

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
PADA PT. BERKAT LOGISTIC PAPUA
DENGAN MENGGUNAKAN
*BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)***

Tesalonika Gabriela Bani, Thomas Santoso

Jurnal SAGA vol 2 no 1 (Juli 2024)

ISSN: 3025-4752

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengembangan bisnis yang dilakukan PT. Berkat Logistic Papua saat ini dan mengetahui strategi pengembangan bisnis yang tepat dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam bentuk studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, menggunakan *Business Model Canvas* serta analisis SWOT. Dari matriks SWOT dirumuskan strategi pengembangan bisnis pada PT. Berkat Logistic Papua. *Business Model Canvas* (BMC) meliputi *customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnership, cost structure*. Berdasarkan hasil penelitian strategi *Business Model Canvas* yang dapat digunakan oleh PT. Berkat Logistic Papua adalah memberikan jaminan bahwa barang akan sampai dengan aman karena memiliki *personal assistance* yang mengawasi selama proses pengiriman barang ke pelanggan, berkolaborasi dengan jasa ekspedisi lain, memperluas wilayah jangkauan ke seluruh Indonesia, menjalin kerja sama dengan platform *e-commerce* yang sudah besar, dan memanfaatkan teknologi dengan menghadirkan fitur *quick replies* 24 jam dan *website* yang akan memudahkan admin dan pelanggan.

Kata kunci: *business model canvas (BMC), analisis SWOT, manajemen strategi*

ABSTRACT

This research aims to identify the business development currently undertaken by PT. Berkat Logistic Papua and to determine the appropriate business development strategy using the Business Model Canvas (BMC) approach. This study employs a qualitative method in the form of a case study. Data collection was carried out through semi-structured interviews, utilizing the Business Model Canvas and SWOT analysis. From the SWOT matrix, a business development strategy for PT. Berkat Logistic Papua was formulated. The Business Model Canvas (BMC) includes customer segments, value propositions, channels, customer relationships,

revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, and cost structure. Based on the research findings, the Business Model Canvas strategy that can be used by PT. Berkat Logistic Papua includes providing assurance that goods will arrive safely by having personal assistance overseeing the delivery process to customers, collaborating with other logistics services, expanding the coverage area throughout Indonesia, partnering with large e-commerce platforms, and leveraging technology by offering 24-hour quick replies and a website that will facilitate both admin and customers.

Keywords: business model canvas (BMC), SWOT analysis, strategic management

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki jarak pulau yang satu dengan pulau lainnya saling berjauhan. Dilihat dari luas wilayah laut sekitar 6 juta km² dan jumlah pulau sekitar 17.054 (Lambonan, 2020). Posisi geografis ini tidak hanya menunjukkan potensi besar dari sektor maritim sebagai pendorong pembangunan ekonomi, tetapi juga menegaskan perlunya pertumbuhan ekonomi yang merata di semua pulau di Indonesia (Dewi et al., 2023). Sebagai negara dengan kepulauan terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi ekonomi yang sangat besar dalam sektor transportasi laut, khususnya dalam bidang logistik atau jasa transportasi pengiriman barang baik melalui transportasi laut maupun darat. Pengiriman ini harus memenuhi standar kenyamanan, keamanan, dan harga yang terjangkau saat mencakup seluruh kepulauan Indonesia (Kadarisman, 2017). Kontribusi dari sektor pelayaran nasional terlihat dalam penciptaan lapangan kerja dan dorongan terhadap pertumbuhan ekonomi di dalam negeri dan secara keseluruhan di tingkat nasional. Maka dari itu dibutuhkan jasa pengiriman logistik.

