TUGAS AKHIR – KS141501

PEMETAAN MODEL BISNIS *PLATFORM ONLINE* JUAL BELI MOBIL DI INDONESIA MENGGUNAKAN *PLATFORM DESIGN TOOLKIT*

MAPPING THE BUSINESS MODELS OF ONLINE PLATFORMS OF CAR TRADING USING PLATFORM DESIGN TOOLKIT

RIZQI RAMADHAN
NRP 05211440000139

Dosen Pembimbing
Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc.
Amna Shifia Nisafani, S.Kom., M.Sc.

DEPARTEMEN SISTEM IN*FORMA*SI
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2018

TUGAS AKHIR - KS141501

PEMETAAN MODEL BISNIS *PLATFORM ONLINE* JUAL BELI MOBIL DI INDONESIA MENGGUNAKAN *PLATFORM DESIGN TOOLKIT*

RIZQI RAMADHAN
NRP 05211440000139

Dosen Pembimbing
Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc.
Amna Shifia Nisafani, S.Kom., M.Sc.

DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2018

FINAL PROJECT – KS141501

MAPPING THE BUSINESS MODELS OF ONLINE PLATFORMS OF CAR TRADING USING PLATFORM DESIGN TOOLKIT

RIZQI RAMADHAN
NRP 05211440000139

Supervisor
Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc.
Amna Shifia Nisafani, S.Kom., M.Sc.

INFORMATION SYSTEMS DEPARTEMENT
Faculty of Information and Communication Technology (ICT)
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2018

LEMBAR PENGESAHAN

PEMETAAN MODEL BISNIS PLATFORM ONLINE JUAL BELI MOBIL DI INDONESIA MENGGUNAKAN PLATFORM DESIGN TOOLKIT

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer
pada
Departemen Sistem Informasi
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

RIZQI RAMADHAN
NRP 05211440000139

Surabaya, Juli 2018

KEPALA
DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI

Dr. Ir. Aris Tjahyanto, M.Kom
NIP 196503101991021001

LEMBAR PERSETUJUAN

PEMETAAN MODEL BISNIS PLATFORM ONLINE JUAL BELI MOBIL DI INDONESIA MENGGUNAKAN PLATFORM DESIGN TOOLKIT

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer
pada
Departemen Sistem Informasi
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

RIZQI RAMADHAN
NRP 05211440000139

Disetujui Tim Penguji : Tanggal Ujian : Juli 2018
Periode Wisuda : September 2018

Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc.	**(Pembimbing 1)**
Amna Shifia Nisafani., S.Kom., M.Sc.	**(Pembimbing 2)**
Erma Suryani, S.T., M.T., Ph.D.	**(Penguji 1)**
Andre Parvian Aristio, S.Kom., M.Sc.	**(Penguji 2)**

PEMETAAN MODEL BISNIS *PLATFORM ONLINE* JUAL BELI MOBIL DI INDONESIA MENGGUNAKAN *PLATFORM DESIGN TOOLKIT*

Nama Mahasiswa : Rizqi Ramadhan
NRP : 05211440000139
Departemen : Sistem Informasi FTIF-ITS
Pembimbing 1 : Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc.
Pembimbing 2 : Amna Shifia Nisafani, S.Kom., M.Sc.

ABSTRAK

Seiring meningkatnya pengguna internet di Indonesia, beberapa platform online jual beli mobil mulai bermunculan. Dalam mengembangkan platform, peta model bisnis merupakan hal yang penting. Tanpa memiliki peta model bisnis, sulit mengidentifikasi value dan kelebihan kompetitor sehingga sulit dalam membuat strategi untuk berkembang. Namun sampai saat ini belum ada penelitian mengenai peta model bisnis untuk platform online jual beli mobil.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah memetakan model bisnis dari beberapa platform online jual mobil di Indonesia. Penelitian ini menggunakan Platform Design Toolkit (PDT) untuk memetakan model bisnis sesuai 9 perspektif. Sembilan persepektif tersebut adalah Platform Owner, Stakeholder, Peers, Partners, Transactionss, Channel and Context, Servicess, value Propositions, dan Infrastructure and Core Components. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah peta model bisnis platform online jual beli mobil. Peta model bisnis tersebut diharapkan dapat berguna bagi investor sebagai pertimbangan dalam memilih platform yang mendapatkan modal. Peta model bisnis berguna sebagai acuan ketika hendak mengembangkan model bisnisnya.

Kata kunci : Otomotif, Investasi, Peta Model Bisnis, Platform, Platform Design Toolkit

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

MAPPING THE BUSINESS MODELS OF ONLINE PLATFORMS OF CAR TRADING USING PLATFORM DESIGN TOOLKIT

Nama Mahasiswa : Rizqi Ramadhan
NRP : 05211440000139
Departemen : Sistem Informasi FTIF-ITS
Pembimbing 1 : Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc.
Pembimbing 2 : Amna Shifia Nisafani, S.Kom., M.Sc.

ABSTRACT

Due to the increasing of internet users in Indonesia, some online platform buying and selling cars be founded. To grow the business, business model map is important. Without a business model map it difficult to identify value and advantages of competitors, so it will be difficult in making strategies to grow. But until now, there has been no research of business model maps, especially for online platforms buying and selling cars.

Main objective of this research is to map out the business model of several online platform buying and selling cars in Indonesia. This research will use Platform Design Toolkit (PDT) to map business model according to nine perspectives, Platform Owners, Stakeholder, Peers, Partners, Transactions, Channels and Context, Services, Value Propositions, and Infrastructure and Core Components . Output of this research is a map of the online platform buying and selling cars in Indonesia. The business model map is expected to be useful for investors as a reference when deciding to invest on the platform and useful for Platform Owners as a reference when they want to expand their business.

Keywords : Automotive, Investment, Business Model, Platform, Platform Design Toolkit

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul ***Pemetaan Model Bisnis Platform Online Jual Beli Mobil di Indonesia Menggunakan Platform Design Toolkit*** sebagai salah satu syarat kelulusan dari Program Sarjana Departemen Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Dalam proses pengerjaan tugas akhir ini telah banyak pihak yang memberikan bantuan, bimbingan, masukan serta dukungan. Sehingga dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala yang senantiasa memberikan rahmat Karunia-Nya.
2. Bapak Ir. Aris Tjahyanto, M. Kom., M. Eng. selaku Ketua Departemen Sistem Informasi dan Bapak Nisfu Asrul Sani, S.Kom, M.Sc selaku dosen Kepala Program Studi S1 Jurusan Sistem Informasi dan dosen wali penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
3. Bapak Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc. dan Ibu Amna Shifia Nisafani, S.Kom., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan saran, dan ilmunya selama pengerjaan tugas akhir.
4. Ibu Erma Suryani, S.T., M.T., Ph.D. dan Bapak Andre Parvian Aristio S.Kom., M.Sc. selaku dosen penguji.
5. Bapak Agus Supriyanto, Ibu Eni Widiyanti, dan Adik An Naastasya Sakina yang tak henti memberikan doa, senantiasa menunggu untuk pulang, dan dukungan agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
6. Candrasa Olga yang senantiasa memberikan dukungan, ilmu, dan saran dalam penyelesaian tugas akhir ini.
7. Teman terdekat penulis selama menjalani perkuliahan, khususnya Maulita, Hanina, dan Warung Squad yang selalu menemani penulis dalam suka dan duka.

8. Teman sedari kecil, Tirantis Juvinda yang juga berjuang bersama untuk lulus tepat waktu.
9. Teman-teman Laboratorium Sistem Enterprise khususnya Pak Arif Wibisono Squad yaitu Ammar, Ninda, Endar, Iqbal, Irma yang berjuang dan berkeluh kesah bersama dalam mengerjakan tugas akhir ini.
10. Seluruh teman-teman Osiris tanpa terkecuali, terima kasih sudah memberi pengalaman kuliah yang sangat berkesan, dan juga terima kasih untuk dukungan dari kalian semua.
11. Lanister, Artemis, 2017, Basket SI, ISE!2016 dan teman-teman lain yang belum dapat disebutkan satu per satu, terimakasih untuk dukungan, doa, dan kebersamaan.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan dalam penulisan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan ilmu pengetahuan.

Surabaya, Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB I
PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian tugas akhir.

1.1 Latar Belakang

Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menyebutkan bahwa pada tahun 2017 triwulan kedua, penanaman modal dalam negeri (PMDN) bagi sektor otomotif meningkat dari triwulan sebelumnya yaitu mencapai 513,8 milyar. Sedangkan untuk penanaman modal asing (PMA), sektor otomotif mendapat investasi kurang lebih sebesar US$ 438 juta [1].

Peningkatan investasi dalam sektor otomotif dikarenakan tingginya permintaan kendaraan bermotor di Indonesia, dan upaya pemerintah dalam mengembangkan industri otomotif. Pada tahun 2017 lalu, Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) mencatat penjualan mobil mencapai 1,07 juta unit [2]. Sedangkan untuk tahun 2018, GAIKINDO menetapkan target penjualan akan kembali meningkat mencapai 1,1 juta unit [3]. Investasi yang didapat dari PMDN dan PMA tersebut dialokasikan untuk proses perancangan, produksi, dan pemasaran otomotif.

We Are Social, sebuah agensi pemasaran sosial, menyebutkan pada bulan Januari 2018 pengguna internet aktif di Indonesia mencapai 132,7 juta warga [4]. Dengan jumlah pengguna internet kurang lebih 132 juta warga, Indonesia menjadi salah satu pasar *online* terbesar di dunia. Hal tersebut juga mempengaruhi semakin marak muncul *platform online* jual beli sebagai wadah pemasaran secara *online*.

Industri otomotif di Indonesia juga mulai melihat peluang melakukan pemasaran secara *online*. Beberapa *platform online* jual beli mobil yang mulai bermunculan menjadi bukti bahwa

industri otomotif mulai memanfaatkan internet untuk melakukan pemasaran. Beberapa contoh *platform online* jual beli mobil yang ada di Indonesia adalah Carmudi, Mobil123, dan Rajamobil [5].

Munculnya beberapa *platform online* jual beli mobil tersebut dianggap sebagai bisnis yang menjanjikan bagi para investor. Mengingat permintaan mobil di Indonesia yang tinggi, dengan adanya *platform online* target pasar yang dituju akan semakin luas. Kemungkinan *platform* tersebut dapat terus berkembang juga semakin besar.

Dalam mengembangkan suatu bisnis, memiliki peta model bisnis merupakan hal yang sangat penting. Tanpa memiliki peta model bisnis, pemilik *platform* akan mengalami kesulitan memahami siapa saja entitas dalam ekosistemnya. Pemilik juga akan sulit memahami apa *value* utama dan *value* tambahan yang berpotensi diberikan oleh *platform*. Selain itu pemilik juga akan kesulitan mengidentifikasi ketika ada transaksi yang dianggap membuat alur kerja menjadi rumit. Apabila pemilik *platform* tidak memiliki peta model bisnis maka akan sulit memahami bagaimana cara mendukung dan memberdayakan entitas dalam ekosistem. Entitas perlu didukung untuk menuju kinerja yang lebih baik guna menghasilkan kualitas dan reputasi yang semakin meningkat bagi *platform* [6–8].

Meskipun peta model bisnis penting untuk dimiliki, hingga saat ini belum ada penelitian mengenai pemetaan model bisnis untuk *platform online* jual beli mobil. Penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan masih secara garis besar yaitu tentang pemetaan model bisnis pada *marketplace* [9]. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas mengenai pemetaan model bisnis pada *platform* khususnya *platform online* jual beli mobil.

Penelitian ini akan menggunakan *Platform Design Toolkit* (PDT) sebagai acuan dalam memetakan model bisnis *platform*. Menurut Simon Cicero, PDT cocok digunakan untuk

memodelkan *multi-sided* dengan berbagai entitas yang memiliki beragam motivasi untuk bergabung. Berbagai entitas yang bergabung dalam *platform* juga memiliki keterlibatan dalam menciptakan suatu nilai, produk, atau jasa [10]. Dalam PDT terdapat 9 perspektif yaitu *Platform Owner*, *Platform Stakeholder*, *Peers*, *Partners*, *Channel and Context*, *Transactions*, *Services*, *Value Propositions*, dan *Infrastructure and Core Components* [10].

Keluaran dari penelitian ini adalah sebuah peta model bisnis yang diharapkan dapat berguna bagi pemilik *platform*, dan bagi investor. Dengan peta model bisnis ini, pemilik *platform* dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dari kompetitor. Selain itu peta model bisnis ini juga berguna untuk memudahkan dalam mengidentifikasi layanan, interaksi, dan sumber daya yang terlibat [7]. Sedangkan untuk investor, peta model bisnis *platform online* jual beli mobil ini akan berguna sebagai pertimbangan ketika hendak melakukan investasi. Investor dapat memilih *platform* mana yang model bisnisnya sesuai dan layak untuk mendapatkan modal untuk berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka rumusan masalah akan diselesaikan dalam tugas akhir ini adalah bagaimana peta model bisnis *platform online* jual beli mobil menggunakan *Platform Design Toolkit*?

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah tersebut di atas, maka batasan dalam tugas akhir ini adalah *platform* yang digunakan sebagai objek penelitian berusia minimal 1 tahun.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah dijelaskan, tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk membuat peta model

bisnis *platform online* jual beli mobil yang ada di Indonesia sesuai *Platform Design Toolkit*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan penulisan tugas akhir ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu :

1. Bagi Institusi Pendidikan, manfaat dari tugas akhir ini adalah memberi gambaran umum dari pemodelan *platform online* jual beli mobil menggunakan *Platform Design Toolkit*.
2. Bagi Perusahaan Pengembang, tugas akhir ini bermanfaat untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kompetitor. Serta sebagai acuan dalam mengembangkan *platform online* jual beli mobil.
3. Bagi Investor, tugas akhir ini dapat bermanfaat ketika membuat keputusan dalam mempertimbangkan *platform* mana yang akan menerima investasi.

1.6 Relevansi

Gambar 1.1 merupakan kerangka kerja Laboratorium Sistem Enterprise (SE), acuan dalam pengerjaan tugas akhir ini.

Gambar 1.1 Relevansi Laboratorium Sistem Enterprise

Pada Laboratorium Sistem Enterprise (SE) terdapat 4 topik utama yaitu *Customer Relationship Management* (CRM), *Enterprise Resource Planning* (ERP), *Supply Chain Management* (SCM), dan *Business Process Management* (BPM). Tugas akhir ini berkaitan dengan mata kuliah Desain dan Manajemen Proses Bisnis dan Manajemen Organisasi.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai dasar teori yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian tugas akhir ini. Selain itu juga akan menjelaskan mengenai beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki topik serupa.

2.1 Studi Sebelumnya

Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki topik serupa dengan tugas akhir ini dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya

Judul	Gambaran Umum Penelitian	Keterkaitan dengan Penelitian
Understanding Platform Business Models: a Mixed Methods of Marketplaces [11]	Penelitian ini melakukan analisis pada beberapa *marketplace* sesuai dengan model bisnis masing-masing. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dilakukan dengan pendekatan konten analisis dan pengkodean biner. Data yang sudah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan cara *clustering.*	Keterkaitan penelitian dengan tugas akhir ini adalah memiliki tujuan yang sama yaitu menganalisis model bisnis dari beberapa p*latform.*
An Analysis of Business Models in Public Services Platforms [12]	Penelitian ini melakukan pemetaan model bisnis pada 14 *Platform* Layanan Publik (PSP). Model bisnis dipetakan menjadi 4 perspektif yaitu *Value Propositions, Structure, Network, Financing.* Pengambilan data dilakukan dengan metode wawancara dengan perwakilan penyedia *platform.*	Keterkaitan penelitian dengan tugas akhir ini adalah juga melakukan pemetaan model bisnis. Namun objek dan perspektif yang digunakan berbeda.

Judul	Gambaran Umum Penelitian	Keterkaitan dengan Penelitian
Mapping Out the Sharing Economy: A Configurational Approach to Sharing Business Modeling [13]	Penelitian ini melakukan penilaian model bisnis dari 36 perusahaan *sharing economy*. Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang berisi 7 dimensi model bisnis yaitu *Platform for Collaboration, Under-Utilitized Resource, Peer-to-*Peers*Interaction, Collaborative Government, Mission Driven, Alternatife Funding,* dan *Technologi Reliance*. Metode yang digunakan adalah *Fuzzy Set Qualitative Comparative Analysis (fs/QCA).*	Keterkaitan penelitian dengan tugas akhir ini adalah melakukan pemetaan model bisnis namun dengan objek yang berbeda yaitu perusahaan *sharing economy*. Namun perspektif yang digunakan berbeda yaitu penelitian ini menggunakan 7 dimensi model bisnis *sharing economy*.
Two-sided Internet Platforms: A Business Model Lifecycle Perspective [14]	Penelitian ini menganalisis perkembangan strategi pemasaran dan model bisnis dari *platform* multi dimensi. Dalam model ini, internet merupakan salah satu sumber daya yang melibatkan konsumen dan mitra bisnis dalam menciptakan *value* dalam model bisnis multi dimensi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Five Business Modeling Stages* untuk menunjukkan pola evolusi dari model bisnis *platform* multi dimensi.	Keterkaitan dengan tugas akhir ini adalah melakukan analisis yang sama yaitu terkait *platform* multi dimensi. Namun pada penelitian ini menggunakan metode analisis yang berbeda yaitu menggunakan *Five Business Modeling Stages*.

Judul	Gambaran Umum Penelitian	Keterkaitan dengan Penelitian
Analisis Perbandingan Model Bisnis *Platform Crowdfunding* di Indonesia dengan Menggunakan *Platform Design Toolkit* [15]	Penelitian ini melakukan identifikasi model bisnis kemudia membandingkan model bisnis *platform crowdfunding* yang ada di Indonesia. Penelitian ini mengacu pada *framework Platform Design Toolkit* dengan 9 perspektif yang digunakan untuk mengidentifikasi model bisnis.	Keterkaitan dengan tugas akhir ini adalah analisis yang dilakukan menggunakan *framework* yang sama yaitu *Platform Design Toolkit*. Namun objek yang diteliti berbeda, pada penelitian ini *platform* yang diteliti adalah *platform crowdfunding*.

2.2 Dasar Teori

2.2.1 *Platform*

Platform merupakan struktur tata kelola yang menentukan aktor siapa saja yang berpartisipasi, peran aktor, bagaimana cara aktor berinteraksi, bagaimana menyelesaikan masalah dan suatu set protokol yang digunakan untuk memfasilitasi hubungan, koordinasi dan kolaborasi [7].

Dalam penelitian ini, *platform* adalah sebuah model bisnis yang mempertemukan *producers* dan *consumers* untuk dapat berinteraksi dan bertukar informasi melalui sebuah infrastuktur yang menyatukan antar keduanya [16].

2.2.2 *Platform Design Toolkit*

Pada tahun 2013 Simon Cirero membuat *Platform Design Toolkit* yang merupakan hasil modifikasi dari *Business Model Canvas* buatan Alexander Ostwalder. Pembuatan *Platform Design Toolkit* ini dilakukan karena *Business Model Canvas* tidak dapat memodelkan *multi-sided* dan *ecosystem based* [10].

Platform Design Toolkit membantu mengidentifikasi layanan, *channels*, transaksi dan berbagai perspektif lainnya. Berikut adalah 9 perspektif yang terdapat dalam *Platform Design Toolkit*.

2.2.2.1 Platform Owner

Perspektif *Platform Owner* merupakan entitas yang mempunyai visi atas realisasi pasar dan juga yang bertanggung jawab atas keberadaan *platform* tersebut. Entitas ini dapat berisi organisasi *non-profit, foundation* ataupun organisasi terstruktur [17]. Contoh dari *Platform Owner* dapat dilihat pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2 Contoh *Platform Owner*

Platform Owner	
Contoh	Airbnb, Apple, Google, TripAdvisor, Wordpress

2.2.2.2 Platform Stakeholder

Perspektif *Platform Stakeholder* berisi entitas yang memiliki peran dalam kesuksesan atau kegagalan *platform*, yang mengatur hubungan *platform* dengan pihak eksternal, dan yang mengatur *platform governance*. Entitas *Platform Stakeholder* akan terkena dampak positif atau negatif secara langsung dari *platform* [17]. Contoh dari *Platform Stakeholder* dapat dilihat pada Tabel 2.3.

Tabel 2.3 Contoh *Platform Stakeholder*

Platform Stakeholder	
Contoh	Pemerintah, *Holding Group*, Asosiasi Profesional

2.2.2.3 Peers

Perspektif *Peers* berisi individu atau usaha kecil menengah yang berperilaku sebagai entitas tunggal. Entitas tersebut memiliki tujuan khusus yang harus dipenuhi dalam *Platform Value Proposition* [17].

1. *Peers Consumers* berisi entitas yang tertarik untuk mengkonsumsi, memanfaatkan, mengakses *value* dari *platform*. *Peers Consumers* biasa disebut sebagai pengguna [17]. Contoh dari *Peers Consumers* dapat dilihat pada Tabel 2.4.

Tabel 2.4 Contoh *Peers Consumers*

Peers Consumers	
Contoh	Guest Airbnb, Blogger Wordpress

2. *Peers Producers* berisi entitas yang tertarik untuk menambahkan atau menciptakan *value* pada sebuah *platform*. Seringkali *Peers* dapat berperilaku sebagai *producers* dan *consumers* dalam fase yang berbeda [17]. Tabel 2.5 merupakan contoh dari *Peers Producers*.

Tabel 2.5 Contoh *Peers Producers*

Peers Producers	
Contoh	Host Airbnb, Apple Developer, AngelList Startups

2.2.2.4 Partners

Prespektif *Partners* berisi entitas profesional, yang ikut serta menciptakan *value* tambahan yang lebih maksimal dan profesional serta berkolaborasi dengan pemilik *platform* [17]. Contoh dari *Partners* dapat dilihat pada Tabel 2.6.

Tabel 2.6 Contoh *Partners*

Partners	
Contoh	Airbnb Superhosts, Wordpress Cloud *services* providers, Wordpress theme developers

2.2.2.5 Transactions

Perspektif *Transactions* merupakan kegiatan pertukaran antar *Peers* atau *Partners* melalui *platform*. Pertukaran yang dilakukan bisa meliputi pertukaran kepemilikan suatu aset, atau

intangible seperti reputasi, kepercayaan [17]. Contoh dari *Transactions* dapat dilihat pada Tabel 2.7.

Tabel 2.7 Contoh *Transactions*

Transactions	
Contoh	Memesan kamar pada Airbnb, Membeli aplikasi pada Apple Store, Memberi feedback pada pengemudi transportasi *online*

2.2.2.6 Channel and Context

Transaksi dapat terjadi dalam konteks informal (*context*) atau dalam tempat yang dirancang dan lebih terkontrol (*channel*). *Channel* harus dirancang sesuai fase sub-transaksi yang terjadi agar transaksi lebih mudah dan dapat berjalan lancar [17]. Contoh dari *Channel and Context* dapat dilihat pada Tabel 2.8.

Tabel 2.8 Contoh *Channel and Context*

Channel and Context	
Contoh	Apple Store, Airbnb Mobile Application

2.2.2.7 Services

Services disediakan oleh *platform* guna mendukung peningkatan kinerja peserta dari entitas producers dan memberi pengalaman untuk menikmati *value* bagi *consumers* melalui *platform* [17]. *Services* terbagi menjadi 3 kategori sesuai entitas yang didukung yaitu,

1. *Enabling Services* merupakan layanan yang ditargetkan untuk membantu *Partners* dalam menghasilkan *value* atau mendapatkan pasar baru [17]. Contoh dari *Enabling Services* dapat dilihat pada Tabel 2.9.

Tabel 2.9 Contoh *Enabling Services*

Enabling Services	
Contoh	Uber menyediakan layanan keuangan pada *partner* untuk membeli mobil baru

2. *Empowering Services* merupakan layanan yang ditargetkan untuk membantu *producers* dalam memulai transaksi, dan membantu meningkatkan kapabilitas sehingga menjadi lebih baik dalam *platform* [17]. Contoh dari *Empowering Services* dapat dilihat pada Tabel 2.10.

Tabel 2.10 Contoh *Empowering Services*

Empowering Services	
Contoh	Airbnb menyediakan fasilitas *new wannabe hosts*, dengan fasilitas ini *hosts* baru akan mendapat layanan rumah atau villa yang akan mereka sewakan difoto oleh seorang fotografer profesional

3. *Other Services* merupakan layanan pelengkap dalam *platform* yang ditargetkan untuk *consumer* [17]. Contoh dari *Other Services* dapat dilihat pada Tabel 2.11.

Tabel 2.11 Contoh *Other Services*

Other Services	
Contoh	Apple selain sebagai *smartphone operating system* juga memiliki layanan pelengkap seperti layanan email pada Apple yaitu Mail.

2.2.2.8 Value Propositions

Value Propositions pada *platform* identik dengan dua hal yaitu *value* dari sisi permintaan dan *value* dari sisi persediaan. Dalam *Platform Design Canvas*, perspektif *Value Propositions* dibagi menjadi dua yaitu :

1. *Core Value Propositions* merupakan *value* yang ditargetkan untuk *consumers* karena segmen *consumers* lebih luas dan yang ingin mendapatkan *value*. Namun dalam beberapa kasus tertentu, target utama *Core Value Propositions* bisa jadi adalah *producers* [17]. Contoh dari *Core Value Propositions* dapat dilihat pada Tabel 2.12.

Tabel 2.12 Contoh *Core Value Propositions*

Platform	*Core Value Proposition*	*Target*
Airbnb	Have a great travel experience, with locals	*Peer Consumer*
WordPress	Help bloggers to create great blogs	*Peer Producer*

2. *Ancillary Value Propositions* merupakan *value* tambahan yang disediakan dalam *platform*. *Ancillary Value Proposition* dapat ditargetkan pada *Peers* yang sama dengan *Core Value Proposition*. Namun kebanyakan *platform* menargetkan *Core Value* untuk *demand-side* yaitu *consumers*, dan *Ancillary Value* untuk *supply-side* yaitu *producers* [17]. Contoh dari *Ancillary Value Propositions* dapat dilihat pada Tabel 2.13.

Tabel 2.13 Contoh *Ancillary Value Propositions*

Ancillary Value Propositions	
Contoh	*Ancillary Value* pada Airbnb ditargetkan untuk *producers* yaitu *hosts*. Airbnb menawarkan *hosts* untuk menghasilkan uang dari properti mereka.

2.2.2.9 Infrastructure and Core Components

Infrastructure and Core Components merupakan aset yang dimiliki dan dikelola oleh *Platform Owner* sesuai dengan *platform governance*. Aset memastikan bahwa *platform* dapat bekerja dan digunakan oleh *ecosystem*. Aset dapat berupa wujud atau benda seperti aplikasi dan *venue*, bisa juga berupa *intangible* (tidak dapat diukur) [17]. Contoh dari *Infrastructure and Core Components* dapat dilihat pada Tabel 2.14.

Tabel 2.14 Contoh *Infrastructure and Core Components*

Infrastructure and Core Components	
Contoh	*Core Components* Airbnb adalah *website* dan *mobile applications*

2.2.3 *The Ecosystem Canvas*

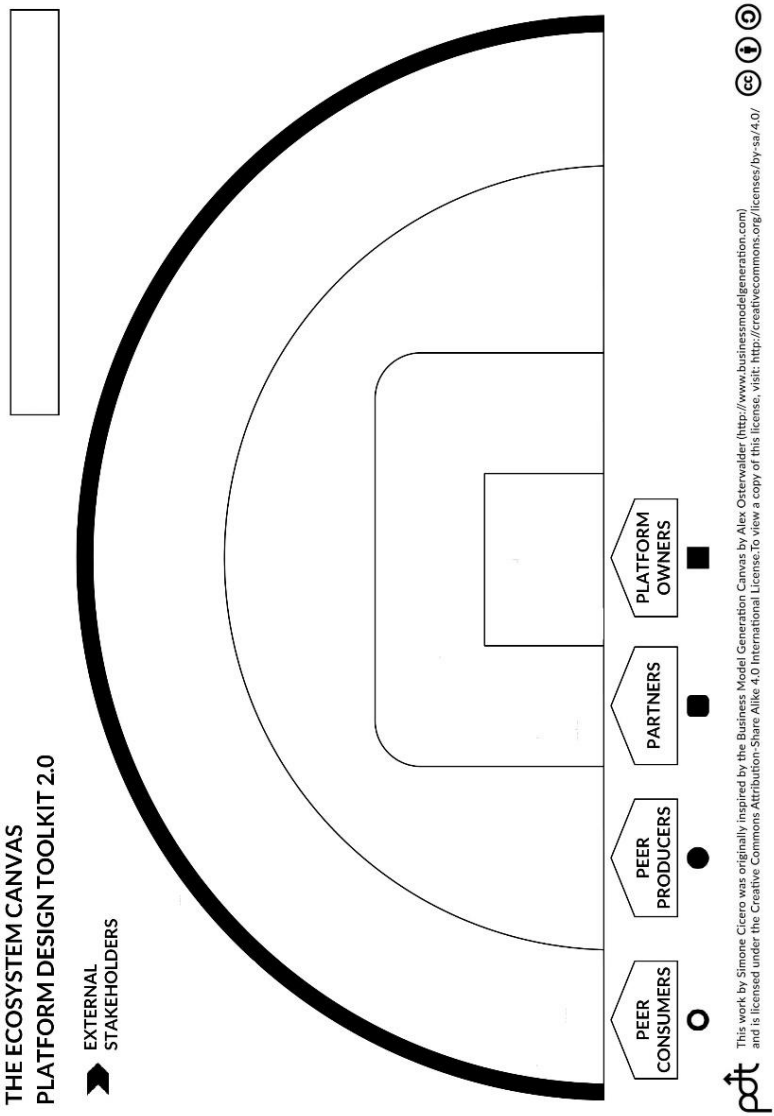
Ecosystem Canvas digunakan dalam mengidentifikasi dan memetakan entitas yang terlibat dalam pembentukan *platform*. Entitas yang terlibat diklasifikasikan dalam beberapa kategori yaitu *Platform Owners, External Stakeholder, Peers Consumer, Peers Producers*, dan *Partners* [10].

Langkah awal dalam mengisi *Ecosystem Canvas* adalah mengidentifikasi entitas yang menghasilkan *value* (*supply*) dan entitas yang mengkonsumsi *value* (*demand*). Entitas yang mengkonsumsi *value (demand)* pada beberapa kasus merupakan *Peers Consumers*. Sedangkan untuk entitas yang menghasilkan *value* (*supply*) apabila entitas tersebut terlibat secara profesional atau strategis maka termasuk dalam *Partners*. Entitas yang menghasilkan *value* (*supply*) lainnya termasuk dalam *Peers Producers* [17]. Bentuk dari *Ecosystem Canvas* dapat dilihat pada Gambar 2.1.

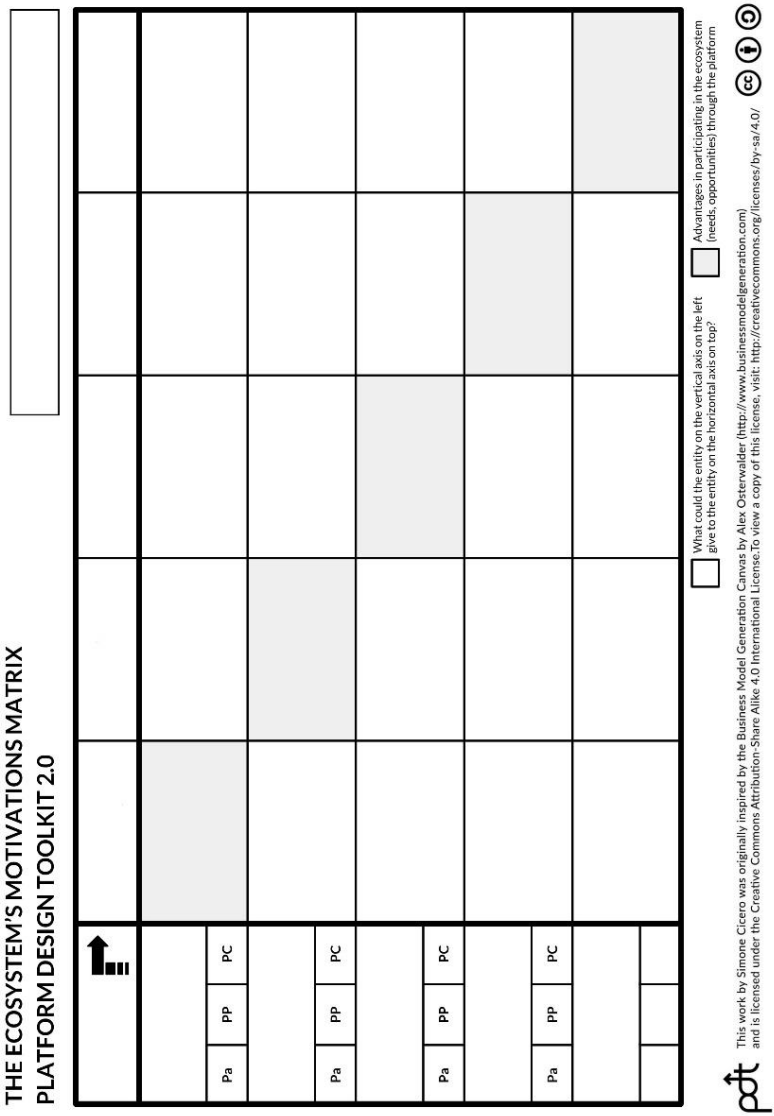
2.2.4 *The Ecosystem Motivations Matrix*

Ecosystem Motivations Matrix digunakan dalam mengidentifikasi hal-hal yang mendorong entitas bergabung dalam ekosistem *platform* [17]. Hal yang mendorong entitas dapat berupa motivasi intrinsik seperti keuntungan yang didapat ketika bergabung dalam suatu sistem. Selain itu dapat berupa peluang *give-take* seperti membangun suatu hubungan, bertransaksi, dan menjual *value* melalui *platform* [10].

Dengan mengidentifikasi motivasi intrinsik dan peluang *give-take* dari entitas yang terlibat, berguna dalam membangun *value Propositions* dari *platform* [10]. Bentuk dari *Ecosystem Motivations Matrix* dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2.1 The Ecosystem Canvas



Gambar 2.2 The Ecosystem Motivations Matrix

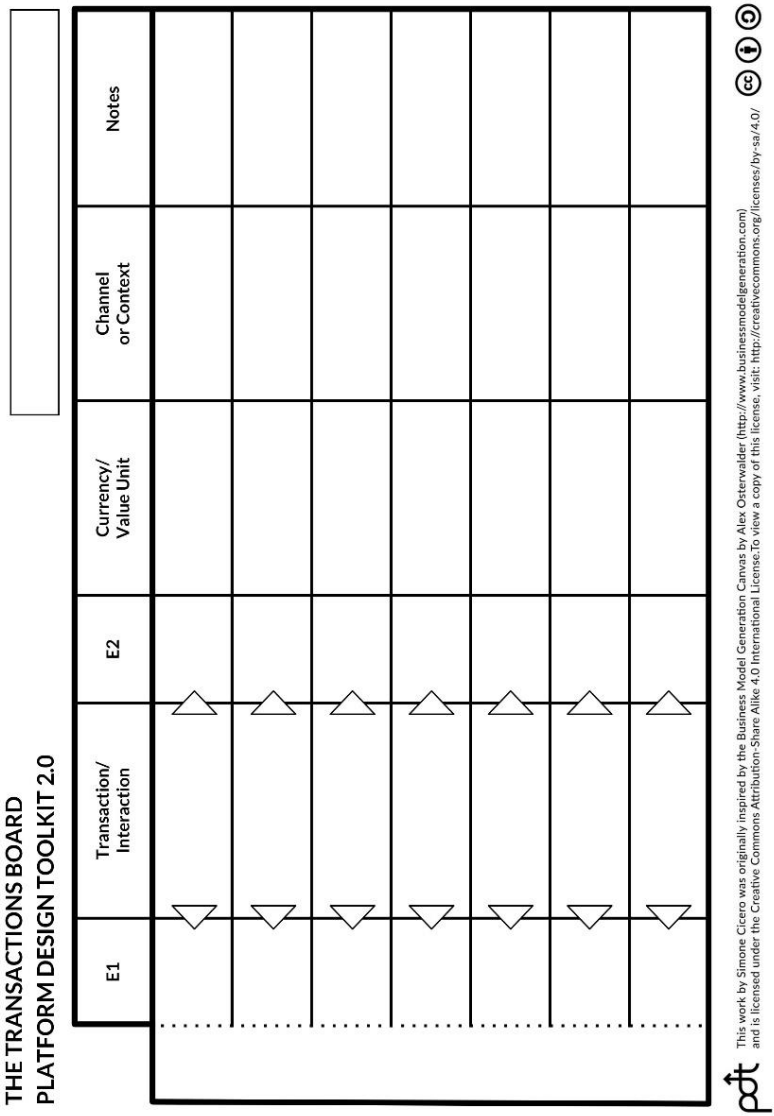
2.2.5 *The Transactions Board*

Gambar 2.3 adalah bentuk dari *Transactions Board* yang digunakan untuk mengidentifikasi transaksi yang dapat terjadi pada sebuah *platform*. Pada setiap transaksi terdapat hal penting yang harus diidentifikasi, yaitu entitas yang terlibat, unit nilai yang ditukarkan oleh entitas. Unit nilai dapat berupa uang, produk atau reputasi. *Channel* yang dapat menjadi tempat terjadinya transaksi perlu diidentifikasi karena transaksi dapat terjadi melalui web, transaksi langsung, atau sebuah acara [17].

