah Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) Indonesia
Sumber: dataindonesia.id (2020)

Dengan melihat data yang ada, keberadaan dari pelaku usaha mikro, kecil dan menengah selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya. Tidak bisa dipungkiri juga kenaikan setiap tahunnya membuat usaha menjadi lebih kompetitif dan banyak pesaing yang menjalankan usaha yang sejenis. Dengan hal itu terjadi diharuskan pelaku usaha dari UMKM harus menyiapkan strategi untuk bisa bersaing dalam berusaha, dan juga dapat diterima baik oleh pengguna jasa maupun barang.

Pada sektor jasa pengiriman barang termasuk juga pada salah satu bentuk usaha pada UMKM. *Supply Chain* Indonesia mengemukakan bahwa pada saat ini

didominasi angkutan jalan terlihat dari tingginya pertumbuhan setor transportasi dan pergudangan. Hal itu menandakan saat ini angkutan barang telah didominasi oleh moda transportasi jalan atau *trucking*. Dengan melihat dari data BPS 2021 dengan kontribusi terhadap PDB *subsector* transportasi mencapai 69,38 %. (Saputra, Dani 2022). Disamping dari kenaikan PDB transportasi karena adanya kurang efisien moda transportasi laut dan rel. Hal itu terjadi karena system transportasi multimoda belum berkembang secara baik (Saputra, Dani 2022).

Pendominasian angkutan jalan ialah dikarenakan pertumbuhan ekonomi dan perdagangan elektronik, hal tersebut membuat permintaan layanan pengiriman logistic juga meningkat yang membuat persaingan didalam bisnis pengiriman barang meningkat. Berbagai perusahaan-perusahaan logistic pengiriman, baik lokal ataupun internasional, kini beroperasi di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Alfianto, Rian 2023). Pada temuan populix juga ditemukan sebesar 88% dari partisipan pengiriman mengaku menggunakan layanan untuk pengiriman sebagai pembelian online mereka, 12% persen lainnya menggunakan layanan pengiriman untuk hal pribadinya (Alfianto, Rian 2023). Hal tersebut membuat persaingan usaha layanan jasa pengiriman semakin ketat dengan bisnis logistic mengarah pada oligopoly dengan sebanyak tujuh perusahaan yang menguasai pasar sebesar 80% pasar. Banyak juga perusahaan perusahaan asing yang ingin masuk dalam bisnis pengiriman di Indonesia dengan melalui proses akuisisi dengan melakukan Kerjasama operasi dan berbagai bentuk Kerjasama lainnya (Tarigan, Gemilang 2019).

Didalam dunia bisnis persaingan merupakan hal yang wajar dalam melakukan aktifitas berbisnis dikarenakan tidak adanya pengusaha yang akan sukses tanpa melalui persaingan bisnis. Dalam persaingan bisnis menuntut para pemilik usaha dengan berpikir keras untuk bagaimana bertahan atau mengembangkan usahanya agar dapat ditengah tengah persaingan dan juga memenangkan persaingan tersebut. Dalam berbisnis tidak pernah terlepas dari persaingan, sebab hal itu pelaku usaha harus memahami pergerakan dalam berbisnis dengan mengatasi kebutuhan pelanggan, menganalisis kekuatan dan kelemahan,