Berdasarkan paparan di atas, PT. Berkat Logistic Papua merupakan perusahaan yang bergerak di bidang logistik jasa transportasi darat dan laut. Perusahaan logistik yang berdiri sejak tahun 2011, saat ini mengembangkan usaha ekspedisi. Pengembangan bisnis di PT. Berkat Logistic Papua melibatkan berbagai aspek yang perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan kinerja, efisiensi, dan daya saing perusahaan. Infrastruktur, sumber daya manusia menjadi hal yang penting dalam mendukung operasional perusahaan namun di PT. Berkat Logistic Papua terdapat beberapa tantangan dalam menjalankan operasional perusahaannya. Salah satunya adalah kekurangan armada transportasi apabila terjadi lonjakan permintaan pengiriman barang pelanggan, hal ini mengakibatkan pengeluaran tambahan untuk menyewa armada dari perusahaan ekspedisi lain. Selain itu, infrastruktur di pelabuhan Jayapura sering mengalami kerusakan, sehingga menghambat kinerja operasional dari perusahaan untuk pengiriman barang kepada pelanggan. Hal ini dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman, peningkatan biaya operasional karena terjadi penumpukan barang di pelabuhan, dan risiko kehilangan atau kerusakan barang yang tidak terdeteksi tepat waktu, sehingga

perusahaan harus menanggung biaya kompensasi kepada pelanggan atau biaya penggantian barang yang hilang dan rusak. Tanpa adanya instruksi yang tepat untuk mengelola pergerakan barang, PT. Berkat Logistic Papua akan menghadapi tingkat ketidakpastian dan risiko yang lebih tinggi dalam operasional. Hal ini dapat menyebabkan kesulitan dalam mengidentifikasi masalah, menanggapi perubahan kondisi pasar, atau mengelola risiko yang berpotensi.

Fenomena tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi PT. Berkat Logistic Papua dalam menyusun strategi pengembangan bisnis yang tepat. Apabila tantangan tersebut tidak dapat diatasi dengan baik maka dapat berakibat pada pertumbuhan perusahaan yang kurang signifikan. Kondisi tersebut membuat PT. Berkat Logistic Papua membutuhkan strategi yang tepat dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Maka dengan ini, peneliti akan melakukan penelitian mengenai *Business Model Canvas* pada PT. Berkat Logistic Papua yang berlokasi di Jayapura.

LANDASAN TEORI

Manajemen Strategi

Menurut David et al., manajemen strategi adalah seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membantu organisasi mencapai tujuannya. Dalam konteks ini, manajemen strategi difokuskan pada integrasi fungsi manajemen, pemasaran, keuangan, akuntansi, operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional. Dengan demikian, manajemen strategi dapat diartikan sebagai aktivitas dalam mengoptimalkan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan organisasi dan penciptaan peluang baru serta perencanaan jangka panjang (David et al., 2023)

Business Model Canvas

Model bisnis digunakan untuk menggambarkan elemen-elemen utama dalam suatu bisnis, termasuk strategi organisasi, struktur organisasi, dan proses operasional. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010), model bisnis adalah representasi visual dari strategi bisnis yang menunjukkan cara sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Dalam model bisnis, strategi diimplementasikan melalui sistem, proses, dan struktur organisasi.

Business Model Canvas adalah representasi visual yang digunakan untuk menganalisis, mengevaluasi, dan mengubah model bisnis suatu perusahaan (Osterwalder dan Pigneur dalam (Iskandar, 2021)). *Business Model Canvas* akan membantu perusahaan untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki dan mengidentifikasi peluang, sambil secara teratur mengevaluasi kelemahan yang muncul. Tujuan utama dari *Business Model Canvas* adalah untuk mengenalkan metode umum yang digunakan dalam meninjau model bisnis yang sedang diimplementasikan oleh suatu perusahaan (Osterwalder dan Pigneur dalam (Iskandar, 2021)). *Business Model*

Canvas adalah suatu kerangka kerja yang terdiri dari sembilan blok yang saling terkait dan membentuk satu kesatuan. Osterwalder dan Pigneur mengatakan bahwa model bisnis dapat secara efektif diuraikan melalui sembilan elemen dasar yang membentuk kerangka kerja, yang menunjukkan cara sebuah perusahaan menghasilkan pendapatan. Sembilan elemen ini mencakup empat aspek inti bisnis: pelanggan, penawaran, infrastruktur organisasi, proses, dan sistem (Carter & Carter, 2020).