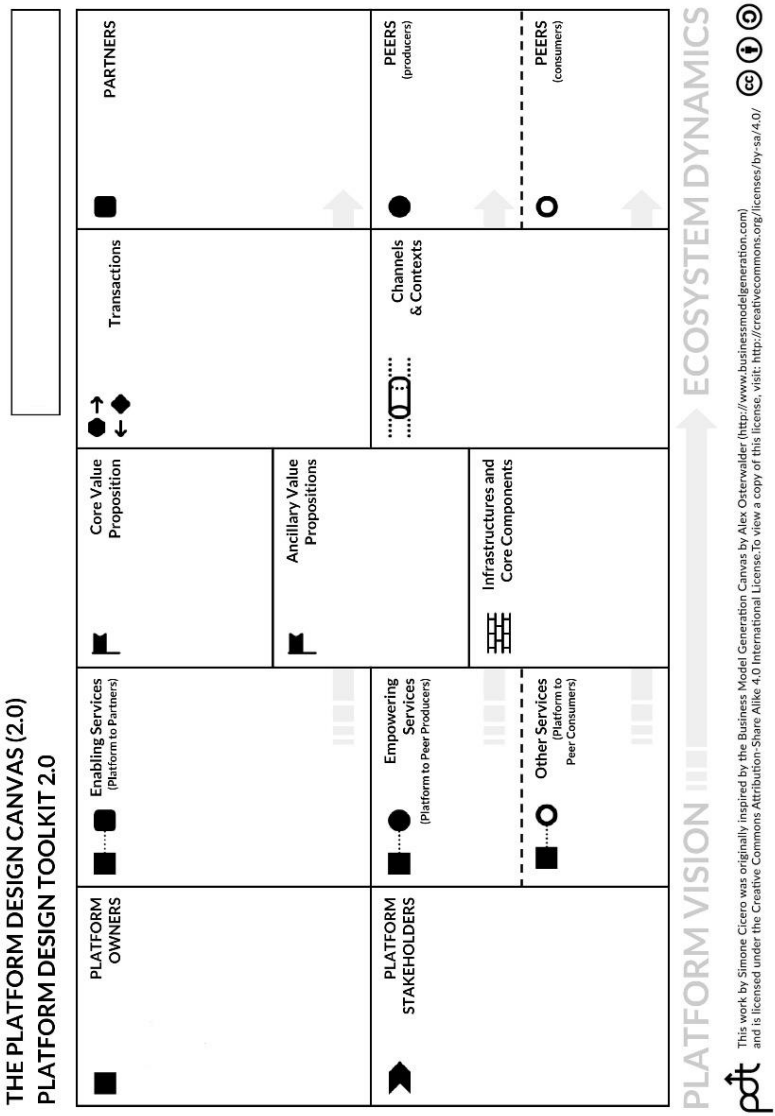
Transaksi dapat diidentifikasi melalui peluang *give-take* yang sudah didefinisikan pada *Ecosystem Motivations Matrix*. Transaksi yang paling penting diidentifikasi adalah transaksi yang terkait dengan *Core Value Propositions* [17].

2.2.6 *Platform Design Canvas*

Gambar 2.4 adalah bentuk dari *Platform Design Canvas. Platform Design Canvas* berisi ringkasan dari *Ecosystem Canvas, Ecosystem Motivations Matrix,* dan *Transactionss Board* yang telah diidentifikasi sebelumnya. Pada *Platform Design Canvas* entitas dalam *platform* dibagi menjadi 6 kategori yaitu *Owners, Stakeholders, Partners, Peers Consumers* dan *Peers Producers.* Untuk layanan dalam *Platform* dibagi menjadi 3 kategori yaitu *Enabling Services, Empowering Services,* dan *Other Services.* Sedangkan untuk *Value Proposition* dibagi menjadi 2 kategori yaitu *Core Value Proposition* dan *Ancillary Value Proposition.* Perspektif lainnya yang juga didefinisikan dalam *Platform Design Canvas* adalah *Transactions, Channel and Context* dan *Infrastructure and Core Components* [10, 17].



Gambar 2.3 The *Transaction*s Board



Gambar 2.4 ***Platform Design Canvas***

2.2.7 SimilarWeb

SimilarWeb merupakan alat intelijen yang memberi pengetahuan mengenai situs dan aplikasi seluler tertentu. Informasi yang diberikan memungkinkan pengembang bisnis melihat bagaimana kondisi pesaing dari seluruh dunia. Informasi tersebut berguna untuk pengembang bisnis dalam melacak dan mengembangkan pangsa pasar digital [18].

SimilarWeb memanfaatkan ratusan data dari Data Panel Global pengguna dari ratusan juta perangkat dekstop dan seluler. Selain itu ada juga Data ISP Global dari mitra SimilarWeb, dan data hasil observasi langsung dari ratusan ribu situs dan aplikasi setiap bulannya [19].

2.2.8 Literature Review

Literature Review adalah ulasan kritis dan integrasi informasi dari sejumlah sumber, atau memberi gambaran tentang pengetahuan terkait subjek yang sedang diselidiki. *Literature review* sering digunakan sebagai pendukung atau justifikasi dari suatu pernyataan, metode, atau diskusi pada penelitian yang diusulkan tersebut. *Literature review* erat kaitannya dengan sitasi dan *bibliografi* beranotasi yaitu daftar asal-usul atau sumber suatu kutipan [20].

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB III
METODOLOGI

Pada bab ini akan menjelaskan terkait dengan metodologi yang akan digunakan sebagai panduan untuk menyelesaikan penelitian tugas akhir ini. Selain itu juga terdapat deskripsi dan penjelasan singkat tahapan tersebut.

3.1 Tahapan Metodologi Penelitian

Gambar 3.1 merupakan diagram tahapan metodologi yang akan dilakukan dalam penelitian tugas akhir ini.

Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

3.2 Uraian Metodologi

Berikut ini merupakan uraian dari metodologi penelitian,

3.2.1 Studi Literatur

Pada tahap awal ini yaitu studi literatur adalah mengumpulkan informasi dan data terkait penelitian tugas akhir ini. Salah satu informasi adalah mengenai dasar teori *Platform Design Toolkit* sebagai *framework* yang akan digunakan dalam penelitian tugas akhir ini. Selain dasar teori, pada tahap studi literatur penulis juga mencari informasi mengenai penelitian sebelumnya. Lalu memastikan bahwa penelitian ini belum pernah dilakukan dan tidak ada penelitian sebelumnya yang memiliki topik dan objek yang sama. Penulis mengumpulkan informasi dan data terkait penelitian tugas akhir dengan mencari referensi dari buku atau jurnal. Keluaran dari tahap ini adalah dasar teori mengenai *Platform Design Toolkit* dan keterkaitan dengan penelitian sebelumnya.

3.2.2 Identifikasi *Platform Online* Jual Beli Mobil

Pada tahap selanjutnya, penulis mengidentifikasi *platform online* jual beli mobil yang ada di Indonesia. Proses identifikasi dilakukan dengan mengidentifikasi peringkat dan *traffic* masing-masing *platform*. Dalam mengidentifikasi *traffic* dan peringkat *platform* menggunakan bantuan *website* intelijen SimilarWeb. keluaran dari tahap ini adalah daftar atau list *platform online* jual beli mobil yang akan digunakan dalam penelitian tugas akhir ini.

3.2.3 Pengambilan Data

Pada tahap ini, dilakukan pengambilan data sesuai dengan perspektif yang ada pada *Platform Design Toolkit*. Pengambilan data akan dilakukan dengan observasi aktif yaitu dengan mencoba secara langsung layanan yang disediakan dalam *platform*. Keluaran dalam tahap ini adalah informasi dari masing-masing *platform* sesuai *Platform Design Toolkit*.

3.2.4 Literature Review

Sebelum dapat lanjut ke tahap pemetaan data, dilakukan *literature review* guna memastikan apakah sumber pengambilan data dapat dipertanggung jawabkan.

3.2.5 Pemetaan Data Sesuai PDT

Selanjutnya dilakukan pemetaan data kedalam beberapa perspektif yang ada pada *Platform Design Toolkit.* Langkah-langkah yang dilakukan pada tahap ini mengacu pada langkah-langkah penggunaan *Platform Design Toolkit*. Keluaran dari tahap ini berupa *Platform Design Canvas* dari masing-masing *platform online* jual beli mobil.

3.2.6 Analisis Hasil Pemetaan

Dari hasil pemetaan data, dilakukan analisis dengan membandingkan data dari masing-masing *platform*. Keluaran dari tahap ini berupa peta model bisnis dan bagaimana orientasi pada masing-masing perspektif *Platform Design Toolkit.*

3.2.7 Pengambilan Kesimpulan

Pada tahap pengambilan keputusan, penulis membuat kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Kesimpulan tersebut merupakan hasil dari penelitian tugas akhir ini. Keluaran dari tahap ini adalah peta secara utuh terkait model bisnis dari masing-masing *platform online* jual beli mobil sesuai dengan *Platform Design Toolkit.*

3.2.8 Penyusunan Buku Tugas Akhir

Tahap terakhir yaitu penyusunan buku tugas akhir. Setelah melakukan semua tahapan sebelumnya, penulis mulai menyusun buku tugas akhir. Keluaran dari tahap ini adalah dokumentasi pengerjaan masing-masing tahap dalam penelitian tugas akhir dalam bentuk buku.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB IV
PERANCANGAN

Pada bab ini akan menjelaskan terkait pemilihan *platform online* jual beli mobil yang akan digunakan sebagai objek penelitian.

4.1 Identifikasi *Platform Online* Jual Beli Mobil

Sub-bab ini menjelaskan proses identifikasi dan pemilihan *platform online* jual beli mobil yang akan digunakan dalam penelitian. Pemilihan *platform* menggunakan bantuan dari SimilarWeb dengan mengumpulkan informasi seperti peringkat, *traffic*, dan usia *platform*.

Traffic atau banyaknya jumlah pengunjung dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satu faktornya adalah konten. Konten mempengaruhi *traffic* dari sisi kualitas, atau dari segi kuantitas yaitu berapa banyak konten yang ada dalam *platform* tersebut. Menurut Matt Cutts, seorang *software engineer*, usia *platform* yang dipercayai dan dianggap stabil oleh Google adalah minimal berusia satu tahun [21].

Maka dari itu, *platform* yang akan digunakan sebagai objek dalam penelitian ini adalah *platform* dengan usia minimal satu tahun. Tabel 4.1 merupakan daftar *platform* sebagai objek penelitian, dan juga informasi mengenai peringkat, *traffic*, dan usia masing-masing *platform*.

Tabel 4.1 *Platform* Objek Penelitian

No	Nama *Platform*	Peringkat Indonesia	*Traffic*	Usia *Platform*
1.	Mobil123	294	3,06 M	6 tahun
2.	Oto	411	3,85 M	3 tahun
3.	Carmudi	640	2,68 M	5 tahun
4.	Momobil	1.052	685,04 K	1 tahun

No	Nama *Platform*	Peringkat Indonesia	*Traffic*	Usia *Platform*
5.	Garasi	2.400	267,95 K	1 tahun
6.	Rajamobil	2.416	709,55 K	6 tahun
7.	MobilWOW	3.070	667,30 K	5 tahun

Sumber: SimilarWeb (2018)

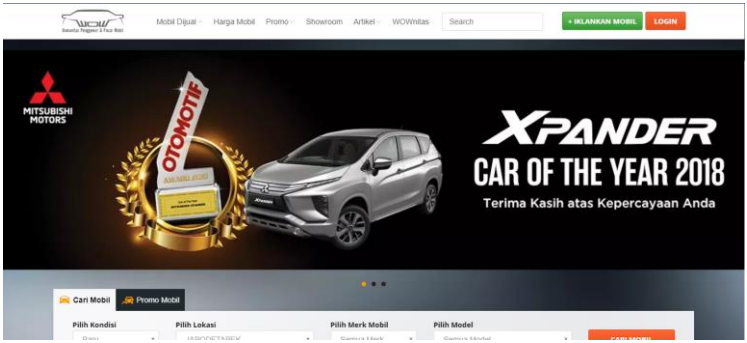
4.2 Sekilas Tentang *Platform*

Pada sub-bab ini menjelaskan mengenai sekilas tentang masing-masing *platform* yang akan digunakan sebagai objek penelitian.

4.2.1 MobilWOW

MobilWOW merupakan salah satu *platform* atau media *online* dalam industri otomotif. MobilWOW didirikan pada bulan Nopember 2012 dan dikelola oleh PT. MobilWOW yang merupakan anak perusahaan dari PT. WOW Multinet Investindo. Sejak situsnya dibuka pada bulan April 2013, MobilWOW sudah menjadi salah satu situs yang banyak dikunjungi oleh calon pembeli mobil [22].

Selain menyediakan listing jual beli mobil bekas dan baru, MobilWOW hadir dengan fitur lain yang membuatnya beda dari *platform* otomotif lainnya. MobilWOW dilengkapi dengan berbagai fitur seperti adanya kumpulan artikel, berita dan tips mengenai industri otomotif saat ini. Selain itu calon pembeli juga dapat membaca artikel ulasan mobil dan harga mobil sebagai bahan pertimbangan ketika hendak membeli mobil. MobilWOW juga menyediakan fitur direktori otomotif yang berisi informasi mengenai bengkel *audio*, ban, mesin, *body repair*, dan asuransi di wilayah JABODETABEK [23]. MobilWOW juga menyediakan berbagai berita mengenai promo mobil baru. Gambar 4.1 merupakan tampilan depan dari *platform* MobilWOW.



Gambar 4.1 Tampilan Depan MobilWOW

MobilWOW juga memiliki sosial media untuk komunitas penggemar mobil seluruh Indonesia yang diberi nama WOWnitas. Anggota WOWnitas dapat berbagi, bercerita, dan berdiskusi terkait industri otomotif dan jual beli mobil di Indonesia. Hingga bulan September 2015 lalu, tercatat ada lebih dari 71.000 anggota WOWnitas yang terdaftar [22, 24].

Pada bulan Oktober 2015 lalu, MobilWOW menerima investasi Seri A yaitu 10% dari kepemilikan MobilWOW. Investasi ini diberikan oleh dua grup investor yang sebelumnya sempat memberi investasi ke *marketplace* Tokopedia. Selain mendapat dana atau penghasilan dari investor, MobilWOW juga mendapat penghasilan dari pelanggan berbayar dan juga iklan dari beberapa merk besar [22, 25].

4.2.2 Mobil123

Mobil123 merupakan portal otomotif di Indonesia yang didirikan pada tahun 2012 dan merupakan bagian dari iCar Asia Limited (iCAL). iCAL merupakan jaringan portal mobil terkemuka di tiga pasar utama ASEAN yaitu Malaysia, Indonesia dan Thailand. Selain Mobil123, iCAL memiliki brand di Indonesia lainnya yaitu Otospirit yang merupakan portal berita terkait perkembangan otomotif, *lifestyle* dan *gadget* [26, 27]. Untuk Mobil123 di Indonesia dikelola oleh PT.

Mobil Satu Asia yang sudah memiliki dua kantor yaitu di Jakarta dan Surabaya.

Mobil123 mempertemukan antara pembeli dan penjual mobil pada satu *platform* serta menyediakan listing iklan yang berkualitas. Hingga bulan Mei 2017 lalu, Mobil123 memiliki lebih dari 180.000 listing iklan yang aktif [27]. Selain itu, Mobil123 juga menyediakan *review* kendaraan dan berita otomotif untuk menciptakan pengalaman jual beli terbaik [28]. Gambar 4.2 merupakan tampilan depan dari Mobil123.

Sejak didirikan pada tahun 2012, Mobil123 melakukan banyak perubahan dan inovasi. Salah satu inovasi Mobil123 adalah sistem manajemen respon dan iklan atau biasa disebut Si Jari yang diluncurkan pada tahun 2014 [29]. Selain itu, Mobil123 juga melakukan penambahan *channel* guna mempermudah pelanggan dalam bertransaksi yaitu aplikasi selular untuk pengguna iOS dan Android.

Gambar 4.2 Tampilan Depan Mobil123

4.2.3 Rajamobil

Rajamobil merupakan *platform* otomotif yang dikelola oleh PT. Raja Mobil Media sejak tahun 2012 lalu. Sejak didirikan pada tahun 2012 Rajamobil merupakan *platform* otomotif yang hanya menyediakan informasi atau berita tentang otomotif.

Lalu pada tahun 2015 Rajamobil berubah menjadi *platform* jual beli mobil yang menyediakan listing iklan dengan spesifikasi dan gambar yang menarik. Selain menyediakan listing iklan, Rajamobil juga menyediakan paket promo pembelian mobil baru atau bekas, *review* mobil, dan tracking pembelian [30, 31]. Gambar 4.3 merupakan tampilan depan dari Rajamobil.

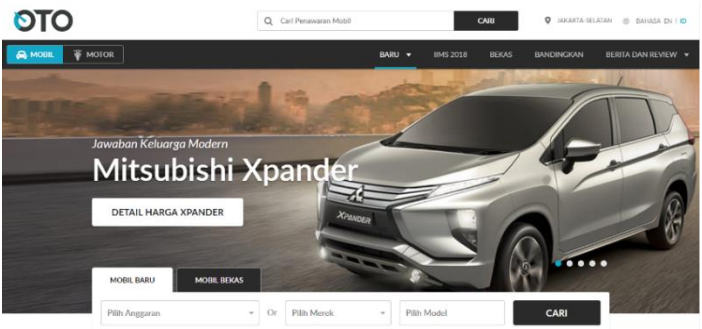
Gambar 4.3 Tampilan Depan Rajamobil

Pada akhir tahun 2017 Rajamobil menerima pendanaan dari beberapa investor ternama. Investor yang ikut serta mendanai Rajamobil adalah Ideosource dan Stellar Kapital, perusahaan venture capital terkenal di industri bisnis digital. Selain itu ada pula pengusaha TP Rachmat dari Triputra Grup dan Boy Thohir, Erick Thohir dari Mahaka Grup. Pendanaan yang didapat oleh Rajamobil mencapai lebih dari US$ 1 juta. Menurut Dien Wong, CEO Rajamobil, dana ini akan digunakan untuk kegiatan pemasaran dan pengembangan layanan [31, 32].

4.2.4 Oto

Oto.com merupakan *platform* jual beli mobil yang resmi diluncurkan pada bulan Maret 2015 lalu. Oto.com merupakan nama baru dari carbay.co.id yang dikelola oleh PT. Carbay Service Indonesia (CSI). Selain di Indonesia, Oto.com juga beroperasi di beberapa negara seperti Malaysia, Filipina, Thailand dan Vietnam. PT. CSI ini sendiri merupakan anak

perusahaan dari Girnar Software Pvt. Ltd yang mengoperasikan beberapa *platform* mobil di India seperti CarDekho [33].



Gambar 4.4 Tampilan Depan Oto

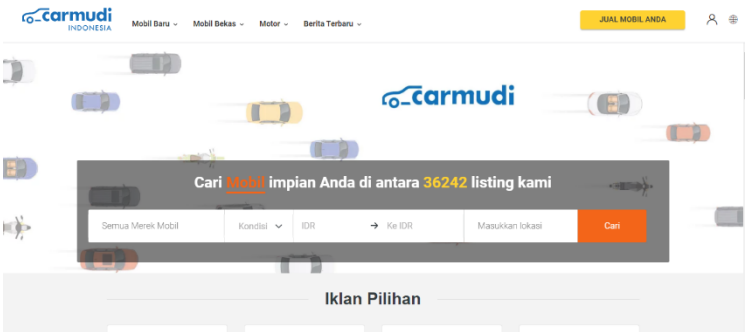
Pada tahun 2016, PT. Kreatif Media Karya (KMK) melakukan perjanjian *joint venture* dengan PT. CSI untuk bergabung dalam mengembangkan Oto.com. PT. KMK adalah perusahaan di bidang bisnis digital yang merupakan anak perusahaan dari PT. Elang Media Teknologi (Emtek). Melalui perjanjian *joint venture* ini PT. CSI akan mendapat 70% saham sedangkan PT. KMK mendapat 30% saham [33, 34]. Gambar 4.4 adalah tampilan depan dari Oto.

Selain menyediakan fitur listing iklan mobil bekas dan mobil baru, Oto.com juga menyediakan beberapa fitur lainnya. Oto.com menyediakan fitur “Bandingkan Mobil”, fitur ini membantu calon pembeli dalam memilih mobil yang akan dibeli. Fitur lainnya adalah artikel berita tentang mobil, tips dan review pengguna, dan artikel mengenai mobil yang akan datang di Indonesia. Oto.com bekerja sama dengan beberapa *dealer* dan *services* center untuk macam-macam merek mobil. Selain itu, Oto.com juga bekerja sama dengan Nissan, Chevrolet dan Land Rover sebagai penyedia promo dan diskon.

4.2.5 Carmudi

Carmudi merupakan *platform* jual beli mobil baru atau bekas yang didirikan sejak tahun 2013. Carmudi adalah salah satu *platform* dibawah naungan Rocket Internet, sebuah perusahaan inkubator startup asal Jerman. Sejak didirikan pada tahun 2014 Carmudi tidak hanya beroperasi di Indonesia, melainkan di negara lainnya seperti Filipina, Bangladesh, Myanmar, Pakistan, Vietnam dan Meksiko [35]. Tampilan depan dari Carmudi dapat dilihat pada Gambar 4.5.

Hingga saat ini Carmudi mencatat, rata-rata listing iklan mencapai 50.000 dan memiliki kurang lebih 1,2 juta pengunjung setiap bulannya [36]. Selain menyediakan listing iklan Carmudi juga menyediakan artikel otomotif, video review, artikel mengenai asuransi mobil dan artikel mengenai pembiayaan mobil.



Gambar 4.5 Tampilan Depan Carmudi

Carmudi memiliki konsep yang berbeda dari *platform* jual beli mobil lainnya. Konsep pertama dari Carmudi adalah memiliki layanan *online* yaitu *website* sebagai *platform online* jual beli. Konsep lainnya yang membuat Carmudi beda adalah Carmudi juga memiliki layanan *offline* yaitu Carmudi Sentra Otomotif (Carsentro). Carsentro merupakan bursa otomotif atau biasa disebut showroom. Hingga saat ini Carsentro telah hadir

dibeberapa kota besar yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan dan Makassar [35].

Di awal tahun 2018, Carmudi mendapatkan investasi sebesar US$10 juta atau sekitar Rp133 miliar. Investasi ini didapatkan dari HV Holtzbrinck Ventures, Tengelmann Ventures, dan Asia Pacific Internet Group (APACIG). Dana investasi ini rencananya akan digunakan untuk merealisasikan beberapa strategi baru dari Carmudi. Strategi baru Carmudi adalah melakukan ekspansi hingga luar Pulau Jawa, mengembangkan layanan jual beli mobil baru dan menambah sumber daya di Indonesia dan Filipina [36, 37].

4.2.6 Garasi

Garasi.id merupakan salah satu bagian usaha dari PT. Darta Media Indonesia atau biasa dikenal dengan KASKUS. Sejak diresmikan pada bulan Agustus 2017 lalu, Garasi.id dikelola langsung oleh PT. Digital Otomotif Indonesia. Garasi.id merupakan *platform* jual beli mobil bekas yang menyediakan beberapa fitur untuk mendukung transaksi jual beli [38].

Salah satu fitur yang dimiliki oleh Garasi.id adalah fitur Asisten Pribadi (AP). AP membantu calon pembeli memilih mobil yang akan dibeli, menyediakan simulasi kredit, dan menyediakan jasa pengecekan mobil yang akan dibeli. Untuk penyedia simulasi kredit dan pembiayaan, Garasi.id bekerja sama dengan BCA Finance. Sedangkan untuk jasa pengecekan mobil, Garasi.id bekerja sama dengan Nawilis Bengkel Mobil [39]. Gambar 4.6 adalah tampilan awal dari Garasi.

Selain memiliki fitur unggulan seperti Asisten Pribadi, simulasi kredit dan jasa pengecekan mobil, Garasi.id juga memiliki kelebihan dalam design *website*. Garasi.id mengusung teknologi Google Progressive Web App (PWA) untuk design *website*nya [39].

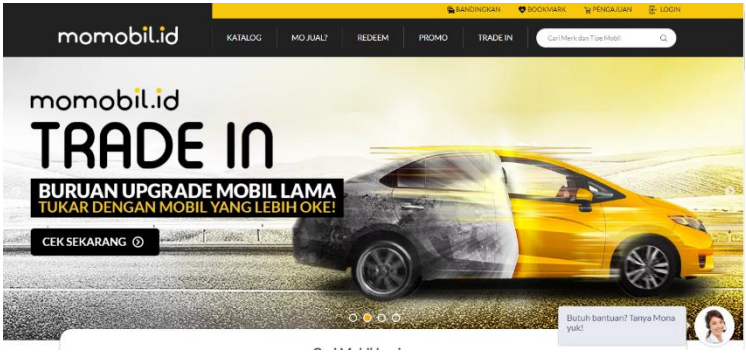
Gambar 4.6 Tampilan Depan Garasi

4.2.7 Momobil

Momobil secara resmi diluncurkan pada tanggal 15 Desember 2017 lalu. Momobil merupakan salah satu bagian bisnis dari PT. Adira Dinamika Multi Finance atau biasa dikenal dengan Adira Finance. Hampir sama dengan *platform* jual beli mobil lainnya, Momobil juga menyediakan listing iklan dengan informasi spesifikasi dan harga yang lengkap. Hingga saat ini, Momobil masih fokus merintis bisnis di bidang jual beli mobil bekas [40].

Perbedaan Momobil dengan *platform* jual beli mobil lainnya adalah, Momobil menyediakan pengajuan pembiayaan beli mobil secara *online*. Proses pembiyaan pada Momobil memudahkan pengguna ketika ingin melakukan transaksi beli mobil dengan kredit atau tukar tambah. Proses pembiyaan pada Momobil didukung oleh Adira Finance dan diawasi langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) [40, 41]. Gambar 4.7 dibawah merupakan tampilan depan dari Momobil.

Untuk mewujudkan pengajuan pembiayaan yang mudah, aman dan nyaman, Momobil dan Adira Finance bekerja sama dengan beberapa pihak. Momobil dan Adira Finance bekerja sama dengan Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil).



Gambar 4.7 Tampilan Depan Momobil

Momobil mengintegrasikan data dengan Dukcapil sehingga ketika melakukan pengajuan, konsumen hanya perlu mengisi beberapa data yang penting saja. Selain itu Momobil bekerja sama dengan PT. Pemeringkat Efek Indonesia (Pefindo) untuk mengecek riwayat kredit konsumen yang hendak mengajukan pembiyaan [41].

BAB V
IMPLEMENTASI

Pada bab ini akan dilakukan pemetaan data sesuai *Platform Design Toolkit*. Proses implementasi akan mengacu pada kerangka kerja *Platform Design Toolkit*.

5.1 MobilWOW

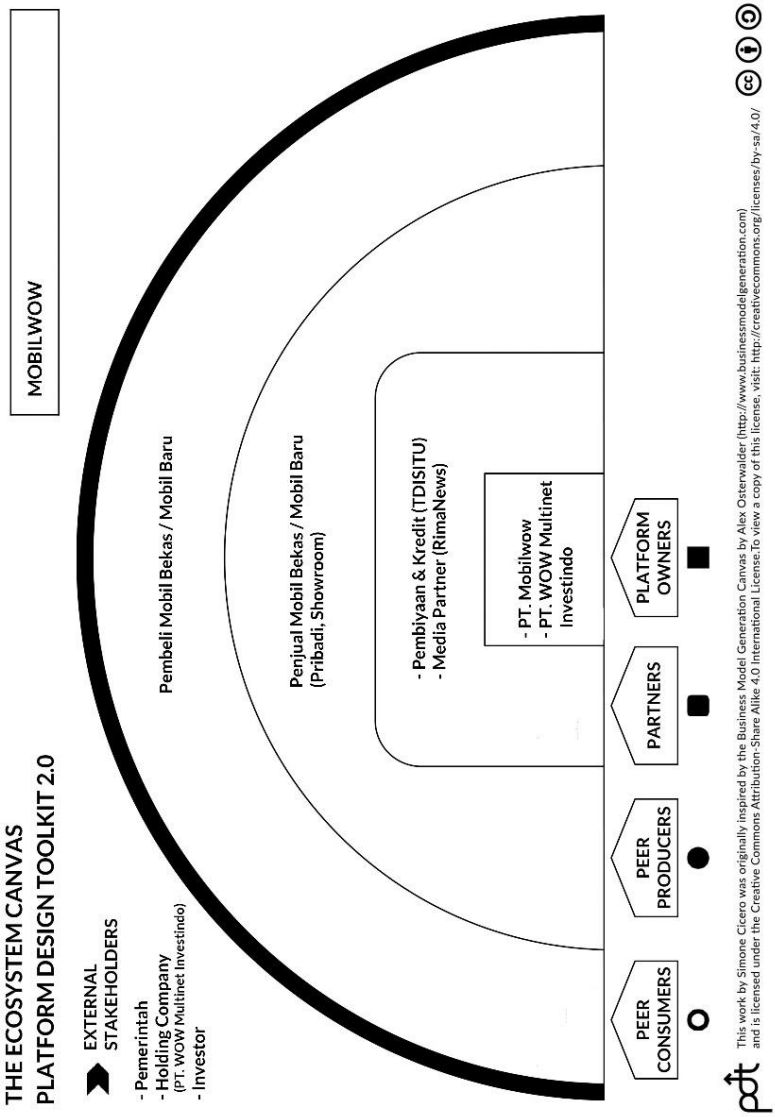
Sub-bab ini menjelaskan mengenai *Ecosystem Canvas*, *Ecosystem Motivation Matrix*, *Transactions Board*, dan *Platform Design Canvas* dari MobilWOW.

5.1.1 *The Ecosystem Canvas* MobilWOW

Gambar 5.1 menjelaskan *Ecosystem Canvas* dari *platform* MobilWOW. *Ecosystem Canvas* digunakan untuk memetakan entitas yang terlibat dalam *platform* menjadi beberapa perspektif. Perspektif yang dibahas dalam *Ecosystem Canvas* adalah *External Stakeholders*, *Peers* (Consumer & Producer), *Partners*, dan *Platform Owners*.

Dalam MobilWOW yang termasuk *External Stakeholders* adalah dua kelompok entitas yaitu kelompok regulator dan kelompok investor. Untuk kelompok regulator dalam MobilWOW adalah pemerintah, yaitu entitas yang membuat dan mengatur kebijakan yang harus ditaati oleh MobilWOW. Selain pemerintah, ada juga *holding company* yaitu PT. WOW Multinet Investindo yang merupakan perusahaan induk dari PT. MobilWOW. Kelompok selanjutnya adalah kelompok investor. Pada tahun 2015 lalu, MobilWOW mendapat investasi dari dua grup investor yang tidak dapat disebut namanya oleh pihak MobilWOW [22, 25].

Selanjutnya adalah *Peers Consumers* dari MobilWOW adalah calon pembeli mobil bekas atau mobil baru. Sedangkan untuk *Peers Producers* dari MobilWOW adalah penjual mobil bekas atau mobil baru. Dalam MobilWOW, tipe penjual dibagi menjadi dua yaitu pribadi dan showroom.



Gambar 5.1 Ecosystem Canvas MobilWOW

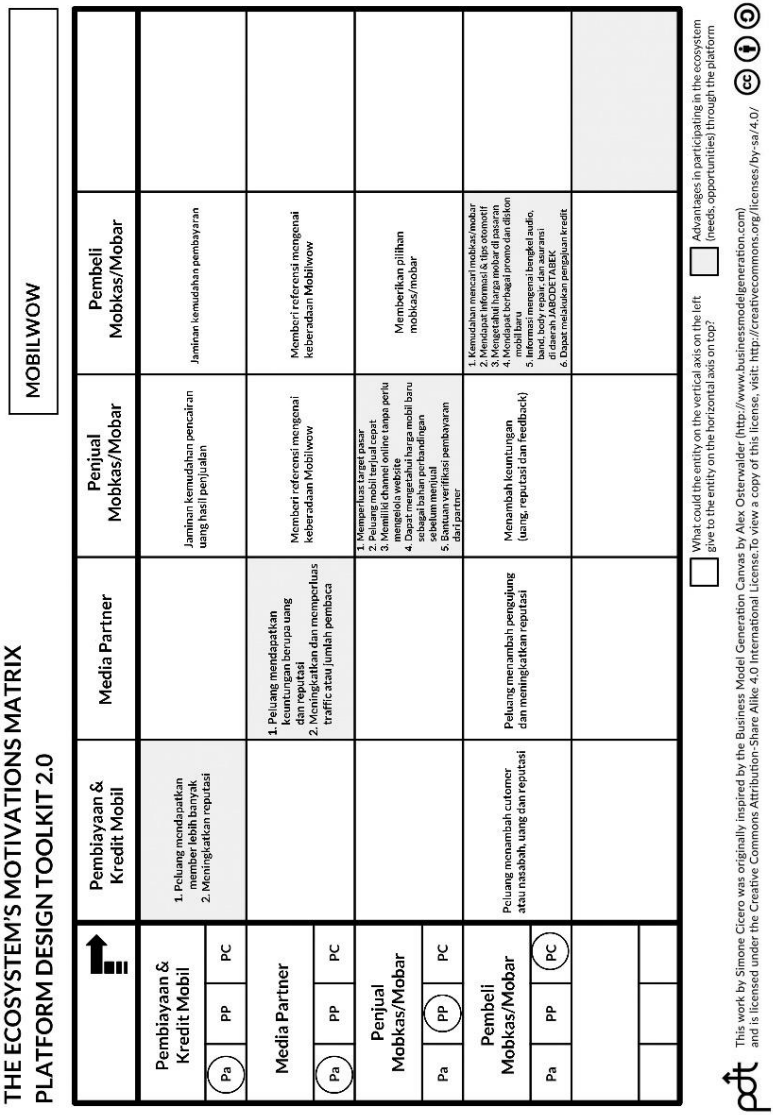
Perspektif yang ketiga adalah *Partners* yaitu entitas yang berkolaborasi dengan *Platform Owners* dalam membuat *value* tambahan dalam *platform*. MobilWOW memiliki 2 kelompok *Partners* yaitu kelompok penyedia layanan pembiayaan atau kredit dan kelompok media partner. Untuk penyedia layanan pembiayaan atau kredit, MobilWOW bekerja sama dengan DISITU. DISITU merupakan penyedia layanan kredit yang membantu calon pembeli mendapatkan kredit yang sesuai dari perusahaan *multifinance* seperti WOMFinance, Csfinance, ClipanFinance. Kelompok berikutnya adalah media partner, untuk media partner MobilWOW bekerja sama dengan RimaNews [42].

Perspektif terakhir adalah *Platform Owners* yaitu entitas yang bertanggung jawab dan mengelola MobilWOW. MobilWOW dikelola langsung oleh PT. MobilWOW yang memiliki kantor di Jakarta Barat. Selain itu ada juga *Platform Owners* dari MobilWOW yaitu PT. WOW Multinet Investindo yang merupakan perusahaan induk dari PT. MobilWOW [22].

5.1.2 *The Motivation Matrix Canvas* MobilWOW

Gambar 5.2 merupakan Motivation Matrix Canvas dari MobilWOW yang menjelaskan hal-hal yang mendorong entitas untuk bergabung dalam *platform*. Hal yang mendorong entitas untuk bergabung dapat berupa motivasi atau peluang *give-take* untuk entitas lain.

Entitas yang pertama adalah penyedia pembiayaan dan kredit dari MobilWOW yaitu Bank Mandiri dan DISITU. Penyedia pembiayaan dan kredit memiliki motivasi untuk bergabung untuk mendapat keuntungan. Keuntungan yang diperoleh dapat berupa uang dan reputasi yang meningkat. Dengan bergabung dengan MobilWOW, penyedia pembiayaan dan kredit mendapat peluang untuk mendapatkan member atau nasabah lebih banyak. Penyedia pembiayaan dan kredit juga memberi keuntungan yaitu jaminan pembayaran yang mudah dan jaminan kemudahaan pencairan dana hasil penjualan.



Gambar 5.2 Ecosystem Motivations Matrix MobilWOW

Partners selanjutnya dari MobilWOW adalah media partner yaitu RimaNews. Motivasi media partner untuk bergabung dalam MobilWOW adalah peluang mendapatkan keuntungan berupa uang atau reputasi. Media partner juga mendapatkan peluang meningkatkan dan memperluas *traffic* atau jumlah pembaca dan pengunjung situs. Terlibatnya media partner memberi referensi bagi *Peers Producers* dan *Peers Consumers* mengenai keberadaan MobilWOW. Penjual mobil bekas atau baru yang merupakan *Peers Producers* dari MobilWOW memiliki motivasi bergabung untuk mendapat keuntungan dari hasil penjualan. *Peers Producers* mendapat peluang untuk memperluas target pasar hingga ke channel *online* tanpa perlu mengelola *website* sendiri. *Peers Producers* juga mendapat bantuan verifikasi pembayaran dan jaminan kemudahan pencairan dana dari *Partners*. Selain motivasi, *Peers Producers* memberikan keuntungan bagi *Peers Consumers* yaitu memberi pilihan mobil bekas atau mobil baru.

Entitas yang terakhir adalah *Peers Consumers* yaitu calon pembeli dari MobilWOW. *Peers Consumers* memiliki motivasi bergabung untuk mendapat kemudahan dalam mencari mobil bekas atau mobil baru. *Peers Consumers* juga dapat mencari informasi dan tips mengenai industri otomotif dalam *platform* MobilWOW. Motivasi *Peers Consumers* untuk bergabung dalam MobilWOW juga dipengaruhi oleh fitur-fitur yang disediakan oleh MobilWOW. MobilWOW menyediakan berbagai fitur yaitu informasi mengenai promo dan diskon mobil baru dan informasi mengenai bengkel di daerah Jabodetabek. Dengan bantuan *Partners*, *Peers Consumers* juga dapat mengajukan kredit dengan mudah. Terlibatnya *Peers Consumers* juga memberi keuntungan bagi *Partners* dan *Peers Producers*. Bagi *Partners*, *Peers Consumers* memberi peluang bertambahnya jumlah customer atau member, mendapat keuntungan, dan meningkatkan reputasi. Sedangkan bagi *Peers Producers* menambah keuntungan berupa uang, reputasi atau feedback dari hasil pembelian mobil.

5.1.3 *Transactions Board* MobilWOW

Gambar 5.3 dan Gambar 5.4 merupakan *Transactions Board* dari MobilWOW yang menunjukkan berbagai transaksi yang mungkin terjadi dalam *platform*. *Transactions Board* juga menjelaskan entitas yang terlibat, *value* yang ditukar yaitu berupa uang, produk, atau reputasi. *Transactions Board* juga menjelaskan mengenai *channel* yang merupakan tempat terjadinya transaksi tersebut. Transaksi dapat terjadi melalui *channel website*, aplikasi, atau transaksi secara langsung. Beberapa transaksi yang dapat dilakukan dalam MobilWOW adalah berbagi informasi mengenai otomotif, melakukan pengajuan kredit, dan menjadi member WOWnitas.

5.1.4 *Platform Design Canvas* MobilWOW

Gambar 5.5 merupakan *Platform Design Canvas* dari MobilWOW. *Platform Design Canvas* berisi 9 perspektif yang sebelumnya sudah diidentifikasi melalui *Ecosystem Canvas*, *Ecosystem Motivations Matrix*, dan *Transactions Board*.

