

Perancangan Perbaikan Model Bisnis Pada Usaha Los Nitros Menggunakan Metode *Business Model Canvas* (Bmc)

1st Akira Naposo
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia
akiranaposo@student.telkomuniversity.
ac.id

2nd Maria Dellarosawati Idawicaksakti
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia
mariadellarosawati@telkomuniversity.a
c.id

3rd Tiara Verita Yastica
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia
tiaraveritayastica@telkomuniversity.ac.
id

Los Nitros, sebuah layanan pengisian gas nitrogen dari PT Neo Karibco Patmanam, mengalami penurunan pendapatan dari Mei 2024 hingga Mei 2025 akibat faktor internal dan eksternal. Penelitian ini mengusulkan solusi menggunakan pendekatan *business model canvas* dan analisis SWOT untuk merumuskan strategi yang tepat. Berdasarkan kuesioner internal, diketahui bahwa aspek *value proposition* Los Nitros berada pada kuadran III (strategi W-O), *infrastructure management* pada kuadran I (strategi S-O), serta *financial aspect* dan *customer aspect* pada kuadran IV (strategi W-T). Beberapa strategi bisnis diusulkan, meliputi penambahan jenis produk sekunder untuk *value proposition*, penguatan kemitraan dan peningkatan mesin pengisian gas nitrogen untuk *infrastructure management*, penyesuaian harga produk atau jasa dan penambahan CCTV untuk *financial aspect*, serta pengoptimalan platform penjualan online dan penambahan metode pembayaran *cashless* untuk *customer aspect*. Wawancara menunjukkan persetujuan internal terhadap usulan strategi ini. Beberapa strategi, seperti penyesuaian harga, penambahan CCTV, dan metode pembayaran *cashless*, telah diterapkan dengan hasil positif. Diharapkan *business model canvas* usulan ini dapat diimplementasikan secara menyeluruh untuk mengatasi permasalahan yang dialami oleh Los Nitros.

Kata kunci— *business model canvas*, los nitros, pengisian gas nitrogen, strategi bisnis, swot, *value proposition*

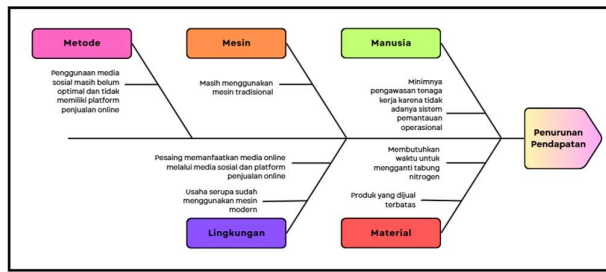
I. PENDAHULUAN

PT Neo Karibco Patmanam memperkenalkan produk Los Nitros sebagai layanan pengisian gas nitrogen yang berpotensi mendukung berbagai kebutuhan industri dan konsumen. Namun, dalam periode Mei 2024 hingga Mei 2025, Los Nitros mengalami penurunan pendapatan yang signifikan, menandakan adanya kendala dalam keberlangsungan dan daya saing usaha tersebut.



GAMBAR 1
(PENDAPATAN USAHA LOS NITROS)

Berdasarkan grafik diatas Los Nitros mengalami penurunan pendapatan antara Mei hingga November 2024, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal, terutama persaingan yang semakin ketat di industri yang sama. Kompetitor utama seperti Green Nitrogen dan MyNitro memiliki keunggulan yang signifikan. Green Nitrogen, dengan teknologi produksi yang modern dan banyak outlet yang tersebar, memudahkan konsumen untuk mengakses produk mereka. Di sisi lain, MyNitro menggunakan alat pengisian nitrogen otomatis, yang membuat proses lebih efisien dan tidak memerlukan operator, meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan tersebut, analisis menggunakan fishbone diagram dilakukan. Diagram ini membantu dalam menggali penyebab permasalahan dan menyediakan wawasan yang diperlukan untuk merumuskan strategi yang dapat meningkatkan kinerja usaha Los Nitros serta menghadapinya dengan lebih kompetitif di pasar. Dengan adanya berbagai faktor internal yang dapat dikembangkan dan faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan, dapat disimpulkan bahwa *business model canvas* usaha Los Nitros harus diperbarui sesuai dengan kondisi yang dinamis karena adanya penurunan dan ketidakstabilan pendapatan mulai dari bulan Mei 2024 sampai dengan bulan Mei 2025.



GAMBAR 2
(DIAGRAM FISHBONE)

Dari fishbone diagram yang dianalisis, ditemukan beberapa faktor yang menyebabkan penurunan pendapatan Los Nitros dari Mei 2024 hingga Mei 2025, meliputi metode, mesin, manusia, lingkungan, dan material.