Analisis SWOT pada Elemen Business Model Canvas

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) banyak pengusaha mengenal analisis SWOT yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan suatu organisasi serta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin ada. Ketika SWOT dikombinasikan dengan *Business Model Canvas*, penilaian SWOT bisa lebih terfokus dan membantu dalam mengevaluasi model bisnis beserta komponennya dengan lebih mendalam. Analisis SWOT merupakan instrumen yang efektif dalam membantu perusahaan menghasilkan berbagai alternatif strategi. Komponen-komponen dari analisis SWOT meliputi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threat*). Penjelasan lebih lanjut dapat diberikan sebagai berikut:

1. *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan merujuk pada efektifitas pemanfaatan dan pengelolaan potensi atau sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan adalah keterbatasan atau ketidakmampuan sumber daya dalam sebuah perusahaan yang dapat menghalangi pencapaian tujuan perusahaan.

3. *Opportunities* (Peluang)

Peluang adalah potensi yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya dan berasal dari lingkungan eksternal.

4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman merujuk pada situasi di lingkungan umum yang tidak mendukung atau dapat mengganggu upaya perusahaan dalam mencapai keunggulan strategisnya.

Dari deskripsi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dibuat matriks SWOT untuk mendapatkan strategi bisnis pengembangan bisnis.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk memahami dan mengeksplorasi makna dari sejumlah individu atau kelompok terkait dengan masalah sosial. Pendekatan kualitatif memungkinkan penelitian terhadap berbagai aspek kehidupan sosial, fenomena, masalah sosial, sejarah, dan lainnya (Creswell & Creswell, 2018). Dalam hal ini, studi kasus digunakan untuk menyelidiki peristiwa, situasi, atau kondisi sosial tertentu, dengan tujuan memberikan wawasan dan pengetahuan untuk menjelaskan situasi dan kondisi tersebut (Santoso, 2022).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi-terstruktur, yang merupakan jenis wawancara dalam kategori *in depth interview* dengan mewawancarai empat narasumber yaitu: Sefrin (direktur), Ola (karyawan administrasi masa kerja tiga tahun), Nining (pelanggan *refeer* ayam selama enam tahun), Lea (pelanggan bahan sembako selama tiga tahun).

Metode keabsahan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Dengan menggunakan triangulasi, peneliti menggabungkan berbagai sumber dan teori untuk menghasilkan bukti yang konsisten dan kuat (Creswell & Creswell, 2018).

Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, deskripsi *Business Model Canvas*, melakukan identifikasi dan membuat matriks SWOT, dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat di deskripsikan *Business Model Canvas* di PT. Berkat Logistic Papua sebagai berikut:

1. Aspek *Customer Segment* pada PT. Berkat Logistic Papua yaitu *business to business* (B2B) dimana PT. Berkat Logistic Papua melayani beragam jenis pelanggan dengan berbagai kebutuhan logistik di Jayapura. Karakteristik dan kebutuhan pelanggan PT. Berkat Logistic Papua bervariasi tergantung pada jenis barang yang dikirim dan permintaan pelanggan. Tingkat perpindahan pelanggan di PT. Berkat Logistic Papua dalam enam bulan terakhir relatif stabil, dengan hanya sedikit pelanggan yang berpindah ke jasa logistik lain karena harga lebih murah dan kualitas layanannya dapat dipercaya.
2. Aspek *Value Proposition* pada PT. Berkat Logistic Papua sampai saat ini, PT. Berkat Logistic Papua selalu memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan dengan baik. PT. Berkat Logistic Papua menekankan komitmen untuk mengantarkan barang sesuai permintaan pelanggan, meskipun terkadang terdapat kendala seperti permintaan pelanggan secara bersamaan dan PT. Berkat Logistic Papua memiliki keterbatasan armada transportasi, tetapi berusaha untuk memenuhi permintaan pelanggan. Tingkat permintaan kustomisasi di PT. Berkat Logistic Papua tergolong tinggi sesuai dengan permintaan pelanggan. Harga layanan yang diberikan PT. Berkat Logistic Papua semuanya relatif sama. Akan tetapi ada beberapa kategori barang yang memang harganya berbeda dari jenis