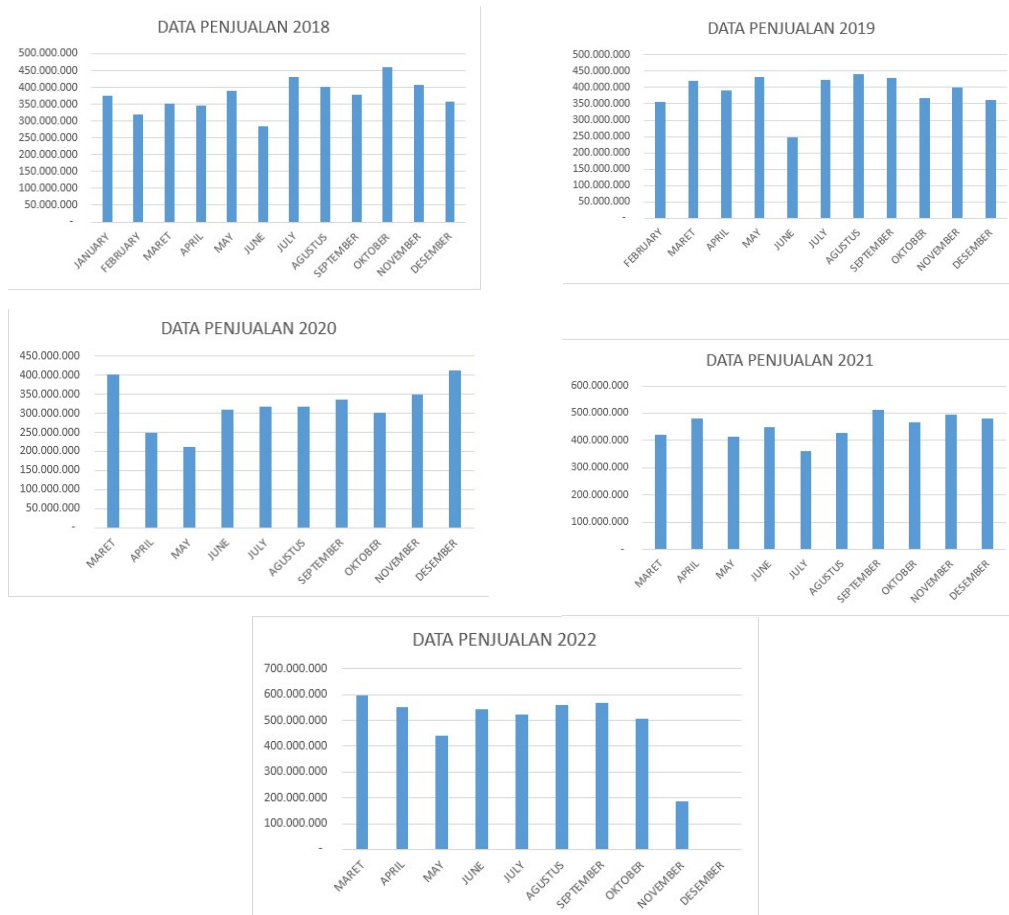
meningkatkan permintaan, mendorong inovasi, menunjukkan keunggulan lalu yang terakhir mempromosikan bisnis (Aurellia, Anindyadevi 2022).

Trucking merupakan layanan pengiriman barang dengan menggunakan armada *truck* yang dilakukan untuk pengiriman barang. Yang biasanya dilakukan perusahaan melakukan pengantaran barang antar kota hingga provinsi, tapi hal itu tergantung terhadap pelayanan dari perusahaan. Usaha *Trucking* memiliki 2 jenis system yaitu *Less Than Truckload* dan *Full Truckload* (Kargo.tech 2021).

Salah satu model atau bentuk usaha pengiriman yaitu *trucking*, *trucking* adalah sebuah jasa pelayanan yang mengirim barang dari titik A ke titik B dengan melalui via darat dengan menyediakan beberapa kendaraan seperti armada truk dan mobil yang digunakan untuk mengantarkan barang. Armada truk dan mobil ini digunakan untuk mengantarkan barang antar kota maupun antar pulau, perkembangan suatu alat transportasi di zaman sekarang yang semakin baik, sekarang ini *trucking* memiliki istilah yang baru yaitu “jasa kargo”, (Periera, 2018).

Proses pengiriman barang saat ini tidak dapat dijauhkan dari kehidupan masyarakat. Jasa pengiriman barang ini tidak hanya diperlukan oleh perusahaan besar saja tapi masyarakat biasa, seperti mahasiswa, ibu rumah tangga dan pembeli belanja *online*. Banyak kebutuhan masyarakat yang melalui pengiriman barang yang butuh sebuah jasa pengiriman khusus ada dua jenis pengiriman yang dipakai yaitu ekspedisi (yang relative lebih kecil pengirimannya) dan cargo (jumlah barang banyak dan besar), (cargonesia, 2020). Adanya usaha ini memudahkan masyarakat dalam melakukan pengiriman barang. Melihat pertumbuhan perekonomian Indonesia berpotensi besar dalam melakukan pengiriman barang atau usaha jasa *trucking*. Dengan meningkatnya PDB dari sektor pengiriman barang. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian terhadap salah satu UMKM di bidang jasa pengiriman barang (*trucking*) yang bernama PT Yas Trans Sarelindo, perusahaan ini memiliki tujuan dengan membantu konsumen untuk mengirimkan barang yang dimiliki sampai pada tujuan yang diinginkan. Yang pada saat ini perusahaan memiliki sistem usaha yaitu BtoB yang bekerja sama dengan perusahaan untuk mengirimkan produk mereka ke konsumen perusahaan yang bekerja sama.