II. KAJIAN TEORI

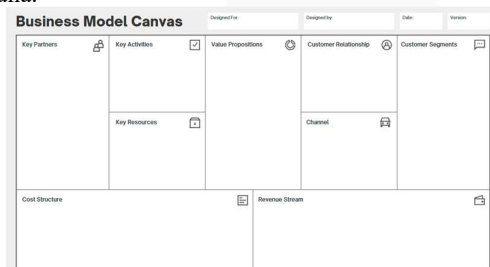
Menyajikan dan menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian.

A. Business Model

Business model adalah kerangka yang menjelaskan bagaimana perusahaan menciptakan nilai melalui inovasi dan kolaborasi [1].

B. Business Model Canvas

Business model canvas adalah alat manajemen strategis untuk merencanakan, menganalisis, dan membangun model bisnis perusahaan [2]. Metode ini menawarkan pendekatan lebih terstruktur dibandingkan dengan perencanaan bisnis tradisional dan sangat relevan di era teknologi saat ini untuk mengembangkan usaha.



GAMBAR 3
(BMC)

Business model canvas terdiri dari 9 komponen yang saling terkait untuk menggambarkan model bisnis suatu perusahaan, yaitu: 1) *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), 2) *Value Proposition* (Proposisi Nilai), 3) *Channels* (Saluran), 4) *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), 5) *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan), 6) *Key Resources* (Sumber Daya Utama), 7) *Key Activities* (Kegiatan Utama), 8) *Key Partners* (Mitra Kunci), dan 9) *Cost Structure* (Struktur Biaya). Untuk mempermudah pemahaman dan penerapan strategis, komponen-komponen ini dikelompokkan dalam empat kategori: 1) *Value Proposition* yang mencakup nilai unik yang ditawarkan perusahaan, 2) *Infrastructure Management* yang mencakup sumber daya, mitra, dan aktivitas utama, 3) *Financial Aspects* yang mencakup pendapatan dan biaya, serta 4) *Customer Aspects* yang berfokus pada interaksi perusahaan dengan pelanggan.

C. Analisis SWOT

Definisi SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) adalah metode yang digunakan untuk merumuskan strategi pelayanan dengan membandingkan faktor-faktor internal dan eksternal suatu gagasan [3]. Metode ini bertujuan untuk memaksimalkan peluang sekaligus meminimalkan kekurangan dan ancaman. Dapat dinyatakan bahwa SWOT adalah inti dari analisis strategis, yang melibatkan proses menganalisis bisnis dan lingkungannya melalui empat dimensi: kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT menggunakan logika untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman [4].

D. Customer Profile

Customer profile adalah bagian dari *value proposition canvas* yang menggambarkan secara rinci segmen pelanggan yang menjadi target bisnis. *Customer profile* terdiri dari tiga bagian, yaitu *customer jobs*, *customer pains*, dan *customer gains* [5].

E. Value Map

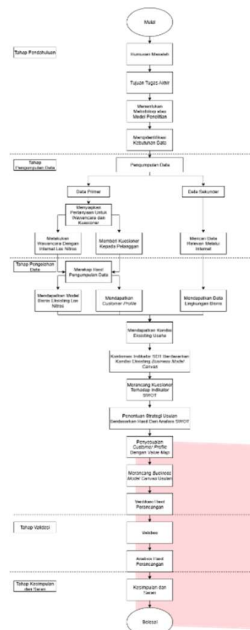
Value map adalah alat untuk menciptakan nilai bagi pelanggan. Alat ini membantu perusahaan mengidentifikasi produk atau jasa yang memberikan manfaat, mengurangi hambatan, dan menciptakan keuntungan tambahan bagi pelanggan. *Value map* bertujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan dan kepuasan pelanggan serta menjawab *customer profile*. Terdiri dari tiga bagian, yaitu *product and services*, *pain relievers*, dan *gain creators* [5].

F. Business Model Environment

Business model environment atau lingkungan model bisnis adalah faktor eksternal yang mempengaruhi keadaan sebuah usaha [2].

III. METODE

Sistematika penyelesaian masalah ini dimulai dengan analisis masalah dan dibagi menjadi beberapa tahap utama: tahap pendahuluan, tahap pengumpulan data, tahap perhitungan data, tahap validasi dan tahap kesimpulan serta saran.



GAMBAR 4
(SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH)

1. Tahap Pendahuluan
Tahap ini merupakan tahap pendahuluan atau tahap awal dari penulisan tugas akhir ini, dengan adanya tahap ini penelitian dapat berlanjut kepada tahap-tahap selanjutnya sampai selesai
2. Tahap Pengumpulan Data
Pada tahap pengumpulan data, data yang akan diambil merupakan data yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Pengumpulan data ini dapat dilakukan dengan cara wawancara dan penyebaran kuesioner.
3. Tahap Pengolahan Data
Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan untuk penelitian, kemudian dilakukannya pengolahan data dengan beberapa langkah yang berbeda dengan tujuan untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh usaha.
4. Tahap Validasi
Tahap ini memiliki tujuan untuk memastikan bahwa rancangan business model canvas usulan dapat diterima kepada internal Los Nitros dan membantu memberi solusi terhadap permasalahan yang dialami oleh usaha. Tahap ini terdiri dari analisis terhadap strategi dan *business model canvas* usulan, dan validasi.
5. Tahap Kesimpulan dan Saran
Tahap ini memiliki tujuan untuk menampilkan rangkuman dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Pada bagian saran berisi mengenai rekomendasi untuk penelitian berikutnya, yang memiliki tujuan untuk memberi informasi dan arahan bagi para peneliti yang memiliki keinginan untuk mengeksplorasi dalam topik terkait.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Data Customer Profile