barang yang lain, karena lebih diutamakan dan bersifat *emergency*. Apabila terjadi kehilangan barang, sebagian besar berasal dari kelalaian dalam proses perhitungan barang sehingga terjadi kesalahan pengetikan dalam dokumen yang menyebabkan ketidaksesuaian antara jumlah barang yang tercatat dan yang sebenarnya ada. Penyebab utama kesalahan ini adalah kelalaian dari pihak pengirim. Untuk dapat membuktikan hal tersebut, dapat dilihat dari segel kontainer yang menjadi bukti hukum dimana proses ini disaksikan oleh kepala pemilik barang atau salah satu perwakilan, serta pihak pelayaran dan ekspedisi. Kemudian tanda tangan bersama untuk memvalidasi proses tersebut. Selain itu, untuk mengurangi risiko kehilangan atau kerusakan barang selama proses pengiriman PT. Berkat Logistic Papua membuat asuransi agar apabila terjadi risiko bisa di *cover*. Dalam menyediakan layanan yang mudah di akses serta mengurangi risiko pelanggan, PT. Berkat Logistic Papua melakukan upaya dengan memiliki karyawan, serta memilih buruh yang mampu bertanggung jawab dan menyelesaikan pekerjaannya. PT. Berkat Logistic Papua menawarkan layanan yang mudah diakses oleh pelanggan dan menjaga kenyamanan serta kemudahan bagi pelanggan dalam menggunakan layanannya, dengan berkomunikasi dengan pelanggan untuk memastikan kepuasan dan keselamatan dalam pengiriman barang.

3. Aspek *Channel* pada PT. Berkat Logistic Papua menggunakan beberapa saluran yang efektif untuk berkomunikasi yaitu, melalui *whatsapp*, *email*, telepon. Selain itu, saluran distribusi di PT. Berkat Logistic Papua melibatkan karyawan, supir lapangan, pelanggan, pihak Pelindo, serta jasa ekspedisi transportasi darat dan laut lainnya. Jaringan distribusi dari PT. Berkat Logistic Papua mencakup seluruh wilayah Indonesia, dari Sabang hingga Merauke dengan menjalin perjanjian komitmen dengan pihak-pihak terkait. Perjanjian ini dibangun melalui argumentasi dan pembicaraan awal yang matang, memastikan bahwa setiap pihak memahami dan setuju. PT. Berkat Logistic Papua menghadapi beberapa kendala dalam melakukan distribusi ke pelanggan. Salah satu tantangan utamanya adalah manajemen waktu, terutama ketika permintaan pengiriman dari pelanggan datang bersamaan. Dengan hanya memiliki tiga armada transportasi, PT. Berkat Logistic Papua mengatur strategi dengan menyewa armada transportasi dari luar dan berkomunikasi dengan pelanggan mengenai situasi tersebut.
4. Aspek *Customer Relationship* pada PT. Berkat Logistic Papua dengan menugaskan karyawan khusus untuk membantu pelanggan secara perorangan dalam mengawasi dan menghitung barang, memastikan keakuratan dan efisiensi dalam setiap proses pengiriman barang ke pelanggan. Ketika terjadi komplain PT. Berkat Logistic Papua langsung mencari solusi dan memperbaikinya. PT. Berkat Logistic Papua sangat responsif dalam berkomunikasi dengan pelanggan khususnya untuk memberitahukan situasi di lapangan. Untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan, pihak perusahaan menanyakan umpan balik mengenai layanan yang telah diberikan, dan mencari tahu area yang perlu diperbaiki dan

