**Hasil wawancara dengan pimpinan PT. Garuda Plastindo:**

*9 building blocks:*

1. ***Customer segment*** (tergolong pada lebih dari satu pengkategorian)

*mass market* (produksi bungkus/*casing* CD secara massal dalam jumlah besar dan menggunakan cetakan yang disediakan/ada pada perusahaan)

*segmented* (karena tidak hanya produk cetakan saja yang dijual namun barang yang dipesan *customer* yang juga *customized but limited* namun hal ini berarti menambah ruang lingkup *customer* menjadi mereka yang membeli barang yang sudah disediakan dari perusahaan secara massal dan jumlah besar dan mereka yang memesan barang yang dapat sedikit diatur sesuai dengan keinginan)

*diversified* (tiga jenis produk yang dijual: bungkus/*casing* CD, kepingan *optical discs* [BD,DVD,CD], dan *cutlery* [peralatan makan dari plastik, biasanya untuk keperluan catering])

1. ***Value proposition*** (tergolong pada lebih dari satu pengkategorian)

*value* (kualitas barang yang diklaim lebih baik dari perusahaan competitor)

*newness* (barang selalu langsung dibuat dan selalu dalam keadaan baru)

*performance* (berbanding lurus dengan kualitas)

*customization* (hanya *cutlery products*)

*getting the job done* (dalam beberapa kasus yang sifatnya penyerahan,pengarsipan ke pihak lain namun ukuran data didalamnya tidak terlalu besar dan ungkapan yang cukup sopan [wadah/bungkus/*casing* CD dan CD nya sendiri untuk keperluan formal])

*design* (karena mayoritas barang dibuat dengan cetakan yang ada/disediakan dari perusahaan itu sendiri dan diproduksi dalam jumlah besar)

*brand* (GT-PRO is a trademark of PT. Global Plastindo)

*price* (harga diklaim terjangkau oleh pihak perusahaan)

*cost reduction* (terjadi jika target produksi tercapai, downtime rendah (waktu ketika mesin rusak/tidak beroperasi sehingga tidak bisa menghasilkan produk), tidak ada produk yang cacat)

*risk reduction* (dicapai dengan mengadakan sosialisasi kepada karyawan mengenai pengoperasian peralatan, mengikuti prosedur [SOP] yang ada)

*convenience/usability* (barang dibuat dengan bahan yang tidak melukai/membuat gatal)

1. ***Channels*** (tergolong pada lebih dari satu pengkategorian)

*own* (untuk radius dalam[sekitaran] kota Surabaya menggunakan armada sendiri)

*partner* (untuk radius luar kota Surabaya menggunakan mitra ekspedisi)

*indirect* (distribusi sebatas sampai tingkat menengah ke toko yang tergolong menengah s.d. besar; THR, Garden Plastic)

1. ***Customer relationship*** (tergolong pada lebih dari satu pengkategorian)

*personal assistance* (ada *sales* yang melayani ketika *customer* datang langsung ke perusahaan dan orang yang melayani sama)

*dedicated personal assistance* (orang yang melayani pelanggan berbeda jika orang yang bersangkutan berhalangan)

*co-creation* (*feedback*, kritik dari customer mengenai kondisi barang yang tidak mustahil cacat dan *customer* memberi masukan sebaiknya barang dibuat seperti apa lalu laporan yang dicatat oleh *marketing staff* diserahkan kepada divisi produksi untuk diproses)

1. ***Revenue streams*** (tergolong pada lebih dari satu pengkategorian)

*asset sale* (seluruh produk baik hasil produksi secara massal maupun pesanan)

*advertising*

1. ***Key resources***
2. ***Key activities*** (tergolong pada lebih dari satu pengkategorian)

*production* (sudah pasti karena penjualan secara massal, termasuk pembagian zona/wilayah kerja dan pembagian tugas antar divisi)

*platform/network* (menggunakan LAN untuk bertukar data antar divisi)

1. ***Key partnership*** (tergolong pada lebih dari satu pengkategorian)

*reduction of risks & uncertainty* (asuransi pribadi juga Jamsostek, BPJS Kesehatan)

1. ***Cost structure*** (tergolong pada lebih dari satu pengkategorian)

*cost-driven* (karena produksi secara massal, maka komposisi barang yang dibuat dan jumlahnya berbanding lurus, tidak ada biaya tambahan)

*fixed costs* (karena ada target produksi [1000 buah berdasarkan pernyataan pimpinan perusahaan] dan tidak akan lebih/harus sesuai)

*economies of scope* (karena produksi secara massal, juga jenis produk yang dijual tidak begitu banyak/beragam)

*EA Planning:*

1. ***Identifikasi model bisnis perusahaan*** (*9 building block yang sudah disampaikan sebelumnya*)
2. ***Identifikasi strategi bisnis***
3. *struktur organisasi dan job description seluruh divisi, staff, pimpinan*
4. *vision, mission, values, goals, objectives*
5. *4 pertanyaan prioritas*
6. *apa strategi yang menjadi prioritas utama perusahaan?*
7. *apa yang harus dilakukan perusahaan agar tetap dominan diantara para kompetitor?*

jawaban no 1-2:

berusaha inovatif mengikuti trend, survei pasar untuk mengetahui nilai jual pesaing, mengutamakan kualitas, terbuka dengan *customer*

1. *apa masalah yang dihadapi perusahaan saat ini?*

biaya operasional meningkat.

1. *apa masalah yang dihadapi perusahaan dimasa yang akan datang?*

produk bisa tetap bahkan lebih.

1. ***Environmental requirement*** 🡪 bertemu langsung dengan *staff* pekerja divisi-divisi untuk meminta informasi baik *face to face* maupun via telepon
2. ***External requirements*** 🡪 divisi *marketing* membuat *form* keluhan supaya dapat diproses untuk kompensasi berdasarkan data dari *customer* (wawancara lisan) selama menggunakan barang (sifatnya *major*, diambil yang paling banyak dan signifikan [*casing* retak sejumlah satu dus; 40 buah misalkan]) kemudian data-data dikumpulkan dalam laporan tertulis dan diserahkan kepada divisi produksi untuk diproses
3. ***Business information***
4. *apakah ada kemungkinan perubahan kondisi lingkungan bisnis di masa depan?*

bisa bergerak dibidang lain, cari inovasi lain.

1. *mengapa konsumen membeli barang dari perusahaan ini? apa keunggulan dibandingkan perusahaan kompetitor?* kualitas barang hasil produksi.
2. *apa saja faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja dan hasil dari perusahaan?*
3. *apa saja tantangan eksternal yang harus dihadapi perusahaan?*

jawaban c & d 🡪 minat masyarakat.

1. Proses bisnis perusahaan
2. Function decomposition diagram (FDD)