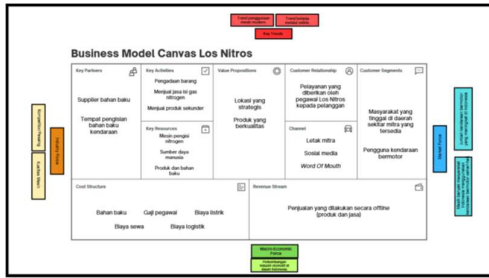
- *Customer Jobs*: Produk yang disediakan berkualitas, mengisi ban kendaraan dengan gas nitrogen dan mendapatkan layanan pelanggan yang responsif
- *Customer Pains*: Produk sekunder yang dijual terbatas, mesin pengisian gas nitrogen masih tradisional dan metode pembayaran yang tersedia hanya menggunakan uang tunai
- *Customer Gains*: Memiliki jam operasional yang fleksibel, memiliki lokasi yang mudah diakses dan menyediakan produk yang berkualitas

B. Data Model Bisnis Eksisting

- *Customer Segments*: Masyarakat yang tinggal disekitar daerah dari outlet terdekat Los Nitros dan pengguna kendaraan bermotor
- *Value Propositions*: Lokasi yang strategis dan produk berkualitas
- *Channels*: Letak mitra, sosial media, *word of mouth*
- *Customer Relationships*: Pelayanan yang diberikan oleh pegawai Los Nitros kepada pelanggan
- *Revenue Streams*: Penjualan offline
- *Key Resources*: Mesin pengisi gas nitrogen, sumber daya manusia dan produk atau bahan baku
- *Key Activities*: Pengadaan barang, menjual jasa isi gas nitrogen dan menjual produk sekunder
- *Key Partners*: *Supplier* dan *land owner*
- *Cost Structure*: Bahan baku, gaji pegawai, biaya listrik, biaya sewa dan biaya logistik

C. Data Lingkungan Model Bisnis

- *Market Force*: Masih banyak masyarakat Indonesia menggunakan kendaraan bermotor sehari-hari [6] dan jumlah kendaraan bermotor yang meningkat di Indonesia [7].
- *Industry Force*: Kompetitor dan kualitas mesin.
- *Key Trend*: Tren penggunaan mesin modern [8] dan tren belanja melalui online [9].
- *Macro-Economic Force*: Perkembangan industri otomotif di dalam Indonesia [10].
- *Business Model Canvas* Eksisting dan data lingkungan bisnis dari Los Nitros



GAMBAR 5
(BMC EKSISTING DAN LINGKUNGAN BISNIS)

D. Data 9 komponen *business model canvas* eksisting didapatkan melalui wawancara yang dilakukan bersama salah satu pemilik usaha Los Nitros yaitu Ibu Gita Rini Soebeno dan data lingkungan bisnis didapatkan melalui observasi dari internet. Berikut merupakan komponen atau indikator analisis SWOT yang telah dirancang dan dikonfirmasi oleh Ibu Gita Rini Soebeno:

Value Propositions						
Aspek BMC	No	Indikator	S	W	O	T
Value Propositions	1	Lokasi yang strategis				
	2	Menyediakan produk yang berkualitas	V			
	3	Memiliki lokasi yang mudah diakses	V			
	4	Produk sekunder yang dijual terbatas			V	
	5	Masih banyak masyarakat Indonesia menggunakan kendaraan bermotor sehari-hari				V
	6	Pesang menggunakan platform digital untuk penjualan				V

GAMBAR 6.
(SWOT VALUE PROPOSITION)

Infrastructure Management						
Aspek BMC	No	Indikator	S	W	O	T
Key Resource	1	Mesin pengisi nitrogen yang digunakan untuk proses bisnis	V			
	2	Produk yang ditawarkan memenuhi kebutuhan pelanggan	V			
	3	Kurangnya monitoring terhadap karyawan		V		
	4	Pelayanan karyawan yang baik	V			
	5	Masih menggunakan mesin pengisian gas nitrogen tradisional		V		
Key Partnership	6	Adanya mesin pengisian gas nitrogen			V	
	7	Supplier bahan baku yang cukup baik	V			
	8	Ketergantungan pada mitra tertentu		V		
	9	Ekspansi jaringan kemitraan			V	
Key Activities	10	Menjual jasa isi gas nitrogen	V			
	11	Pengadaan barang	V			
	12	Menjual produk sekunder	V			
	13	Pesang menggunakan mesin pengisian gas nitrogen yang lebih modern			V	