- ditingkatkan. Selain itu PT. Berkat Logistic Papua juga memberikan *reward* kepada pelanggan yang loyal seperti *hampers*, diskon, untuk mempererat hubungan baik dan memastikan kepuasan dan loyalitas pelanggan. PT. Berkat Logistic Papua membangun koneksi yang kuat dengan pelanggan melalui layanan pelanggan langsung, kontrak jangka panjang, dan kerja sama dengan perusahaan lain.
5. Aspek *Revenue Streams* pada PT. Berkat Logistic Papua berasal dari jasa ekspedisi, terutama di bidang Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL). Pendapatan perusahaan ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu transaksi sekali pembayaran dan transaksi berulang. Pendapatan dari transaksi sekali pembayaran biasanya berasal dari pelanggan tidak tetap, seperti perusahaan atau individu yang hanya menggunakan jasa ekspedisi untuk kebutuhan sesaat, misalnya saat pindah ke luar kota. Setelah transaksi selesai, hubungan finansial dengan pelanggan tersebut berakhir. Sebaliknya, pendapatan berulang berasal dari pelanggan tetap yang secara terus-menerus menggunakan jasa PT. Berkat Logistic Papua. Dalam perbandingan antara pendapatan berulang dan pendapatan transaksi tunggal, PT. Berkat Logistic Papua mendapatkan lebih banyak pendapatan dari pelanggan tetap yang memberikan kontribusi berulang, sementara pendapatan dari transaksi sekali bayar, cenderung lebih jarang. Selain itu, ada perbedaan dalam aliran pendapatan berdasarkan jenis layanan yang diminta, jenis pelanggan, dan wilayah pengiriman.
 6. Aspek *Key Resource* pada PT. Berkat Logistic Papua yaitu sumber daya manusia, modal finansial, dan fisik berupa armada transportasi. Dalam pengelolaannya, PT. Berkat Logistic Papua mengikuti standarisasi yang ditetapkan oleh Pelindo, dan memastikan bahwa semua prosedur operasional sesuai dengan regulasi yang berlaku. Meskipun mengikuti standarisasi yang ditetapkan oleh Pelindo, pemilik tetap aktif dalam mengikuti perkembangan industri ekspedisi jasa transportasi darat dan laut, sehingga pemilik dapat membimbing, dan meningkatkan kemampuan tenaga kerja agar sesuai dengan kebutuhan operasional. Sehingga PT. Berkat Logistic Papua tidak hanya mematuhi prosedur yang diberikan oleh Pelindo, namun berfokus juga pada peningkatan efisiensi dan keunggulan dalam pelayanan jasa kepada pelanggan, yang dihasilkan melalui pengelolaan sumber daya yang optimal.
 7. Aspek *Key Activities* pada PT. Berkat Logistic Papua dalam menyediakan layanan jasa kepada pelanggan meliputi bongkar muat barang, pengisian barang ke dalam kontainer dan pengantaran barang kepada pelanggan. Proses penyediaan layanan dimulai dari penerimaan barang di pelabuhan Jayapura. Langkah pertama mempersiapkan dokumen, yang mencakup administrasi yang diperlukan hingga kapal tiba. Selanjutnya, perusahaan mengurus pembayaran tarif pelabuhan dan menyediakan kendaraan serta kontainer untuk pengangkutan barang. Setelah barang siap, proses bongkar muat dilakukan di pelabuhan, kemudian pihak admin menghubungi penerima barang untuk mengkonfirmasi apakah penerima berada ditempat dan siap menerima barang tersebut. Setelah mendapat konfirmasi, kemudian di antarkan ke lokasi pelanggan. Pada tahap akhir barang yang sudah diantar ke pelanggan,