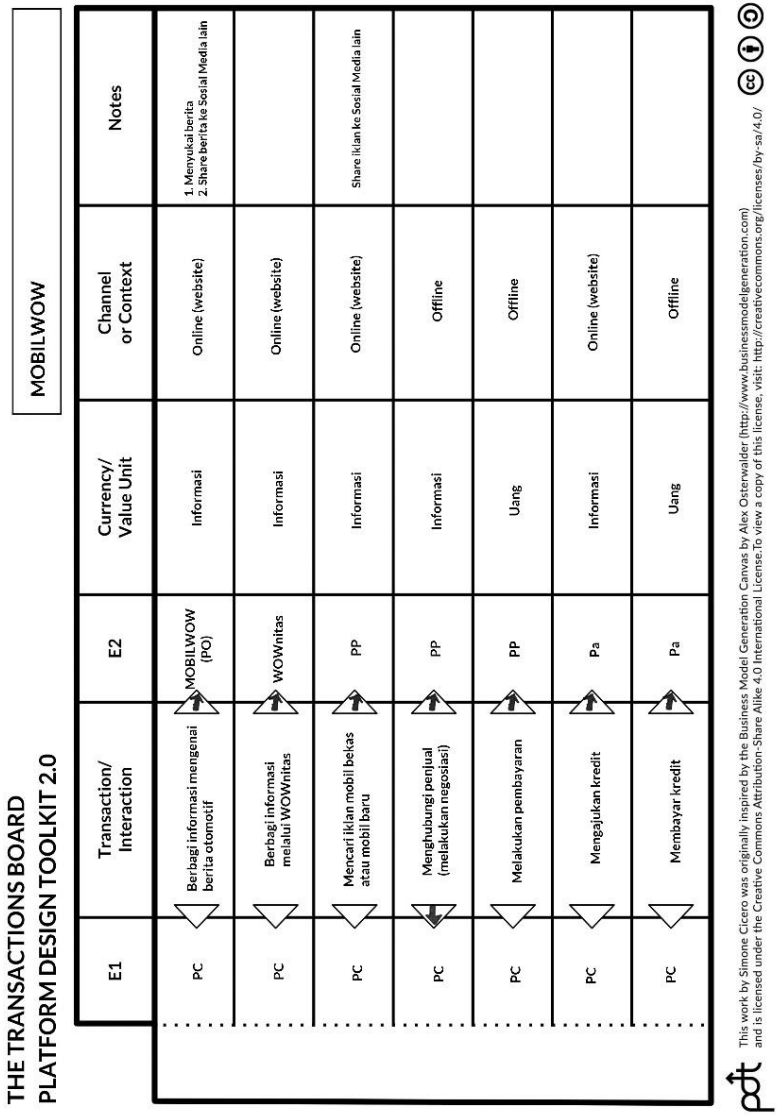
Ecosystem Canvas menjelaskan mengenai perspektif *External Stakeholders*, *Peers*, *Partners*, dan *Platform Owners*. Tabel 5.1 menjelaskan *External Stakeholder*, sedangkan Tabel 5.2 menjelaskan *Consumers* dan *Producers* dari MobilWOW.

Tabel 5.1 *External Stakeholders* MobilWOW

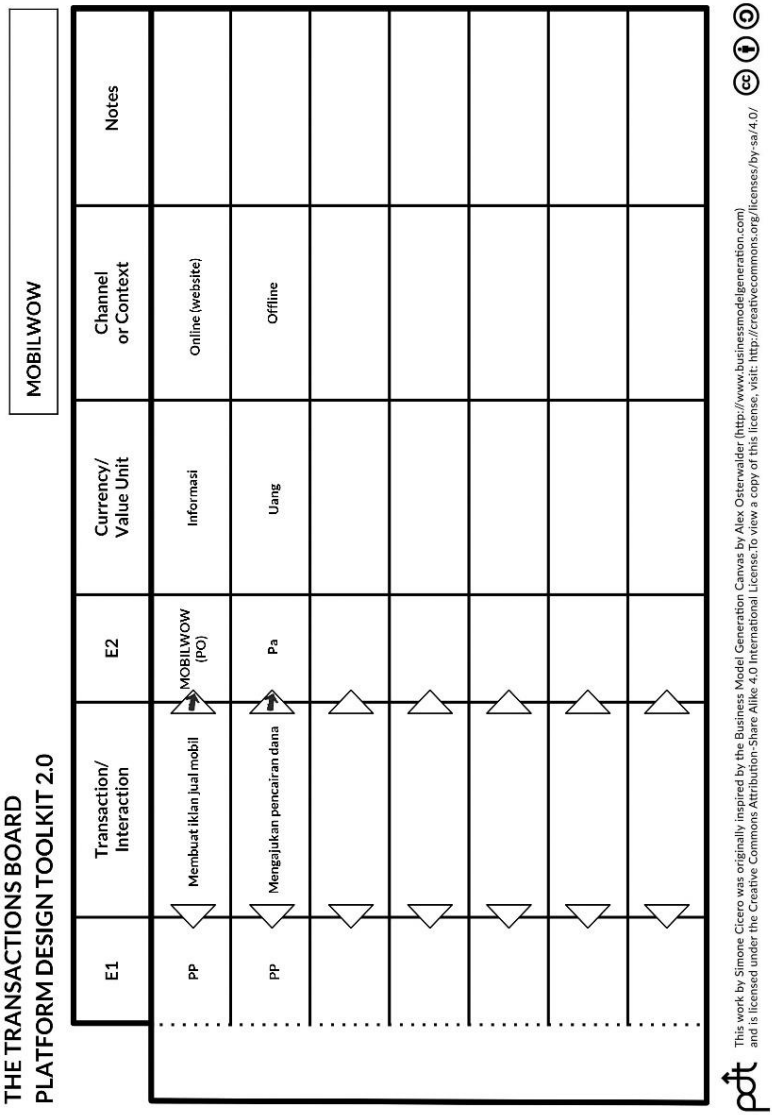
No	*External Stakeholders*	Peran
1	Pemerintah	Regulator
2	PT. WOW Multinet Investindo	Regulator
3	Investor	Investor

Tabel 5.2 *Peers* MobilWOW

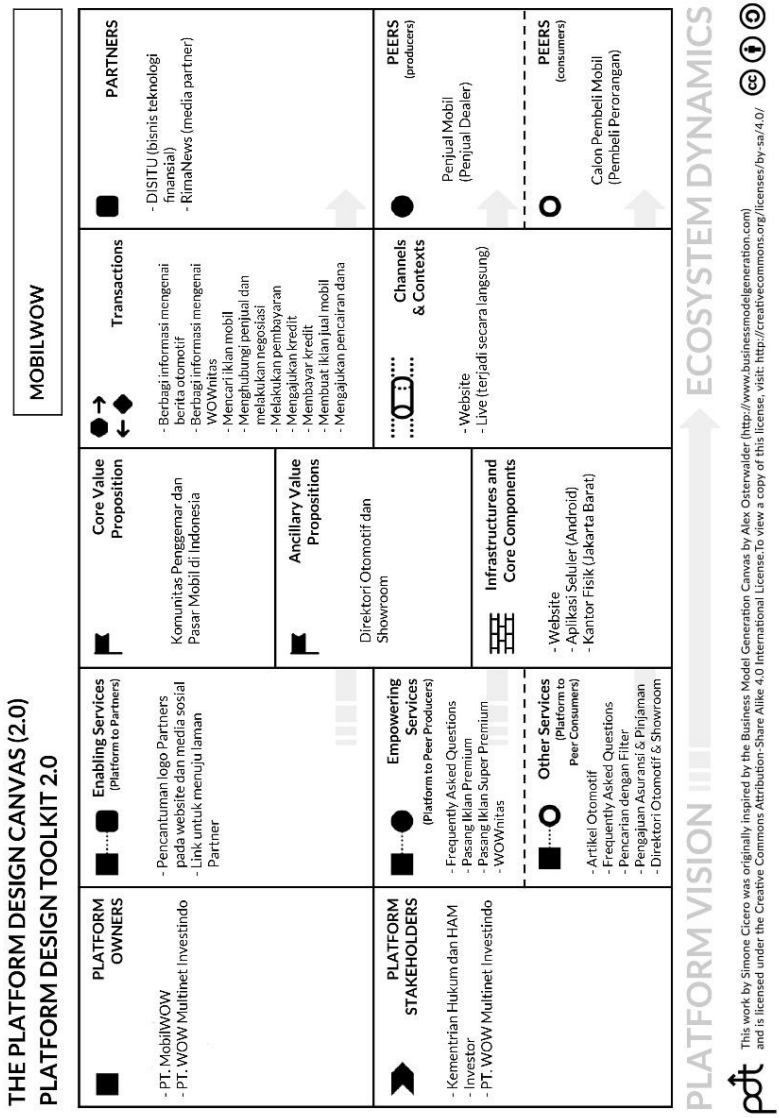
No	*Peers*	Keterangan
1	Calon pembeli mobil	*Peers Consumers*
2	Penjual mobil	*Peers Producers*



Gambar 5.3 *Transaction*s Board MobilWOW



Gambar 5.4 *Transactions* Board MobilWOW (cont'd)



Gambar 5.5 Platform *Design Canvas* MobilWOW

Tabel 5.3 merupakan *Partners* dari MobilWOW, sedangkan Tabel 5.4 adalah *Platform Owners* dari MobilWOW.

Tabel 5.3 *Partners* MobilWOW

No	*Partners*	Keterangan
1	DISITU	Penyedia Pembiayaan dan Kredit
2	RimaNews	Media Partner

Tabel 5.4 *Platform Owners* **MobilWOW**

No	*Platform Owner*	Keterangan
1	PT. MobilWOW	Pemilik
2	PT. WOW Multinet Investindo	*Holding Company*

Tabel 5.5 *Core Value Propositions* MobilWOW

Core Value Propositions
Komunitas penggemar dan pasar mobil di Indonesia

Tabel 5.6 *Ancillary Value Propositions* MobilWOW

Ancillary *Values*	Deskripsi
Direktori Otomotif & Showroom	Layanan dari MobilWOW yang menyediakan informasi mengenai bengkel audio, ban, mesin, *body repair, showroom* yang ada di daerah JABODETABEK. Layanan ini diitargetkan untuk *consumers* dan *producers.*

Lalu pada *Ecosystem Motivations Matrix*, perspektif yang diidentifikasi adalah *Value Propositions*. Tabel 5.5 menjelaskan perspektif *Core Value Propositions*, sedangkan Tabel 5.6 adalah *Ancillary Value Propositions* dari MobilWOW. Perpektif lain yang diidentifikasi dari *Ecosystem Motivations Matrix* adalah *Infrastructures and Core Components.* Tabel 5.7 menjelaskan mengenai *Infrastructures and Core Components* dari MobilWOW.

Tabel 5.7 *Infrastructure and Core Components* MobilWOW

No	*Infrastructure and Core Components*
1.	*Website*
2.	Aplikasi Ponsel (Android)
3.	Kantor Fisik

Selanjutnya adalah *Transactions Board* yang digunakan untuk mengidentifikasi perspektif *Transactions* dan *Channel and Context* dari MobilWOW. Tabel 5.8 merupakan daftar transaksi yang mungkin terjadi dalam MobilWOW.

Tabel 5.8 *Transactions* MobilWOW

No	*Transactions*
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif
2.	Berbagi informasi mengenai WOWnitas
3.	Mencari iklan mobil
4.	Menghubungi penjual dan melakukan negosiasi
5.	Melakukan pembayaran
6.	Mengajukan kredit
7.	Membayar kredit
8.	Membuat iklan jual mobil
9.	Mengajukan pencairan dana

Perspektif selanjutnya yang diidentifikasi dalam *Transactionss Boards* adalah *Channel and Context*. Penjelasan *Channel and Context* dari MobilWOW dapat dilihat pada Tabel 5.9.

Tabel 5.9 *Channel and Context* MobilWOW

No	*Transactions*	*Channel and Context*
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif	*Online (Web)*
2.	Berbagi informasi mengenai WOWnitas	*Online (Web)*
3.	Mencari iklan mobil	*Online (Web)*

No	*Transactions*	*Channel and Context*
4.	Menghubungi penjual dan melakukan negosiasi	*Offline (Live)*
5.	Melakukan pembayaran	*Offline (Live)*
6.	Mengajukan kredit	*Online (Web)*
7.	Membayar kredit	*Offline (Live)*
8.	Membuat iklan jual mobil	*Online (Web)*
9.	Mengajukan pencairan dana	*Offline (Live)*

Tabel 5.10 adalah *Enabling Services* yang ditargetkan untuk membantu *Partners* dari MobilWOW.

Tabel 5.10 *Enabling Services* MobilWOW

Enabling Services	Target Partner	Fungsi
• Pencantuman logo *Partners* pada *website* dan media sosial • Link untuk menuju laman *Partners*	Penyedia Pembiayaan & Kredit	Sebagai feedback dari *Platform* kepada *Partners*, sebagai tanda *Platform* bekerja sama dengan *Partners*
	Media Partner	

Selanjutnya adalah *Empowering Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk membantu *producers* dari MobilWOW. *Empowering Services* dari MobilWOW dapat dilihat pada Tabel 5.11.

Tabel 5.11 *Empowering Services* MobilWOW

No	*Empowering Services*	Fungsi
1.	FAQ	Sebagai panduan bagi Producers bagaimana tata cara dalam menjual atau mengiklankan mobilnya dalam *Platform*
2.	Pasang Iklan Premium	Sebagai layanan iklan yang ditawarkan oleh MobilWOW, namun berbayar. Layanan ini memiliki perbedaan dalam masa waktu iklan tersebut akan tampil di MobilWOW
3.	Pasang Iklan Super Premium	

No	*Empowering Services*	Fungsi
4.	WOWnitas	Layanan Komunitas MobilWOW yang mempertemukan penggemar otomotif. WOWnitas juga menyediakan menu untuk melakukan jual beli mobil

Lalu yang terakhir adalah *Other Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk *customers.* Tabel 5.12 menjelaskan mengenai *Other Services* dari MobilWOW.

Tabel 5.12 *Other Services* MobilWOW

No	*Other Services*	Fungsi
1.	Artikel Otomotif	Sebagai layanan pendamping dari *Platform* yang menyediakan berbagai artikel tentang industri otomotif
2.	FAQ	Sebagai panduan bagi *consumers* bagaimana tata cara dalam membeli atau bertransaksi dalam *Platform*
3.	Pencarian cepat dengan Filter	Layanan yang mempermudah dalam mencari mobil yang sesuai dengan preferensi *consumers*
4.	Pengajuan Asuransi	Layanan yang memungkinkan *consumers* mendapat penawaran dari asuransi terkemuka pilihan *Platform*
5.	Pengajuan Pinjaman	Layanan yang memungkinkan *consumers* mengajukan pinjaman atau kredit sebagai pembayaran ketika membeli mobil dalam *Platform*
6.	Direktori Showroom	Sebagai direktori yang memudahkan *consumers* dalam mencari showroom yang ada di daerah tertentu di Indonesia
7.	Direktori Otomotif	Sebagai direktori yang menampilkan informasi mengenai bengkel audio, ban, mesin, dan *body repair khusus* daerah JABODETABEK

5.2 Mobil123

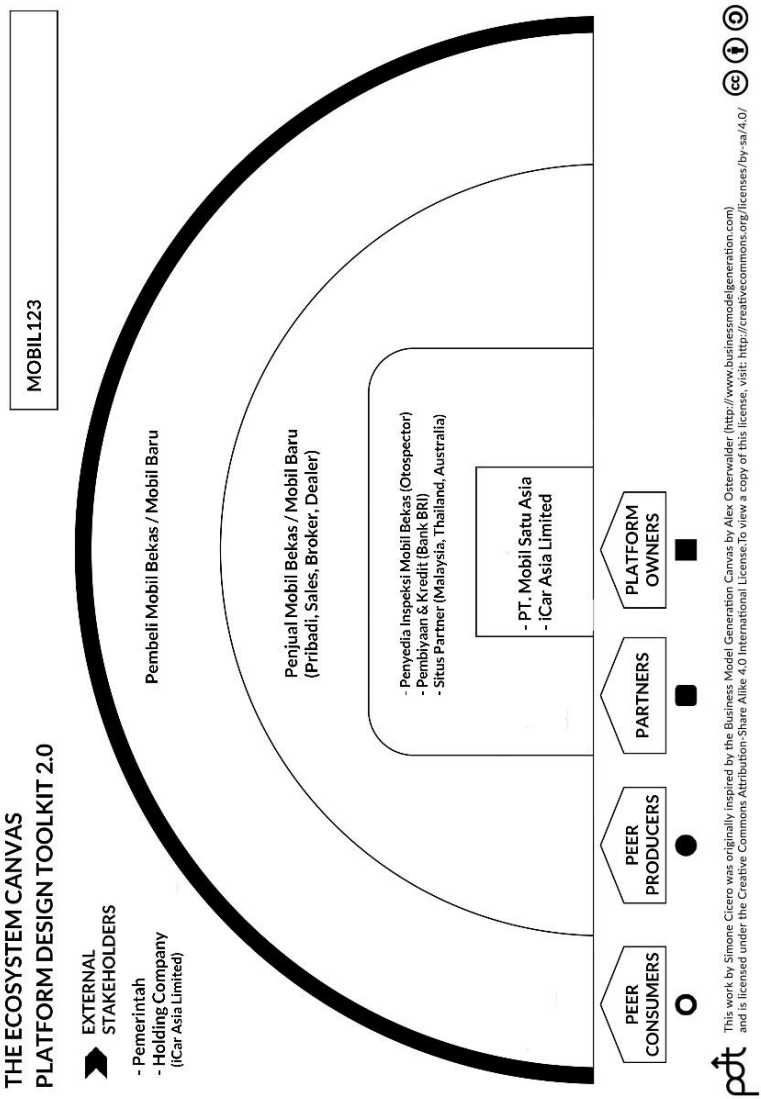
Sub-bab ini akan menjelaskan mengenai *Ecosystem Canvas, Ecosystem Motivation Matrix, Transactions Board,* dan *Platform Design Canvas* dari Mobil123.

5.2.1 *The Ecosystem Canvas* Mobil123

Gambar 5.6 menjelaskan mengenai *Ecosystem Canvas* dari Mobil123. Seperti yang sudah dijelaskan pada dasar teori, *Ecosystem Canvas* digunakan untuk memetakan entitas yang terlibat dalam *platform*. Entitas yang terlibat dibagi menjadi beberapa perspektif yaitu *External Stakeholders*, *Peer* (*Consumers & Producers*), *Partners*, dan *Platform Owners*.

Dalam Mobil123 yang termasuk dalam *External Stakeholders* adalah dua kelompok entitas yaitu regulator dan investor. Pada kelompok entitas regulator terdapat pemerintah dan *holding company* dari Mobil123 yaitu iCar Asia Limited. Regulator adalah entitas yang membuat dan mengatur kebijakan atau aturan yang harus ditaati oleh Mobil123 dalam menjalankan bisnisnya. Kelompok entitas yang juga termasuk dalam *External Stakeholders* adalah investor yang memberikan investasi berupa dana pada *platform*. ICar Asia Limited sebagai *holding company* juga bertindak sebagai investor dari Mobil123. Pada 2014 lalu, iCar Asia Limited menyuntikkan dana sebesar Rp. 77,8 kepada Mobil123 guna pengembangan produk dan kegiatan marketing [43].

Perspektif *Peers Consumers* pada Mobil123 adalah calon pembeli mobil bekas atau mobil baru. Calon pembeli menjadi *Peers Consumers* karena mereka yang memanfaatkan dan mengakses *value* dari Mobil123. Sedangkan untuk *Peers Producers* adalah penjual mobil bekas atau mobil baru. Terdapat beberapa macam akun bagi calon penjual yang akan mengiklankan mobilnya di Mobil123 yaitu penjual pribadi, sales, dan dealer. Perbedaan dari masing-masing akun adalah layanan yang didapatkan dari Mobil123 [28].



Gambar 5.6 Ecosystem Canvas Mobil123

Selanjutnya adalah perspektif *Partners* yang ikut membuat *value* tambahan dan berkolaborasi dengan *Platform Owners*. Mobil123 memiliki 2 *Partners* utama yaitu Otospector dan Bank BRI (Bank Rakyat Indonesia). Otospector adalah salah satu penyedia inspeksi mobil bekas. Mobil123 bekerja sama dengan Otospector guna memastikan kondisi mobil bekas yang hendak dibeli oleh calon pembeli dalam keadaan baik. Selain itu, Otospector juga membantu calon pembeli dalam memastikan keaslian surat-surat mobil bekas [44]. Sedangkan *Partners* Bank BRI adalah bank yang menangani proses pembiyaan dan kredit pembelian mobil baru atau mobil bekas. Selain Otospector dan Bank BRI, Mobil123 juga memiliki situs partner atau situs serupa yang berada di luar negeri. Situs partner aktif dari Mobil123 ada di beberapa negara yaitu Malaysia, Thaliand, dan Australia [27].

Perspektif terakhir adalah *Platform Owners* yang mengelola dan bertanggung jawab atas Mobil123. Di Indonesia, Mobil123 berada di bawah naungan PT. Mobil Satu Asia. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Mobil123 merupakan salah satu brand dari iCar Asia Limited. Maka dari itu selain PT. Mobil Satu Asia, iCar Asia Limited juga merupakan *Platform Owners* dari Mobil123 [27].

5.2.2 *The Motivation Matrix Canvas* Mobil123

Gambar 5.7 menunjukkan Motivation Matrix Canvas dari Mobil123. Motivation Matrix Canvas menjelaskan mengenai hal-hal yang mendorong entitas untuk bergabung dalam *platform*. Sebagian besar motivasi entitas untuk bergabung memiliki kecenderungan untuk memperoleh keuntungan. Otospector sebagai penyedia inspeksi mobil bekas yang merupakan *Partners* dari Mobil123 memiliki motivasi bergabung untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang didapat oleh Otospector dapat berupa uang dan peluang meningkatkan reputasi.

THE ECOSYSTEM'S MOTIVATIONS MATRIX
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

MOBIL123

	Inspeksi Mobil Bekas	Pembiayaan & Kredit Mobil	Situs Partner	Penjual Mobkas/Mobar	Pembeli Mobkas/Mobar
Inspeksi Mobil Bekas (Pa / PP / PC)	1. Mendapatkan keuntungan (uang dan reputasi) 2. Memperluas target pasar 3. Sebagai salah satu strategi marketing				1. Jaminan pengecekan mobkas yang akan dibeli 2. Laporan mobkas yg sudah diinspeksi
Pembiayaan & Kredit Mobil (Pa / PP / PC)		1. Peluang mendapatkan member lebih banyak 2. Meningkatkan reputasi		Jaminan kemudahan pencairan uang hasil penjualan	Jaminan kemudahan pembayaran
Situs Partner (Pa / PP / PC)			1. Peluang meningkatkan reputasi & jumlah pengunjung 2. Memperluas target pasar hingga keluar negeri		Memberi kemudahan apabila pembeli hendak mencari mobkas/mobar di negeri lain
Penjual Mobkas/Mobar (Pa / PP / PC)				1. Memperluas target pasar 2. Peluang terjual dengan cepat 3. Memiliki channel online tanpa perlu mengelola website 4. Bantuan verifikasi pembayaran 5. Meminimalisir kemungkinan penipuan dalam hal pembayaran 6. Mendapat informasi harga mobar di pasaran saat ini	Memberikan pilihan mobkas/mobar
Pembeli Mobkas/Mobar	1. Menambah customer bagi penyedia inspeksi 2. Menambah keuntungan (uang dan reputasi)	1. Menambah customer bagi partner pembiayaan & kredit 2. Menambah keuntungan (uang dan reputasi)	Peluang menambah cutomer, uang dan reputasi	Menambah keuntungan (uang, reputasi dan feedback)	1. Kemudahan mencari mobkas/mobar 2. Mendapat informasi & tips mobil 3. Dapat melakukan perhitungan simulasi pinjaman 4. Dapat mengetahui harga mobar 5. Dapat melakukan perbandingan beberapa mobil 6. Pilihan pembayaran yg beragam 7. Jaminan inspeksi mobkas dari partner

What could the entity on the vertical axis on the left give to the entity on the horizontal axis on top?

Advantages in participating in the ecosystem (needs, opportunities) through the platform

Gambar 5.7 Ecosystem Motivations Matrix Mobil123

Otospector juga memiliki peluang untuk memperluas target pasar dan menjadikan kerja sama dengan Mobil123 sebagai salah satu strategi marketing. Otospector juga memiliki peluang give-take dengan calon pembeli di Mobil123 yang merupakan *Peers Consumers*. Otospector memberi jaminan pengecekan (inspeksi) mobil bekas yang akan dibeli dan memberi laporan hasil inspeksi kepada *Peers Consumers*.

Bank BRI merupakan *Partners* dari Mobil123 sebagai penyedia layanan pembiayaan dan kredit mobil. Bank BRI juga memiliki motivasi bergabung untuk mendapatkan keuntungan berupa peluang bertambahnya member atau nasabah lebih banyak. Selain itu juga untuk meningkatkan reputasi mengingat Mobil123 merupakan *platform* yang memiliki banyak pengunjung. Bank BRI juga memberi jaminan pembayaran dengan mudah kepada *Peers Consumers*. Sedangkan untuk *Peers Producers*, Bank BRI memberi jaminan kemudahan pencairan dana hasil penjualan.

Partners terakhir dari Mobil123 adalah situs partner yang merupakan situs serupa tetapi berada di negara lain. Situs partner memiliki motivasi bergabung untuk meningkatkan reputasi dan jumlah pengunjung *platform*. Selain itu situs partner juga mendapat peluang untuk memperluas target pasarnya hingga ke negara lain. Keberadaan situs partner memberi *Peers Consumers* kemudahan dalam mencari mobil baru atau mobil bekas di negara lain.

Penjual mobil bekas atau baru yang merupakan *Peers Producers* dari Mobil123 memiliki beragam motivasi untuk bergabung dalam *platform*. *Peers Producers* tertarik untuk bergabung dengan motivasi memperluas target pasar hingga ke channel *online* tanpa perlu membuat dan mengelola *website* sendiri. Dengan bergabung dalam *platform*, *Peers Producers* akan mendapat kemudahan dari *Partners* dalam proses verifikasi pembayaran dan pencairan dana. Dengan terlibatnya *Partners* dalam proses pembayaran membuat *Peers Producers*

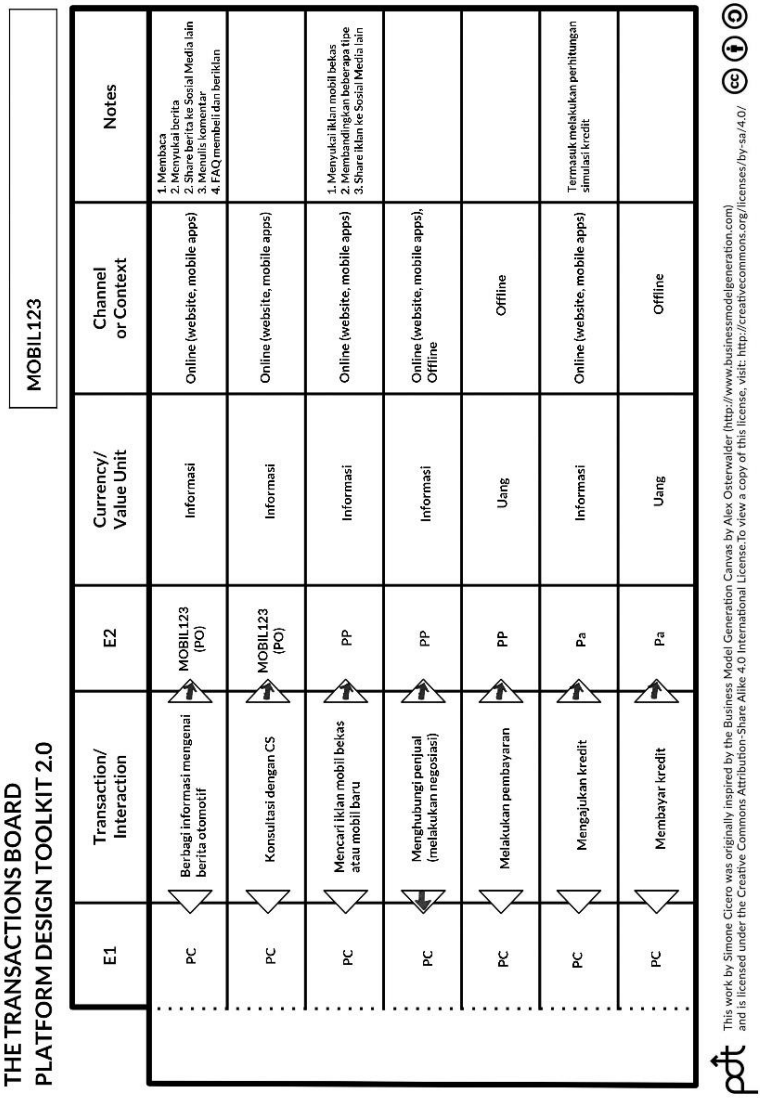
lebih tenang karena kemungkinan akan penipuan semakin kecil. Selain motivasi, *Peers Producers* juga memberikan pilihan mobil bekas atau mobil baru bagi *Peers Consumers* yang sedang mencari mobil.

Entitas terakhir yang terlibat adalah calon pembeli yang merupakan *Peers Consumers* dari Mobil123. *Peers Consumers* memiliki motivasi bergabung untuk mendapatkan informasi mengenai industri otomotif dan tentunya untuk mempermudah pencarian mobil bekas atau baru. Motivasi *Peers Consumers* dalam bergabung juga disebabkan dari fitur-fitur yang diberikan oleh Mobil123. Dalam Mobil123 terdapat fitur seperti kalkulator simulasi pinjaman dan bandingkan mobil yang membantu *Peers Consumers* dalam memilih mobil yang akan dibeli. Selain itu, keterlibatan *Partners* penyedia layanan inspeksi mobil bekas dan pembiayaan kredit mobil juga menjadi motivasi bagi *Peers Consumers*. Dengan terlibatnya *Peers Consumers* memberi keuntungan bagi *Partners* dan *Peers Producers* berupa uang, member baru, reputasi, atau feedback.

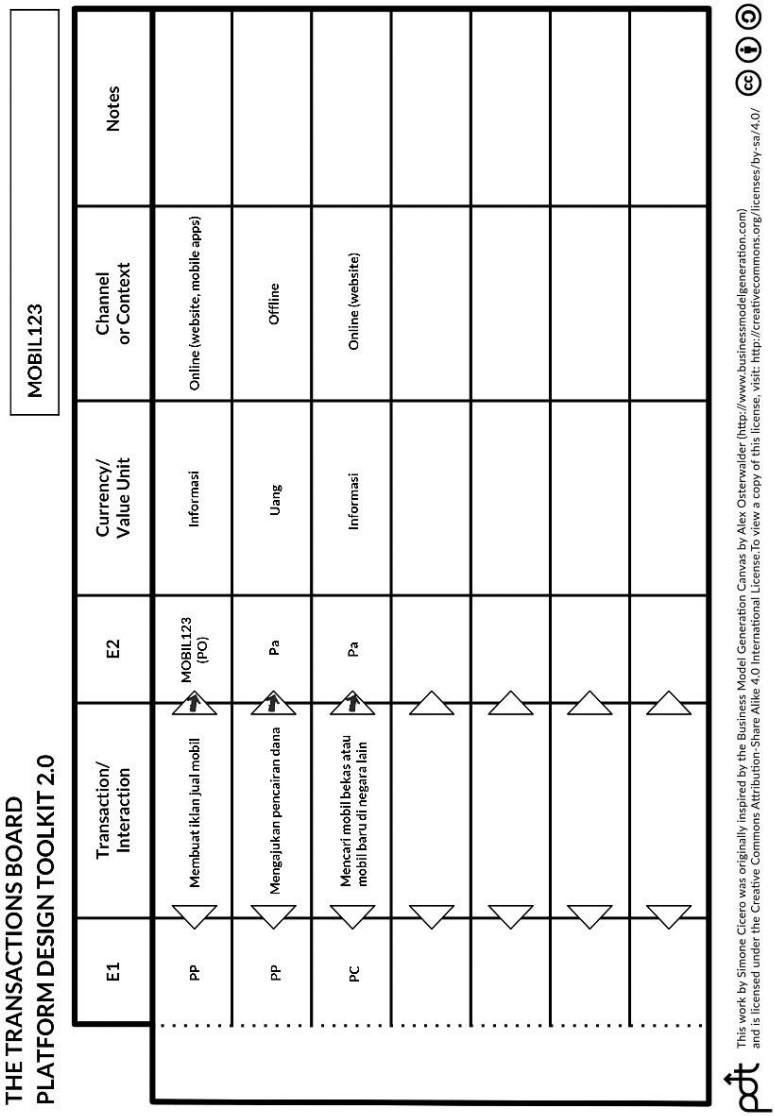
5.2.3 *Transactions Board* Mobil123

Gambar 5.8 dan Gambar 5.9 merupakan *Transactions* Board yang menunjukan hasil identifikasi transaksi yang terjadi dalam Mobil123. Hal yang diidentifikasi adalah entitas yang terlibat, transaksi yang dilakukan, *value* yang ditukar yaitu dapat berupa uang, produk, atau reputasi. Selain itu Channel yang merupakan tempat terjadinya transaksi tersebut, dapat melalui *website*, aplikasi, atau transaksi secara langsung.

Salah satu transaksi yang mungkin terjadi dalam Mobil123 adalah berbagi informasi mengenai industri otomotif melalui sebuah artikel. Selain itu entitas juga dapat mengirim pesan dengan customer *services*, mencari iklan mobil, mengajukan pinjaman, membuat iklan, dan bernegosiasi.



Gambar 5.8 *Transaction*s Board Mobil123



Gambar 5.9 *Transaction*s Board Mobil123 (cont'd)

5.2.4 *Platform Design Canvas* Mobil123

Platform Design Canvas adalah gabungan dari *Ecosystem Canvas*, *Ecosystem Motivations Matrix*, dan *Transactions Board* yang sudah diidentifikasi sebelumnya. Gambar 5.10 merupakan *Platform Design Canvas* dari Mobil123. Pada *Ecosystem Canvas* perspektif yang telah diidentifikasi adalah *Stakeholders*, *Peers*, *Partners*, dan *Platform Owner*. Tabel 5.13 merupakan *External Stakeholder* dari Mobil123, sedangkan Tabel 5.14 adalah *Peers Consumers* dan *Producers* dari Mobil123. Tabel 5.15 menjelaskan *Partners*, sedangkan Tabel 5.16 menjelaskan *Platform Owners* dari Mobil123.

Tabel 5.13 *External Stakeholder* Mobil123

No	*External Stakeholders*	Peran
1	Pemerintah	Regulator
2	iCar Asia Limited	Regulator, Investor

Tabel 5.14 *Peers* Mobil123

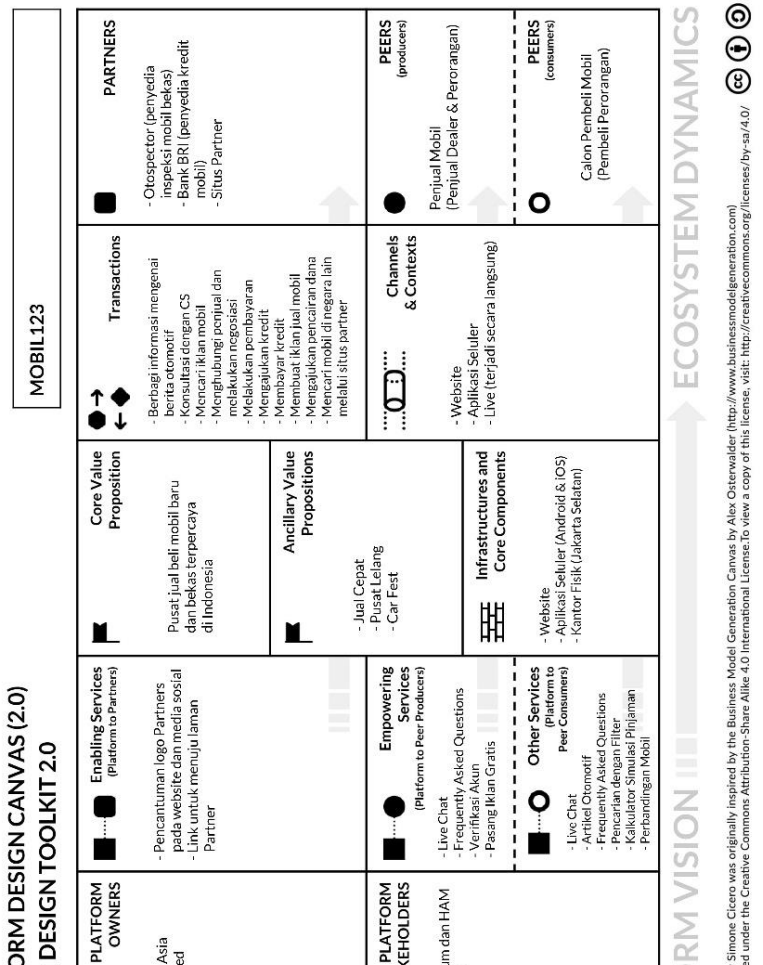
No	*Peers*	Keterangan
1	Calon pembeli mobil	*Peers Consumers*
2	Penjual mobil	*Peers Producers*

Tabel 5.15 *Partners* Mobil123

No	Partner	Keterangan
1	Otospector	Penyedia Inspeksi Mobil Bekas
2	Bank BRI	Penyedia Pembiayaan dan Kredit
3	Situs Partner	Situs serupa yang ada di negara lain (Malaysia, Thailand, Australia)

Tabel 5.16 *Platform Owners* Mobil123

No	*Platform Owner*	Keterangan
1	PT. Mobil Satu Asia	Pemilik di Indonesia
2	iCar Asia Limited	*Holding Company*



Gambar 5.10 Platform *Design Canvas* Mobil123

Ecosystem Motivations Matrix berguna untuk mengidentifikasi perspektif *Value Propositions* yaitu *Core Value Propositions* dan *Ancillary Value Propostions*. Selain *Value Propositions*, perspektif lain yang dapat diidentifikasi dalam *Ecosystem Motivations Matrix* adalah perspektif Infrastructures and Core Components. Tabel 5.17 adalah perspektif *Core Value Propositions*, sedangkan Tabel 5.18 adalah *Ancillary Value Propositions* dari MobilWOW.

Tabel 5.17 *Core Value Propositions* Mobil123

Core Value Propositions
Pusat jual beli mobil baru & bekas terpercaya di Indonesia

Tabel 5.18 *Ancillary Value Propositions* Mobil123

Ancillary *Values*	**Deskripsi**
Jual Cepat	Layanan yang ditujukan untuk *producers* perorangan untuk menjual mobilnya dengan cepat. Layanan ini merupakan layanan berbayar dengan berbagai fasilitas seperti sundul yang berguna untuk membuat iklan tetap berada di atas.
Pusat Lelang	Layanan menjual mobil dengan gratis namun dengan jaminan *producers* akan mendapat harga terbaik. Mobil yang dilelang dalam Mobil123 akan ditawarkan kepada pembeli yang merupakan mitra dari Mobil123.
Car Fest	Event yang mempertemukan *producers* dari seluruh dunia dengan *consumers*. Car Fest juga menyediakan Test Drive bagi *consumers* untuk mencoba pengalaman berkendara.