GAMBAR 7
(SWOT INFRASTRUCTURE MANAGEMENT)

Financial Aspect						
Aspek BMC	No	Indikator	S	W	O	T
Revenue Stream	1	Pendapatan melalui penjualan offline	V			
	2	Pendapatan yang konsisten serta belum stabil	V			
	3	Jumlah kendaraan bermotor yang meningkat di Indonesia		V		
	4	Pesang yang terus berkembang			V	
Cost Structure	5	Usaha dapat memperoleh pengalaman pembelian untuk biaya kendaraan	V			
	6	Perkembangan industri otomotif di dalam Indonesia			V	

GAMBAR 8
(SWOT FINANCIAL ASPECT)

Customers						
Aspek BMC	No	Indikator	S	W	O	T
Customer Segment	1	Masyarakat yang tinggal di daerah sekitar mitra yang tersedia	V			
	2	Pengguna kendaraan bermotor	V			
Channels	3	Letak mitra yang memudahkan pengembalian dua belah pihak	V			
	4	Pelanggan merupakan word of mouth		V		
	5	Pesang sudah menggunakan pembayaran online			V	
	6	Belum menggunakan platform penjualan online	V			
Customer Relationship	7	Pelayanan secara langsung kepada pelanggan	V			
	8	Memiliki jam operasional yang fleksibel		V		
	9	Perubahan preferensi konsumen ke solusi alternatif seperti teknologi pengisian			V	

GAMBAR 9
(SWOT CUSTOMER ASPECT)

Setelah dikonfirmasi indikator SWOT eksisting, kemudian dilakukan penilaian bobot dan skor terhadap setiap indikator dalam SWOT tersebut:

Value Proposition

Variabel Value Proposition Kekuatan										
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score				
			Responden	Bobot	Rata-rata	Bobot Akhir	Skor	Rating rata-rata	WS	
Value Proposition	1	Lokasi yang strategis	Rini S	3	3.666667	0.37	3	3.666666667	1.34	
			Gigitu S	4						4
			Noermansyah	4						4
	2	Menyediakan produk yang berkualitas	Rini S	3	3	0.30	3	3	0.90	
			Gigitu S	3						3
			Noermansyah	3						3
	3	Memiliki lokasi yang mudah diakses	Rini S	4	3.333333	0.33	4	3.666666667	1.22	
			Gigitu S	3						3
			Noermansyah	3						3
	Total Bobot				10		Total Weighted Score	3.47		

GAMBAR 10
(VALUE PROPOSITION STRENGTH)

Variabel Value Proposition Kelemahan									
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score			
			Responden	Bobot	Rata-rata	Bobot Akhir	Skor	Rating rata-rata	WS
Value Proposition	1	Produk sekunder yang dijual terbatas	Rini S	4	4.333333	1.00	4	4.333333333	4.33
			Gugus S	5			5		
			Noermansyah	4			4		
			Total Bobot				4.333333		

GAMBAR 11
(VALUE PROPOSITION WEAKNESS)

Variabel Value Proposition Peluang													
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score							
			Responden	Bobot	Rata-rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating rata-rata	WS				
Value Proposition	1	Masih banyak masyarakat Indonesia menggunakan kendaraan bermotor sehari-hari	Rini S	5	4.333333	1.00	4	3.666666667	3.67				
			Gigitu S	4			4						
			Noermansyah	4			3						
			Total Bobot				4.333333			Total Weighted Score		3.67	

GAMBAR 12
(VALUE PROPOSITION OPPORTUNITIES)

Variabel Value Proposition Ancaman													
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score							
			Responden	Bobot	Rata-rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating rata-rata	WS				
Value Proposition	1	Pesang menggunakan platform digital untuk penjualan	Rini S	5	4.666667	1	3	3	3				
			Gigitu S	4			2						
			Noermansyah	5			4						
			Total Bobot				4.666667			Total Weighted Score		3	

GAMBAR 13
(VALUE PROPOSITION THREAT)

Infrastructure Management

Variabel Infrastructure Management Kekuatan									
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot				Perhitungan Weighted Score		
			Responden	Bobot	Rata-rata	Bobot Akhir	Nm	Rating rata-rata	WS
Key Resources	1	Mesin pengisi nitrogen yang diperoleh untuk proses bisnis	Rini S	4	4.666667	0.16	2.333333333	0.16	
			Gigitu S	4		0.37			
			Noermansyah	4		0.37			
	2	Produk yang ditawarkan memenuhi kebutuhan pelanggan	Rini S	5	0.17	3.66666667	0.62		
			Noermansyah	4		0.34			
Key Partnership	3	Pelayanan karyawan yang baik	Rini S	4	3.333333	0.15	3.66666667	0.54	
			Noermansyah	4		0.34			
	4	Supplier bahan baku yang cukup baik	Rini S	4	3.666667	0.12	4.333333333	0.54	
			Noermansyah	4		0.34			
Key Activities	5	Menjual jasa isi gas nitrogen	Rini S	5	0.17	3.333333333	0.56		
			Gigitu S	4		0.34			
			Noermansyah	4		0.34			
	6	Pengadaan barang	Rini S	4	3.0	4	0.40		
			Noermansyah	4		0.40			
Key Activities	7	Menjual produk sekunder	Rini S	4	4.1	3.333333333	0.45		
			Noermansyah	5		0.45			
Total Bobot			29.66667			3.47			