- ditanda tangani setiap dokumen tanda kelengkapan barang, serta berita acara sebagai bukti pengiriman barang pelanggan harus dikembalikan ke pihak PT. Berkat Logistic Papua untuk dibuatkan *invoice*.
8. Aspek *Key Partnership* pada PT. Berkat Logistic Papua saat ini menjalin kemitraan dengan Pelindo, pihak ekspedisi lain dan juga pelanggan dalam menjalankan operasional perusahaan.
 9. Aspek *Cost Structure* pada PT. Berkat Logistic Papua mencakup berbagai komponen yang dapat diprediksi dan tidak terprediksi. Biaya tidak terprediksi seringkali muncul akibat kerusakan kendaraan, seperti pecahnya ban atau kebutuhan *service* yang mendadak lainnya, permintaan pelanggan yang bersamaan sehingga memakai buruh luar, kerusakan barang pelanggan. Komponen biaya tetap di PT. Berkat Logistic Papua meliputi, pajak, air, listrik, wifi, pulsa hp, mesin kendaraan, biaya kapal, biaya kebutuhan administrasi kantor, serta gaji karyawan, *THC, Do Lolo*. Sedangkan biaya variabel mencakup perawatan kendaraan, kerusakan barang, pembelian bahan bakar, buruh, klaim ganti rugi, perbaikan komputer, biaya dokumen.

Sesuai dengan teori *Business Model Canvas* dari Osterwalder & Pigneur (2010) dapat dibuat representasi visual sebagai berikut:

Key Partners a) Pelindo b) Ekspedisi lain c) Pelanggan	Key Activities a) <i>Dooring/delivery</i> . b) <i>Stripping</i> .	Value Propositions a) Responsif dalam berkomunikasi. b) Performa pekerjaan dengan hasil yang baik. c) Pelayanan dan pengiriman barang yang cepat. d) Terdapat <i>personal assistance</i> .	Customer Relationship a) Pemberian diskon. b) Melakukan aktivitas olahraga bersama. c) Memberikan kualitas layanan yang baik.	Customer Segments a) <i>Business to Business</i> (B2B).
	Key Resource a) Modal finansial. b) Sumber Daya Manusia. c) Armada Transportasi seperti tronton.		Channels a) Langsung (<i>door to door</i>). b) Telepon, <i>email</i> , <i>Whatsapp</i> .	
Cost Structure a) Biaya variabel (bahan bakar, buruh, perawatan armada transportasi, klaim ganti rugi, dokumen, <i>maintenance</i> komputer). b) Biaya tetap (gaji karyawan, pajak, biaya air, listrik, pulsa, <i>THC, Do Lolo</i> , administrasi).		Revenue Streams a) Jasa pengiriman barang menggunakan transportasi darat dan laut.		

Gambar 1.1 Hasil Analisis Business Model Canvas

Sumber: Data diolah (2024)

Dari data yang telah dikumpulkan diketahui kekuatan (*strength*) PT. Berkat Logistic Papua kualitas pelayanan administrasi tergolong mudah, cepat, dan aman, dan adanya *personal assistance* untuk mengawasi barang milik pelanggan. Kelemahannya (*weakness*) yaitu kekurangan armada. Peluang (*opportunity*) yaitu, kemajuan teknologi seperti fitur *Whatsapp*, dan tersedia jasa penyewaan armada transportasi. Ancaman

(*threats*) di perusahaan yaitu, tersedia layanan ekspedisi lain dengan modal yang besar. Kemudian dilakukan analisis SWOT dalam bentuk matriks sebagai berikut:

