

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1.1.1 Profil Umum Perusahaan

Innovation & Design Center (IDeC) Telkom merupakan salah satu unit bisnis pendukung PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Unit bisnis ini bergerak dalam pemberdayaan produk terbaru ataupun produk lama. Keberadaannya penting dalam menghadapi tren perkembangan bisnis teknologi dan informasi yang bergerak pesat.

Bidang Digital Solution Ecosystem adalah bagian yang melakukan kegiatan riset dibidang inovasi IDeC, diawali dengan analisa trend dan kebutuhan *customer/potensial customer*.

Bidang Digital Solution Ecosystem memiliki divisi Laboratorium Digital Hospitality yang mempunyai fungsi dan tanggung jawab antara lain mengelola pelaksanaan analisa *ecosystem business* dengan menyusun perencanaan pengembangan servis & produk baru yang dibutuhkan melalui pengelolaan program-program pengembangan inovasi untuk menjamin ketersediaan dan kesiapan produk inovasi sebelum diserahkan ke tahapan pengembangan berikutnya. Kemudian mengelola pelaksanaan desain *user experience* penggunaan produk, dan merancang *user interface* sesuai desain *user experience*. Menganalisis kualitas produk inovasi dan menemukan kekurangan yang ada agar dapat diperbaiki sehingga menjaga nilai yang merupakan keunggulan produk inovasi tersebut.

Saat ini melalui bidang Digital Solution Ecosystem, IDeC telah memproduksi sebuah aplikasi bernama Hi City yang diperuntukkan kepada para wisatawan yang akan berkunjung ke kota-kota besar di Indonesia. Sebagai unit bisnis inovasi dari PT. Telkom, IDeC sampai saat ini terus memberikan kontribusi atas kemajuan

produk- produk keluaran Telkom. Apalagi pada saat ini merupakan masa perkembangan teknologi yang menuntut produk yang tepat guna dan beragam.

#### 1.1.2 Visi dan Misi

Innovation and Design Center (IDeC) Telkom mempunyai Visi :

1. Untuk menjadi TIMES (Telecommunication, Information, Media, Edutainment dan Service) yang unggul untuk meningkatkan nilai Telkom Group.

Dan memiliki misi yaitu :

2. Memberdayakan implementasi infrastruktur dalam mencapai bisnis TIMES (Telecommunication, Information, Media, Edutainment dan Service) kelas dunia

#### 1.1.3 Bidang Usaha

Bidang usaha Innovation and Design Center (IDeC) Telkom adalah pengembangan produk aplikasi dan layanan berbasis jaringan (network based services), pengembangan infrastruktur jaringan untuk semua unit bisnis Telkom serta aktifitas riset lainnya yang dibutuhkan perusahaan yang meliputi :

1. Pengembangan produk baru yang bersifat: inovasi baru, pengembangan, modifikasi, peningkatan utilisasi dan optimalisasi.
2. Evaluasi dan rekayasa ulang terhadap produk yang telah diluncurkan, dari sisi teknologi dan teknologi produksi.
3. Pengembangan infrastruktur jaringan dalam mendukung pengembangan produk, layanan dan bisnis perusahaan berbasis jaringan termasuk pelaksanaan asesmen teknologi/ jaringan dan pemilihan teknologi yang diperlukan.
4. Pelaksanaan network review untuk peningkatan aspek interoperabilitas, integritas, utilisasi, kualitas, keandalan dan keamanan jaringan.
5. Perencanaan jaringan dalam bentuk master plan, strategic level network planning dan termasuk visi jaringan kedepan.
6. Jasa pengujian mencakup usaha yang terkait dengan quality assurance dan layanan sejenis lainnya untuk konsumen eksternal.
7. Jasa Kalibrasi alat ukur untuk kalangan internal maupun konsumen eksternal

8. Jasa Konsultasi dan assesmen dari sistem mutu internal Telkom ( CIQS ) dan para mitra.

#### 1.1.4 Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo PT. Telekomunikasi Indoensia

*sumber: [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)*

Setiap warna yang terdapat pada logo PT. Telkom memiliki filosofi warna sebagai berikut:

1. Merah yaitu berani, cinta, energi, dan ulet. Mencerminkan spirit PT. Telkom untuk selalu optimis, dan berani dalam menghadapi tantangan, dan perusahaan.
2. Putih yaitu suci, damai, cahaya, dan bersatu. Mencerminkan spirit PT. Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
3. Hitam yaitu terdapat pada warna dasar, melambangkan kemauan keras.
4. Abu- abu yaitu merupakan warna transisi, melambangkan teknologi.