GAMBAR 14
(INFRASTRUCTURE MANAGEMENT STRENGTH)

Variabel Infrastructure Management Kelemahan									
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot					Perhitungan Weighted Score	
			Responden	Bobot	Rata-Rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating rata-rata	WS
Key Resources	1	Kurangnya monitoring terhadap karyawan	Rini S	2	2.333333	0.25	2	2.33333333	0.58
			Gigitu S	2					
			Noermansyah	3					
	2	Masih menggunakan mesin pengisian gas nitrogen tradisional	Rini S	4	4.666667	0.50	4	2.00	
			Noermansyah	5					
			Gigitu S	4					
Key Partnership	3	Ketergantungan pada mitra tertentu	Rini S	1	2.333333	0.25	2	0.50	
			Gigitu S	2					
			Noermansyah	4					
			Total Bobot						9.333333

GAMBAR 15
(INFRASTRUCTURE MANAGEMENT WEAKNESS)

Variabel Infrastructure Management Peluang									
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score			
			Responden	Bobot	Rata-Rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating rata-rata	WS
Key Resources	1	Adanya mesin pengisian gas nitrogen modern	Rini S	4	4.333333	0.57	4	4.33333333	2.45
			Gigitu S	5			5		
			Noermansyah	4			4		
Key Partnership	2	Ekspansi jaringan kemitraan	Rini S	4	3.333333	0.43	4	4.33333333	1.88
			Gigitu S	4			4		
			Noermansyah	3			3		
Total Bobot			7.666667			Total Weighted Score			4.33333333

GAMBAR 16
(INFRASTRUCTURE MANAGEMENT OPPORTUNITIES)

Variabel Infrastructure Management Ancaman										
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score				
			Responden	Bobot	Rata-Rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating rata-rata	WS	
Key Activities	1	Pesang menggunakan mesin pengisian gas nitrogen yang lebih modern	Rini S	3	3.666667	1	3	3.333333333	3.333333333	
			Gigitu S	4						3
			Noermansyah	4						4
			Total Bobot							3.666667
					Total Weighted Score			3.333333333		

GAMBAR 17
(INFRASTRUCTURE MANAGEMENT THREAT)

- Financial Aspect

Variabel Financial Aspect Kekuatan									
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score			
			Responden	Bobot	Rata-Rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating rata-rata	WS
Revenue Stream	1	Pendapatan melalui penjualan offline	Rasi S	4	4.333333	0.54	4	3.333333333	1.81
			Gugus S	4			4		
			Neomanyah	5			3		
Cost Structure	2	Usaha dapat memperkecilkan pengeluaran untuk biaya kesehatan	Rasi S	4	3.666667	0.46	2	2.666666667	1.22
			Gugus S	3			3		
			Neomanyah	4			3		
		Total Bobot		8	Total Weighted Score	3.03			

GAMBAR 18
(FINANCIAL ASPECT STRENGTH)

Variabel Financial Aspect Kelemahan									
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score			
			Responden	Bobot	Rata-Rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating rata-rata	WS
Revenue Stream	1	Pendapatan yang menurun serta belum stabil	Rasi S	3	3	1	4	3.333333333	3.33333333
			Gugus S	3			3		
			Noermayyah	3			3		
			Total Bobot				3		

GAMBAR 19
(FINANCIAL ASPECT WEAKNESS)

Variabel Financial aspect Peluang										
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score				
			Responden	Bobot	Rata-Rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating rata-rata	WS	
Revenue Stream	1	Jumlah kendaraan bermotor yang meningkat di Indonesia	Rasi S	3	3.333333	0.48	4	3.66666667	1.7	
			Gugus S	4			4			
			Neomanyah	4			4			
Cost Structure	2	Perkembangan industri otomotif di dalam Indonesia	Rasi S	4	3.666667	0.52	4	4	2.1	
			Gugus S	4			4			
			Neomanyah	3			4			
			Total Bobot				7	Total Weighted Score		3.4

GAMBAR 20
(FINANCIAL ASPECT OPPORTUNITIES)

Variabel Financial Aspect Ancaman									
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score			
			Responden	Bobot	Rata-Rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating rata-rata	WS
Revenue Stream	1	Pesang yang terus berkembang	Rasi S	5	4.666667	1	4	4	4
			Gugus S	4			4		
			Noermanyah	5			4		
			Total Bobot				4.666667		

GAMBAR 21
(FINANCIAL ASPECT THREAT)