Pemilik membuat usaha ini didasari dari melihat peluang dari bisnis tersebut dengan melihat Indonesia merupakan negara konsumsi yang membutuhkan barang. Dari hal tersebut perusahaan membangun usaha dengan *system trucking* yang menyediakan jasa untuk melakukan pengiriman barang. Perusahaan-perusahaan besar tidak mencukupi melakukan pengantaran barang perusahaan produksi tersebut kepada konsumen mereka dengan maksimal. Yang pada akhirnya menyewa pada perusahaan – perusahaan penyedia jasa pengiriman barang atau yang dibidang *trucking*. Namun pada perjalanan bisnis yang dilakukan sejak 2011 hingga kini dengan bertambahnya kebutuhan dari para masyarakat dan juga pada bidang perdagangan logistic, persaingan pada pelaku usaha pengiriman barang ini cukup signifikan dan juga tinggi dengan mengikuti kenaikan kebutuhan dari masyarakat.



Gambar 1.5 Data Penjualan PT Yas Trans Sarelindo

Sumber: PT Yas Trans Sarelindo

Melihat data penjualan tersebut, PT Yas Trans Sarelindo membangun usahanya untuk menjadi solusi dari beberapa perusahaan yang mengalami kendala pengefesienan pengiriman barang untuk mencapai ke konsumen mereka. Dalam hal ini perusahaan diharapkan memberikan *value* dan manfaat yang bisa didapatkan oleh konsumen dari PT Yas Trans Sarelindo. Dengan memberikan pelayanan yang cepat dan aman terhadap barang yang dimiliki perusahaan konsumen.

Perusahaan yang sudah berdiri sejak sekitar tahun 2011 dan berubah menjadi PT sekitar tahun 2016 ini, hanya memiliki 3 konsumen saja yang tetap bekerja sama untuk melakukan pengiriman barang. Namun dari Tiga konsumen tersebut ada salah satu percabangan dari perusahaan tersebut yang berbeda tempat

pengiriman. Dan perusahaan ini mendapatkan terakhir konsumen baru pada tahun 2021 awal. Dan permintaan dari konsumen perusahaan setiap bulannya tidak stabil dari setiap tahunnya. Pada hal ini pemilik dari PT Yas Trans Sarelindo menginginkan penambahan konsumen yang dimiliki saat ini untuk peningkatan penjualan dan keuntungan terhadap perusahaan sebagai salah satu cara bertahan dalam persaingan bisnis *trucking* yang semakin ketat. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara terhadap pemilik perusahaan PT Yas Trans Sarelindo.

Melihat pentingnya dari pengembangan usaha supaya dapat melakukan peningkatan penjualan dan juga dapat bertahan dalam persaingan bisnis serta menciptakan keunggulan bersaing. Dengan merujuk data penjualan diatas maka perlu adanya Analisa ulang mengenai model bisnis dengan menggunakan salah satu alat yang dapat digunakan ialah Value Proposition Canvas. A. Martin, V. Chirie, dan E. Chiffot (2020) dalam jurnalnya mengatakan bahwa kanvas proposisi nilai menjelaskan fitur fitur dari proposisi nilai tertentu didalam bisnis model yang dengan pendekatan lebih struktur dan detail. Penciptaan nilai juga dapat mengembangkan perpektif pelanggan yang baru dan inovatif untuk mendapatkan keunggulan dalam persaingan bisnis dengan tujuan yang tetap relevan. Kleber. D. M. S & Volkova, Tatjana (2018).

Berdasarkan penjabaran pada fenomena yang telah dijabarkan diatas peneliti memberi judul penelitian pada skripsi ini dengan: “Analisis *Customer Profile* dan *Value Map* Pada perusahaan PT Yas Trans Sarelindo menggunakan *Value Proposition Design*”

1.3. Perumusan Masalah

PT Yas Trans Sarelindo merupakan pelaku usaha yang bergerak pada bidang jasa pengiriman barang, hal itu dapat diartikan PT Yas Trans Sarelindo melakukan pengiriman dengan armada untuk melakukan penjualannya. *Trucking* merupakan layanan pengiriman barang dengan menggunakan armada *truck* yang dilakukan untuk pengiriman barang. Denga peningkatan kebutuhan pengiriman di Indonesia dengan seiringnya masyarakat Indonesia melakukan pembelian online. Hasil dari hal tersebut dapat menjadikan peluang yang cukup baik bagi pengusaha jasa pengiriman barang. Persaingan bisnis pada bidang pengiriman di Indonesia

semakin tumbuh dengan pesat dengan melihat peluang tersebut. Persaingan bisnis ialah hal yang sangat wajar dikarenakan tidak adanya pengusaha sukses tanpa melalui persaingan bisnis, pelaku usaha diminta juga dapat memahami perilaku konsumennya. Dalam bisnis apapun pasti memerlukan alat atau metode khusus untuk memahami dari perilaku konsumen, dan juga terdapat suatu metode yang dapat digunakan untuk mendapatkan hasil tersebut dengan menggunakan *Value Proposition Canvas*.