Tabel 5.19 *Infrastructure and Core Components* Mobil123

No	***Infrastructure and Core Components***
1.	*Website*
2.	Aplikasi Ponsel (Android dan iOS)
3.	Kantor Fisik

Selanjutnya adalah *Transactions Board* yang digunakan untuk mengidentifikasi perspektif *Transactions* dan *Channel and*

*Context*s. Tabel 5.20 merupakan daftar transaksi yang mungkin terjadi dalam Mobil123.

Tabel 5.20 *Transactionss* Mobil123

No	***Transactionss***
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif
2.	Konsultasi dengan *customer services*
3.	Mencari iklan mobil
4.	Menghubungi penjual dan melakukan negosiasi
5.	Melakukan pembayaran
6.	Mengajukan kredit
7.	Membayar kredit
8.	Membuat iklan jual mobil
9.	Mengajukan pencairan dana
10.	Mencari mobil di negara lain melalui situs partner

Ada pula perspektif *Channel and Context*s. Tabel 5.21 merupakan penjelasan *Channel and Context* dari Mobil123.

Tabel 5.21 *Channel and Context* Mobil123

No	***Transactionss***	***Channel and Context***
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif	*Online (Web, Apps)*
2.	Konsultasi dengan *customer services*	*Online (Web, Apps)*
3.	Mencari iklan mobil	*Online (Web, Apps)*
4.	Menghubungi penjual dan melakukan negosiasi	*Online (Web, Apps)*
5.	Melakukan pembayaran	*Offline (Live)*
6.	Mengajukan kredit	*Online (Web, Apps)*
7.	Membayar kredit	*Offline (Live)*
8.	Membuat iklan jual mobil	*Online (Web, Apps)*
9.	Mengajukan pencairan dana	*Offline (Live)*

No	*Transactionss*	*Channel and Context*
10.	Mencari mobil di negara lain melalui situs partner	*Online (Web, Apps)*

Perspektif terakhir dari Mobil123 adalah *Services* yang dibagi menjadi *Enabling Services*, *Empowering Services*, dan *Other Services*. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, *Enabling Services* adalah layanan yang ditargetkan untuk membantu *Partners*. Tabel 5.22 adalah *Enabling Services* dari Mobil123.

Tabel 5.22 *Enabling Services*

Enabling Services	Target Partner	Fungsi
• Pencantuman logo *Partners* pada *website* dan media sosial • Link untuk menuju laman *Partners*	Penyedia Pembiayaan & Kredit	Sebagai feedback dari *Platform* kepada *Partners*, sebagai tanda *Platform* bekerja sama dengan *Partners*
	Penyedia Inspeksi Mobil Bekas	
	Situs Partner	

Selanjutnya adalah *Empowering Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk *producers* dalam memulai transaksi. *Empowering Servicess* Mobil123 dapat dilihat pada Tabel 5.23.

Tabel 5.23 *Empowering Services* Mobil123

No	*Empowering Services*	Fungsi
1.	*Live Chat*	Sebagai layanan yang menghubungkan *Producers* dan *Platform Owner* yang diwakilkan oleh Customer *Services*. Berguna untuk membantu Producers berkonsultasi apabila ada permasalahan dalam menggunakan *Platform*
2.	*Frequently Asked Question*	Sebagai panduan bagi Producers bagaimana tata cara dalam menjual atau mengiklankan mobilnya dalam *Platform*

3.	Verifikasi Akun	Sebagai layanan untuk memastikan keabsahan data yang digunakan Producers Sales dan Dealer ketika mendaftar. Hal ini akan membuat Customer yakin untuk bertransaksi dengan Producers yang bersangkutan
4.	Pasang Iklan Gratis	Sebagai salah satu layanan iklan yang ditawarkan oleh *Platform* Mobil123, tanpa dipungut biaya

Lalu *Other Services* atau layanan untuk *consumers* dari Mobil123 dapat dilihat pada Tabel 5.24.

Tabel 5.24 *Other Services* Mobil123

No	*Other Services*	Fungsi
1.	*Live Chat*	Sebagai layanan yang menghubungkan *consumers* dan *Platform Owner* yang diwakilkan oleh Customer *Services*. Berguna untuk membantu *consumers* berkonsultasi apabila ada masalah dalam *platform*
2.	Artikel Otomotif	Sebagai layanan pendamping dari *Platform* yang menyediakan berbagai artikel tentang industri otomotif
3.	*Frequently Asked Question*	Sebagai panduan bagi *consumers* bagaimana tata cara dalam membeli atau bertransaksi dalam *Platform*
4.	Pencarian cepat dengan Filter	Layanan yang mempermudah dalam mencari mobil yang sesuai dengan preferensi *consumers*
6.	Kalkulator Simulasi Pinjaman	Sebagai layanan untuk mensimulasikan perhitungan kredit yang akan dibayar oleh *consumers*. *Consumers* dapat memilih berapa lama waktu kredit dan uang muka sesuai kemampuan pribadi.
7.	Membandingkan 2-4 tipe mobil	Layanan yang membantu *consumers* dalam membandingkan beberapa tipe mobil dan menemukan spesifikasi mobil yang terbaik

5.3 Rajamobil

5.3.1 *The Ecosystem Canvas* Rajamobil

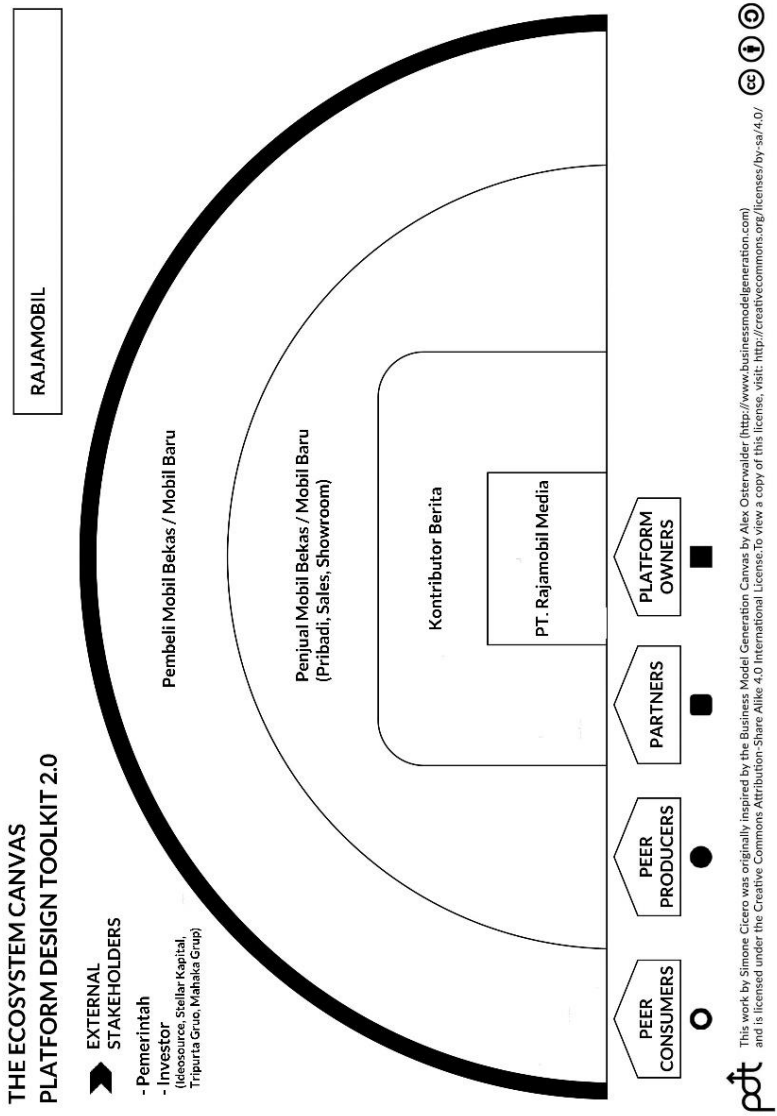
Gambar 5.11 merupakan gambaran *Ecosystem Canvas* dari Rajamobil. *Ecosystem Canvas* menggambarkan atau memetakan entitas yang terlibat dalam *platform* menjadi beberapa perspektif. Perspektif yang termasuk dalam *Ecosystem Canvas* adalah *External Stakeholders*, *Peer* (Consumer & Producer), *Partners*, dan *Platform Owners*.

Perspektif pertama adalah *External Stakeholders* yang terdiri dari kelompok entitas regulator atau kelompok entitas investor dari Rajamobil. Dalam Rajamobil, entitas yang termasuk dalam *External Stakeholder* kelompok regulator adalah pemerintah. Rajamobil memiliki beberapa investor yaitu Ideosource dan Stellar Kapital yang merupakan perusahaan *venture capital*. Investasi berasal dari pengusaha TP Rachmat (Triputra Group) dan juga Boy dan Erick Thohir (Mahaka Group) [31, 32].

Perspektif kedua adalah *Peers Consumers* dan *Peers Producers*. Untuk *Peers Consumers* atau entitas yang mengakses *value* dari Rajamobil adalah calon pembeli mobil baru atau mobil bekas. Sedangkan untuk *Peers Producers* dari Rajamobil adalah penjual mobil baru atau mobil bekas. Penjual mobil baru atau mobil bekas dibagi menjadi dua tipe yaitu penjual pribadi dan penjual yang merupakan sales resmi.

Perspektif selanjutnya adalah *Partners*. Rajamobil bekerja sama dengan perorangan yang mendaftar sebagai kontributor berita. Kerja sama dengan kontributor berita ini guna mencapai tujuan Rajamobil menjadi *Platform* yang menyajikan berbagai berita industri otomotif [30, 45].

Perspektif yang terakhir adalah *Platform Owners* yaitu entitas yang mengelola dan bertanggung jawab atas Rajamobil. Rajamobil dikelola dan diawasi langsung oleh PT. Raja Mobil Media yang berpusat di Jakarta [30].



Gambar 5.11 Ecosystem Canvas Rajamobil

5.3.2 *The Motivation Matrix Canvas* Rajamobil

Gambar 5.12 menjelaskan mengenai hal yang mendorong entitas untuk bergabung dalam Rajamobil dan dipetakan menjadi Motivation Matrix Canvas. Hal yang mendorong entitas untuk bergabung dapat berupa motivasi untuk mendapatkan keuntungan atau peluang untuk memberi kepada entitas lain. Kontributor berita merupakan *Partners* dari Rajamobil yang memiliki motivasi bergabung untuk mendapat keuntungan. Dengan memposting berita, informasi, review mobil, dan tips berkendara, kontributor berita akan mendapatkan keuntungan berupa uang. Kontributor berita juga mendapat keuntungan berupa feedback dari entitas *Peers Producers* dan *Peers Consumers* yang membaca artikel mereka.

Entitas berikutnya adalah penjual mobil bekas atau baru yang merupakan *Peers Producers* dari Rajamobil. *Peers Producers* memiliki motivasi bergabung untuk mendapat keuntungan, terutama keuntungan berupa uang dari hasil penjualan. Selain uang, keuntungan yang didapat oleh *Peers Producers* juga dapat berupa reputasi dan feedback. Dengan bergabung dalam *platform*, *Peers Producers* memiliki peluang untuk memperluas target pasarnya. Terlibatnya *Peers Producers* juga memberi pilihan mobil bagi *Peers Consumers*.

Entitas yang terakhir adalah *Peers Consumers* yang merupakan calon pembeli dari Rajamobil. *Peers Consumers* memiliki keinginan untuk bergabung untuk mencari kemudahan dalam mencari mobil bekas atau baru. *Peers Consumers* juga mendapat informasi dan berita mengenai industri otomotif. Motivasi lain dari *Peers Consumers* untuk bergabung dalam *platform* adalah karena fitur yang disediakan oleh *platform*. Dalam Rajamobil, *Peers Consumers* dapat melakukan perbandingan mobil dan melakukan *tracking* pembelian.

THE ECOSYSTEM'S MOTIVATIONS MATRIX
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

RAJAMOBIL

	Kontributor Berita	Penjual Mobkas/Mobar	Pembeli Mobkas/Mobar		
Kontributor Berita (Pa) PP PC	Peluang mendapatkan keuntungan berupa uang, reputasi atau feedback		Memberikan informasi mengenai otomotif dan review mobil		
Penjual Mobkas/Mobar Pa (PP) PC		1. Memperluas target pasar 2. Peluang mobkas/mobar terjual dengan cepat 3. Memiliki channel online tanpa perlu mengelola website	Memberikan pilihan mobil baru dan mobil bekas		
Pembeli Mobkas/Mobar Pa PP (PC)		Menambah keuntungan (uang, reputasi dan feedback)	1. Kemudahan mencari mobil 2. Mendapat informasi & tips otomotif 3. Pilihan promo kredit/angsuran untuk pembelian mobar 4. Dapat melakukan tracking pembelian langsung dari platform 5. Dapat melakukan perbandingan spesifikasi mobil		
Pa PP PC					

What could the entity on the vertical axis on the left give to the entity on the horizontal axis on top?

Advantages in participating in the ecosystem (needs, opportunities) through the platform

Gambar 5.12 Ecosystem Motivations Matrix Rajamobil

5.3.3 *Transactions Board* Rajamobil

Gambar 5.13 dan Gambar 5.14 merupakan *Transactions Board* yang menjelaskan tentang berbagai transaksi yang terjadi dalam Rajamobil. *Transactions Board* menjelaskan mengenai entitas yang terlibat, *value* yang ditukar, dan *channel* tempat terjadinya transaksi. *Value* yang mungkin ditukar dalam bertransaksi adalah uang, produk, informasi, atau reputasi. Sedangkan tempat terjadinya transaksi dapat melalui *website*, aplikasi, atau transaksi secara langsung. Beberapa transaksi yang terjadi dalam Rajamobil adalah berbagi informasi otomotif, mengajukan kredit, memasang iklan, dan tracking pembelian.

5.3.4 *Platform Design Canvas* Rajamobil

Gambar 5.15 merupakan *Platform Design Canvas* yang menjelaskan sembilan perspektif dari Rajamobil. Melalui *Ecosystem Canvas* dilakukan identifikasi perspektif *External Stakeholders*, *Peers*, *Partners*, dan *Platform Owners*. Tabel 5.25 menjelaskan *External Stakeholders* dari Rajamobil.

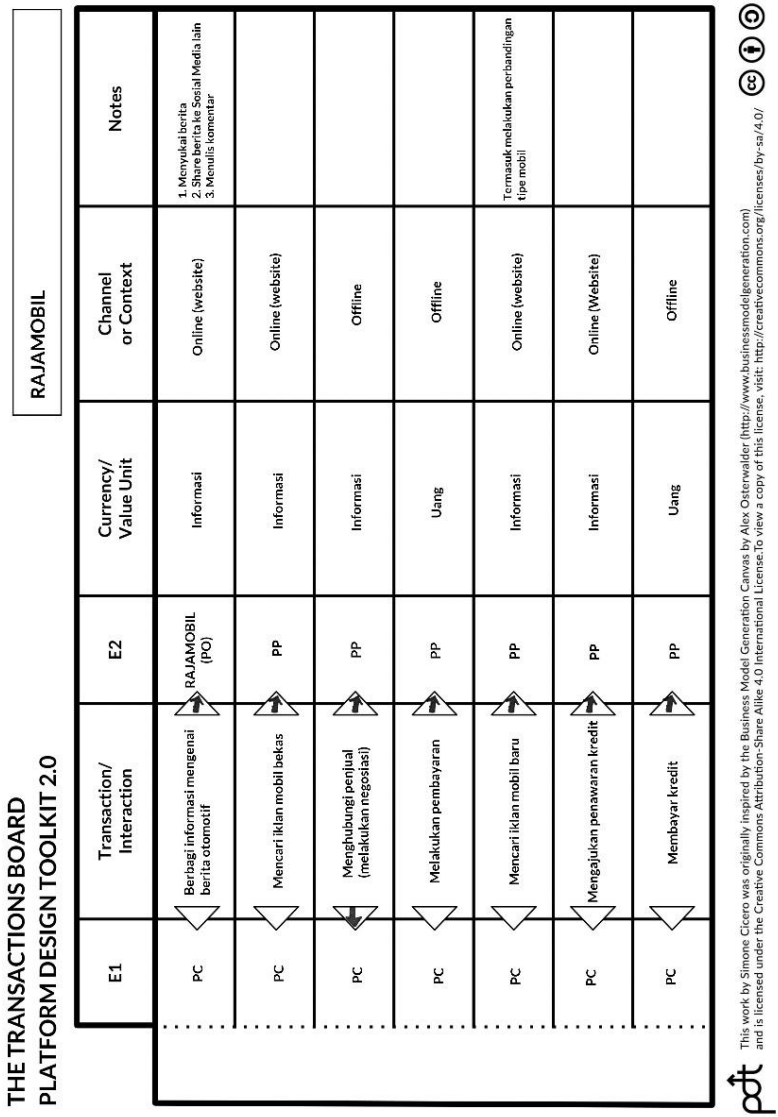
Tabel 5.25 *External Stakeholders* Rajamobil

No	*External Stakeholders*	Peran
1	Pemerintah	Regulator
2	Ideosource	Investor
3	Stellar Kapital	Investor
4	Tripurta Grup	Investor
5	Mahaka Grup	Investor

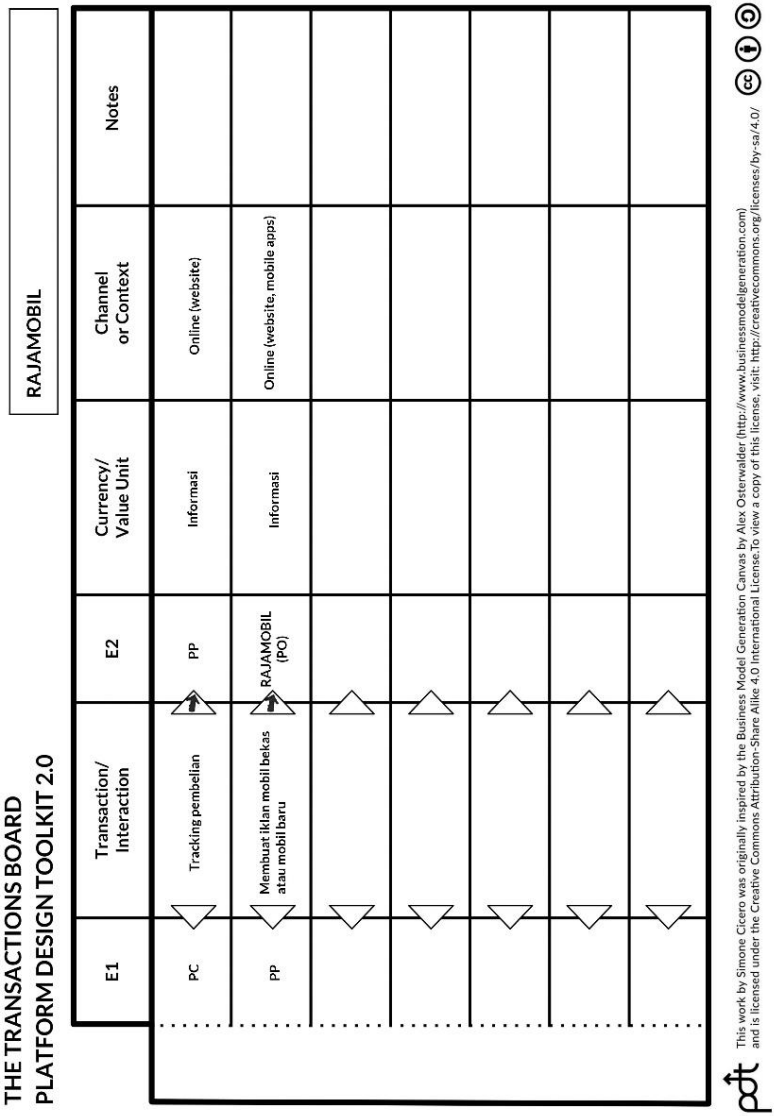
Sedangkan Tabel 5.26 menjelaskan perspektif *Peers Consumers* dan *Peers Producers* dari Rajamobil.

Tabel 5.26 *Peers* Rajamobil

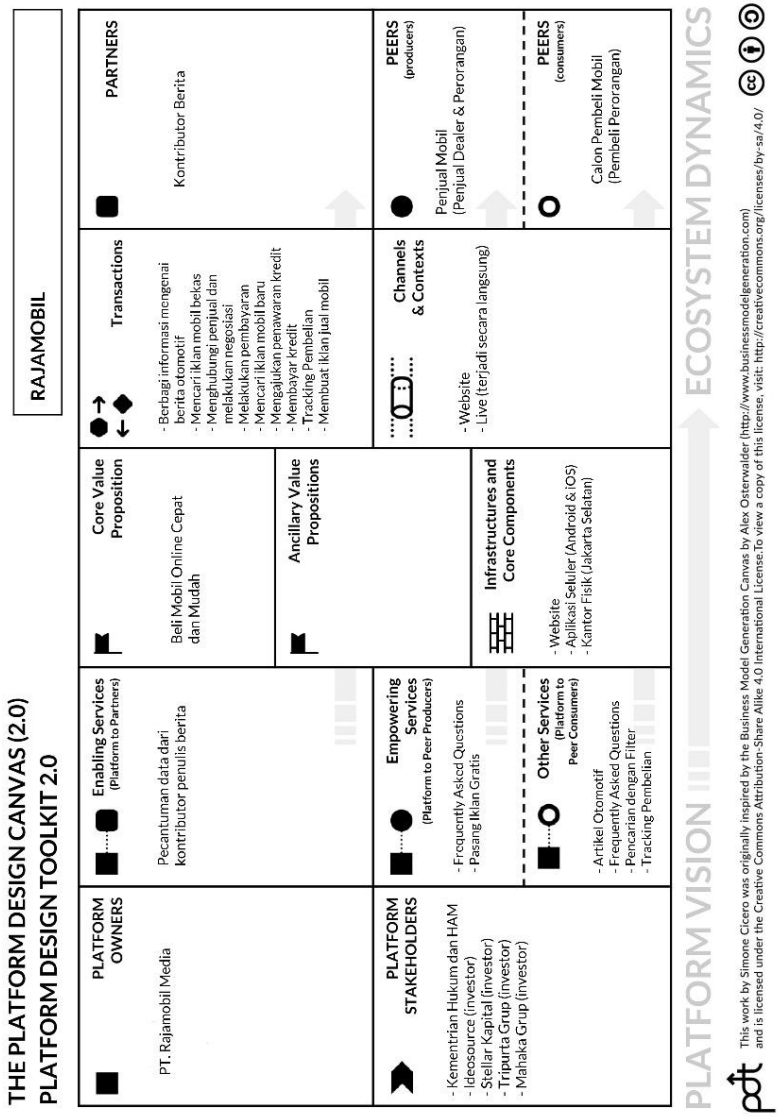
No	*Peers*	Keterangan
1	Calon pembeli mobil	*Peers Consumers*
2	Penjual mobil	*Peers Producers*



Gambar 5.13 *Transactions*s Board Rajamobil



Gambar 5.14 *Transactions*s Board Rajamobil (cont'd)



Gambar 5.15 ***Platform Design Canvas*** **Rajamobil**

Lalu pada Tabel 5.27 menjelaskan mengenai perspektif *Partners* dari Rajamobil, lalu pada Tabel 5.28 menjelaskan perspektif *Platform Owners* dari Rajamobil.

Tabel 5.27 *Partners* Rajamobil

Partner	Keterangan
Kontributor Berita	Partner penulis artikel

Tabel 5.28 *Platform Owners* **Rajamobil**

Platform Owner	**Keterangan**
PT. Rajamobil Media	Pemilik

Pada *Ecosystem Motivations Matrix* perspektif yang dapat diidentifikasi adalah *Value Propositions*. Terdapat 2 tipe *Value Propositions* yaitu *Core Value Propositions* dan *Ancillary Value Propositions*. Tabel 5.29 menjelaskan mengenai perpektif *Value Propositions* dalam Rajamobil.

Tabel 5.29 *Core Value Propositions* Rajamobil

Core Value Propositions
Beli mobil *online* cepat dan mudah

Perspektif lain yang dapat diidentifikasi melalui *Ecosystem Motivations Matrix* adalah *Infrastructure and Core Components* . Tabel 5.30 menjelaskan *Infrastructure and Core Components* dari Rajamobil.

Tabel 5.30 *Infrastructure and Core Components* Rajamobil

No	***Infrastructure and Core Components***
1.	*Website*
2.	Aplikasi Ponsel (Android & iOS)
3.	Kantor Fisik

Transactions Board yang digunakan untuk mengidentifikasi perspektif *Transactions* dan *Channel and Context*. Daftar

transaksi yang mungkin terjadi dalam Rajamobil adalah seperti Tabel 5.31. Sedangkan pada Tabel 5.32 menjelaskan *Channel and Context* dari masing-masing transaksi yang terjadi dalam Rajamobil.

Tabel 5.31 *Transactions* Rajamobil

No	*Transactions*
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif
2.	Mencari iklan mobil bekas
3.	Menghubungi penjual dan melakukan negosiasi
4.	Melakukan pembayaran
5.	Mencari iklan mobil baru
6.	Mengajukan penawaran kredit
7.	Membayar kredit
8.	Tracking Pembelian
9.	Membuat iklan jual mobil

Tabel 5.32 *Channel and Context* Rajamobil

No	*Transactions*	*Channel and Context*
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif	*Online (Web)*
2.	Mencari iklan mobil bekas	*Online (Web)*
3.	Menghubungi penjual dan melakukan negosiasi	*Offline (Live)*
4.	Melakukan pembayaran	*Offline (Live)*
5.	Mencari iklan mobil baru	*Online (Web)*
6.	Mengajukan penawaran kredit	*Online (Web)*
7.	Membayar kredit	*Offline (Live)*
8.	Tracking Pembelian	*Online (Web)*
9.	Membuat iklan jual mobil	*Online (Web)*

Perspektif yang terakhir adalah *Services* yang dibagi menjadi *Enabling Services, Empowering Services,* dan *Other Services.*

Tabel 5.33 *Enabling Services* merupakan layanan yang ditargetkan untuk *Partners*.

Tabel 5.33 *Enabling Services* Rajamobil

Enabling Services	**Target Partner**	**Fungsi**
Pecantuman data dari kontributor penulis artikel	Kontributor Berita	Sebagai feedback dari *Platform* kepada *Partners*, sebagai tanda *Platform* bekerja sama dengan *Partners*

Tabel 5.34 menjelaskan *Empowering Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk *producers* dari Rajamobil.

Tabel 5.34 *Empowering Services* Rajamobil

No	***Empowering Services***	**Fungsi**
1.	FAQ	Sebagai panduan bagi Producers mengenai bagaimana tata cara dalam menjual atau mengiklankan mobilnya dalam *Platform*
2.	Pasang Iklan Gratis	Sebagai layanan utama yang ditawarkan oleh *Platform* Rajamobil

Tabel 5.35 menjelaskan *Other Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk *consumers* dari Rajamobil.

Tabel 5.35 *Other Services* Rajamobil

No	***Other Services***	**Fungsi**
1.	Artikel Otomotif	Sebagai layanan pendamping dari *Platform* yang menyediakan berbagai artikel tentang industri otomotif
2.	FAQ	Sebagai panduan bagi *consumers* bagaimana tata cara dalam membeli atau bertransaksi dalam *Platform*
3.	Pencarian cepat dengan Filter	Layanan yang mempermudah dalam mencari mobil yang sesuai dengan preferensi *consumers*

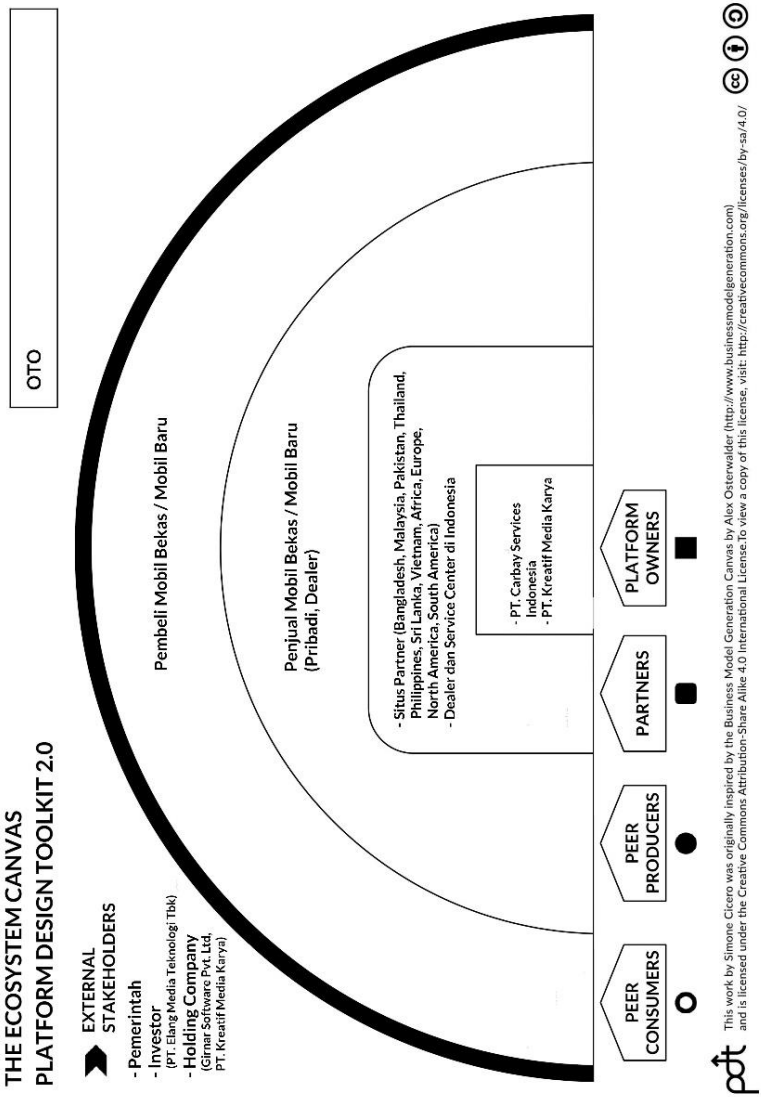
No	*Other Services*	Fungsi
4.	Tracking Pembelian	Layanan yang memberi informasi mengenai transaksi dari *consumers*. Informasi mengenai bagaimana status pengajuan pinjaman, status pengiriman mobil, dll.

5.4 Oto

5.4.1 *The Ecosystem Canvas* Oto

Gambar 5.16 menjelaskan mengenai *Ecosystem Canvas* dari Oto. *Ecosystem Canvas* memetakan entitas yang terlibat dalam Oto menjadi beberapa perspektif. Seperti yang sudah dijelaskan pada dasar teori, *Ecosystem Canvas* membahas perspektif *External Stakeholder*, *Peer* (Consumer & Producer), *Partners*, dan *Platform Owners*. Perspektif pertama adalah *External Stakeholder* yang biasanya terdiri dari kelompok entitas regulator dan investor. Dalam Oto, yang termasuk dalam *External Stakeholder* adalah kelompok entitas regulator yaitu pemerintah dan *holding company* yaitu Girnar Software [33]. Sedangkan untuk investor, pada tahun 2016 Oto mendapatkan investasi dari hasil joint venture dengan PT. Elang Media Teknologi sebesar Rp. 320 miliar [34].

Peers Consumers pada Oto adalah calon pembeli mobil bekas dan mobil baru. Sedangkan *Peers Producers* pada Oto adalah penjual mobil bekas atau mobil baru dengan tipe penjual pribadi dan dealer. Perspektif ketiga adalah *Partners* yaitu entitas yang bekerjasama dengan *Platform Owner* untuk membuat *value* tambahan. Oto bekerjasama dengan beberapa dealer dan *services* center dari berbagai merk mobil yang ada di Indonesia. Dengan kerjasama ini, Oto membantu memberikan informasi mengenai dealer atau *services* center yang ada di lokasi tertentu. Selain itu Oto juga menyediakan fitur Nomor Bantuan di Jalan, sehingga membantu pengemudi apabila sedang mengalami masalah selama perjalanan [46].



Gambar 5.16 Ecosystem Canvas Oto

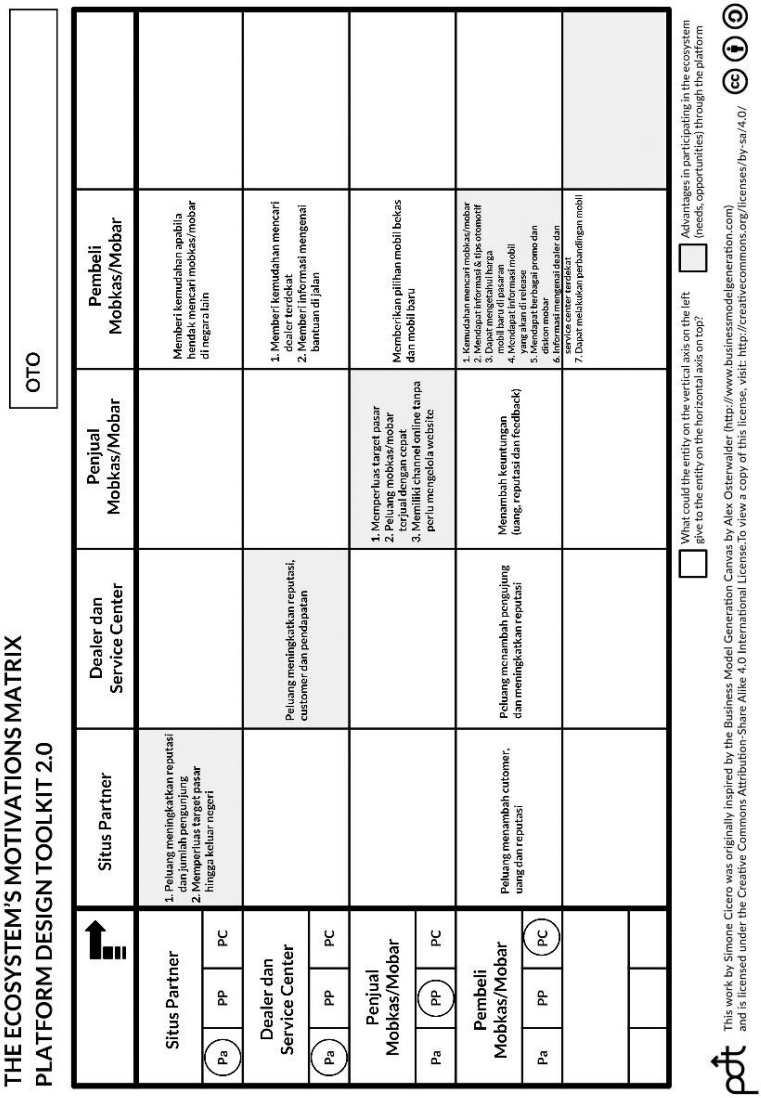
Oto juga memiliki beberapa situs *Partners* yang merupakan situs serupa namun berada di negara lain. Sejak tahun 2014 hingga 2018, Carbay telah memiliki beberapa situs serupa Oto di beberapa negara. Sampai saat ini, situs *Partners* yang masih aktif ada di Bangladesh, Malaysia, Pakistan, Philippines, Thailand, Sri Lanka, Vietnam, South Korea, Africa, Europe, dan America [33, 47].

Perspektif yang terakhir adalah *Platform Owners* atau entitas yang mengelola dan bertanggung jawab atas Oto. Sejak pertama kali beroperasi di Indonesia, Oto dikelola langsung oleh PT. Carbay *Service* Indonesia. Namun pada tahun 2016 PT. Carbay *Service* Indonesia melakukan perjanjian joint venture dengan PT. Kreatif Media Karya (KMK). Dengan perjanjian ini, saham kepemilikan atas Oto 70% merupakan milik PT. Carbay dan 30% milik PT. KMK [33, 34].

5.4.2 *The Motivation Matrix Canvas* Oto

Gambar 5.17 menunjukkan Motivation Matrix Canvas dari Oto yang menjelaskan mengenai hal-hal yang mendorong entitas untuk bergabung dalam *Platform*. Hal yang mendorong entitas untuk bergabung dapat berupa motivasi atau peluang give-take kepada entitas lain. Sebagian besar motivasi entitas untuk bergabung adalah untuk memperoleh keuntungan yang dapat berupa uang, reputasi atau feedback.

Salah satu *Partners* dari Oto adalah situs partner yang merupakan situs serupa yang berada di negara lain. Motivasi situs partner dalam bergabung adalah untuk meningkatkan reputasi dengan bertambahnya jumlah pengunjung *Platform*. Selain itu situs partner juga mendapat peluang untuk memperluas target pasarnya hingga ke negara lain melalui channel *online*. Terlibatnya situs partner memberi *Peers Consumers* kemudahan apabila hendak mencari mobil baru atau bekas di negara lain.