- Customer Aspect

Variabel Customer Aspect Kekuatan									
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score			
			Responden	Bobot	Rata-Rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating rata-rata	WS
Customer Segment	1	Masyarakat yang tinggal di daerah sekitar kota yang tersedia	Rasi S	4	3.666667	0.21	4	4.333333333	0.92
			Gugus S	3			4		
			Neomanyah	4			4		
	2	Pengguna kendaraan bermotor	Rasi S	5	5	0.29	5	5	1.44
			Gugus S	5			5		
			Neomanyah	5			5		
Channels	3	Letak mitra yang membantu pengembangan dua belah pihak	Rasi S	4	4.333333	0.25	3	3.333333333	0.83
			Gugus S	5			3		
			Neomanyah	4			3		
Customer Relationship	4	Pelayanan secara langsung kepada pelanggan	Rasi S	4	4.333333	0.25	4	4.333333333	1.08
			Gugus S	4			4		
			Neomanyah	5			4		
			Total Bobot						

GAMBAR 22
(CUSTOMER ASPECT STRENGTH)

Variabel Customer Aspect Kelemahan									
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score			
			Responden	Bobot	Rata-Rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating rata-rata	WS
Channels	1	Belum menggunakan platform penjualan online	Rasi S	3	3.333333	1	4	4.33333333	4.33333333
			Gugus S	4			4		
			Neomanyah	3			4		
			Total Bobot				3.333333		

GAMBAR 23
(CUSTOMER ASPECT WEAKNESS)

Variabel Customer Aspect Peluang											
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot				Perhitungan Weighted Score				
			Responden	Bobot	Rata-Rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating rata-rata	WS		
Channels	1	Pelanggan menerapkan word of mouth	Rasi S	4	4	0.48	4	3.33333333	1.6		
			Gugus S	3			3				
			Neomanyah	5			5				
Customer Relationship	2	Memiliki jam operasional yang fleksibel	Rasi S	5	4.333333	0.52	3	3.33333333	1.73333333		
			Gugus S	5			3				
			Neomanyah	3			4				
			Total Bobot				8.333333		Total Weighted Score		3.33333333

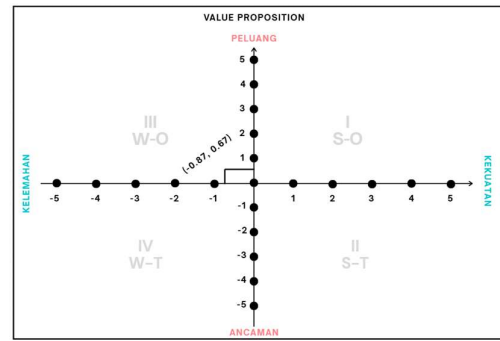
GAMBAR 24
(CUSTOMER ASPECT OPPORTUNITIES)

Variabel Customer Aspect Ancaman											
Aspek BMC	No	Indikator	Perhitungan Bobot			Perhitungan Weighted Score					
			Responden	Bobot	Rata-Rata	Bobot Akhir	Nilai	Rating-rata	WS		
Channels	1	Pesang sudah menggunakan perbantuan cashless	Rasi S	4	4.333333	0.57	4	3.3333333	2.45		
			Gugus S	4			4				
			Neomanyah	5			5				
Customer Relationship	2	Penjualan preferensi konsumen ke solusi alternatif seperti teknologi penunjang	Rasi S	3	3.333333	0.43	3	2.3333333	1.01		
			Gugus S	4			2				
			Neomanyah	3			2				
			Total Bobot				7.666667		Total Weighted Score		3.46

GAMBAR 25
(CUSTOMER ASPECT THREAT)

E. Diagram Cartesius Analisis Aspek SWOT

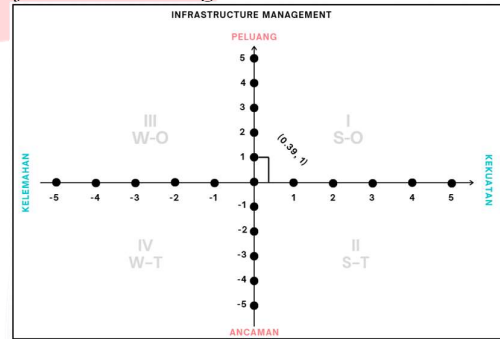
- Value proposition



GAMBAR 26
(DIAGRAM CARTESIUS VALUE PROPOSITION)

Dapat disimpulkan bahwa aspek value proposition berada pada kuadran III dengan koordinat (-0.87, 0.67). Oleh karena itu, strategi yang tepat adalah strategi W-O (*Weakness-Opportunity*).