Tabel 1.1, Matriks SWOT PT. Berkat Logistic Papua

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
	1. Kualitas pelayanan administrasi tergolong mudah, cepat, dan aman. 2. Adanya <i>personal assistance</i> untuk mengawasi barang milik pelanggan.	1. Kekurangan armada.
Opportunity 1. Kemajuan teknologi seperti fitur <i>Whatsapp</i> . 2. Tersedia jasa penyewaan armada transportasi.	Strategi (Strength-Opportunity) 1. Memanfaatkan teknologi dengan menghadirkan fitur <i>quick replies</i> 24 jam dan <i>website</i> yang akan memudahkan admin dan pelanggan. 2. Memperluas jangkauan layanan ke wilayah Papua.	Strategi (Weakness-Opportunity) 1. Menjalin kerja sama dengan penyedia sewa armada.
Threats 1. Tersedia layanan ekspedisi lain dengan modal yang besar.	Strategi (Strength-Threats) 1. Memberikan jaminan bahwa barang akan sampai dengan aman karena memiliki <i>personal assistance</i> yang mengawasi selama proses pengiriman barang ke pelanggan.	Strategi (Weakness-Threats) 1. Berkolaborasi dengan jasa ekspedisi lain.

Berdasarkan matriks SWOT pada *Business Model Canvas* (BMC) di atas, maka diperoleh beberapa strategi yang dapat digunakan oleh PT. Berkat Logistic Papua sebagai berikut.

1. Memberikan jaminan bahwa barang akan sampai dengan aman karena memiliki *personal assistance* yang mengawasi selama proses pengiriman barang ke pelanggan.
2. Berkolaborasi dengan jasa ekspedisi lain dengan menggunakan *memorandum of understanding* (MoU) yang akan disepakati bersama antar kedua belah pihak.
3. Memperluas wilayah jangkauan ke level regional di daerah Papua yaitu kota Sorong, Merauke, Nabire, Manokwari, Biak.
4. Menjalin kerja sama dengan penyedia sewa armada dengan tujuan membantu perusahaan dalam situasi darurat atau pada saat armada di perusahaan tidak mencukupi, sehingga dapat memastikan kelancaran layanan kepada pelanggan.

5. Memanfaatkan teknologi dengan menggunakan *Whatsapp* dimana didalamnya terdapat fitur *quick replies* 24 jam yang akan memudahkan admin dan pelanggan dalam berkomunikasi.