Gambar 5.17 Ecosystem Motivations Matrix Oto

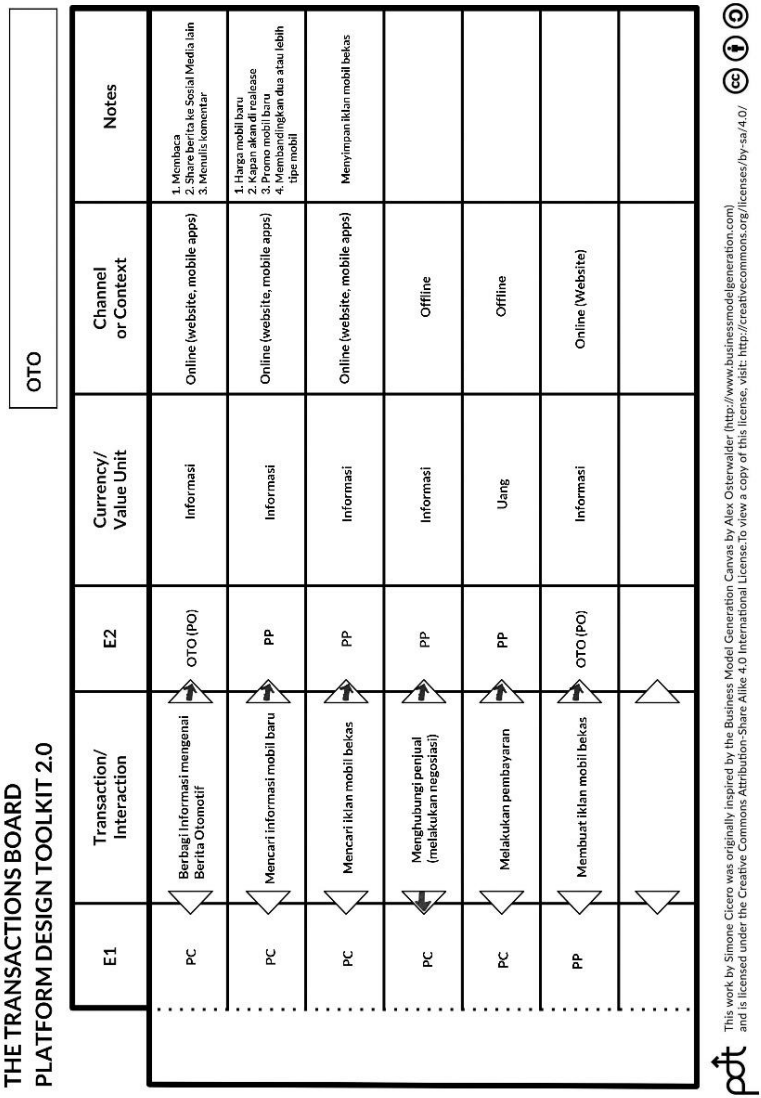
Partners selanjutnya dari Oto adalah beberapa dealer dan *services* center yang ada di Indonesia. *Partners* bergabung dalam *Platform* dengan motivasi untuk meningkatkan reputasi, mendapatkan penghasilan, dan meningkatkan jumlah customer. Bergabungnya *Partners* dealer dan *services* center juga memberi keuntungan bagi *Peers Consumers*. *Peers Consumers* menjadi lebih mudah dalam mencari informasi dealer atau *services* center terdekat dari lokasinya.

Selanjutnya adalah entitas *Peers Producers* dari Oto yaitu penjual mobil bekas atau baru. Motivasi *Peers Producers* untuk bergabung dalam *Platform* adalah untuk mendapat keuntungan dari hasil penjualan mobil. Selain itu, dengan bergabung dalam *Platform Peers Producers* mendapat peluang memperluas target pasar hingga ke channel *online*. *Peers Producers* dapat memperluas target pasar hingga ke channel *online* tanpa perlu mengelola *website* sendiri. Terlibatnya *Peers Producers* dalam *Platform* juga memberikan keuntungan bagi *Peers Consumers* yaitu memberikan pilihan mobil yang sedang dijual.

Entitas yang terakhir adalah *Peers Consumers* dari Oto yaitu calon pembeli. *Peers Consumers* memiliki motivasi bergabung untuk mencari kemudahan dalam mencari mobil bekas atau baru. Selain itu *Peers Consumers* dapat membaca informasi dan tips seputar industri otomotif. Oto juga menyediakan berbagai promo dan diskon dari beberapa merk mobil dan fitur membandingkan mobil guna membantu *Peers Consumers* dalam memilih mobil. Dengan terlibatnya *Peers Consumers* dalam *Platform* memberi keuntungan bagi entitas lain. Entitas *Partners* dan *Peers Producers* memperoleh keuntungan berupa uang, customer, reputasi atau feedback dari *Peers Consumers*.

5.4.3 *Transactions Board* Oto

Gambar 5.18 adalah *Transactions Board* dari Oto yang menunjukkan hasil identifikasi transaksi yang mungkin terjadi dalam Oto. *Transactions Board* juga mengidentifikasi entitas yang terlibat, *value* yang ditukar, dan *channel*.



Gambar 5.18 *Transaction*s Board Oto

Value yang ditukar dalam suatu transaksi dapat berupa uang, produk, informasi, atau reputasi. Sedangkan *channel* adalah tempat terjadinya transaksi tersebut, dapat melalui *website*, aplikasi, atau transaksi secara langsung.

Beberapa transaksi yang mungkin terjadi dalam Oto adalah berbagi informasi industri otomotif dan mengetahui tentang informasi mobil baru. Selain itu entitas juga dapat mencari iklan mobil bekas dan membuat iklan jual mobil.

5.4.4 *Platform Design Canvas* Oto

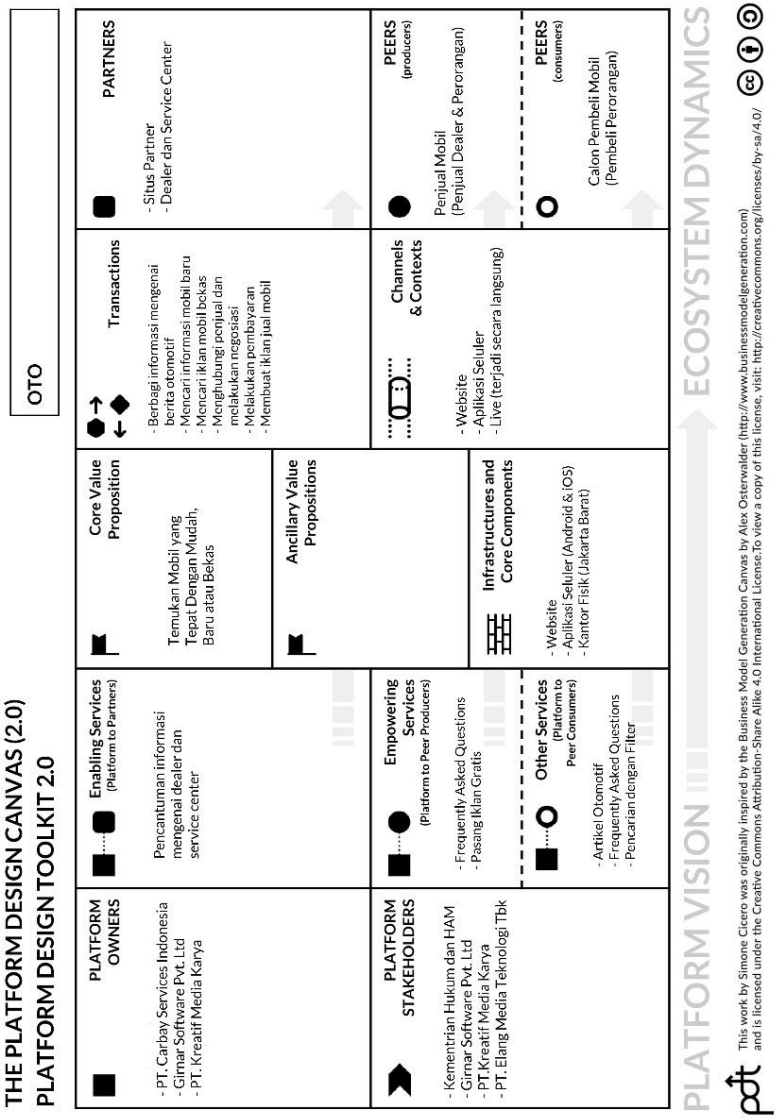
Gambar 5.19 menunjukkan *Platform Design Canvas* dari Oto yang sebelumnya sudah diidentifikasi melalui *Ecosystem Canvas*, *Ecosystem Motivations Matrix*, dan *Transactions Board.* Pada *Ecosystem Canvas* salah satu perspektif yang diidentifikasi adalah *External Stakeholders*, *External Stakeholders* dari Oto dapat dilihat pada Tabel 5.36. Perspektif selanjutanya adalah *Peers*, *Peers Consumers* dan *Peers Producers* dari Oto dijelaskan pada Tabel 5.37.

Tabel 5.36 *External Stakeholder* Oto

No	*External Stakeholders*	Peran
1	Pemerintah	Regulator
2	Girnar Software Pvt. Ltd	Regulator
3	PT.Kreatif Media Karya (KMK)	Regulator
4	PT. Elang Media Teknologi Tbk.	Investor

Tabel 5.37 *Peers* Oto

No	*Peers*	Keterangan
1	Calon pembeli mobil	*Peers Consumers*
2	Penjual mobil	*Peers Producers*



Gambar 5.19 ***Platform Design Canvas*** **Oto**

Perspektif berikutnya adalah *Partners* atau mitra, *Partners* dari Oto dijelaskan pada Tabel 5.38. Perspektif terakhir yang diidentifikasi dalam *Ecosystem Canvas* adalah *Platform Owners*, Tabel 5.39 menjelaskan *Platform Owners* dari Oto.

Tabel 5.38 *Partners* Oto

No	Partner	Keterangan
1	Situs Partner	Situs serupa di luar negeri
2	Dealer dan *Services* Center di Indonesia	

Tabel 5.39 *Platform Owners* **Oto**

No	*Platform Owner*	Keterangan
1	PT. Carbay *Services* Indonesia	Pemilik
2	Girnar Software Pvt. Ltd	*Holding Company*
3	PT. Kreatif Media Karya	*Holding Company*

Pada *Ecosystem Motivations Matrix* perspektif yang diidentifikasi adalah *Value Propositions* yang terdiri dari *Core Value* dan *Ancillary Value Propositions.* Tabel 5.40 menjelaskan *Core Value Propositions* dari Oto.

Tabel 5.40 *Core Value Propositions* Oto

Core Value Propositions
Temukan mobil yang tepat dengan mudah, baru atau bekas

Perspektif *Infrastructure and Core Components* yang dijelaskan pada Tabel 5.41.

Tabel 5.41 *Infrastructure and Core Components* Oto

No	***Infrastructure and Core Components***
1.	*Website*
2.	Aplikasi Ponsel (Android dan iOS)
3.	Kantor Fisik

Daftar transaksi yang mungkin terjadi dalam Oto dapat dilihat pada Tabel 5.42.

Tabel 5.42 *Transactionss* Oto

No	*Transactionss*
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif
2.	Mencari informasi mobil baru
3.	Mencari iklan mobil bekas
4.	Menghubungi penjual dan melakukan negosiasi
5.	Melakukan pembayaran
6.	Membuat iklan jual mobil

Tabel 5.43 *Channel and Context* Oto

No	*Transactions*	*Channel and Context*
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif	*Online (Web, Apps)*
2.	Mencari informasi mobil baru	*Online (Web, Apps)*
3.	Mencari iklan mobil bekas	*Online (Web)*
4.	Menghubungi penjual dan melakukan negosiasi	*Offline (Live)*
5.	Melakukan pembayaran	*Offline (Live)*
6.	Membuat iklan jual mobil	*Online (Web)*

Perspektif *Services* terdiri dari *Enabling Services*, *Empowering Services*, dan *Other Services.* Tabel 5.44 menjelaskan *Enabling Services* dari Oto.

Tabel 5.44 *Enabling Services* Oto

Enabling Services	Target Partner	Fungsi
Pencantuman informasi mengenai dealer dan *services* center (Partner)	Dealer dan *Services* Center di Indonesia	Sebagai feedback dari *Platform* kepada *Partners*, sebagai tanda *Platform* bekerja sama dengan *Partners*

Services yang selanjutnya adalah *Empowering Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk membantu *producers.* Tabel 5.45 menjelaskan mengenai *Empowering Services* dari Oto.

Tabel 5.45 *Empowering Services* Oto

No	*Empowering Services*	Fungsi
1.	FAQ	Sebagai panduan bagi Producers bagaimana tata cara dalam menjual atau mengiklankan mobilnya dalam *Platform* Oto
2.	Pasang Iklan Gratis	Sebagai layanan utama ditawarkan oleh *Platform* Oto

Lalu *Services* yang terakhir adalah *Other Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk *consumers.* Tabel 5.46 menjelaskan mengenai *Other Services* dari Oto.

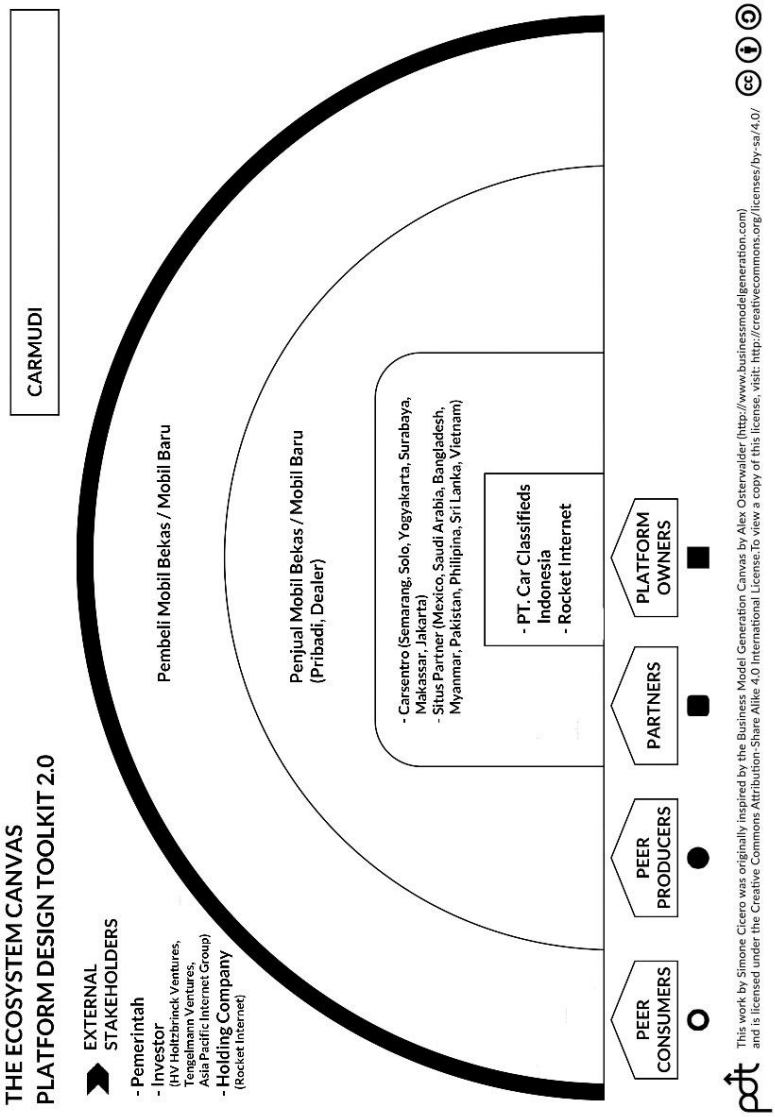
Tabel 5.46 *Other Services* Oto

No	*Other Services*	Fungsi
1.	Artikel Otomotif	Sebagai layanan pendamping dari *Platform* yang menyediakan berbagai artikel tentang industri otomotif
2.	FAQ	Sebagai panduan bagi *consumers* bagaimana tata cara dalam membeli atau bertransaksi dalam *Platform*
3.	Pencarian cepat dengan Filter	Layanan yang mempermudah dalam mencari mobil yang sesuai dengan preferensi *consumers*

5.5 Carmudi

5.5.1 *The Ecosystem Canvas* Carmudi

Gambar 5.20 merupakan *Ecosystem Canvas* yang memetakan entitas dalam Carmudi menjadi beberapa perspektif. Perspektif yang akan dibahas pada *Ecosystem Canvas* adalah *External Stakeholders*, *Peer* (Consumer & Producer), *Partners*, dan *Platform Owners*.



Gambar 5.20 Ecosystem Canvas Carmudi

External Stakeholder dari Carmudi terdiri dari dua kelompok yaitu regulator dan investor. Sama dengan *platform* lainnya, salah satu yang termasuk dalam kelompok entitas regulator dari Carmudi adalah pemerintah. Selain pemerintah, yang termasuk dalam entitas regulator adalah *holding company* dari Carmudi yaitu Rocket Internet [48]. Regulator adalah kelompok entitas yang membuat dan mengatur kebijakan yang harus ditaati oleh Carmudi. Kelompok entitas lain yang termasuk dalam *External Stakeholder* dari Carmudi adalah investor. Pada awal tahun 2018, Carmudi mendapat pendanaan dari gabungan investor yaitu HV Holtzbrinck Ventures, Tengelmann Vantures dan Asia Pacific Internet Group [36].

Perspekif selanjutnya adalah *Peers Consumers* dan *Peers Producers*. Pada Carmudi, entitas yang termasuk dalam *Peers Consumers* adalah calon pembeli mobil bekas atau mobil baru. Sedangkan untuk *Peers Producers* adalah penjual mobil bekas atau mobil baru. Penjual mobil bekas atau mobil baru di Carmudi juga memiliki beberapa tipe yaitu penjual pribadi, dan dealer. Perspektif yang ketiga adalah *Partners* yaitu yang berkolaborasi dengan *Platform Owner* untuk membuat *value* tambahan. Carmudi merupakan *Platform* yang memiliki konsep marketing yang memadukan antara *offline* dan *online*. Sebagai strategi *marketing offline*, Carmudi memiliki Carsentro (Carmudi Sentra Otomotif) yang merupakan bursa mobil bekas. Hingga saat ini Carsentro sudah berada di kota Semarang, Solo, Yogyakarta, Surabaya, Makassar dan Jakarta [49, 50]. Carmudi juga memiliki situs *Partners* yaitu situs serupa yang berada di luar negeri. Sampai saat ini, situs *Partners* aktif milik Carmudi ada di Mexico, Saudi Arabia, United Arab Emirates, Bangladesh, Myanmar, Pakistan, Philippines, Sri Lanka dan Vietnam [51].

Perspektif yang terakhir adalah *Platform Owners* yaitu yang bertanggung jawab dan mengelola Carmudi. Salah satu yang merupakan *Platform Owners* dari Carmudi Indonesia adalah PT. Car Classifieds Indonesia. Carmudi merupakan salah satu

usaha dari Rocket Internet, maka dari itu Rocket Internet termasuk *Platform Owners* dari Carmudi [48].

5.5.2 *The Motivation Matrix Canvas* Carmudi

Gambar 5.21 merupakan Motivation Matrix Canvas dari Carmudi yang berisi hal yang mendorong berbagai entitas untuk bergabung dalam *platform*. Hal tersebut dapat berupa motivasi untuk mendapatkan keuntungan atau peluang *give-take* kepada entitas lain.

Carsentro, salah satu *Partners* dari Carmudi memiliki motivasi bergabung untuk mendapatkan keuntungan seperti uang. Carsentro memiliki motivasi bergabung untuk memperluas target pasar hingga ke channel *online*. Dengan bergabung dalam Carmudi, Carsentro mendapat keuntungan memiliki *channel online* tanpa perlu mengelola *website* sendiri. Terlibatnya Carsentro memberi keuntungan bagi calon pembeli sebagai *Peers Consumers*. Carsentro menjadi pilihan apabila *Peers Consumers* ingin melihat langsung mobil dan mendapat banyak pilihan *dealer* mobil bekas dalam sekali datang. Selain Carsentro ada pula situs partner yang berada di negara lain sebagai *Partners* dari Carmudi. Situs partner memiliki motivasi bergabung untuk mendapat keuntungan seperti meningkatnya jumlah pengunjung *platform*, atau bahkan meningkatnya transaksi pembelian. Terlibatnya situs partner, memberi keuntungan bagi *Peers Consumers* yaitu kemudahan dalam mencari mobil di negara lain.

Entitas selanjutnya yaitu penjual mobil bekas atau baru yang merupakan *Peers Producers* dari Carmudi. *Peers Producers* memiliki motivasi bergabung untuk mendapatkan keuntungan dengan menjual mobilnya, dan memperluas target pasar. *Peer* Producer mendapat keuntungan yaitu memiliki channel *online* tanpa perlu mengelola *website* sendiri. Terlibatnya *Peer* Producer dalam *Platform* menambah pilihan mobil bekas atau baru bagi *Peers Consumers* yang sedang mencari mobil.

THE ECOSYSTEM'S MOTIVATIONS MATRIX
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

CARMUDI

	Carsentro	Situs Partner	Penjual Mobkas/Mobar	Pembeli Mobkas/Mobar	
Carsentro Pa PP PC	1. Kesempatan memperluas target pasar 2. Memiliki channel online tanpa perlu mengelola website sendiri 3. Bantuan proses kredit oleh patner			1. Memberikan pilihan channel offline menyerupai showroom 2. Menjadi opsi apabila ingin melihat langsung mobilnya 3. Satu lokasi carsentro terdiri dari beberapa dealer mobkas (banyak pilihan mobkas)	
Situs Partner Pa PP PC		1. Peluang meningkatkan reputasi dan jumlah pengunjung 2. Memperluas target pasar hingga keluar negeri		Memberi kemudahan apabila hendak mencari mobil di negara lain yang ada situs partner	
Penjual Mobkas/Mobar Pa PP PC			1. Memperluas target pasar 2. Peluang terjual dengan cepat 3. Memiliki channel online tanpa perlu mengelola website	Menyediakan pilihan mobil bekas atau mobil baru	
Pembeli Mobkas/Mobar Pa PP PC	1. Menambah customer bagi carsentro diberbagai kota 2. Menambah keuntungan (uang dan reputasi)	Peluang menambah cutomer, uang dan reputasi	Menambah keuntungan (uang, reputasi dan feedback)	1. Kemudahan mencari mobil 2. Mendapat informasi & tips otomotif 3. Dapat mengetahui harga mobil baru di pasaran 4. Dapat melakukan pengajuan kredit mobil 5. Dapat melakukan pengajuan asuransi mobil	

What could the entity on the vertical axis on the left give to the entity on the horizontal axis on top?

Advantages in participating in the ecosystem (needs, opportunities) through the platform

Gambar 5.21 Ecosystem Motivations Matrix Carmudi

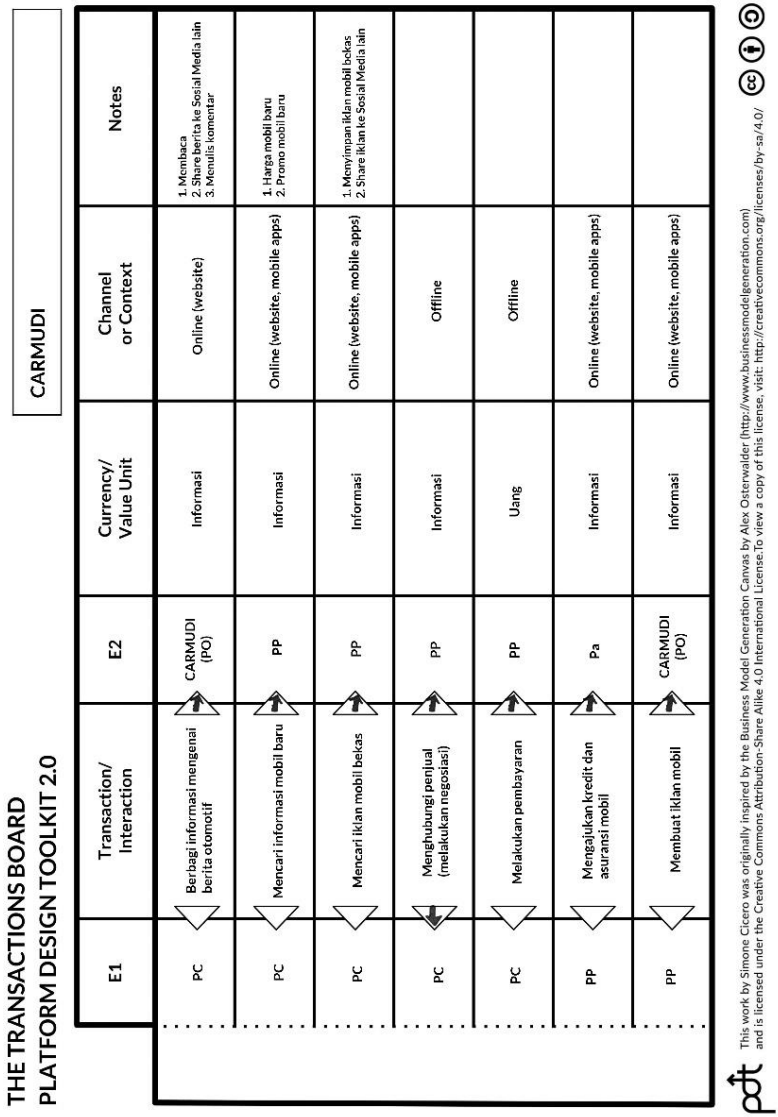
Calon pembeli yang merupakan *Peers Consumers* dari Carmudi juga memiliki beragam motivasi untuk bergabung dalam *platform*. *Peers Consumers* bergabung dalam *platform* untuk mendapatkan informasi dan tips terkait industri otomotif. Selain itu juga karena kemudahan dalam mencari mobil bekas atau baru yang disediakan oleh *Peers Producers*. Motivasi lainnya yang membuat *Peers Consumers* tertarik untuk bergabung dalam *platform* adalah fitur-fitur yang disediakan. Carmudi menyediakan beberapa fitur yang membantu *Peers Consumers* dalam memilih mobil seperti pengajuan kredit mobil dan pengajuan asuransi. Terlibatnya *Peers Consumers* dalam *platform* juga memberikan keuntungan bagi *Partners* dan *Peers Producers* berupa uang dan reputasi.

5.5.3 *Transactions Board* Carmudi

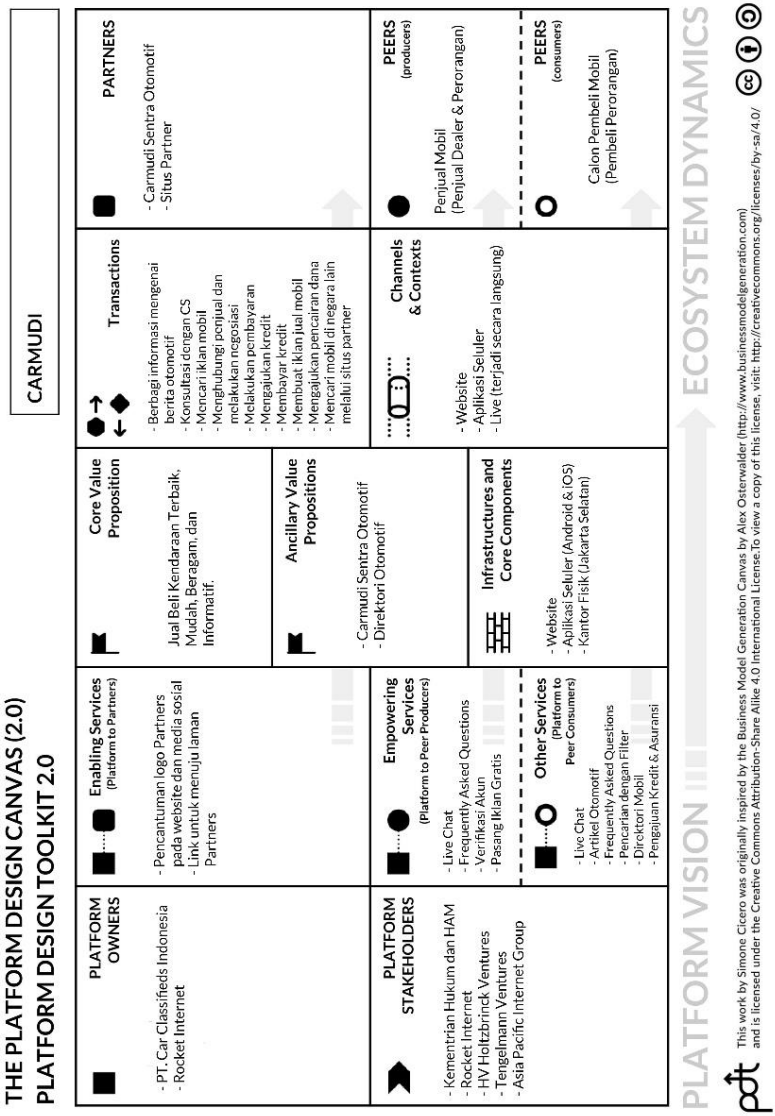
Gambar 5.22 merupakan *Transactions Board* dari Carmudi yang menjelaskan berbagai transaksi yang mungkin terjadi dalam *platform*. Lebih lengkapnya, *Transactions* Board menjelaskan mengenai entitas yang terlibat, transaksi yang terjadi, *value* yang ditukar dan channel. *Value* yang ditukar dalam transaksi dapat berupa uang, produk, informasi atau reputasi. Sedangkan channel atau tempat terjadinya transaksi dapat melalui *website*, aplikasi atau transaksi yang terjadi secara langsung. Beberapa transaksi yang terjadi dalam Carmudi adalah berbagi informasi otomotif dan berbagi informasi mobil baru. Entitas juga dapat melakukan pencarian mobil bekas, membuat iklan jual mobil, dan mengajukan kredit dan asuransi.

5.5.4 *Platform Design Canvas* Carmudi

Gambar 5.23 adalah *Platform Design Canvas* dari Carmudi yang menjelaskan tentang sembilan perspektif. Perspektif tersebut sebelumnya diidentifikasi melalui *Ecosystem Canvas, Ecosystem Motivations Matrix,* dan *Transactions Board*. Pada *Ecosystem Canvas* menjelaskan perspektif *Stakeholders, Peers, Partners,* dan *Platform Owners.*



Gambar 5.22 Transactions Board Carmudi



Gambar 5.23 *Platform Design Canvas* Carmudi

Tabel 5.47 menjelaskan *Stakeholders*, Tabel 5.48 menjelaskan *Peers*, dan Tabel 5.49 menjelaskan *Partners* dari Carmudi. *Platform Owner* dari Carmudi dijelaskan pada Tabel 5.50. *Core Value Propositions* dari Carmudi dijelaskan pada Tabel 5.51.

Tabel 5.47 *External Stakeholders* Carmudi

No	*External Stakeholders*	Peran
1	Pemerintah	Regulator
2	Rocket Internet	Regulator
3	HV Holtzbrinck Ventures	Investor
4	Tengelmann Ventures	Investor
5	Asia Pacific Internet Group	Investor

Tabel 5.48 *Peers* Carmudi

No	*Peers*	Keterangan
1	Calon pembeli mobil	*Peers Consumers*
2	Penjual mobil	*Peers Producers*

Tabel 5.49 *Partners* Carmudi

No	Partner	Keterangan
1	Carsentro	Showroom mobil bekas yang berada di beberapa kota di Indonesia
2	Situs Partner	Situs serupa yang berada di luar negeri

Tabel 5.50 *Platform Owners* Carmudi

No	*Platform Owner*	Keterangan
1	PT. Car Classifieds Indonesia	Pemilik
2	Rocket Internet	*Holding Company*

Tabel 5.51 *Core Value Propositions* Carmudi

Core Value Propositions
Jual beli kendaraan terbaik, mudah, beragam, dan informatif.

Tabel 5.52 *Ancillary Value Propositions* Carmudi

Ancillary *Values*	**Deskripsi**
Carsentro	*Showroom* milik Carmudi yang hadir di Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Makassar.
Direktori Otomotif	Layanan dari Carmudi yang menyediakan informasi mengenai sewa mobil, cuci mobil, sekolah mengemudi, bengkel, asuransi, dll.

Tabel 5.52 menjelaskan *Ancillary Propositions.* Pada *Ecosystem Motivations Matrix* juga mengidentifikasi perspektif *Infrastructure and Core Components.* Tabel 5.53 adalah *Infrastructure and Core Components* dari Carmudi.

Tabel 5.53 *Infrastructure and Core Components* Carmudi

No	***Infrastructure and Core Components***
1.	*Website*
2.	Aplikasi Ponsel (Android dan iOS)
3.	Kantor Fisik

Transactions Board mengidentifikasi perspektif *Transactions* dan *Channel and Context* dari Carmudi. Tabel 5.54 merupakan transaksi yang mungkin terjadi dalam Carmudi.

Tabel 5.54 *Transactions* Carmudi

No	***Transactions***
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif
2.	Konsultasi dengan *customer services*
3.	Mencari iklan mobil
4.	Menghubungi penjual dan melakukan negosiasi
5.	Melakukan pembayaran
6.	Mengajukan kredit
7.	Membayar kredit
8.	Membuat iklan jual mobil

No	*Transactions*
9.	Mengajukan pencairan dana
10.	Mencari mobil di negara lain melalui situs partner

Selanjutnya adalah perspektif *Channel and Context* yang merupakan tempat terjadinya transaksi. Tabel 5.55 menjelaskan *Channel and Context* masing-masing transaksi pada Carmudi.

Tabel 5.55 *Channel and Context* Carmudi

No	*Transactions*	*Channel and Context*
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif	*Online (Web, Apps)*
2.	Konsultasi dengan *customer services*	*Online (Web, Apps)*
3.	Mencari iklan mobil	*Online (Web, Apps)*
4.	Menghubungi penjual dan melakukan negosiasi	*Online (Web, Apps)*
5.	Melakukan pembayaran	*Offline (Live)*
6.	Mengajukan kredit	*Online (Web, Apps)*
7.	Membayar kredit	*Offline (Live)*
8.	Membuat iklan jual mobil	*Online (Web, Apps)*
9.	Mengajukan pencairan dana	*Offline (Live)*
10.	Mencari mobil di negara lain melalui situs partner	*Online (Web, Apps)*

Perspektif *Services* dibagi menjadi *Enabling Services*, *Empowering Services*, dan *Other Services*. *Enabling Services* adalah layanan yang ditargetkan untuk membantu *Partners*. *Enabling Services* dari Carmudi ditunjukkan pada Tabel 5.56.

Tabel 5.56 *Enabling Services* Carmudi

Enabling Services	Target Partner	Fungsi
• Pencantuman logo *Partners* pada *website* dan media sosial • Link untuk menuju laman *Partners*	Carsentro	Sebagai feedback dari *Platform* kepada *Partners*, sebagai tanda *Platform* bekerja sama dengan *Partners*
	Situs Partner	

Bagian dari *Services* yang lain adalah *Empowering Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk membantu *producers* dalam memulai transaksi. *Empowering Services* dari Carmudi dapat ditunjukkan pada Tabel 5.57.

Tabel 5.57 *Empowering Services* Carmudi

No	*Empowering Services*	Fungsi
1.	Live Chat	Sebagai layanan yang menghubungkan Producers dan *Platform Owner* yaitu Customer *Services*. Berguna untuk membantu Producers apabila ada permasalahan dalam menggunakan *Platform*
2.	FAQ	Sebagai panduan bagi Producers mengenai bagaimana tata cara dalam menjual atau mengiklankan mobilnya dalam *Platform*
3.	Verifikasi Akun	Sebagai layanan untuk memastikan keabsahan data yang digunakan Producers Dealer ketika mendaftar. Hal ini akan membuat Customer yakin untuk bertransaksi dengan Producers yang bersangkutan
4.	Pasang Iklan Gratis	Sebagai layanan utama yang ditawarkan oleh *Platform* Carmudi

Bagian *Services* yang terakhir adalah *Other Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk *customers.* Tabel 5.58 adalah *Other Services* dari Carmudi.

Tabel 5.58 *Other Services* Carmudi

No	*Other Services*	Fungsi
1.	Live Chat	Sebagai layanan yang menghubungkan *consumers* dan *Platform Owner* yang diwakilkan oleh Customer *Services*. Berguna untuk membantu *consumers* berkonsultasi apabila ada masalah dalam menggunakan *Platform*
2.	Artikel Otomotif	Sebagai layanan pendamping dari *Platform* yang menyediakan berbagai artikel tentang industri otomotif

No	*Other Services*	Fungsi
3.	FAQ	Sebagai panduan bagi *consumers* bagaimana tata cara dalam membeli atau bertransaksi dalam *Platform*
4.	Pencarian cepat dengan Filter	Layanan yang mempermudah dalam mencari mobil yang sesuai dengan preferensi *consumers*
5.	Informasi Mobil Baru	Layanan untuk *consumers* yang mencari mobil baru. Carmudi menyediakan informasi
6.	Direktori Mobil	Layanan dari Carmudi yang menyediakan informasi mengenai sewa mobil, cuci mobil, sekolah mengemudi, bengkel, asuransi, dll.
7.	Pengajuan Kredit Mobil	Layanan yang memungkinkan *consumers* mengajukan pinjaman atau kredit sebagai pembayaran ketika membeli mobil dalam *Platform*
8.	Pengajuan Asuransi	Layanan yang memungkinkan *consumers* mendapat penawaran dari asuransi terkemuka pilihan *Platform*

5.6 Garasi

5.6.1 *The Ecosystem Canvas* Garasi

Gambar 5.24 merupakan *Ecosystem Canvas* yang memetakan entitas dalam Garasi ke dalam beberapa perspektif. Perspektif pertama adalah *External Stakeholder* yang bertugas dalam mengatur kebijakan atau aturan yang harus ditaati oleh *Platform*. Pada Garasi hanya terdapat satu kelompok entitas yang termasuk dalam *External Stakeholder* yaitu regulator. Sama seperti *platform* sebelumnya, pemerintah juga merupakan salah satu *External Stakeholder* bagi Garasi. *External Stakeholder* kedua adalah *holding company* dari Garasi yaitu PT. Darta Media Indonesia atau lebih sering dikenal dengan KASKUS [38, 39].

Perspektif kedua adalah *Peers Consumers* atau entitas yang memanfaatkan dan mengakses *value* dari Garasi. *Peers Consumers* dari Garasi adalah calon pembeli mobil bekas.

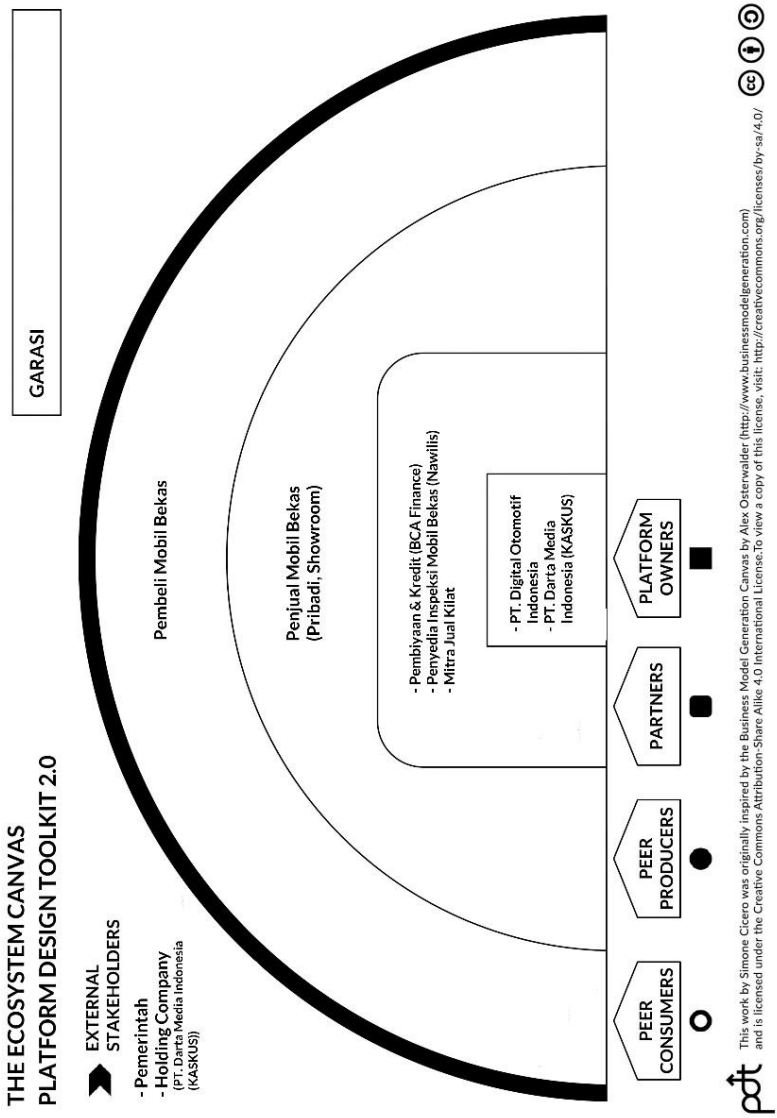
Sedangkan untuk *Peers Producers* dari Garasi adalah penjual mobil bekas. Penjual mobil bekas dibedakan menjadi dua tipe yaitu pribadi dan showroom .