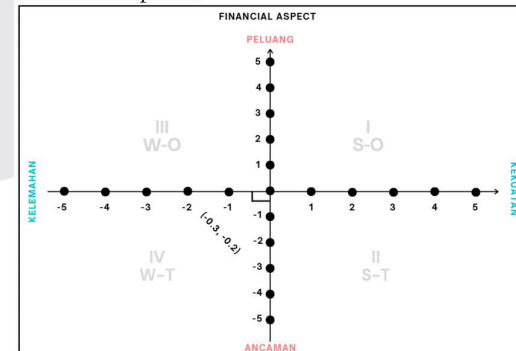
- Infrastructure Management



GAMBAR 27
(DIAGRAM CARTESIUS INFRASTRUCTURE MANAGEMENT)

Aspek infrastructure management terletak pada kuadran I dengan koordinat (0.39, 1). Oleh karena itu, strategi yang tepat adalah strategi S-O (*Strength-Opportunity*).

- Financial Aspect

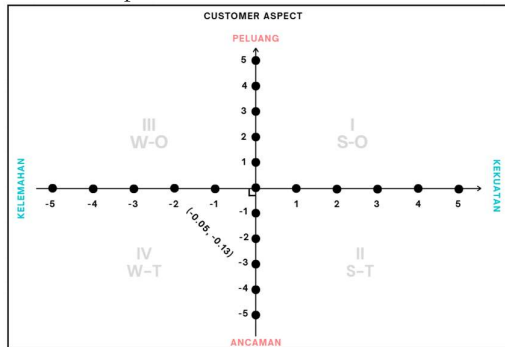


GAMBAR 28
(DIAGRAM CARTESIUS FINANCIAL ASPECT)

Aspek financial terletak pada kuadran IV dengan koordinat (-0.3, -0.2), yang menunjukkan kelemahan dan ancaman. Oleh karena itu, strategi yang tepat adalah strategi W-T (*Weakness-Threat*). Perusahaan perlu memperbaiki kelemahan untuk

menghindari risiko eksternal dan memaksimalkan output. Pendekatan ini bertujuan untuk menjaga keberlangsungan operasional, meminimalkan dampak negatif, dan memastikan perusahaan tetap kompetitif di pasar yang semakin dinamis.

- *Customer Aspect*



GAMBAR 29
(DIAGRAM CARTESIUS CUSTOMER ASPECT)

Dapat disimpulkan bahwa letak dari diagram cartesius *customer aspect* memiliki koordinat $(-0.05, -0.13)$ yang mengindikasikan posisi aspek ini berada pada kuadran IV. Aspek ini terletak pada kuadran yang sama seperti financial aspect yang dimana aspek ini berada di dalam kategori kelemahan dan ancaman, sehingga strategi yang digunakan untuk aspek ini adalah strategi W-T (*Weakness-Threat*).

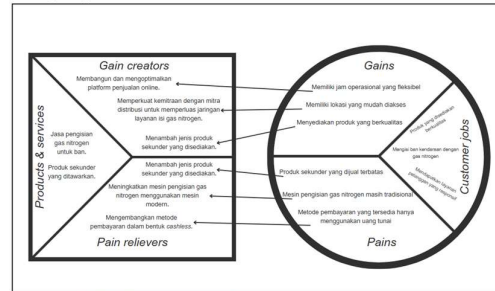
F. Penentuan Strategi Menggunakan Analisis SWOT

- *Value Proposition*
Strategi bisnis yang diusulkan untuk *value proposition* adalah menambah jenis produk sekunder seperti baut dan katup ban.
- *Infrastructure Management*
Strategi bisnis yang diusulkan untuk *infrastructure management* adalah memperkuat kemitraan dengan mitra distribusi untuk memperluas jaringan layanan pengisian gas nitrogen dan meningkatkan mesin pengisian gas nitrogen.
- *Financial Aspect*
Strategi bisnis yang diusulkan untuk *financial aspect* adalah memperbaiki stabilitas pendapatan melalui penyesuaian harga jasa dan produk dan meningkatkan pengawasan operasional dengan pemasangan CCTV.
- *Customer Aspect*
Strategi bisnis yang diusulkan untuk *customer aspect* adalah pembangunan dan optimalisasi platform penjualan online serta pengembangan metode pembayaran *cashless*.

G. *Value Proposition Canvas*

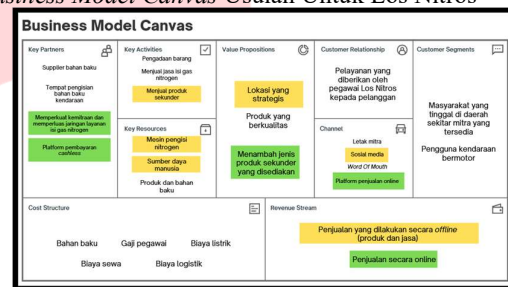
Setelah menentukan *customer profile* dan *value map*, langkah selanjutnya adalah menyesuaikan keduanya untuk memastikan solusi yang optimal bagi kebutuhan pelanggan. Dengan menggabungkan keduanya, perusahaan dapat memastikan produk dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan, meminimalkan kesenjangan antara

ekspektasi dan penawaran perusahaan. Proses penyesuaian ini penting untuk memperkuat daya saing usaha Los Nitros melalui pemahaman mendalam terhadap pelanggan dan penawaran nilai yang tepat sasaran.