Hasil strategi dari poin 1-2 merupakan strategi jangka pendek karena dapat dilakukan secara langsung untuk menangani lonjakan permintaan, keterbatasan armada, dan meningkatkan efisiensi operasional, serta penetapan prosedur keamanan yang tepat untuk setiap barang. Dengan adanya biaya asuransi ini memberikan keuntungan bagi perusahaan, serta harga ekspedisi yang lebih kompetitif dibandingkan dengan para kompetitor. Poin 3 merupakan strategi jangka panjang, karena membutuhkan perencanaan, sumber daya, dan waktu yang panjang untuk diimplementasikan. Poin 4 dan 5 merupakan strategi jangka pendek, karena bermanfaat untuk mengatasi keterbatasan armada perusahaan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijalankan, maka implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh PT. Berkat Logistic Papua adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan PT. Berkat Logistic Papua memberikan jaminan bahwa barang akan sampai dengan aman karena memiliki *personal assistance* yang mengawasi selama proses bongkar muat dan pengiriman barang ke pelanggan, dengan memilih karyawan yang kompeten untuk menerapkan protokol keamanan ketat dengan tujuan melindungi barang selama proses pengiriman termasuk asuransi barang.
2. PT. Berkat Logistic Papua diharapkan segera memanfaatkan peluang yang tersedia dengan berkolaborasi dengan perusahaan ekspedisi besar yang sudah memiliki jaringan yang luas, dimana PT. Berkat Logistic Papua akan menjadi bagian dari ekspedisi tersebut. Namun, ketika bekerja sama dengan perusahaan ekspedisi yang kecil, PT. Berkat Logistic Papua akan menjadi perusahaan utama dan ekspedisi yang kecil tersebut akan menjadi subnya. Serta PT. Berkat Logistic Papua dapat menjalin kerja sama dengan penyedia sewa armada, untuk memenuhi kebutuhan operasional, efisiensi pengiriman, dan memastikan kelancaran dalam proses bongkar muat dan *delivery* ke pelanggan.
3. Diharapkan PT. Berkat Logistic Papua dapat memperluas layanan jangkauan ke wilayah Papua, sehingga dapat memenuhi sektor bisnis seperti pertanian, manufaktur, pertambangan yang beroperasi di berbagai daerah di Papua.
4. Untuk memudahkan pelanggan dan admin di PT. Berkat Logistic Papua dapat memanfaatkan teknologi berupa *Whatsapp* dimana terdapat fitur *quick replies* 24 jam. Hal ini dilakukan untuk memastikan kenyamanan dan fleksibilitas bagi admin dan pelanggan melalui respon cepat.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa PT. Berkat Logistic Papua menggunakan strategi bisnis yang kuat berdasarkan *Business Model Canvas* yang mencakup sembilan elemen utama. Perusahaan ini melayani berbagai segmen pelanggan di Jayapura dengan menawarkan nilai utama berupa ketepatan waktu pengiriman dan layanan yang disesuaikan. Komunikasi dengan pelanggan dilakukan melalui berbagai saluran, termasuk telepon, *WhatsApp*, dan *e-mail*. PT. Berkat Logistic Papua menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui respons cepat terhadap komplain dan personalisasi layanan, serta mendapatkan pendapatan dari jasa ekspedisi dengan mayoritas dari pelanggan tetap. Sumber daya utama perusahaan meliputi karyawan, modal finansial, dan armada transportasi, dengan aktivitas inti mencakup bongkar muat barang dan pengantaran. Kemitraan dengan operasional pelabuhan dan ekspedisi lain juga penting. Struktur biaya mencakup biaya tetap seperti gaji dan pajak, serta biaya variabel seperti perawatan kendaraan. Melalui analisis SWOT, strategi yang tepat untuk perusahaan ini meliputi jaminan pengiriman aman, kolaborasi dengan jasa ekspedisi lain, perluasan layanan ke wilayah Papua, dan pemanfaatan teknologi *WhatsApp* untuk meningkatkan efisiensi komunikasi.

DAFTAR REFERENSI

- Carter, M., & Carter, C. (2020). The creative business model canvas. *Social Enterprise Journal*, 16(2), 141–158. <https://doi.org/10.1108/SEJ-03-2019-0018>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. *SAGE Publication*.52, 314-322, 332-356.
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2023). *Strategic management: Concepts and cases: competitive advantage approach* (Seventeenth edition, global edition). Pearson.
- Dewi, R., Pitri, P., Siregar, I., & Purnomo, B. (2023). Kontribusi Pelabuhan Talang Duku Terhadap Sektor Perekonomian Masyarakat Kabupaten Muaro Jambi. *Journal of Indonesian History*, 11(1), 1–9. <https://doi.org/10.15294/jih.v11i1.67506>
- Iskandar, Y. (2021). Strategic Business Development of Polosan Mas Ibing with The Business Model Canvas Approach. *Business and Management Research*, 207.
- Kadarisman, M. (2017). Kebijakan Keselamatan dan Keamanan Maritim Dalam Menunjang Sistem Transportasi Laut. 04(02), 177–192.



JURNAL SAGA

(JURNAL ILMU SOSIAL, EKONOMI, HUKUM, PENDIDIKAN DAN HUMANIORA)

- Lambonan, J. E. (2020). Penanggulangan Pencemaran Lingkungan Laut Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2014 Tentang Kelautan. *Lex Et Societatis*, 8(2). <https://doi.org/10.35796/les.v8i2.28494>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley. 17-44, 216-223.
- Santoso, T. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. CV. Saga Jawadwipa Pustaka Saga.157