Pada dasarnya *Value Proposition Canvas* merupakan suatu alat untuk meraih apa yang diinginkan para pelanggan. didalam metode ini dapat membantu bisnis dalam mengasilkan layanan yang diinginkan atau diharapkan oleh konsumen. (Afiana, N, F. et al.,2021) berkata bahwa *Value Proposition Canvas* ini dapat melihat kondisi yang dibuuhkan dari konsumen dan juga salah strategi dalam menganalisa. Dengan hal lain, (Utama. M.S.P & Sisilia. K, 2018) mengatakan bahwa *Value Proposition Design* dapat mengidentifikasi masalah pada penciptaan nilai oleh SRA sehingga nilai yang ingin diberikan pada pelanggan mampu dirasakan oleh pelanggan itu sendiri. Oleh Karena Itu dalam hal ini peneliti berfokus pada customer profile dan value PT Yas Trans Sarelindo. Dengan tujuan melihat dan mengkaji yang sesuai penawaran dari nilai PT Yas Trans Sarelindo dengan kebutuhan dari konsumen.

Melihat dari latar belakang masalah yang tertulis diatas dan juga dari penelitian terdahulu yang sudah diuraikan, melakukan pengembangan bisnis dengan metode *Value Proposition Canvas* merupakan hal yang dapat membantu perusahaan untuk penyelesaian permasalahannya. Sebagaimana dengan permasalahan PT Yas Trans Sarelindo saat ini yang mengalami ketidak stabilan penjualan dan juga kekurangan pelanggan pada usahanya maka dari itu diharapkan dengan melalui perancangan tersebut dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dengan harapan jasa layanan yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan agar hal itu dapat meningkatkan penjualan dan juga penambahan jumlah customer yang pada saat ini sedang tidak stabil serta peningkatan jumlah customer agar meningkatkan penjualan atau keuntungan yang sebelumnya mengalami ketidak stabilan.

Dalam hal ini, penulis berfokus kepada *Analisa customer profile dan value map PT Yas Trans Sarelindo*. maka dapat dirumuskan masalah yaitu:

Rumusan permasalahan pada penelitian ini:

1. Bagaimana *customer profile* PT Yas Trans Sarelindo berdasarkan menggunakan *Value Proposition Design*?
2. Bagaimana *value map* PT Yas Trans Sarelindo berdasarkan menggunakan *Value Proposition Design*?
3. Bagaimana kecocokan antara *customer profile* dengan *value map* pada PT Yas Trans Sarelindo berdasarkan menggunakan *Value Proposition Design*?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan tersebut, tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengidentifikasi *customer profile* pada PT Yas Trans Sarelindo.
2. Untuk mengetahui mengidentifikasi *Value map* yang dimiliki PT Yas Trans Sarelindo
3. Untuk menganalisa kecocokan antara *customer profile* dengan *value map* pada PT Yas Trans Sarelindo

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan memberikan ilmu pengetahuan tambahan bagi pemilik usaha maupun pembaca tentang *value proposition design* dalam menemukan dan mengemangkan permasalahan yang ada dalam suatu perusahaan.

1.5.2 Aspek Praktis

dalam penelitian ini diharapkan dari penelitian tentang *value proposition design* maka para pelaku usaha bisa menerapkan rancangan dan mengetahui kekurangan yang dimiliki dalam berusaha yang dimana untuk mengembangkan Kembali usahanya.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pada penelitian ini, terdiri dari lima bab. Yang dimana masing masing bab itu memiliki penjelasan yang ada keterkaitan antara satu dengan lainnya. Adapun sistematika penulisan dengan berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Didalam bab ini membahas mengenai gambaran umum dari objek penelitian yang berupa profil perusahaan, latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan sesuai dengan objek dari penelitian yang diangkat yakni menganalisis value proposition. Dengan isi teori teori penunjang lainnya. Dan juga berisi, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.