GAMBAR 30
(PENYESUAIAN VALUE MAP DENGAN CUSTOMER PROFILE)

H. *Business Model Canvas* Usulan Untuk Los Nitros



GAMBAR 31
(BMC USULAN)

Dalam *business model canvas* usulan yang telah disusun, terdapat kombinasi antara proses baru yang diperkenalkan (ditandai dengan warna hijau) dan peningkatan proses eksisting (ditandai dengan warna kuning). Pendekatan ini dirancang untuk memperkuat keunggulan kompetitif Los Nitros melalui inovasi dan optimalisasi sumber daya yang ada, terutama dalam aspek kemitraan, sumber daya, penawaran nilai yang relevan dengan kebutuhan pelanggan, serta penjualan yang efektif dan efisien. Strategi ini bertujuan untuk memastikan setiap proses bisnis berjalan lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen yang terus berubah.

V. KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya proses baru atau peningkatan proses eksisting sesuai strategi yang diusulkan dapat membantu usaha Los Nitros kembali bersaing dan memberi nilai tambah untuk konsumen, dan meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan yang diberikan. Berikut merupakan strategi bisnis yang telah diimplementasi oleh usaha Los Nitros:

- Memperbaiki stabilitas pendapatan melalui penyesuaian harga jasa dan produk

		Mobil		Motor	
Los Nitros	Isi Awal	Rp 10,000	Rp 5,000	Isi Awal	Rp10,000 Rp 5,000
	Tambah	Rp 5,000	Rp 3,000	Tambah	Rp 5,000 Rp 3,000
	Tambal	Rp 25,000	Rp 15,000	Tambal	Rp20,000 Rp15,000

GAMBAR 32
(PENYESUAIAN HARGA JASA DAN PRODUK SERTA
PERBANDINGAN HARGA)

- Meningkatkan pengawasan dan monitoring operasional (CCTV)



GAMBAR 33
(PENAMBAHAN CCTV)

- Mengembangkan metode pembayaran dalam bentuk cashless



GAMBAR 34
(METODE PEMBAYARAN CASHLESS)

Dengan adanya penambahan metode pembayaran selain uang tunai saja, diharapkan proses transaksi yang dilakukan menjadi lebih cepat, aman, dan praktis bagi pelanggan. Penerapan metode pembayaran cashless juga mendukung tren digitalisasi dan memenuhi kebutuhan konsumen modern yang semakin mengutamakan kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan proses transaksi, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Berikut merupakan data pendapatan Los Nitros setelah menerapkan ketiga strategi tersebut:



Gambar 35. Pendapatan Los Nitros Bulan Juni 2025

Pendapatan usaha Los Nitros setelah menerapkan beberapa strategi usulan meningkat dari Mei 2025 dengan nominal Rp. 43.800.500 menjadi Rp. 46.530.100 pada bulan pertama penerapan usulan yaitu Juni 2025.

Usulan business model canvas ini terbukti dapat dijadikan panduan implementasi efektif bagi strategi-strategi yang dihasilkan melalui analisis SWOT dan penentuan matriks SWOT untuk Los Nitros terhadap permasalahan utamanya yaitu penurunan pendapatan dari bulan Mei 2024 sampai dengan Mei 2025. Dengan memetakan hasil analisis SWOT ke dalam elemen-elemen business model canvas, strategi yang dapat diwujudkan menjadi aksi yang konkret dan terstruktur.

REFERENSI

- [1] Henry Chesbrough. (2006). *Open Business Models: "How to Thrive in the New. Innovation Landscape."*
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2010). *Business Model Generation A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.*
- [3] Freddy Rangkuti. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.*
- [4] Hiriyappa, B. (2015). *Strategic Analysis.*
- [5] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A. (2014). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want, John Wiley & Sons.*
- [6] Gaikindo. (2023). *Jumlah Kendaraan di Indonesia 147 Juta Unit, 60 Persen di Pulau Jawa.* <https://www.gaikindo.or.id/jumlah-kendaraan-di-indonesia-147-juta-unit-60-persen-di-pulau-jawa/>
- [7] Novelino, A. (2024). *Jumlah Kendaraan di Indonesia Tembus 164 Juta Unit, 83 Persen Motor.* <https://www.cnnindonesia.com/otomotif/20241004133318-579-1151516/jumlah-kendaraan-di-indonesia-tembus-164-juta-unit-83-persen-motor%0A>
- [8] Mansur. (2017). *Pengisian Angin Nitrogen Menggunakan Mesin Nitrogen Generator.* <https://green-nitrogen.com/Website/detail/pengisian-angin-nitrogen-menggunakan-mesin-nitrogen-generator.html>
- [9] BPS. (2025). *Statistik E-Commerce 2023.* Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/01/30/d52afl1843aee4>
- [10] Fitri, A. N. (2023). *Industri Otomotif Tumbuh 9,66% pada Kuartal II-2023.* <https://industri.kontan.co.id/news/industri-otomotif-tumbuh-966-pada-kuartal-ii-2023>