Hampir sama dengan *platform* lainnya Garasi juga memiliki 2 Patners utama yaitu BCA (Bank Central Asia) Finance dan Nawilis. Garasi bekerja sama dengan BCA Finance dalam menyediakan proses pembiyaan dan kredit mobil bekas. Sedangkan *Partners* Nawilis adalah penyedia inspeksi mobil bekas. Nawilis membantu calon pembeli mobil bekas di Garasi melakukan pengecekan kondisi mobil dan keaslian surat. Setelah melakukan pengecekan kondisi mobil, Nawilis akan memberikan laporan inspeksi kepada calon pembeli [52]. Selain itu, Garasi juga memiliki *Partners* yang merupakan pengusaha bisnis di bidang transportasi atau penyewaan mobil. *Partners* ini disebut dengan Mitra Jual Kilat (MJK). Garasi membantu MJK dalam mencari mobil berkualitas dengan harga bisnis atau penawaran yang menarik [53].

Perspektif yang terakhir adalah *Platform Owner* yaitu entitas yang bertanggung jawab atas Garasi. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Garasi merupakan salah satu usaha dari PT. Darta Media Indonesia atau KASKUS. Maka dari itu, KASKUS adalah *holding company* yang juga merupakan *Platform Owners* dari Garasi. Selain itu Garasi juga berada di bawah naungan PT. Digital Otomotif Indonesia [38].

5.6.2 *The Motivation Matrix Canvas* Garasi

Gambar 5.25 merupakan Motivation Matrix Canvas dari Garasi yang menjelaskan mengenai motivasi entitas untuk bergabung dalam *Platform*. Sebagian besar entitas memiliki motivasi bergabung untuk mendapatkan keuntungan berupa uang, reputasi, atau feedback.



Gambar 5.24 Ecosystem Canvas Garasi

Nawilis adalah penyedia layanan inspeksi mobil bekas yang merupakan *Partners* dari Garasi. Nawilis memiliki motivasi bergabung untuk mendapatkan keuntungan berupa uang dan reputasi. Nawilis juga mendapat peluang untuk memperluas target pasar hingga ke channel *online*. Terlibatnya Nawilis juga memberi keuntungan bagi *Peers Consumers*. Nawilis memberi jaminan inspeksi mobil bekas guna memastikan mobil dalam keadaan baik. Setelah melakukan inspeksi mobil, Nawilis akan memberikan laporan hasil inspeksi kepada *Peers Consumers* untuk digunakan sebagai bahan negosiasi dengan *Peers Producers*.

Partners Garasi yang lain adalah Bank BCA, penyedia layanan pembiayaan dan kredit mobil. Tidak berbeda dari *Partners* sebelumnya, motivasi Bank BCA dalam bergabung juga agar memperoleh keuntungan. Keuntungan yang didapat oleh Bank BCA seperti bertambahnya jumlah nasabah dan meningkatkan reputasi. Terlibatnya Bank BCA dalam *Platform* memberi jaminan bagi *Peers Consumers* akan pembayaran cicilan yang mudah. Sedangkan untuk *Peers Producers*, Bank BCA memberi jaminan membantu verifikasi pembayaran oleh *Peers Consumers* dan kemudahan dalam pencairan dana.

Partners terakhir dari Garasi adalah Mitra Jual Kilat. Mitra Jual Kilat merupakan perorangan atau badan usaha dibidang transportasi atau penyewaan mobil. Motivasi Mitra Jual Kilat bergabung dalam *Platform* adalah untuk mendapat informasi mobil berkualitas sesuai pilihan atau preferensi kelas mobil. Dengan bergabung dalam *Platform* Garasi, Mitra Jual Kilat akan mendapat penawaran khusus dengan harga bisnis yang lebih murah, dan gratis.

Entitas selanjutnya adalah penjual mobil bekas yang merupakan *Peers Producers* dari Garasi. *Peers Producers* memiliki motivasi bergabung dalam *platform* untuk mendapat keuntungan.

THE ECOSYSTEM'S MOTIVATIONS MATRIX
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

GARASI

	Inspeksi Mobil Bekas	Pembiayaan & Kredit Mobil	Mitra Jual Kilat	Penjual Mobkas/Mobar	Pembeli Mobkas/Mobar
Inspeksi Mobil Bekas (Pa / PP / PC)	1. Mendapatkan keuntungan (uang dan reputasi) 2. Memperluas target pasar 3. Sebagai salah satu strategi marketing				1. Jaminan pengecekan mobkas yang akan dibeli 2. Laporan mobkas yg sudah diinspeksi
Pembiayaan & Kredit Mobil (Pa / PP / PC)		1. Peluang mendapatkan member lebih banyak 2. Meningkatkan reputasi		Jaminan kemudahan pencairan uang hasil penjualan	Jaminan kemudahan pembayaran
Mitra Jual Kilat (Pa / PP / PC)			1. Mendapat informasi mobil berkualitas sesuai preferensi kelas mobil 2. Mendapat penawaran harga terbaik sesuai harga bisnis 3. Tanpa biaya awal	1. Jaminan mobil terjual cepat 2. Jaminan mendapat harga penawaran yang terbaik	
Penjual Mobkas/Mobar (Pa / PP / PC)				1. Memperluas target pasar 2. Peluang mobil terjual dengan cepat melalui Jual Kilat 3. Memiliki channel online tanpa perlu mengelola website 4. Bantuan verifikasi pembayaran dari partner 5. Meminimalisir penipuan	Memberikan pilihan mobil bekas
Pembeli Mobkas/Mobar	1. Menambah customer bagi penyedia inspeksi 2. Menambah keuntungan (uang dan reputasi)	1. Menambah customer bagi partner pembiayaan & kredit 2. Menambah keuntungan (uang dan reputasi)		Menambah keuntungan (uang, reputasi dan feedback)	1. Kemudahan mencari mobkas 2. Mendapat informasi & tips mengenai mobil 3. Dapat melakukan perhitungan simulasi kredit 4. Pilihan pembayaran yg beragam 5. Jaminan inspeksi mobkas dari partner 6. Dapat melakukan konsultasi dengan asiston pribadi garasi.id

What could the entity on the vertical axis on the left give to the entity on the horizontal axis on top?

Advantages in participating in the ecosystem (needs, opportunities) through the platform

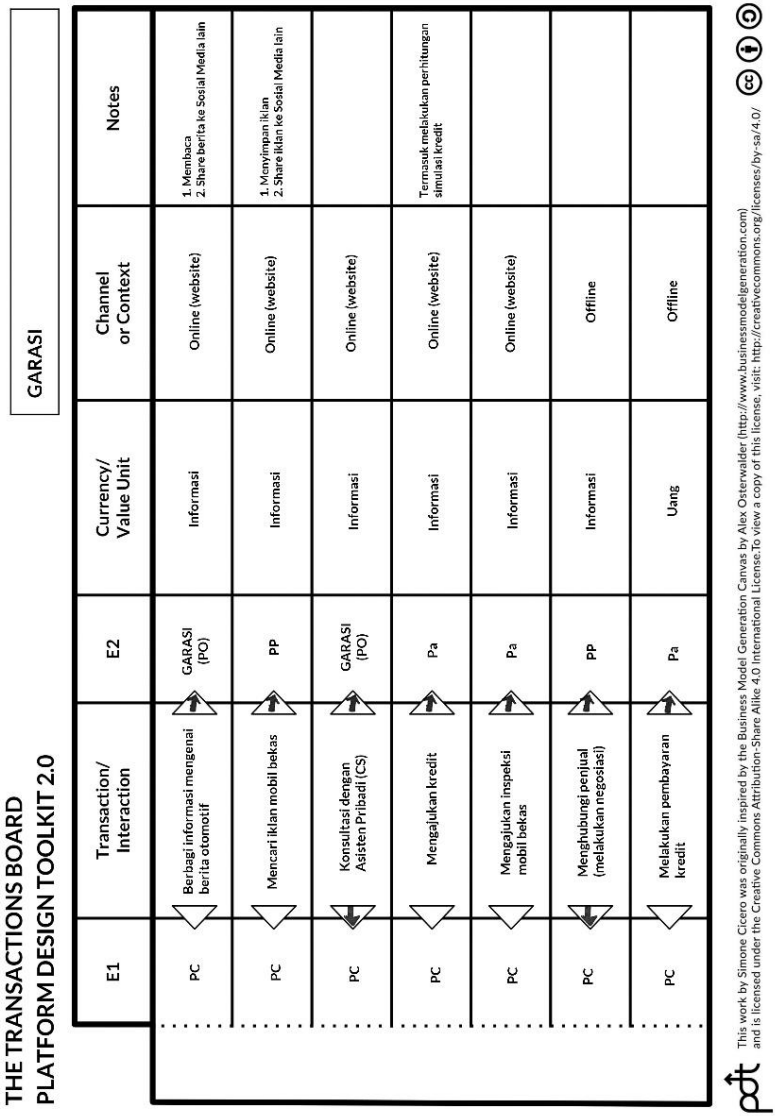
Gambar 5.25 Ecosystem Motivations Matrix Garasi

Keuntungan yang didapat oleh *Peers Producers* adalah uang dari hasil penjualan, dan reputasi. Selain itu *Peers Producers* juga memiliki peluang untuk memperluas target pasar ke channel *online* tanpa perlu mengelola *website* sendiri. Dengan bantuan dari *Partners*, *Peers Producers* mendapat jaminan verifikasi pembayaran dan pencairan dana yang mudah. Terlibatnya *Peers Producers* juga memberi *Peers Consumers* kemudahan yaitu memberikan pilihan mobil bekas yang sedang dijual.

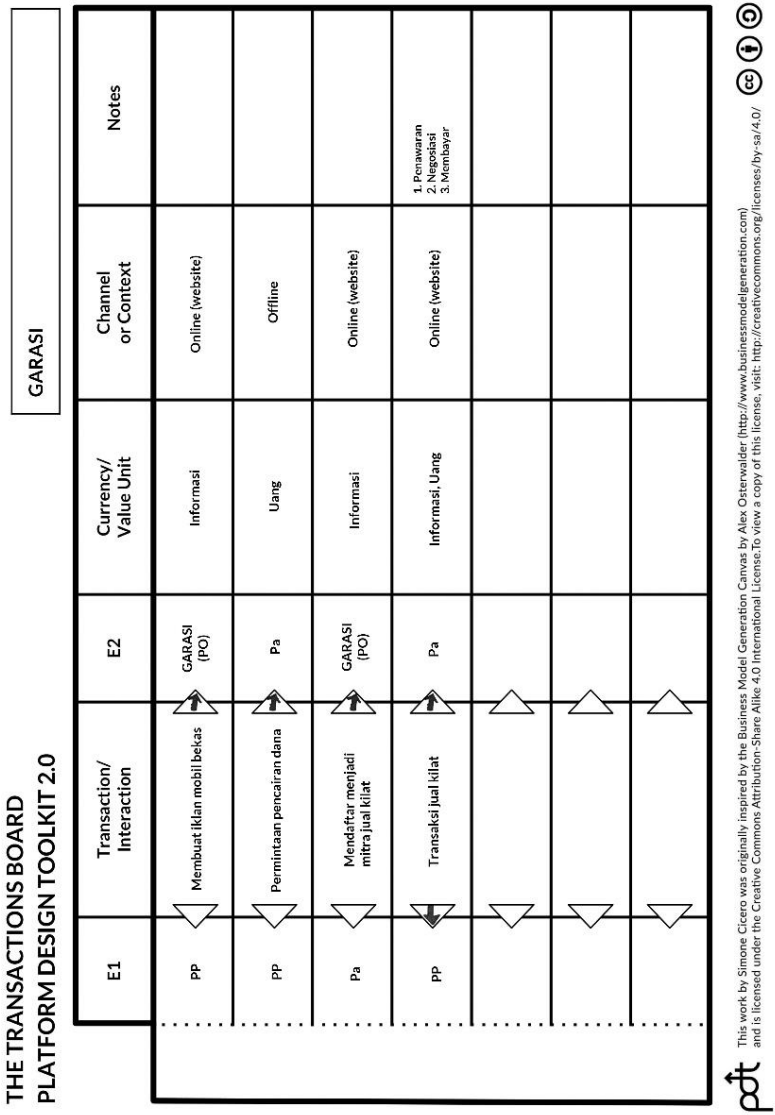
Lalu yang terakhir adalah calon pembeli yang merupakan *Peers Consumers* dari Garasi. Motivasi *Peers Consumers* bergabung dalam *platform* adalah kemudahan mencari mobil bekas. Selain itu juga untuk mendapatkan informasi mengenai berita dan tips dalam industri otomotif. *Peers Consumers* tertarik untuk bergabung dalam *platform* juga dikarenakan fitur yang disediakan oleh Garasi. Garasi menyediakan fitur perhitungan simulasi kredit, dan adanya asisten pribadi yang dapat membantu *Peers Consumers*. Terlibatnya *Peers Consumers* dalam *platform* memberi keuntungan berupa uang, reputasi atau feedback bagi *Partners* dan *Peers Producers*.

5.6.3 *Transactions Board* Garasi

Gambar 5.26 dan Gambar 5.27 merupakan *Transactionss* Board dari Garasi yang menunjukkan hasil identifikasi transaksi yang mungkin terjadi dalam Garasi. *Transactionss* Board juga menjelaskan mengenai entitas yang terlibat, *value* yang ditukar, dan *channel* terjadinya transaksi. *Value* yang ditukar dalam transaksi dapat berupa uang, produk, informasi atau reputasi. Sedangkan channel adalah tempat terjadinya transaksi tersebut, dapat melalui *website*, aplikasi, atau transaksi secara langsung. Beberapa transaksi yang dapat dilakukan dalam Garasi adalah berbagi informasi industri otomotif, konsultasi dengan asisten pribadi, mencari iklan mobil bekas. Selain itu entitas juga dapat mengajukan inspeksi mobil bekas, mengajukan kredit, dan membuat iklan jual mobil.



Gambar 5.26 *Transaction*s Board Garasi



Gambar 5.27 *Transaction*s Board Garasi (cont'd)

5.6.4 *Platform Design Canvas* Garasi

Gambar 5.28 merupakan *Platform Design Canvas* dari Carmudi yang menjelaskan tentang 9 perspektif dari *Platform Design Toolkit. P*erspektif tersebut sebelumnya sudah diidentifikasi melalui *Ecosystem Canvas, Ecosystem Motivations Matrix,* dan *Transactions Board.* Pada *Ecosystem Canvas* menjelaskan mengenai perspektif *External Stakeholders, Peers, Partners,* dan *Platform Owners.* Tabel 5.59 menjelaskan mengenai *External Stakeholders* dari Garasi beserta peran dari entitas.

Tabel 5.59 *External Stakeholders* Garasi

No	*External Stakeholders*	Peran
1	Pemerintah	Regulator
2	PT. Darta Media Indonesia (KASKUS)	Regulator

Perspektif selanjutnya adalah *Peers,* Tabel 5.60 menjelaskan mengenai *Peers* dari Garasi.

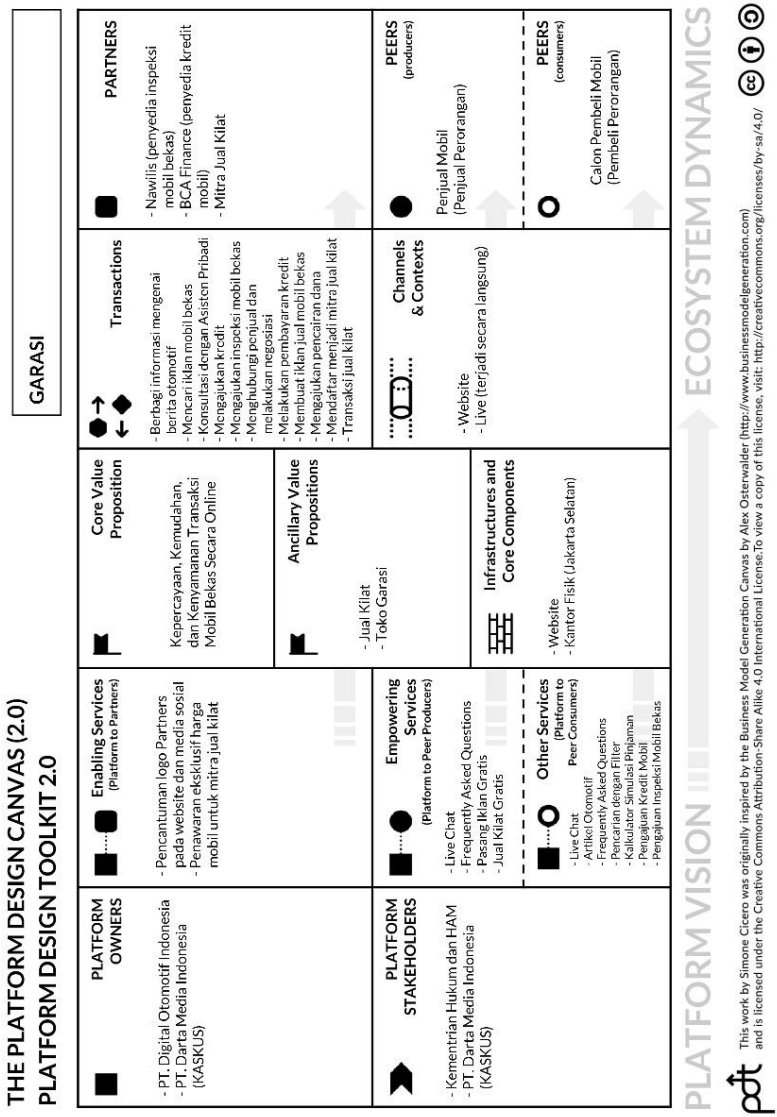
Tabel 5.60 *Peers* Garasi

No	*Peers*	Keterangan
1	Calon pembeli mobil	*Peers Consumers*
2	Penjual mobil	*Peers Producers*

Tabel 5.61 menjelaskan mengenai perspektif yang selanjutnya yaitu *Partners* dari Garasi.

Tabel 5.61 *Partners* Garasi

No	Partner	Keterangan
1	Nawilis	Penyedia Inspeksi Mobil Bekas
2	BCA Finance	Penyedia Pembiayaan dan Kredit
3	Mitra Jual Kilat	Pengusaha dibidang transportasi



Gambar 5.28 Platform *Design Canvas* Garasi

Perspektif terakhir yang diidentifikasi dalam *Ecosystem Canvas* adalah *Platform Owners*. Tabel 5.62 menjelaskan mengenai *Platform Owners* dari Garasi.

Tabel 5.62 *Platform Owners* **Garasi**

No	*Platform Owner*	**Keterangan**
1	PT. Digital Otomotif Indonesia	Pemilik
2	PT. Darta Media Indonesia (KASKUS)	*Holding Company*

Pada *Ecosystem Motivations Matrix* menjelaskan mengenai perspektif *Value Propositions* yang dibagi menjadi *Core Value Propositions* dan *Ancillary Value Propositions*. Tabel 5.63 menjelaskan *Value Propositions*, lalu Tabel 5.64 menjelaskan mengenai *Ancillary Value Propositions* dari Garasi.

Tabel 5.63 ***Core Value Propositions*** **Garasi**

Core Value Propositions
Kepercayaan, kemudahan, dan kenyamanan transaksi mobil bekas secara *online*

Tabel 5.64 ***Ancillary Value Propositions*** **Garasi**

Ancillary *Value*s	**Deskripsi**
Jual Kilat	Layanan jual mobil secara gratis yang hampir menyerupai lelang mobil. *Producers* yang menjual mobilnya melalui Jual Kilat mendapat jaminan penawaran harga menarik dari mitra Garasi.
Toko Garasi	Layanan dari Garasi yang berkolaborasi dengan Blibli. Menyediakan berbagai kebutuhan otomotif dengan harga terjangkau.

Perspektif lainnya yang juga diidentifikasi dalam *Ecosystem Motivations Matrix* adalah *Infrastructure and Core Components* . Tabel 5.65 menjelaskan mengenai *Infrastructure and Core Components* dari Garasi.

Tabel 5.65 *Infrastructure and Core Components* Garasi

No	*Infrastructure and Core Components*
1.	*Website*
2.	Kantor Fisik

Pada *Transactions Board* menjelaskan mengenai perspektif *Transactions.* Tabel 5.66 menjelaskan berbagai transaksi yang mungkin terjadi dalam Garasi.

Tabel 5.66 *Transactions* Garasi

No	*Transactions*
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif
2.	Mencari iklan mobil bekas
3.	Konsultasi dengan Asisten Pribadi
4.	Mengajukan kredit
5.	Mengajukan inspeksi mobil bekas
6.	Menghubungi penjual dan melakukan negosiasi
7.	Melakukan pembayaran kredit
8.	Membuat iklan jual mobil bekas
9.	Mengajukan pencairan dana
10.	Mendaftar menjadi mitra jual kilat
11.	Transaksi jual kilat

Perspektif lainnya yang diidentifikasi dalam *Transactions Board* adalah *Channel and Context.* Tabel 5.67 menjelaskan mengenai *Channel and Context* atau tempat terjadinya transaksi dalam Garasi.

Tabel 5.67 *Channel and Context* Garasi

No	*Transactions*	*Channel and Context*
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif	*Online (Web)*
2.	Mencari iklan mobil bekas	*Online (Web)*

No	*Transactions*	*Channel and Context*
3.	Konsultasi dengan Asisten Pribadi	*Online (Web)*
4.	Mengajukan kredit	*Online (Web)*
5.	Mengajukan inspeksi mobil bekas	*Online (Web)*
6.	Menghubungi penjual dan melakukan negosiasi	*Offline (Live)*
7.	Melakukan pembayaran kredit	*Offline (Live)*
8.	Membuat iklan jual mobil bekas	*Online (Web)*
9.	Mengajukan pencairan dana	*Offline (Live)*
10.	Mendaftar menjadi mitra jual kilat	*Online (Web)*
11.	Transaksi jual kilat	*Online (Web)*

Perspektif terakhir adalah *Services* yang terdiri dari *Enabling Services*, *Empowering Services*, dan *Other Services*. Tabel 5.68 menjelaskan mengenai *Enabling Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk *Partners* dari Garasi.

Tabel 5.68 *Enabling Servicess* Garasi

Enabling Servicess	Target Partner	Fungsi
Pencantuman logo *Partners* pada *website* dan media sosial	Penyedia Pembiayaan & Kredit	Sebagai feedback dari *Platform* kepada *Partners*, sebagai tanda *Platform* bekerja sama dengan *Partners*
	Media Partner	
Penawaran eksklusif harga mobil	Mitra Jual Kilat	

Tabel 5.69 menjelaskan mengenai *Empowering Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk *producers* dari Garasi.

Tabel 5.69 *Empowering Services* Garasi

No	*Empowering Services*	Fungsi
1.	Live Chat	Sebagai layanan yang menghubungkan Producers dan *Platform Owner* yang diwakilkan oleh Customer *Services*. Berguna untuk membantu Producers berkonsultasi apabila ada permasalahan dalam menggunakan *Platform*

No	*Empowering Services*	Fungsi
2.	FAQ	Sebagai panduan bagi Producers bagaimana tata cara dalam menjual atau mengiklankan mobilnya dalam *Platform*
3.	Pasang Iklan Gratis	Sebagai salah satu layanan iklan yang ditawarkan oleh *Platform* Garasi.
4.	Jual Kilat Gratis	Sebagai salah satu layanan jual mobil selain pasang iklan. Layanan jual mobil kilat ditujukan untuk Producers yang ingin menjual mobilnya dengan cepat dengan penawaran menarik dan langsung dihubungkan dengan Mitra Jual Kilat.

Services yang terakhir adalah *Other Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk *customers.* Tabel 5.70 menjelaskan mengenai *Other Services* dari Garasi.

Tabel 5.70 *Other Services* Garasi

No	*Other Services*	Fungsi
1.	Live Chat	Sebagai layanan yang menghubungkan *consumers* dan *Platform Owner* yang diwakilkan oleh Customer *Services*. Berguna untuk membantu *consumers* berkonsultasi apabila ada masalah dalam menggunakan *Platform*
2.	Artikel Otomotif	Sebagai layanan pendamping dari *Platform* yang menyediakan berbagai artikel tentang industri otomotif
3.	FAQ	Sebagai panduan bagi *consumers* bagaimana tata cara dalam membeli atau bertransaksi dalam *Platform*
4.	Pencarian cepat dengan Filter	Layanan yang mempermudah dalam mencari mobil yang sesuai dengan preferensi *consumers*
5.	Kalkulator Simulasi Pinjaman	Sebagai layanan untuk mensimulasikan perhitungan kredit yang akan dibayar oleh *consumers*. *Consumers* dapat memilih berapa lama waktu kredit dan uang muka sesuai kemampuan pribadi.

No	*Other Services*	Fungsi
6.	Pengajuan Kredit Mobil	Layanan menghubungkan *consumers* dengan *partner* penyedia kredit mobil. Pengajuan kredit mobil dapat dilakukan sesuai perhitungan kalkulator simulasi.
7.	Inspeksi Mobil Bekas	Layanan yang membantu consumer dalam memastikan kondisi mobil yang akan dibeli dalam keadaan baik. Inspeksi mobil bekas dilakukan oleh Partner yang bersertifikasi sehingga hasil inspeksi dapat digunakan sebagai bahan negosiasi harga dengan producer.

5.7 Momobil

5.7.1 *The Ecosystem Canvas* Momobil

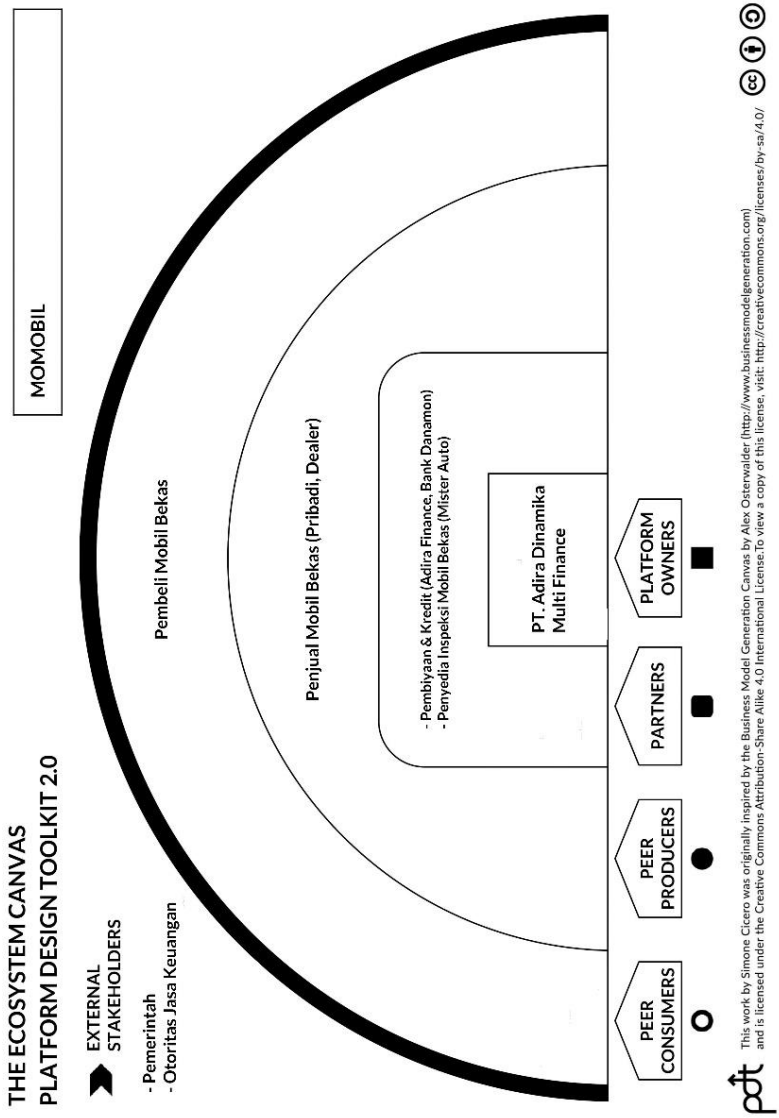
Gambar 5.29 merupakan *Ecosystem Canvas* yang digunakan untuk memetakan entitas yang terlibat dalam *Platform* Momobil. Entitas dipetakan menjadi beberapa perspektif seperti yang sudah dijelaskan pada dasar teori. Dalam Momobil, yang termasuk perspektif *External Stakeholder* adalah kelompok entitas regulator. Kelompok entitas regulator yang dimaksud adalah pemerintah dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). OJK termasuk dalam *External Stakeholder* Momobil karena proses pembiayaan dalam Momobil diawasi langsung oleh OJK. Dalam melaksanakan bisnisnya, Momobil harus mentaati kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dan OJK [40]. Perspektif *Peers Consumers* dari Momobil adalah calon pembeli mobil bekas. Sedangkan untuk *Peers Producers* dari Momobil adalah penjual mobil bekas yang merupakan penjual individu (pribadi) atau *dealer*.

Momobil memiliki 3 *Partners* yaitu Adira Finance, Bank Danamon, dan Mister Auto. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Momobil merupakan salah satu bagian dari PT. Adira Dinamika Multi Finance. Maka dari itu, Adira Finance sekaligus menjadi *Partners* dalam proses pembiyaan, kredit, dan tukar tambah di Momobil.

Selain Adira Finance, Bank Danamon juga merupakan *Partners* dari Momobil. Bank Danamon tidak menyediakan bantuan pembiyaan atau kredit, melainkan sebagai pihak ketiga yang menghubungkan calon pembeli dan Adira Finance. Calon pembeli mobil bekas dapat melakukan pembayaran kredit langsung ke Adira Finance atau melalui Bank Danamon. *Partners* yang ketiga adalah Mister Auto, penyedia inspeksi mobil bekas. Mister Auto bekerja sama dengan Momobil dalam melakukan pengecekan kondisi mobil bekas [54, 55]. Perspektif terakhir yaitu *Platform Owners* adalah entitas yang bertanggung jawab dan mengelola Momobil. Momobil merupakan salah satu bagian bisnis dari PT. Adira Dinamika Multi Finance. Maka dari itu, *Platform Owners* dari Momobil adalah PT. Adira Dinamika Multi Finance atau biasa disebut Adira Finance [40, 41].

5.7.2 *The Motivation Matrix Canvas* Momobil

Gambar 5.30 merupakan Motivation Matrix Canvas dari Momobil yang menjelaskan mengenai hal yang mendorong entitas untuk bergabung dalam *Platform*. Selain motivasi, Motivation Matrix Canvas juga menjelaskan mengenai peluang give-take kepada entitas lain. Mister Auto yang merupakan penyedia layanan inspeksi mobil bekas adalah salah satu *Partners* dari Momobil. Hampir sama dengan *Partners* yang lain, motivasi Momobil bergabung dalam *Platform* adalah untuk mendapat keuntungan berupa uang dan reputasi yang meningkat. Karena bergabung dengan *Platform online*, Mister Auto memiliki peluang untuk memperluas target pasarnya. Terlibatnya Mister Auto dalam *Platform* juga memberi peluang give-take dengan calon pembeli atau *Peers Consumers* dari Momobil.



Gambar 5.29 Ecosystem Canvas Momobil

THE ECOSYSTEM'S MOTIVATIONS MATRIX
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

MOMOBIL

	Inspeksi Mobil Bekas	Pembiayaan & Kredit Mobil	Penjual Mobkas/Mobar	Pembeli Mobkas/Mobar	
Inspeksi Mobil Bekas (Pa) PP PC	1. Mendapatkan keuntungan (uang dan reputasi) 2. Memperluas target pasar 3. Sebagai salah satu strategi marketing			1. Jaminan pengecekan mobkas yang akan dibeli 2. Laporan mobkas yg sudah diinspeksi	
Pembiayaan & Kredit Mobil (Pa) PP PC		1. Peluang mendapatkan member lebih banyak 2. Meningkatkan reputasi	Jaminan kemudahan pencairan uang hasil penjualan	Jaminan kemudahan pembayaran	
Penjual Mobkas/Mobar Pa (PP) PC			1. Memperluas target pasar 2. Peluang terjual dengan cepat 3. Memiliki channel online tanpa perlu mengelola website 4. Bantuan verifikasi pembayaran 5. Meminimalisir kemungkinan penipuan dalam hal pembayaran	Memberikan pilihan mobil bekas	
Pembeli Mobkas/Mobar Pa PP (PC)	1. Menambah customer bagi penyedia inspeksi 2. Menambah keuntungan (uang dan reputasi)	1. Menambah customer bagi partner pembiayaan & kredit 2. Menambah keuntungan (uang dan reputasi)	Menambah keuntungan (uang, reputasi dan feedback)	1. Kemudahan mencari mobkas 2. Mendapat informasi & tips mobil 3. Dapat melakukan perbandingan dua atau lebih mobil 4. Dapat melakukan perhitungan simulasi pinjaman 5. Pengajuan kredit mudah via online 6. Pilihan pembayaran yg beragam	
				7. Dapat mengajukan permintaan tukar tambah 8. Jaminan inspeksi dari partner	

What could the entity on the vertical axis on the left give to the entity on the horizontal axis on top?

Advantages in participating in the ecosystem (needs, opportunities) through the platform

Gambar 5.30 Ecosystem Motivations Matrix Momobil

Mister Auto memberi jaminan inspeksi mobil bekas secara menyeluruh dan membuat catatan atau laporan hasil inspeksi yang nantinya diberikan kepada *Peers Consumers*. Laporan hasil inspeksi ini berguna sebagai bahan negosiasi antara *Peers Consumers* dan *Peers Producers*.

Partners selanjutnya adalah Adira Finance dan Bank Danamon sebagai *Partners* pembiayaan dan kredit mobil. Adira Finance dan Bank Danamon memiliki motivasi bergabung yang sama yaitu untuk mendapat keuntungan bertambahnya jumlah nasabah dan meningkatkan reputasi. Terlibatnya Adira Finance dan Bank Danamon memberi jaminan bagi *Peers Consumers* yaitu proses pembayaran yang mudah. Sedangkan untuk *Peers Producers*, Adira Finance dan Bank Danamon memberi jaminan kemudahan dalam pencairan dana hasil penjualan.

Peers Producers dari Momobil yaitu penjual mobil bekas memiliki motivasi bergabung untuk mendapat keuntungan dari penjualan. Dengan bergabung dalam *Platform*, *Peers Producers* memiliki peluang untuk memperluas target pasar hingga ke channel *online*. *Peers Producers* juga mendapat kemudahan dari *Partners* dalam proses pembayaran yaitu verifikasi dan pencairan dana. Dengan bantuan dari *Partners* pembiayaan dan kredit, kemungkinan akan penipuan akan semakin kecil sehingga transaksi jual beli menjadi aman. Bergabungnya *Peers Producers* dalam *Platform* juga memberi keuntungan bagi *Peers Consumers* yaitu pilihan mobil bekas yang beragam.

Entitas terakhir adalah calon pembeli yang merupakan *Peers Consumers* dari Momobil. *Peers Consumers* memiliki motivasi bergabung untuk mendapatkan informasi dan tips terkait industri otomotif. Motivasi *Peers Consumers* juga didorong oleh fitur-fitur yang disediakan oleh Momobil. Sebagai pendukung transaksi jual beli mobil, Momobil menyediakan fitur perbandingan mobil dan kalkulator perhitungan pinjaman.

Momobil juga menyediakan layanan kredit dan tukar tambah yang didukung oleh *Partners* pembiayaan dan kredit mobil yaitu Adira Finance. Terlibatnya *Peers Consumers* juga memberi keuntungan bagi *Partners* dan *Peers Producers* yaitu berupa uang, reputasi atau feedback.

5.7.3 *Transactions Board* Momobil

Gambar 5.31 merupakan *Transactionss* Board dari Momobil yang menjelaskan berbagai transaksi yang mungkin terjadi dalam *Platform*. Pada *Transactionss* Board juga dijelaskan mengenai entitas yang terlibat, *value* yang ditukar, dan channel tempat terjadinya transaksi. *Value* yang ditukar dalam transaki dapat berupa uang, produk, informasi, atau reputasi. Sedangkan Channel atau tempat terjadinya transaksi dapat melalui *website*, aplikasi, atau transaksi secara langsung di dunia nyata.

Beberapa transaksi yang mungkin terjadi dalam Momobil adalah berbagi informasi industri otomotif, mencari iklan mobil bekas, konsultasi dengan personal asisstant. Pada Momobil, entitas juga dapat mengajukan kredit dan tukar tambah.

5.7.4 *Platform Design Canvas* Momobil

Gambar 5.32 merupakan *Platform Design Canvas* dari Momobil yang menjelaskan tentang 9 perspektif dari *Platform Design Toolkit*. Perspektif tersebut sebelumnya sudah diidetifikasi melalui *Ecosystem Canvas*, *Ecosystem Motivations Matrix*, dan *Transactionss Board*.

Pada *Ecosystem Canvas* menjelaskan mengenai perspektif *External Stakeholders*, *Peers*, *Partners*, dan *Platform Owners*. Tabel 5.71 menjelaskan mengenai perspektif *External Stakholders*, sedangkan Tabel 5.72 menjelaskan mengenai perspektif *Peers* dari Momobil.

Tabel 5.71 *External Stakeholders* Momobil

No	*External Stakeholders*	Peran
1	Pemerintah	Regulator
2	Otoritas Jasa Keuangan	Regulator

Tabel 5.72 *Peers* Momobil

No	*Peers*	Keterangan
1	Calon pembeli mobil	*Peers Consumers*
2	Penjual mobil	*Peers Producers*

Tabel 5.73 menjelaskan perspektif *Partners* dari Momobil.

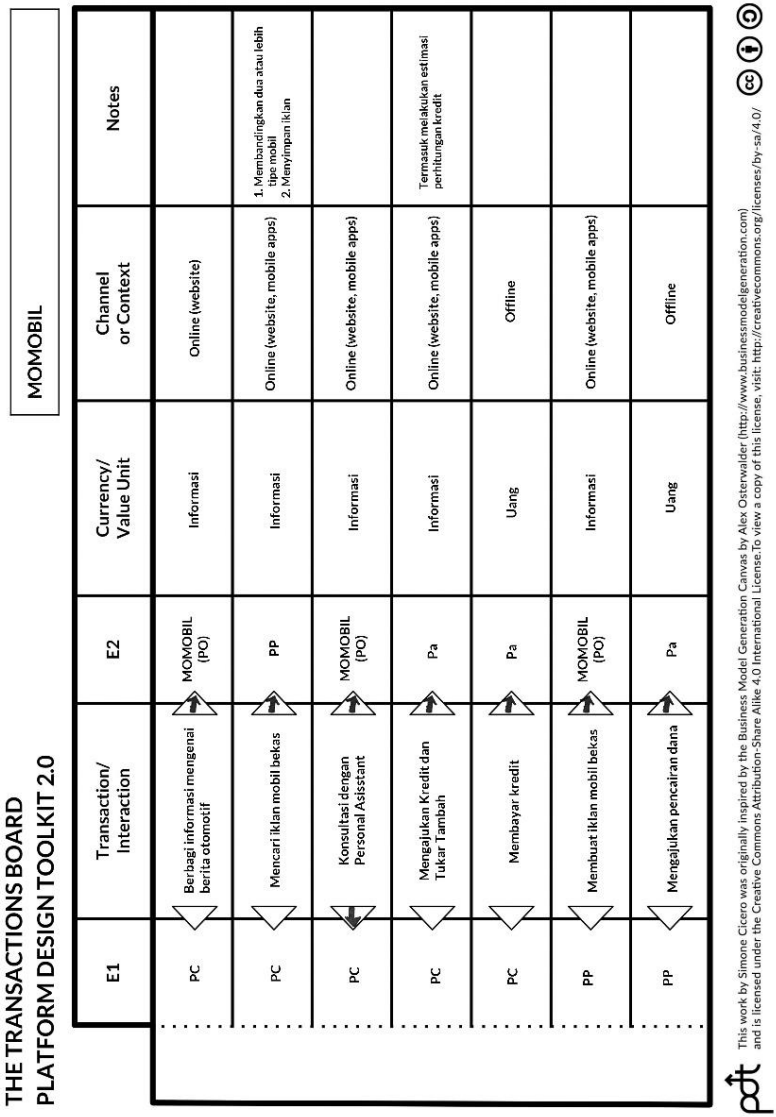
Tabel 5.73 *Partners* Momobil

No	Partner	Keterangan
1	Mister Auto	Penyedia Inspeksi Mobil Bekas
2	Adira Finance	Penyedia Pembiayaan dan Kredit
3	Bank Danamon	Partner Pembayaran Kredit

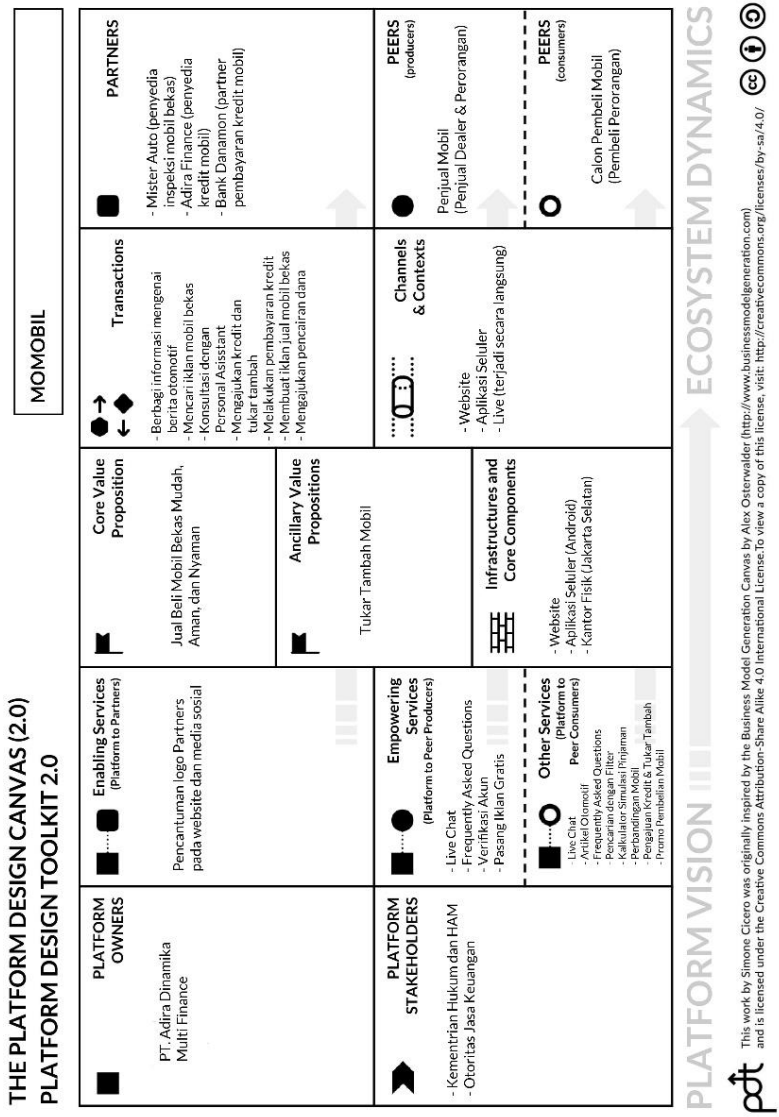
Perspektif terakhir yang diidentifikasi dalam *Ecosystem Canvas* adalah *Platform Owners* dari Momobil yang dijelaskan pada.

Tabel 5.74 *Platform Owners* Momobil

Platform Owner	Keterangan
PT. Adira Dinamika Multi Finance	Pemilik



Gambar 5.31 *Transaction*ss Board Momobil



Gambar 5.32 ***Platform Design Canvas*** **Momobil**

Ecosystem Motivations Matrix menjelaskan perspektif *Value Propositions* yang terdiri dari *Core Value Propositions* dan *Ancillary Value Propositions.* Tabel 5.75 menjelaskan *Core Value Propositions* dari Momobil, sedangkan Tabel 5.76 menjelaskan *Ancillary Value Propositions* dari Momobil.

Tabel 5.75 *Core Value Propositions* Momobil

Core Value Propositions
Jual beli mobil bekas mudah, aman, dan nyaman

Tabel 5.76 *Ancillary Value Propositions* Momobil

Ancillary *Value*s	**Deskripsi**
Tukar Tambah	Layanan tukar tambah dari Momobil ditujukan untuk *consumers* yang menjual mobil bekasnya di Momobil.

Perspektif lainnya yang diidentifikasi melalui *Ecosystem Motivations Matrix* adalah *Infrastructure and Core Components* yang terdapat pada Tabel 5.77.

Tabel 5.77 *Infrastructure and Core Components* Momobil

No	***Infrastructure and Core Components***
1.	*Website*
2.	Aplikasi Ponsel (Android)
3.	Kantor Fisik

Pada *Transactions Board* menjelaskan mengenai perspektif *Transactions.* Berbagai transaksi yang mungkin terjadi dalam Momobil dijelaskan pada Tabel 5.78.

Tabel 5.78 *Transactions* Momobil

No	***Transactions***
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif
2.	Mencari iklan mobil bekas
3.	Konsultasi dengan Personal Asisstant
4.	Mengajukan kredit dan tukar tambah

No	*Transactions*
5.	Melakukan pembayaran kredit
6.	Membuat iklan jual mobil bekas
7.	Mengajukan pencairan dana

Perspektif lainnya yang diidentifikasi dalam *Transactions Board* adalah *Channel and Context*. Tabel 5.79 menjelaskan mengenai *Channel and Context* dari masing-masing transaksi yang terjadi dalam Momobil.

Tabel 5.79 *Channel and Context* Momobil

No	*Transactions*	*Channel and Context*
1.	Berbagi informasi mengenai berita otomotif	*Online (Web)*
2.	Mencari iklan mobil bekas	*Online (Web, Apps)*
3.	Konsultasi dengan Personal Asisstant	*Online (Web, Apps)*
4.	Mengajukan kredit dan tukar tambah	*Online (Web, Apps)*
5.	Melakukan pembayaran kredit	*Offline (Live)*
6.	Membuat iklan jual mobil bekas	*Online (Web, Apps)*
7.	Mengajukan pencairan dana	*Offline (Live)*

Perspektif terakhir adalah *Services* yang dibagi menjadi *Enabling Services, Empowering Services,* dan *Other Services*. Tabel 5.80 menjelaskan mengenai *Enabling Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk *Partners* dari Momobil.

Tabel 5.80 *Enabling Services* Momobil

Enabling Services	Target Partner	Fungsi
Pencantuman logo *Partners* pada *website* dan media sosial	Penyedia Pembiayaan & Kredit	Sebagai feedback dari *Platform* kepada *Partners*, sebagai tanda *Platform* bekerja sama dengan *Partners*
	Penyedia Inspeksi Mobil Bekas	

Tabel 5.81 menjelaskan mengenai *Empowering Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk *producers* dari Momobil.

Tabel 5.81 *Empowering Services* Momobil

No	*Empowering Services*	Fungsi
1.	Live Chat	Sebagai layanan yang menghubungkan Producers dan *Platform Owner* yaitu Customer *Services*. Berguna untuk membantu Producers apabila ada permasalahan dalam menggunakan *Platform*
2.	FAQ	Sebagai panduan bagi Producers mengenai bagaimana tata cara dalam menjual atau mengiklankan mobilnya dalam *Platform*
3.	Verifikasi Akun	Sebagai layanan untuk memastikan keabsahan data yang digunakan Producers Dealer ketika mendaftar. Hal ini akan membuat Customer yakin untuk bertransaksi dengan Producers yang bersangkutan
4.	Pasang Iklan Gratis	Sebagai layanan utama yang ditawarkan oleh *Platform* Momobil

Bagian terakhir adalah *Other Services* yaitu layanan yang ditargetkan untuk *consumers* yang dijelaskan pada Tabel 5.82.

Tabel 5.82 *Other Services* Momobil

No	*Other Services*	Fungsi
1.	Live Chat	Sebagai layanan yang menghubungkan *consumers* dan *Platform Owner* yang diwakilkan oleh Customer *Services*. Berguna untuk membantu *consumers* berkonsultasi apabila ada masalah dalam menggunakan *Platform*
2.	Artikel Otomotif	Sebagai layanan pendamping dari *Platform* yang menyediakan berbagai artikel tentang industri otomotif
3.	FAQ	Sebagai panduan bagi *consumers* bagaimana tata cara dalam membeli atau bertransaksi dalam *Platform*

No	*Other Services*	Fungsi
4.	Pencarian cepat dengan Filter	Layanan yang mempermudah dalam mencari mobil yang sesuai dengan preferensi *consumers*
5.	Kalkulator Simulasi Pinjaman	Sebagai layanan untuk mensimulasikan perhitungan kredit yang akan dibayar oleh *consumers*. *Consumers* dapat memilih berapa lama waktu kredit dan uang muka sesuai kemampuan pribadi.
6.	Membandingkan 2-4 tipe mobil	Layanan yang membantu *consumers* dalam membandingkan beberapa tipe mobil dan menemukan spesifikasi mobil yang terbaik
7.	Pengajuan Kredit Mobil	Layanan menghubungkan *consumers* dengan *partner* penyedia kredit mobil. Pengajuan kredit mobil dapat dilakukan sesuai perhitungan kalkulator simulasi.
8.	Tukar Tambah	Salah satu layanan pembiayaan dari Momobil selain kredit. *Consumers* dapat mengajukan tukar tambah dengan menjual mobil lamanya di Momobil.
9.	Promo Pembelian Mobil	Sebagai layanan untuk menarik minat *consumers* dalam melakukan pembelian mobil di Momobil. Promo yang diberikan dapat berupa free bensin, free pajak STNK, dan free garansi.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB VI
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan hasil dan analisis dari masing-masing perspektif *Platform Design Toolkit*. Grouping dilakukan dengan mengambil data paling kecil dari masing-masing perspektif.

6.1 Grouping dan Analisis *Platform Owners*

Perspektif *Platform Owners* merupakan entitas yang bertugas untuk mengelola dan bertanggung jawab atas keberadaan *Platform*. Dalam analisis *Platfrom Owners* terdapat 4 kategori yang akan dibahas yaitu jenis perusaahan, manajemen pusat, kepemilikan, dan usia *Platform*. Kategori jenis perusahaan dibagi menjadi dua yaitu persero terbatas dan company group. Untuk kategori manajemen pusat dan kepemilikan juga dibagi menjadi dua yaitu dalam negeri dan luar negeri. Sedangkan untuk usia *Platform* dibagi menjadi dua juga yaitu usia kurang dari sama dengan (≤) 5 tahun dan lebih dari (>) 5 tahun. Kategori jenis perusahaan didapat dari hasil observasi langsung dengan melihat kecenderungan jenis perusahaan yang mengelola *Platform* saat ini. Tabel 6.1 menunjukkan hasil analisis dari perspektif *Platform Owner*.

MobilWOW adalah *Platform* yang masuk dalam kategori *Platform* dengan jenis perusahaan persero terbatas. Perusahaan yang bertugas dalam mengelola dan bertanggung jawab atas keberadaan MobilWOW adalah PT. MobilWOW. Selain itu, MobilWOW merupakan *Platform* yang memiliki manajemen pusat dalam negeri dengan kantor yang berada di Jakarta Barat. MobilWOW merupakan *Platform* yang memiliki kepemilikan sepenuhnya dalam negeri. Pada tahun 2018 ini, MobilWOW sudah genap berusia 5 tahun sejak *Platform*nya diluncurkan pada bulan April 2013 lalu.

Mobil123 merupakan *Platform* yang termasuk dalam kategori dengan jenis perusahaan persero terbatas dan manajemen pusat dalam negeri. PT. Mobil Satu Asia merupakan perusahaan yang bertugas mengelola Mobil123 di Indonesia. Meskipun memiliki manajemen pusat di dalam negeri, Mobil123 memiliki kepemilikan dalam negeri dan juga luar negeri. Untuk kepemilikan luar negeri dari Mobil123 adalah iCar Asia Limited. Mobil123 sudah berusia 6 tahun sejak didirikan pada tahun 2012 lalu.

Rajamobil merupakan *Platform* yang memiliki kategori jenis perusahaan persero terbatas, manajemen pusat dalam negeri, dan kepemilikan sepenuhnya milik dalam negeri. PT. Rajamobil Media merupakan perusahaan yang bertugas mengelola sekaligus menjadi pemilik dalam negeri dari Rajamobil. Manajemen pusat Rajamobil juga berada di dalam negeri dengan kantor di wilayah Jakarta Selatan. Rajamobil sudah berusia 6 tahun sejak didirikan pada tahun 2012 lalu.

Oto merupakan *Platform* yang memiliki kesamaan kategori dengan *Platform* Mobil123 yaitu jenis perusahaan persero terbatas dan manajemen pusat dalam negeri. Tetapi memiliki kepemilikan dalam negeri dan luar negeri. PT. Carbay *Servicess* Indonesia dan PT. Kreatif Media Karya melakukan *Joint Venture* sebagai pemilik dalam negeri dari Oto. Sedangkan kepemilikan luar negeri dimiliki oleh Girnar Software Private Ltd. Oto diluncurkan 3 tahun yang lalu tepatnya pada bulan Maret 2015.

Tidak jauh berbeda dengan Oto, Carmudi juga memiliki kategori yang serupa. Carmudi merupakan *Platform* yang memiliki kepemilikan dalam dan luar negeri. PT. Car Classifieds Indonesia adalah pemilik dalam negeri dari Carmudi yang memiliki kantor pusat di Jakarta Selatan. Sedangkan kepemilikan luar negeri dari Carmudi adalah *Venture Builder* ternama yaitu Rocket internet.

Garasi dan Momobil adalah *platform* yang memiliki kategori serupa. Keduanya merupakan *platform* yang paling muda diantara *platform* lainnya dalam penelitian ini, yaitu berusia 1 tahun. Keduanya juga memiliki kategori jenis perusahaan persero terbatas, manajemen pusat dalam negeri, dan kepemilikan sepenuhnya milik perusahaan dalam negeri. Perusahaan PT. Digital Otomotif Indonesia sebagai pengelola Garasi, dan PT. Adira Dinamika Multi Finance sebagai pengelola Momobil.

Tabel 6.1 Hasil Analisis ***Platform Owners***

Kategori		**MW**	**M1**	**RM**	**O**	**C**	**G**	**MB**
Jenis Perusahaan	Perseroan Terbatas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Company Group							
Manajemen Pusat	Dalam Negeri	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Luar Negeri							
Kepemilikan	Dalam Negeri	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Luar Negeri		✓		✓	✓		
Usia Operasi	≤ 5 tahun	✓			✓	✓	✓	✓
	> 5 tahun		✓	✓				
Traffic *Website* (juta)		**0.84**	**3.7**	**0.6**	**3.7**	**2.4**	**0.4**	**2.1**

Sumber: SimilarWeb (2018)

Dari hasil pemetaan di atas menunjukkan bahwa seluruh pemilik *platform online* jual beli mobil adalah perusahaan perseroan terbatas. Meskipun seluruh *platform* memiliki

manajemen pusat dalam negeri, beberapa *platform* juga memiliki kepemilikan luar negeri. *Platform* yang juga memiliki kepemilikan luar negeri adalah Mobil123 (iCar Asia Limited), Oto (Girnar Software Pvt. Ltd.), Carmudi (Rocket Internet).

Mayoritas usia *platform* beroperasi adalah ≤ 5 tahun yaitu MobilWOW, Oto, Carmudi, Garasi, dan Momobil. *Platform* lainnya yaitu Mobil123 dan Rajamobil yang sudah berusia lebih dari 5 tahun. Dari hasil pemetaan di atas menunjukkan bahwa usia *platform* beroperasi tidak menjamin *platform* tersebut menjadi *platform* besar di Indonesia. Rajamobil yang sudah berusia 6 tahun memiliki total pengunjung (*traffic)* yang paling rendah yaitu 652.200 pengunjung hingga bulan Mei 2018 lalu [56]. Sedangkan Momobil, *platform* baru yang masih berusia 1 tahun sudah memiliki total pengunjung mencapai 2.130.000 hingga bulan Mei 2018 [57].

6.2 Grouping dan Analisis *External Stakeholders*

Perspektif *Platform Stakeholders* merupakan entitas yang bertugas dalam membuat dan mengatur kebijakan bagi *platform*. *Platform Stakeholders* juga memiliki peran dalam sukses atau gagalnya sebuah *platform*. Dalam analisis *Platform Stakeholders* terdapat 4 kategori yaitu regulator, investor, jenis investor, dan jenis pendanaan. Kategori regulator dibagi menjadi 3 bagian yaitu Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan *Holding company*. Lalu untuk kategori investor dibagi menjadi 2 bagian yaitu investor dalam negeri dan investor luar negeri. Sedangkan untuk kategori jenis investor dibagi menjadi 2 yaitu *Venture Capitalist* dan *Angel Investor*. Kategori terakhir yaitu jenis pendanaan dibagi menjadi 4 yaitu pendanaan Seed Round, pendanaan Series A, Series B, dan Series C. Kategori untuk perspektif *External Stakeholders* ini dibagi sesuai jenis tahap pendanaan pada *platform* [58, 59]. Tabel 6.2 merupakan rangkuman hasil analisis dari perspektif *External Stakeholders*.

MobilWOW merupakan *platform* dengan jenis perusahaan persero terbatas, maka salah satu regulator dari MobilWOW adalah Kemenkumham. Selain Kemenkumham, MobilWOW memiliki regulator lain yaitu *Holding company*, PT. MobilWOW Multinet Solusindo. Menurut berita yang diluncurkan oleh MobilWOW, pada tahun 2015 lalu MobilWOW menerima investasi Series A dari dua grup investor. Namun MobilWOW tidak menyebutkan identitas dari dua grup investor tersebut [25].

Mobil123 memiliki *Platform Stakeholder* yang hampir serupa dengan MobilWOW. Salah satu regulator dari Mobil123 adalah Kemenkumham, dan regulator lainnya adalah *Holding company* dari Mobil123 yaitu iCar Asia Limited. Pada tahun 2014 lalu, induk dari Mobil123 yaitu iCar Asia Limited memberikan investasi sebesar USD 5,6 juta yang setara dengan jenis pendanaan Series B [43].

Rajamobil merupakan *platform* dengan satu regulator yaitu Kemenkumham. Pada akhir tahun 2017, Rajamobil menerima investasi dari dua *Venture Capitalist* yaitu Ideosource dan Stellar Kapital. Selain itu ada pula *Angel Investor* yaitu pengusaha TP Rachmat (Tripurta Grup), Boy Thohir dan Erick Thohir (Mahaka Grup). Total investasi yang didapat oleh Rajamobil mencapai USD 1 juta setara dengan jenis pendanaan Seed Round [31].

Platform Oto memiliki dua regulator yaitu Kemenkumham dan *holding company* yaitu Girnar Software Pvt. Ltd. dan PT. Kreatif Media Karya (KMK). Pada tahun 2016 lalu PT. Carbay *Servicess* Indonesia, pengelola Oto, melakukan joint venture dengan PT. Kreatif Media Karya (KMK). Dengan perjanjian ini, PT. KMK memiliki 30% saham dari PT. Carbay *Servicess* Indonesia dengan investasi kurang lebih USD 25 juta [33, 34].

Sama seperti Oto, Carmudi juga merupakan *platform* yang memiliki dua regulator yaitu Kemenkumham dan *holding*

company yaitu Rocket Internet. Carmudi mendapat investasi dari gabungan beberapa *Venture Capitalist* pada awal tahun 2018. Gabungan investor tersebut adalah HV Holtzbrinck Ventures, Tengelmann Ventures, dan Asia Pacific Internet Group dengan total USD 10 juta (Series B) [36].

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Garasi dan Momobil merupakan *platform* yang paling muda dalam penelitian ini. Hingga tahun 2018 ini, Garasi dan Momobil belum mendapat investasi apapun. Namun Garasi dan Momobil memiliki regulator yang berbeda. Garasi memiliki regulator Kemenkumham dan *holding company* yaitu PT. Darta Media Indonesia atau lebih dikenal dengan KASKUS. Sedangkan Momobil memiliki regulator Kemenkumham dan Otoritas Jasa Keuangan [39, 41].

Tabel 6.2 Hasil Analisis *External Stakeholders*

Kategori		**MW**	**M1**	**RM**	**O**	**C**	**G**	**MB**
Regulator	Kementerian Hukum dan HAM	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Otoritas Jasa Keuangan							✓
	Holding company	✓	✓		✓	✓	✓	
Investor	Dalam Negeri	**N/A**		✓	✓			
	Luar Negeri	**N/A**	✓			✓		
Jenis Investor	Venture Capitalist	**N/A**		✓		✓		
	Angel Investor	**N/A**		✓				
Jenis Pendanaan	Seed Round			✓				
	Series A	✓						
	Series B		✓			✓		
	Series C				✓			

Kategori	MW	M1	RM	O	C	G	MB
Traffic *Website* (juta)	**0.84**	**3.7**	**0.6**	**3.7**	**2.4**	**0.4**	**2.1**

Sumber: SimilarWeb (2018)

Dari hasi pemetaan di atas menunjukkan bahwa seluruh *platform* memiliki regulator pemerintah yaitu Kementrian Hukum dan HAM. Sedangkan *platform* Momobil memiliki regulator lain yaitu Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam mengawasi proses pembiayaan atau kredit [40]. Sementara Mobil123, Garasi, dan MobilWOW yang memiliki proses serupa yaitu pembiayaan atau kredit belum bekerja sama dengan OJK.

Dari pemetaan di atas juga menunjukkan bahwa mayoritas *platform* sudah pernah menerima investasi, kecuali *platform* yang paling muda yaitu Garasi dan Momobil. Jenis investor dan jenis pendanaan yang didapat oleh *platform* juga beragam. Rajamobil mendapatkan investasi jenis Seed Round, MobilWOW Series A, Mobil123 dan Carmudi Series B, sedangkan Oto Series C.

Semakin besar jumlah investasi yang didapat oleh *platform*, semakin besar pula dana dan kesempatan yang dimiliki untuk berkembang. Dengan dana yang didapatkan, *platform* dapat melakukan ekspansi layanan, produk, atau bahkan membuka cabang di dalam negeri maupun luar negeri. Hal tersebut dibuktikan pada hasil pemetaan di atas Oto, Mobil123 dan Carmudi merupakan 3 *platform* teratas dalam total pengunjung (*traffic)*. Ketiga *platform* tersebut juga merupakan *platform* dengan jenis pendanaan tertinggi yaitu Series B dan Series C.

6.3 Grouping dan Analisis *Peers*

Perspektif *Peers* dikategorikan menjadi 2 macam yaitu *Peers Producers* dan *Peers Consumers. Peers Producers* merupakan entitas, sebagian besar adalah individu, yang memberikan

value, mencari peluang meningkatkan profesionalitas dan mendapatkan keuntungan. Sedangkan *Peers Consumers* merupakan entitas yang memanfaatkan atau mengakses *value* yang ada dalam *platform*. Dalam analisis *Peers Producers* terdapat 2 kategori yaitu tipe akun *Producers* dan verifikasi akun. Pada *Peers Consumers* kategori yang akan dianalisis adalah tipe akun *Consumers*. Kategori dalam perspektif *Peers Producers* maupun *Peers Consumers* diambil dari hasil observasi langsung ketika melakukan pendaftaran pada masing-masing *platform*. Tabel 6.3 merupakan hasil analisis dari *Peers Producers* dan juga *Peers Consumers.*

MobilWOW merupakan *platform* yang memiliki producers dengan tipe akun penjual dealer atau showroom. Selain itu semua penjual dalam MobilWOW adalah penjual premium yang mengharuskan penjual untuk membayar kepada *platform*. Pada MobilWOW verifikasi akun yang tersedia untuk memastikan keabsahan data *producers* melalui verifikasi email.

Mobil123 merupakan *platform* yang paling lengkap diantara *platform* lainnya dalam perspektif *Peers* ini. Mobil123 memiliki tipe akun penjual perorangan dan penjual dealer. Untuk kedua tipe akun tersebut verifikasi yang dilakukan melalui email, khusus untuk tipe penjual dealer dibutuhkan juga verifikasi data diri. Verifikasi data diri yang dilakukan oleh tipe penjual dealer mencantumkan beberapa berkas seperti KTP, SIM, atau NPWP. Mobil123 menyediakan layanan iklan gratis dan iklan berbayar sehingga tipe penjual pada Mobil123 terdapat penjual reguler dan penjual premium.

Rajamobil merupakan *platform* yang memungkinkan penjual perorangan dan penjual dealer untuk memasang iklan dalam *platform*. Penjual yang memasang iklannya dalam *platform* tidak dipungut biaya sama sekali sehingga hanya ada penjual reguler dalam *platform* Rajamobil. Guna memastikan keabsahan data penjual, ketika mendaftar dalam *platform* penjual harus melakukan verifikasi email.

Oto juga merupakan *platform* yang memiliki 2 tipe akun yaitu penjual perorangan dan penjual dealer. Penjual perorangan dan penjual dealer tidak dipungut biaya dalam mengiklankan mobil, sehingga penjual di Oto hanya merupakan penjual reguler. Ketika mendaftar sebagai penjual, Oto tidak menyediakan verifikasi email maupun verifikasi data diri.

Carmudi memiliki *Peers* yang serupa dengan Rajamobil. Carmudi juga memiliki tipe penjual perorangan dan penjual dealer. Kedua tipe penjual tersebut dapat mengiklankan mobil secara gratis. Verifikasi yang dilakukan Carmudi untuk memastikan keabsahan data penjual melalui verifikasi email.

Garasi merupakan *platform* yang memiliki keunikan pada tipe *Producers* yaitu hanya terdapat tipe penjual perorangan. Namun akun dengan tipe penjual perorangan tersebut dapat membuat sebuah showroom yang berisi beberapa mobil yang akan dijual. Penjual yang hendak mengiklankan mobilnya di Garasi tidak dipungut biaya atau gratis. Garasi melakukan verifikasi melalui email dan data diri seperti KTP, SIM, atau NPWP guna memastikan keaslian data penjual. Untuk *Peers Consumers* Garasi juga memiliki keunikan yaitu memiliki pembeli perorangan dan pembeli badan usaha transportasi. Pembeli badan usaha transportasi membeli mobil pada Garasi melalui layanan Jual Kilat yang menyerupai lelang.

Platform terakhir yaitu Momobil memiliki penjual perorangan dan penjual dealer. Berbagai layanan seperti mengiklankan mobil bekas dalam Momobil tidak memungut biaya. Untuk mengurangi penipuan dan memastikan keaslian data dari penjual yang mendaftar dalam *platform*, Momobil melakukan verifikasi. Verifikasi yang dilakukan melalui email dan data diri menggunakan KTP, SIM, atau NPWP.

Tabel 6.3 Hasil Analisis *Peers*

Kategori		MW	M1	RM	O	C	G	MB
Peers Producers								
Tipe Akun Producers	Penjual Perorangan		✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Penjual Dealer	✓	✓	✓	✓	✓		✓
	Penjual Reguler		✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Penjual Premium	✓	✓					
Verifikasi Akun	Verifikasi Email	✓	✓	✓		✓	✓	✓
	Verifikasi Data Diri (KTP atau NPWP)		✓				✓	✓
Peers Consumers								
Pembeli Perorangan		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Pembeli Badan Usaha Transportasi							✓	
Traffic *Website* (juta)		**0.84**	**3.7**	**0.6**	**3.7**	**2.4**	**0.4**	**2.1**

Sumber: SimilarWeb (2018)

Berdasarkan hasil pemetaan di atas, mayoritas *platform* memiliki penjual perorangan, penjual dealer, dan penjual reguler yang dapat mengiklankan mobil secara gratis. Namun hanya MobilWOW dan Mobil123 yang memiliki penjual premium, yaitu penjual yang harus membayar untuk mengiklankan mobil. Semua *platform online* jual beli mobil hanya memiliki pembeli perorangan.

6.4 Grouping dan Analisis *Partners*

Perspektif *Partners* merupakan entitas yang berkerja sama dengan *Platform Owners* membuat *value* tambahan dalam *platform*. Dalam analisis *Partners* terdapat 6 jenis *Partners* yang akan dibahas. Untuk salah satu jenis *Partners* yaitu

pembiayaan dan kredit dibagi menjadi 3 bagian yaitu perusahaan pembiayaan, bank, dan bisnis teknologi finansial *(fintech)*. Sama halnya dengan perspektif sebelumnya yaitu *Peers Consumers* dan *Producers*, kategori pada *Partners* didapatkan dari hasil observasi langsung. Dari observasi langsung didapatkan informasi mengenai layanan dan siapa pihak ketiga atau *Partners* yang membantu layanan tersebut.

Partner pembiayaan dan kredit merupakan partner yang menyediakan pilihan pembayaran dalam *platform*. Dengan adanya partner pembiayaan dan kredit, *consumers* dapat memilih untuk membayar dengan uang tunai atau membayar secara berkala dengan mengajukan kredit pada partner. Dalam Tabel 6.4 terlihat tidak semua *Platform* memiliki partner pembiayaan dan kredit. MobilWOW, Mobil123, Garasi, dan Momobil merupakan *platform* yang memiliki partner pembiayaan dan kredit. Namun jenis penyedia pembiayaan dan kredit dari beberapa *platform* tersebut berbeda. Penyedia pembiayaan dan kredit dari MobilWOW adalah perusahaan bisnis teknologi finansial (*fintech*) yaitu DISITU. Lalu penyedia dari Mobil123 dan Momobil adalah Bank yaitu Bank BRI untuk Mobil123 dan Bank Danamon untuk Momobil. Jenis penyedia yang terakhir adalah perusahaan pembiayaan yaitu BCA Finance untuk Garasi dan Adira Finance untuk Momobil.

Partner inspeksi mobil bekas adalah partner yang menyediakan layanan inspeksi guna memastikan mobil bekas yang akan dibeli oleh *consumers* dalam keadaan yang baik. Beberapa penyedia inspeksi mobil bekas yang bekerja sama dengan *Platform* adalah Otospector dengan Mobil123, Nawilis dengan Garasi, dan Mister Auto dengan Momobil.

Media partner adalah media yang dapat berupa koran, berita *online*, artikel, atau blog yang membagikan informasi mengenai *Platform*. *Platform* yang bekerja sama dengan media partner adalah MobilWOW dengan media partner RimaNews. Sedangkan *Platform* Rajamobil bekerja sama dengan media

partner yang merupakan kontributor berita yang bertugas menulis artikel tentang Rajamobil dan berita otomotif lainnya. Situs partner merupakan situs serupa untuk jual beli mobil namun berada di negara lain. Mobil123, Oto, dan Carmudi merupakan *platform* yang memiliki situs partner. Situs partner dari Mobil123 berada di negara Malaysia, Thailand, dan Australia. Untuk situs partner dari Oto berada di negara Bangladesh, Malaysia, Pakistan, Thailand, Srilanka, Vietnam, Africa, Europe, dan America. Sedangkan untuk situs partner dari Carmudi berada di negara Mexico, Saudi Arabia, United Emirat Arab, Bangladesh, Myanmar, Pakistan, Philippines, Srilanka, dan Vietnam.

Partner berikutnya adalah *Showroom Offline* yang hanya dimiliki oleh *platform* Carmudi. *Showroom Offline* dari Carmudi lebih sering disebut Carsentro (Carmudi Sentra Otomotif). Layanan *offline* dari Carmudi ini telah hadir dibeberapa kota yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan dan Makassar. Partner terakhir adalah *dealer* dan *services center* yang dimiliki oleh *Platform* Oto. Kerja sama ini membuat Oto mampu menyediakan layanan direktori yang memberikan informasi mengenai lokasi *dealer* atau *services center* terdekat khusus daerah JABODETAEK.

Tabel 6.4 Hasil Analisis *Partners*

Kategori		MW	M1	RM	O	C	G	MB
Kredit Mobil	Perusahaan Pembiayaan					NA	✓	✓
	Bank		✓			NA		✓
	Bisnis Teknologi Finansial	✓				NA		
Inspeksi Mobil Bekas			✓				✓	✓
Media Partner		✓		✓				
Situs Partner			✓		✓	✓		

Kategori	MW	M1	RM	O	C	G	MB
Showroom *Offline*					✓		
Dealer & *Services* Center				✓			
Traffic *Website* (juta)	**0.84**	**3.7**	**0.6**	**3.7**	**2.4**	**0.4**	**2.1**

Sumber: SimilarWeb (2018)

Dari hasil pemetaan di atas menunjukkan bahwa mayoritas *platform* selain Rajamobil dan Oto memiliki partner penyedia pembiayaan atau kredit mobil. Namun masih sedikit *platform* yang bekerja sama dengan inspeksi mobil, sementara adanya proses inspeksi mobil bekas adalah hal yang penting.

6.5 Grouping dan Analisis *Transactions*

Perspektif *Transactions* merupakan kegiatan yang dapat terjadi dalam *platform*. Pertukaran yang dapat dilakukan dapat berupa pertukaran informasi, barang, reputasi atau kepercayaan. Beberapa transaksi yang mungkin terjadi dalam *platform* adalah berbagi informasi mengenai berita otomotif, konsultasi dengan CS, mencari iklan mobil. Selain itu ada juga pengajuan kredit, tukar tambah, inspeksi mobil bekas, dan situs komunitas. Transaksi lainnya yang mungkin terjadi dalam *platform* adalah memasang iklan jual mobil bekas atau baru. Kategori pada perspektif *Transactions* ini didapat dari observasi langsung yaitu mencoba layanan yang terdapat dalam *platform*. Selain itu kategori *Transactions* juga didapat dari *sitemap* yang ada pada masing-masing *platform*. Tabel 6.5 menjelaskan hasil analisis *Transactions* dari masing-masing *platform*.

Tabel 6.5 Hasil Analisis *Transactions*

Kategori	MW	M1	RM	O	C	G	MB
berbagi berita otomotif	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
konsultasi dengan CS		✓				✓	✓
mencari iklan mobil bekas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Kategori	MW	M1	RM	O	C	G	MB
mencari iklan mobil baru	✓	✓	✓		✓		
melakukan negosiasi dengan penjual	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
mengajukan kredit	✓	✓	✓		✓	✓	✓
mengajukan tukar tambah							✓
mengajukan inspeksi mobil bekas						✓	
pembayaran dengan cash	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
pembayaran dengan kredit	✓	✓	✓		✓	✓	✓
tracking pembelian			✓				
pasang iklan mobil bekas	✓	✓	✓		✓		
pasang iklan mobil baru	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
pencairan dana hasil penjualan kredit	✓	✓	✓		✓	✓	✓
situs komunitas	✓						
mencari iklan mobil di negara lain (situs partner)		✓		✓	✓		
Traffic *Website* (juta)	**0.84**	**3.7**	**0.6**	**3.7**	**2.4**	**0.4**	**2.1**

Sumber: SimilarWeb (2018)

6.6 Grouping dan Analisis *Channel and Context*

Perspektif *Channel and Context* merupakan tempat terjadinya transaksi. Transaksi dapat terjadi dalam konteks informal yang disebut *context* atau dalam tempat yang dirancang dan terkontrol yang disebut dengan *channel.* Dalam analisis *Channel and Context* terdapat 3 kategori yaitu *website*, mobile apps, dan live atau terjadi di dunia nyata. Tabel 6.6 merupakan hasil analisis dari perspektif *Channel and Context.*

Berbagai transaksi dalam *platform* MobilWOW, Mobil123, Rajamobil, Oto, Carmudi, Garasi, Momobil terjadi dalam beberapa *Channel and Context*. Semua *Platform* memiliki transaksi yang terjadi melalui *website* dan di dunia nyata (live). Untuk *channel* mobile apps hampir semua *platform* memiliki transaksi yang terjadi dalam mobile apps, kecuali Garasi.

Tabel 6.6 Hasil Analisis *Channel and Context*

Kategori	MW	M1	RM	O	C	G	MB
Website	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mobile Apps	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Live (*offline*)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Traffic *Website* (juta)	**0.84**	**3.7**	**0.6**	**3.7**	**2.4**	**0.4**	**2.1**

Sumber: SimilarWeb (2018)

6.7 Grouping dan Analisis *Services*

Perspektif *Services* merupakan layanan yang disediakan oleh *platform* guna mendukung entitas *producers*, *consumers*, dan *Partners*. Perspektif *Services* dibagi menjadi 3 kategori sesuai entitas yang didukung. Selain itu, kategori pada masing-masing *Services* merupakan turunan dari perspektif *Transactions* yang didapat dari *sitemap* masing-masing *platform*. Hasil analisis dari semua kategori *Services* dapat dilihat pada Tabel 6.7.

6.7.1 *Enabling Services*

Enabling Services merupakan layanan yang disediakan untuk mendukung *Partners* dalam menghasilkan *value*. Layanan yang termasuk dalam *Enabling Services* adalah **pencantuman logo** dan **link menuju laman partner.** Salah satu motivasi partner bergabung dalam *platform* adalah untuk mendapat member baru. Dengan adanya layanan tersebut, pengunjung *platform* akan lebih mudah mendapat informasi tentang partner, dan mempermudah pengunjung untuk bergabung menjadi member partner.

6.7.2 *Empowering Services*

Empowering Services merupakan layanan yang disediakan untuk membantu *producers* dalam meningkatkan kapabilitas dalam *platform*. **Frequently Asked Questions (FAQ)** dan **Live Chat** merupakan layanan yang membantu *producers* apabila mengalami kesulitan dalam menggunakan *platform*. FAQ merupakan artikel yang berisi macam-macam pertanyaan dan jawaban terkait tata cara penggunaan *platform*. Semua *platform* dalam penelitian ini memiliki layanan FAQ. Sedangkan untuk Live Chat hanya beberapa *platform* saja yang memiliki layanan tersebut yaitu Mobil123, Carmudi, Garasi, Momobil. Perbedaan FAQ dan Live Chat adalah dalam Live Chat pertanyaan yang diajukan beragam sesuai keluhan dari masing-masing *producers.* Selain itu, apabila *producers* mengajukan pertanyaan melalui Live Chat hanya akan dilayani sesuai jam kerja masing-masing *platform*.

Layanan yang termasuk dalam *Empowering Services* selanjutnya adalah **Iklan Gratis, Iklan Berbayar,** dan **Lelang Mobil.** Layanan tersebut merupakan layanan utama yang disediakan *platform* untuk *producers.* Hampir semua *platform* kecuali MobilWOW menyediakan layanan iklan gratis tanpa dipungut biaya apapun. Sedangkan untuk layanan iklan berbayar hanya *platform* MobilWOW dan Mobil123 yang memiliki layanan tersebut. Perbedaan dari iklan gratis dan iklan berbayar adalah fasilitas yang didapat. Selain iklan gratis dan iklan berbayar, terdapat lelang mobil yang hanya disediakan oleh *platform* Garasi. Dalam Garasi layanan ini disebut dengan Jual Kilat dan prosesnya menyerupai lelang mobil. Dalam layanan Jual Kilat yang disediakan Garasi, yang menjadi *producers* adalah penjual mobil dan *consumers* adalah pengusaha dalam bidang transportasi. Keuntungan yang didapat oleh *producers* Garasi adalah jaminan mobil terjual dengan cepat dengan penawaran harga yang menarik.

Layanan *Empowering Services* yang terakhir adalah **Komunitas Penjual.** MobilWOW merupakan satu-satunya

platform yang memiliki komunitas penjual. Julukan dari komunitas penjual MobilWOW adalah WOWnitas. Dalam WOWnitas, *producers* dapat mengiklankan mobilnya, berdiskusi terkait industri otomotif, dan berbagi pengalaman atau informasi.

6.7.3 *Other Services*

Other Services merupakan layanan yang disediakan untuk mendukung *consumers.* Sama seperti *Empowering Services,* beberapa *Platform* memiliki layanan **Frequently Asked Questions (FAQ)** dan **Live Chat.** FAQ dan Live Chat membantu *consumers* apabila mengalami kesulitan ketika melakukan pencarian atau transaksi dalam *platform*.

Layanan selanjutnya adalah **Pencarian Cepat dengan Filter** dan **Direktori Otomotif.** Pencarian cepat membantu *consumers* dalam mencari mobil sesuai filter atau kata kunci yang diinginkan. Selain mencari melalui filter, *consumers* juga dapat mencari mobil sesuai merk tertentu melalui direktori otomotif. *platform* yang memiliki direktori otomotif adalah MobilWOW, Mobil123, Oto, dan Carmudi. Direktori otomotif yang disediakan oleh *platform* tersebut beragam. MobilWOW menyediakan direktori otomotif yang berisi kumpulan informasi mengenai bengkel audio, *body repair,* dan bengkel mesin yang ada di JABODETABEK. Mobil123 dan Carmudi menyediakan direktori otomotif yang berisi kumpulan mobil sesuai merk. Sedangkan Oto menyediakan direktori otomotif yang berisi kumpulan informasi dealer dan *services* center.

Layanan **Bandingkan Mobil** juga merupakan salah satu layanan yang dapat membantu *consumers* dalam memutuskan mobil mana yang akan dibeli. Namun tidak semua *platform* memiliki layanan ini, hanya Mobil123 dan Momobil. Pada kedua *platform* tersebut, *consumers* dapat membandingkan 2 hingga 4 iklan mobil sekaligus. Perbandingan yang dilihat adalah berdasarkan tipe dari masing-masing mobil.

Layanan **Kalkulator Simulasi Pinjaman** adalah layanan yang disediakan oleh *platform* dan berkolaborasi dengan partner. *Platform* yang menyediakan layanan kalkulator simulasi pinjaman adalah *platform* yang menyediakan pilihan pembayaran dengan kredit yaitu Mobil123, Garasi, dan Momobil. Dengan adanya layanan ini, *consumers* dapat mengetahui bagaimana perhitungan pinjaman dan menyesuaikan perhitungan sesuai kemampuan *consumers.*

Layanan **Inspeksi Mobil Bekas** juga merupakan layanan yang disediakan oleh *platform* dengan bantuan dari partner. *Platform* yang menyediakan layanan ini adalah Mobil123, Garasi, dan Momobil. Layanan ini dilakukan dengan bantuan partner dan persetujuan dari *producers.* Umumnya layanan inspeksi mobil bekas ini membutuhkan biaya diluar dari biaya pembelian mobil tersebut. Biaya untuk melakukan inspeksi mobil bekas menyesuaikan dengan tipe mobil yang akan diperiksa.

Layanan selanjutnya adalah **Pilihan Pembayaran.** Beberapa *platform* seperti MobilWOW, Mobil123, Carmudi, Garasi, dan Momobil memiliki pilihan pembayaran selain pembayaran tunai yaitu pembayaran secara kredit atau tukar tambah. MobilWOW memiliki layanan pilihan pembayaran secara kredit dengan berkolaborasi dengan salah satu bisnis teknologi finansial yaitu DISITU. Pada Mobil123, layanan pembayaran secara kredit didukung oleh Bank BRI. Lalu *platform* Carmudi juga menyediakan pilihan pembayaran secara kredit, namun penyedia pembiayaan tidak diketahui berasal dari bank atau perusahaan pembiayaan. Untuk *platform* Garasi, layanan pembayaran secara kredit didukung oleh perusahaan pembiayaan yaitu BCA Finance. *Platform* terakhir yaitu Momobil memiliki layanan pembayaran secara kredit dan layanan tukar tambah. Layanan tersebut didukung oleh perusahaan pembiayaan sekaligus pemilik *platform* Momobil yaitu Adira Finance.

Untuk layanan **Asuransi Kendaraan** hanya disediakan oleh *platform* MobilWOW dan Carmudi. Pada MobilWOW, *consumers* dapat menerima penawaran asuransi kendaraan dari berbagai penyedia asuransi seperti Asuransi SIMASNET, MPM Insurance, dan Asuransi MAG. *Platform* Carmudi juga menyediakan layanan asuransi kendaraan, namun penyedia asuransi kendaraan tidak diketahui.

Layanan yang berikutnya adalah **Tracking Pembelian** yang hanya disediakan oleh *platform* Rajamobil. Lalu layanan yang terakhir adalah **Komunitas Pembeli** merupakan layanan yang sama dengan komunitas penjual atau biasa disebut WOWnitas.

Tabel 6.7 Hasil Analisis *Servicess*

Kategori	MW	M1	RM	O	C	G	MB
Enabling Servicess							
Pencantuman logo	✓	✓			✓	✓	✓
Link menuju laman partner	✓	✓			✓		
Empowering Servicess							
Live Chat		✓			✓	✓	✓
FAQ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Iklan Gratis		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Iklan Berbayar	✓	✓					
Lelang Mobil						✓	
Komunitas Penjual	✓						
Other Servicess							
Live Chat		✓			✓	✓	✓
FAQ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Pencarian Cepat dengan Filter	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Direktori Otomotif	✓	✓		✓	✓		
Bandingkan Mobil		✓					✓
Kalkulator Simulasi Pinjaman		✓				✓	✓
Inspeksi Mobil Bekas		✓				✓	✓

Kategori		MW	M1	RM	O	C	G	MB
Pilihan Pembayaran	Tukar Tambah							✓
	Kredit Mobil	✓	✓			**N/A**	✓	✓
Asuransi Kendaraan		✓				**N/A**		
Tracking Pembelian				✓				
Komunitas Pembeli		✓						
Traffic *Website* (juta)		**0.84**	**3.7**	**0.6**	**3.7**	**2.4**	**0.4**	**2.1**

Sumber: SimilarWeb (2018)

6.8 Grouping dan Analisis *Value Propositions*

Perspektif *Value Propositions* dalam *Platform Design Canvas* dibagi menjadi dua sesuai entitas yang ditargetkan. Dua bagian tersebut adalah *Core Value Propositions* dan *Ancillary Value Propositions.* Untuk perspektif *Value Propositions* tidak dilakukan pengkategorian, hal ini disebabkan karena *platform* memiliki *value* masing-masing yang tidak dapat dibandingkan.

6.8.1 *Core Value Propositions*

Core Value Propositions merupakan *value* yang ditargetkan untuk *consumers.* Namun dalam beberapa *Platform Core Value Propositions* juga dapat ditargetkan untuk *producers.* Analisis *Core Value Propositions* diturunkan melalui *tagline* dari masing-masing *platform*. Tabel 6.8 merupakan rangkuman hasil analisis dari perspektif *Core Value Propositions.*

MobilWOW memiliki *tagline* “Komunitas penggemar dan pasar mobil di Indonesia”. Dari *tagline* tersebut dapat diketahui bahwa target *Core Value Propositions* dari MobilWOW adalah *consumers* dan *producers.* Komunitas penggemar yang disebutkan dalam *tagline* biasa disebut dengan WOWnitas.

WOWnitas merupakan wadah untuk berbagi informasi dan berdiskusi terkait industri otomotif, dan juga sebagai media jual beli mobil atau aksesoris. Sedangkan pasar mobil yang disebutkan dalam *tagline* berarti mempertemukan *consumers* dan *producers* untuk melakukan sebuah transaksi yaitu jual beli mobil.

Mobil123 memiliki *tagline* "Pusat jual beli mobil baru & bekas terpercaya di Indonesia". Sama seperti MobilWOW, *Core Value Propositions* dari Mobil123 juga ditargetkan untuk *consumers* dan *producers.* Mobil123 menjamin mampu menjadi *Platform* yang terpercaya karena Mobil123 melakukan verifikasi untuk *producers*. Mobil123 melakukan verifikasi data *producers* melalui email, nomor telepon seluler, dan salinan dokumen seperti KTP, SIM, atau NPWP. Proses verifikasi dalam Mobil123 dapat meningkatkan rasa percaya dari *consumers* dalam bertransaksi.

Rajamobil memiliki *tagline* "Beli mobil *online* cepat dan mudah". Berbeda dengan *Platform* sebelumnya, *Core Value Propositions* dari Rajamobil jelas ditargetkan untuk *consumers.* Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya kata "Beli" yang merupakan *value* dari sisi permintaan yaitu *consumers.*
Tagline dari Oto adalah "Temukan mobil yang tepat dengan mudah, baru atau bekas". Target *Core Value Propositions* dari Oto adalah *consumers* yang merupakan entitas yang mencari dan membeli mobil melalui *Platform*. Oto menyediakan berbagai layanan seperti uji dan review mobil, perbandingan mobil, dan layanan bantuan darurat yang mempermudah *consumers* dalam mencari mobil impian.

Carmudi memiliki *tagline* "Jual beli kendaraan terbaik, mudah, beragam, dan informatif". Carmudi menjamin kemudahan dalam jual beli melalui berbagai layanan yang disediakan dalam *Platform* untuk membantu *consumers* dan *producers.* Carmudi

menjamin beragam atau banyaknya pilihan mobil bekas atau baru dari berbagai listing yang ada. Carmudi juga selalu memberikan informasi terbaru mengenai perkembangan dalam industri otomotif .

Garasi memiliki *tagline* “Kepercayaan, kemudahan, dan kenyamanan transaksi mobil bekas secara *online*”. Target *Core Value Propositions* dari Garasi adalah *consumers* dan *producers* karena berfokus pada transaksi yaitu proses jual dan beli. Garasi menjamin transaksi dalam *Platform*nya adalah terpercaya karena adanya proses verifikasi guna memastikan keaslian data dari *producers.* Verifikasi dilakukan melalui email dan salinan dokumen KTP atau NPWP dari *producers.* Serta untuk kemudahan dan kenyamanan *consumers,* Garasi menyediakan berbagai layanan pendukung. Untuk *producers,* Garasi memiliki layanan pembuatan showroom *online* untuk *producers* yang ingin merintis usaha jual beli mobil bekas.

Platform terakhir yaitu Momobil memiliki *tagline* “Jual beli mobil bekas mudah, aman, dan nyaman”. Hampir sama seperti beberapa *Platform* sebelumnya, target *Core Value Propositions* dari Momobil adalah *consumers* dan *producers.* Momobil menjamin kemudahan dalam bertransaksi terutama dalam proses kredit mobil. Momobil bekerja sama dengan Adira Finance membuat proses pengajuan kredit mobil menjadi *simple* dan *approval* yang cepat. Momobil juga menjamin keamanan dalam transaksi, hal ini disebabkan karena mobil yang dijual sudah melalui pengecekan kondisi mobil. Momobil memberi pengalaman bagi *consumers* dan *producers* ketika bertransaksi dengan bantuan dari *Personal Assistant.*

Tabel 6.8 Hasil Analisis *Core Value Propositions*

Platform	***Core Value Propositions***
MobilWOW	Komunitas penggemar dan pasar mobil di Indonesia

Mobil123	Pusat jual beli mobil baru & bekas terpercaya di Indonesia
Rajamobil	Beli mobil *online* cepat dan mudah
Oto	Temukan mobil yang tepat dengan mudah, baru atau bekas
Carmudi	Jual beli kendaraan terbaik, mudah, beragam, dan informatif.
Garasi	Kepercayaan, kemudahan, dan kenyamanan transaksi mobil bekas secara *online*
Momobil	Jual beli mobil bekas mudah, aman, dan nyaman

6.8.2 *Ancillary Value Propositions*

Ancillary Value Propositions merupakan *value* tambahan yang dapat ditargetkan untuk *producers* atau *consumers.* Dari hasil analisis *Ancillary Value Propositions*, tidak semua *platform* memiliki *value* tambahan untuk menunjang *value* utama yang dimiliki. Tabel 6.9 menjelaskan beberapa *Ancillary Value Propositions* yang dimiliki oleh *platform* tertentu.

Tabel 6.9 Hasil Analisis *Ancillary Value Propositions*

Platform	**Ancillary *Values***	**Deskripsi**
MobilWOW	Direktori Otomotif & Showroom	Layanan dari MobilWOW yang menyediakan informasi mengenai bengkel audio, ban, mesin, *body repair*, *showroom* yang ada di daerah Jabodetabek. Layanan ini diitargetkan untuk *consumers* dan *producers*.
Mobil123	Jual Cepat	Layanan yang ditujukan untuk *producers* perorangan untuk menjual mobilnya dengan cepat. Layanan ini merupakan layanan berbayar dengan berbagai fasilitas seperti sundul yang berguna untuk membuat iklan tetap berada di atas.

Platform	**Ancillary *Values***	**Deskripsi**
	Pusat Lelang	Layanan menjual mobil dengan gratis namun dengan jaminan *producers* akan mendapat harga terbaik. Mobil yang dilelang dalam Mobil123 akan ditawarkan kepada pembeli yang merupakan mitra dari Mobil123.
	Car Fest	Event yang mempertemukan *producers* dari seluruh dunia dengan *consumers*. Car Fest juga menyediakan Test Drive bagi *consumers* untuk mencoba pengalaman berkendara.
Carmudi	Carsentro	Bursa otomotif atau *showroom* milik Carmudi yang mempertemukan *producers* dan *consumers*. Hingga saat ini, Carsentro telah hadir di Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan dan Makassar.
	Direktori Otomotif	Layanan dari Carmudi yang menyediakan informasi mengenai sewa mobil, cuci mobil, sekolah mengemudi, bengkel, asuransi, dll.
Garasi	Jual Kilat	Layanan jual mobil secara gratis yang hampir menyerupai lelang mobil. *Producers* yang menjual mobilnya melalui Jual Kilat mendapat jaminan penawaran harga menarik dari mitra Garasi.
	Toko Garasi	Layanan dari Garasi yang berkolaborasi dengan Blibli. Menyediakan berbagai kebutuhan otomotif dengan harga terjangkau.
Momobil	Tukar Tambah	Layanan tukar tambah dari Momobil ditujukan untuk *consumers* yang menjual mobil bekasnya di Momobil.

6.9 Grouping dan Analisis *Infrastructure and Core Components*

Perspektif *Infrastructure and Core Components* merupakan aset yang dikelola dan dimiliki oleh *Platform Owner*. *Infrastructure and Core Components* dapat memiliki wujud berupa aplikasi atau *venue* (kantor). Dalam analisis *Infrastructure and Core Components* terdapat 3 kategori yaitu *website*, mobile apps, dan kantor fisik. Kategori didapat dari observasi langsung yaitu melihat pada *platform infrastructure* apa saja yang dimiliki. Pada umumnya, *Platform* akan mencantumkan logo Google Play atau App Store apabila mereka memiliki aplikasi seluler. Tabel 6.10 menunjukkan hasil analisis dari perspektif *Infrastructure and Core Components* .

Kategori *website* dibagi menjadi tiga bagian yaitu *.com, *co.id, dan *.id. MobilWOW, Mobil123, Rajamobil, dan Oto merupakan *Platform* yang memiliki *website* dengan domain *.com. Lalu *platform* Carmudi memiliki *website* dengan domain *.co.id. Sedangkan *Platform* Garasi dan Momobil memiliki *website* dengan domain *.id.

Perbedaan domain *.com dan *.id adalah pengelolanya yaitu *.com dikelola oleh Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN). Sedangkan *.id dikelola oleh Pengelola Domain Indonesia (PANDI). Hak kepemilikan dari *.com bersifat bebas dan internasional, sehingga siapa saja dapat menggunakan domain *.com. Sedangkan domain *.id hanya boleh digunakan oleh warga Indonesia, dan domain *.co.id hanya boleh digunakan untuk perusahaan saja.

Kategori selanjutnya adalah mobile apps yang dibagi menjadi 2 bagian yaitu Android dan iOS. Hampir semua *platform* memiliki mobile apps Android kecuali *platform* Garasi. Sedangkan yang memiliki mobile apps iOS adalah *Platform* Mobil123, Rajamobil, Oto, dan Carmudi. Garasi tidak memiliki mobile apps Android atau iOS karena *website*nya menggunakan

teknologi Google Progressive Web App (PWA). PWA merupakan halaman *website* yang dapat muncul menyerupai aplikasi apabila diakses melalui telepon seluler.

Kategori terakhir yaitu kantor fisik, semua *Platform* memiliki kantor fisik yang berada di dalam negeri. MobilWOW dan Oto memiliki kantor fisik yang berada di Jakarta Barat. Sedangkan Mobil123, Rajamobil, Carmudi, dan Garasi memiliki kantor fisik yang berada di Jakarta Selatan. Lalu Momobil memiliki kantor fisik yang berada di Jakarta Pusat.

Tabel 6.10 Hasil Analisis *Infrastructure and Core Components*

Kategori		**MW**	**M1**	**RM**	**O**	**C**	**G**	**MB**
Website	*.com	✓	✓	✓	✓			
	*.co.id					✓		
	*.id						✓	✓
Mobile Apps	Android	✓	✓	✓	✓	✓		✓
	iOS		✓	✓	✓	✓		
Kantor Fisik		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Traffic *Website* (juta)		**0.84**	**3.7**	**0.6**	**3.7**	**2.4**	**0.4**	**2.1**

Sumber: SimilarWeb (2018)

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB VII
KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil analisis dari penelitian yang telah dibahas sebelumnya. Selain kesimpulan, bab ini juga akan membahas mengenai saran untuk penelitian selanjutnya.

7.1 Kesimpulan

Penelitian ini diawali dengan melakukan identifikasi *platform online* jual beli mobil yang akan digunakan sebagai objek penelitian. Identifikasi *platform* dilakukan dengan bantuan sebuah situs intelijen yaitu SimilarWeb dengan mencari peringkat dan *traffic* dari masing-masing *platform* . Lalu *platform* tersebut dieliminasi dan dipilih 7 peringkat teratas untuk dijadikan objek penelitian. Setelah mendapatkan *platform* yang akan digunakan sebagai objek penelitian, tahapan selanjutnya adalah melakukan pengambilan data.

Pengambilan data dilakukan dengan melakukan observasi secara langsung yaitu dengan melakukan pendaftaran dan mencoba layanan yang tersedia pada masing-masing *platform* . Selain melakukan observasi, pengambilan data juga dilakukan dengan *literature review* dengan mengumpulkan informasi dari *company profile,* berita, jurnal, atau paper. *Literature review* perlu dilakukan guna mendukung dan memastikan data diambil dari sumber yang dapat dipertanggung jawabkan.

Tahapan berikutnya adalah melakukan pemetaan data sesuai dengan kategori masing-masing perspektif yang ada pada *Platform Design Toolkit*. Setelah melakukan pemetaan data sesuai kategori masing-masing perspektif, dilakukan analisis hasil pemetaan. Dari hasil analisis pemetaan model bisnis sesuai kategori dari masing-masing perspektif *Platform Design Toolkit,* kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Mayoritas *platform* berstatus Perseroan Terbatas (PT), hal ini dapat menguntungkan bagi pemilik (*Platform Owners)* dan investor. Pemilik *platform* dapat memperoleh dana dalam jumlah besar, sedangkan investor akan mendapat kepemilikan dan hak suara dalam rapat pemegang saham.
2. Mayoritas *Platform* memiliki investor (*Platform Stakeholders)* dengan jenis pendanaan Seed Round, Series A, Series B, Series C. Semakin besar dana yang didapat menunjukkan bahwa *platform* berkembang, dewasa, dan layak dipertimbangkan untuk mendapat investasi.
3. Seluruh *platform* memiliki penjual *(Producers)* beragam yaitu penjual perorangan dan penjual dealer. Sedangkan untuk pembeli *(Consumers)* seluruh *platform* hanya memiliki pembeli perorangan.
4. Mayoritas *platform* memiliki strategi bekerja sama dengan *Partners* penyedia kredit, asuransi, inspeksi mobil bekas, dan penyedia promo. Hal tersebut adalah salah satu strategi *platform* untuk menjadi *platform one stop services.*
5. Seluruh transaksi *(Transactionss)* dalam *Platform* dapat terjadi melalui *(Channel and Context)* yaitu *website*, aplikasi seluler, dan *live.*
6. Mayoritas *platform* memberikan layanan pada *Partners* berupa pencantuman logo dan link menuju *website Partners.* Sedangkan layanan untuk *Producers* yang mayoritas disediakan oleh *platform* adalah *Frequently Asked Questions* dan pemasangan iklan gratis. Lalu untuk mayoritas layanan yang diberikan untuk *Consumers* adalah pencarian cepat dengan filter, pilihan pembayaran dengan kredit, dan inspeksi mobil bekas.
7. Mayoritas *Core Value* dari *platform* adalah ditargetkan untuk kedua entitas yaitu *Producers* dan *Consumers* yaitu proses jual beli.
8. Seluruh *platform* memiliki aset *(Infrastructure and Core Components) website*, aplikasi seluler, dan kantor fisik. Namun masih sedikit *platform* yang menggunakan domain *.id meskipun memiliki manajemen pusat dalam negeri dan kepemilikan mayoritas dalam negeri juga.

7.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan untuk perbaikan dan penelitian selanjutnya dibagi menjadi 2 kategori yaitu,

7.2.1 Saran Praktis

1. Menggunakan data atau informasi dari narasumber terpercaya atau pemilik *platform*, sehingga data dapat dipertanggung jawabkan.
2. Melakukan *indept interview* dengan *producers* atau *consumers* dari *platform* guna mengetahui lebih jelas bagaimana transaksi dalam *platform* terjadi.

7.2.2 Saran Teoritis

1. Melakukan analisis layanan pendukung yang dapat membuat *platform* menjadi *platform one stop services* dalam jual beli mobil.
2. Melakukan analisis pengaruh layanan kredit mobil terhadap peningkatan pangsa pasar pengguna *platform online* jual beli mobil di Indonesia.
3. Melakukan analisis tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan yang disediakan dalam *platform online* jual beli mobil.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR PUSTAKA

[1] Indonesia Investment Coordinating Board, "Domestic and Foreign Direct Investment Realization in Quarter II and January - June 2017," 2017.

[2] Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia, "GAIKINDO Wholesales Data January - December 2017," 2017.

[3] "Gaikindo Optimis Capai Target Penjualan 1,1 Juta Unit Kendaraan - Berita Otomotif - Mobil123.com." [*Online*]. Available: https://www.mobil123.com/berita/gaikindo-optimis-capai-target-penjualan-11-juta-unit-kendaraan/47470. [Accessed: 25-Feb-2018].

[4] We Are Social, "Digital In Indonesia January 2018," 2018.

[5] "Kumpulan Situs Jual Beli Mobil Terbaik di Indonesia." [*Online*]. Available: https://id.techinasia.com/5-*website*-marketplace-otomotif-di-indonesia-ini-bisa-membantu-menemukan-mobil-impian-anda. [Accessed: 25-Feb-2018].

[6] "Introducing The *Platform* Design Toolkit 2.0 | Meedabyte." [*Online*]. Available: https://meedabyte.com/2015/11/06/*platform*-design-toolkit-2-0-open-for-comments/. [Accessed: 01-Jul-2018].

[7] J. Hagel, "The Power of *Platform*s," in *Business Ecosystems Come of Age*, 2015.

[8] D. J. Teece, "Business Models, Business Strategy and Innovation," *Long Range Plann.*, vol. 43, no. 2–3, pp. 172–194, Apr. 2010.

[9] L. C. Bintoro, "Pemetaan Model Bisnis Public E-Marketplace di Indonesia Dengan Menggunakan *Platform* Design Toolkit," 2018.

[10] S. Cicero, "From Business modeling to *platform* design," *Platf. Des. Toolkit Team*, vol. 1, p. 39, 2016.

[11] K. Täuscher and S. M. Laudien, "Understanding

platform business models: a mixed methods study of marketplaces," *Eur. Manag. J. J.*, no. June, pp. 1–11, 2017.

[12] A. Ranerup, H. Z. Henriksen, and J. Hedman, "An analysis of business models in Public *Services Platform*s," *Gov. Inf. Q.*, vol. 33, no. 1, pp. 6–14, 2016.

[13] P. Muñoz and B. Cohen, "Mapping out the sharing economy: A configurational approach to sharing business modeling," *Technol. Forecast. Soc. Change*, vol. 125, pp. 21–37, 2017.

[14] L. Muzellec, S. Ronteau, and M. Lambkin, "Two-sided Internet *platform*s: A business model lifecycle perspective," *Ind. Mark. Manag.*, vol. 45, pp. 139–150, Feb. 2015.

[15] T. L. E. Praja, "Analisis Perbandingan Model Bisnis *Platform* Indonesia Dengan Menggunakan *Platform* Design Toolkit Analyzing Business Models of *Crowdfunding Platform* in Indonesia Using *Platform* Design Model *Platform* Indonesia," 2017.

[16] M. W., G. G. Parker, and S. P. Choudary, "Pipelines, *Platform*s, and the New Rules of Strategy," *Harv. Bus. Rev.*, 2016.

[17] S. Cicero, *Platform Design Canvas: User guide V1.1.*, vol. 1, no. june. 2017.

[18] "Crush Your Competitors With Market Intelligence (This Solution Can Help) | Inc.com." [*Online*]. Available: https://www.inc.com/tom-popomaronis/want-to-absolutely-crush-your-competitors-it-starts-with-market-intelligence-and-this-solution-can-help.html?cid=search. [Accessed: 26-Jun-2018].

[19] "How Does SimilarWeb Work?" [*Online*]. Available: https://www.similarweb.com/ourdata. [Accessed: 26-Jun-2018].

[20] "What is a literature review? - Te Wharepūrākau | Library, Teaching and Learning." [*Online*]. Available: https://ltl.lincoln.ac.nz/research/writing-a-literature-

review/what-is-a-literature-review/. [Accessed: 02-Jul-2018].

[21] Google Webmasters, "How does Google determine domain age, and is it important for ranking? - YouTube." [*Online*]. Available: https://www.youtube.com/watch?v=-pnpg00FWJY. [Accessed: 10-Jul-2018].

[22] MobilWOW, "| Tentang Kami." [*Online*]. Available: https://www.MobilWOW.com/tentangkami. [Accessed: 27-May-2018].

[23] MobilWOW, "MobilWOW | Direktori Otomotif." [*Online*]. Available: https://www.MobilWOW.com/direktori/. [Accessed: 27-May-2018].

[24] "WOWnitas, komunitas dan social media penggemar mobil indonesia." [*Online*]. Available: http://wownitas.MobilWOW.com/. [Accessed: 27-May-2018].

[25] "MobilWOW peroleh investasi Seri A dengan nilai di atas 6 digit." [*Online*]. Available: https://id.techinasia.com/situs-iklan-baris-MobilWOW-peroleh-investasi-seri-a. [Accessed: 27-May-2018].

[26] "Who is iCar - iCar Asia." [*Online*]. Available: https://www.icarasia.com/about-iCar. [Accessed: 28-Mar-2018].

[27] "Our Brands - iCar Asia." [*Online*]. Available: https://www.icarasia.com/about-brands. [Accessed: 28-Mar-2018].

[28] "FAQ - Mobil123.com." [*Online*]. Available: https://www.mobil123.com/bantuan#. [Accessed: 19-Apr-2018].

[29] "Jual Mobil Lebih Cepat Lewat 'Si Jari' - Mobil123.com." [*Online*]. Available: https://www.mobil123.com/berita/jual-mobil-lebih-cepat-lewat-si-jari/3323. [Accessed: 28-Mar-2018].

[30] "Tentang RajaMobil.com." [*Online*]. Available: https://www.rajamobil.com/tentang-kami.htm.

[Accessed: 05-Apr-2018].

[31] "Marketplace Otomotif RajaMobil.com Raih Pendanaan dari Beberapa Pengusaha Terkemuka Untuk Ekspansi Bisnis - Review dan Berita Mobil." [*Online*]. Available: https://berita.rajamobil.com/berita-mobil/2017/09/06/marketplace-otomotif-rajamobil-com-raih-pendanaan-dari-beberapa-pengusaha-terkemuka-untuk-ekspansi-bisnis.htm. [Accessed: 05-Apr-2018].

[32] "Dapat Suntikan Modal, Rajamobil.com Siapkan Ekspansi Bisnis | Republika *Online*." [*Online*]. Available: http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/17/09/06/ovujlj-dapat-suntikan-modal-rajamobilcom-siapkan-ekspansi-bisnis. [Accessed: 05-Apr-2018].

[33] "Kenali Kami | Oto." [*Online*]. Available: https://www.oto.com/tentang-kami. [Accessed: 10-Apr-2018].

[34] "Girnar Software dan EMTEK Luncurkan Portal Otomotif Oto.com di Indonesia | Dailysocial." [*Online*]. Available: https://dailysocial.id/post/girnar-software-dan-emtek-luncurkan-portal-otomotif-oto-com-di-indonesia. [Accessed: 10-Apr-2018].

[35] "BINCANG BISNIS- Subir Lohani, CEO Carmudi Indonesia: Luring tak akan Mati | Republika *Online*." [*Online*]. Available: http://www.republika.co.id/berita/koran/bincang-bisnis/16/10/31/ofwpt7-bincang-bisnis-subir-lohani-ceo-carmudi-indonesia-luring-tak-akan-mati. [Accessed: 30-Mar-2018].

[36] "Marketplace Otomotif Carmudi Raih Pendanaan Rp133 Miliar." [*Online*]. Available: https://id.techinasia.com/carmudi-pendanaan-rp-133-miliar-2018. [Accessed: 30-Mar-2018].

[37] "Dapat Tambahan Dana Investasi, Carmudi Beberkan Strategi Baru." [*Online*]. Available: https://www.carmudi.co.id/journal/dapat-dukungan-

tambahan-dana-investasi-carmudi-beberkan-strategi-baru/. [Accessed: 30-Mar-2018].

[38] "Apa Itu Garasi Id - Garasi.id." [*Online*]. Available: https://garasi.id/about. [Accessed: 10-Apr-2018].

[39] "Kaskus Dirikan Marketplace Khusus Otomotif Garasi.id [UPDATED] | Dailysocial." [*Online*]. Available: https://dailysocial.id/post/kaskus-dirikan-marketplace-khusus-otomotif-garasi-id. [Accessed: 10-Apr-2018].

[40] "momobil.id - About Us." [*Online*]. Available: https://momobil.id/about-us. [Accessed: 09-Apr-2018].

[41] "Momobil *Platform* Jual Beli Mobil dari Adira Finance." [*Online*]. Available: https://id.techinasia.com/momobil-*platform*-jual-beli-mobil-adira-finance. [Accessed: 09-Apr-2018].

[42] MobilWOW, "DISITU Powered By MobilWOW." [*Online*]. Available: https://www.MobilWOW.com/partner/disitu. [Accessed: 27-May-2018].

[43] "iCar Asia Suntik Mobil123 Rp 77,8 Miliar - Tribunnews.com." [*Online*]. Available: http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/03/10/icar-asia-suntik-mobil123-rp-778-miliar. [Accessed: 02-Jun-2018].

[44] "Kolaborasi OtoSpector dan Mobil123 Untungkan Konsumen Mobkas - Panduan Pembeli - Mobil123.com." [*Online*]. Available: https://www.mobil123.com/berita/kolaborasi-otospector-dan-mobil123-untungkan-konsumen-mobkas/47727. [Accessed: 19-Apr-2018].

[45] "Kontributor - Review dan Berita Mobil." [*Online*]. Available: https://berita.rajamobil.com/kontributor. [Accessed: 19-May-2018].

[46] "Nomor bantuan darurat untuk semua merek mobil di Indonesia | Oto." [*Online*]. Available: https://www.oto.com/bantuan-kerusakan-mobil. [Accessed: 18-May-2018].

[47] "CarBay." [*Online*]. Available: http://www.carbay.com/. [Accessed: 18-May-2018].

[48] "TENTANG KAMI Carmudi Indonesia." [*Online*]. Available: https://www.carmudi.co.id/about-us/. [Accessed: 07-May-2018].

[49] "Sejumlah Rencana Bisnis Carmudi Indonesia Sepanjang Tahun 2017 | Dailysocial." [*Online*]. Available: https://dailysocial.id/post/sejumlah-rencana-bisnis-carmudi-indonesia-sepanjang-tahun-2017. [Accessed: 08-May-2018].

[50] "Beli Mobil Bekas Mulus Terlengkap Hanya di Carsentro Carmudi Indonesia." [*Online*]. Available: https://www.carmudi.co.id/carsentro/. [Accessed: 08-May-2018].

[51] "Carmudi.com - World's fastest growing car classifieds." [*Online*]. Available: https://www.carmudi.com/. [Accessed: 08-May-2018].

[52] "Inspeksi Mobil - Garasi.id." [*Online*]. Available: https://garasi.id/inspeksi-mobil. [Accessed: 19-Apr-2018].

[53] "Jual mobil bekas paling cepat, aman, dan nyaman - Garasi.id." [*Online*]. Available: https://garasi.id/jual-kilat. [Accessed: 08-May-2018].

[54] "Momobil.id, *Platform* e-Commerce Mobkas dari Adira Finance | Marketeers - Majalah Bisnis & Marketing *Online* - Marketeers.com." [*Online*]. Available: http://marketeers.com/momobil-id-*platform*-e-commerce-mobkas-dari-adira-finance/. [Accessed: 08-May-2018].

[55] "momobil.id - Cara Pembayaran Angsuran Adira." [*Online*]. Available: https://momobil.id/cara-pembayaran-angsuran-adira. [Accessed: 08-May-2018].

[56] "Rajamobil.com Analytics - Market Share Stats & Traffic Ranking." [*Online*]. Available: https://www.similarweb.com/*website*/rajamobil.com. [Accessed: 02-Jul-2018].

[57] "Momobil.id Analytics - Market Share Stats &

Traffic Ranking." [*Online*]. Available: https://www.similarweb.com/*website*/momobil.id. [Accessed: 02-Jul-2018].

[58] "Tahap Pendanaan yang Perlu Anda Ketahui." [*Online*]. Available: https://id.techinasia.com/tahap-pendanaan-yang-perlu-anda-ketahui. [Accessed: 11-Jul-2018].

[59] B. Rahardjo, "Startingup."

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BIODATA PENULIS

Penulis bernama lengkap Rizqi Ramadhan atau lebih akrab dengan panggilan Kiki. Penulis dilahirkan di Malang, 9 Februari 1996 yang merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis telah menempuh pendidikan formal di SDN Blimbing 2 Malang, SMPN 3 Malang, lalu melanjutkan di SMK Telkom Malang. Setelah lulus dari sekolah menengah kejuruan, penulis melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi yaitu di Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Departemen Sistem Informasi. Selama menjadi mahasiswa, selain aktif dalam kegiatan akademis penulis juga aktif dalam kegiatan non-akademis. Dalam kegiatan non-akademis penulis pernah menjadi panitia Information Systems Expo 2015 dan 2016, sebuah olimpiade IT untuk SMA SMK sederajat. Lalu menjadi panitia Ini Lho ITS! 2015, sebuah event yang memperkenalkan ITS kepada adik-adik SMA SMK sederajat diseluruh Indonesia. Selama masa kuliah penulis juga pernah menjalani kerja praktik di Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Malang. Selain itu, selama masa kuliah penulis sudah tersertifikasi *SAP* dan *Internet and Computing Core Certification (IC3)*. Untuk kepentingan penelitian atau apabila ada kritik dan saran dalam penulisan buku tugas akhir ini dapat menghubungi penulis melalui email rizqiramadhan37@gmail.com