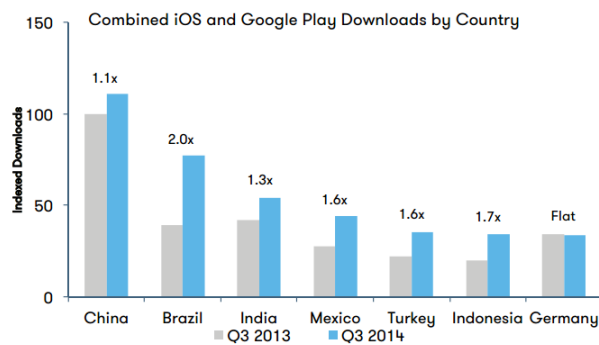
## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Berawal dari ambisi menghubungkan seluruh masyarakat dunia, teknologi kini menjadi sebuah kebutuhan dan keluaran terbarunya selalu ditunggu- tunggu.

Salah satu produk yang sangat pesat perkembangannya adalah produk aplikasi *gadget*. Menurut data yang diperoleh dari App Annie yang merupakan perusahaan analisis aplikasi mobile dan MEF yang merupakan asosiasi konten dan bisnis

mobile menyatakan bahwa pertumbuhan jumlah download aplikasi di Indonesia meningkat sejumlah 70% dari tahun 2013 ke 2014. Berikut merupakan data pertumbuhan jumlah download dunia.

## Emerging Markets Drive Download Growth



Gambar 1.2 Emerging Markets Drive Download Growth

*Sumber : Laporan Kemunculan dan Pertumbuhan Pasar Pada Ekonomi Aplikasi Global milik App Annie dan MEF 2014*

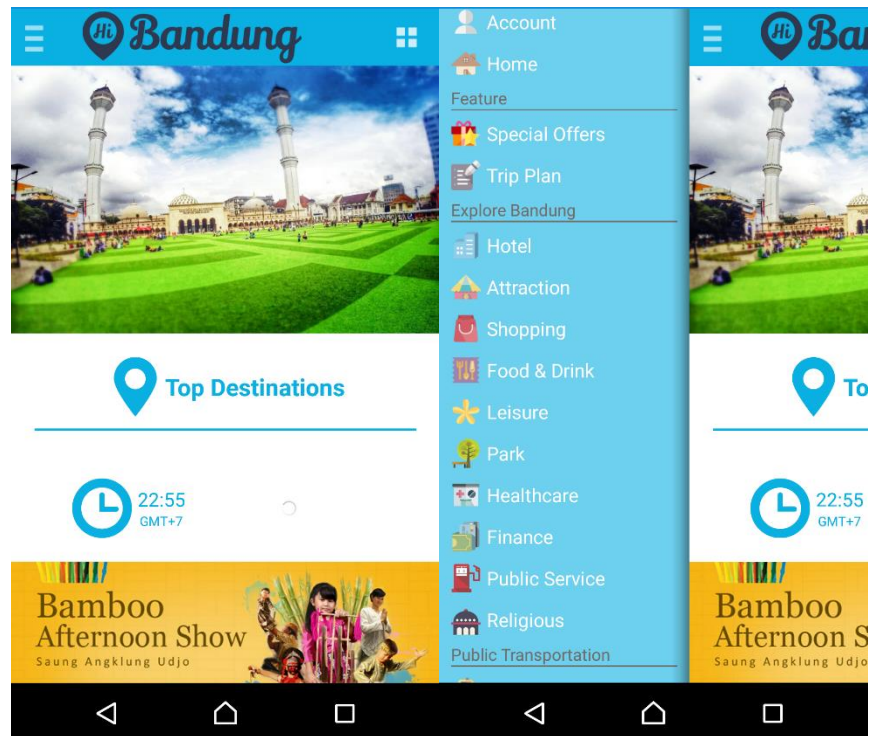
Salah satu aplikasi yang ikut hadir pada periode tersebut adalah Hi City. Hi City merupakan aplikasi yang dihasilkan oleh badan inovasi Telkom yaitu IDeC (Innovation and Design Center). Aplikasi ini merupakan solusi kepada para wisatawan yang sering menghadapi masalah seperti tersesat, kesulitan menemukan destinasi tempat, kurang memperoleh informasi dan tidak terkendalinya budget selama masa liburan pada kota-kota di Indonesia. Aplikasi ini menyuguhkan solusi yang memungkinkan pengguna untuk dapat memilih destinasi liburan, tempat ATM, lokasi ibadah serta hotel sesuai dengan *budget* yang dimiliki. Sehingga para wisatawan dapat mengoptimalkan waktu dan memiliki pengeluaran yang lebih efisien.

Hi City sendiri saat ini terbagi menjadi beberapa aplikasi sesuai kota-kotanya antara lain : Hi Medan, Hi Padang, Hi Bandung, Hi Solo, Hi Jogja, Hi Lombok, dan Hi Bali.



Gambar 1.3 Aplikasi- Aplikasi Dari Hi City Sesuai Masing- Masing Kota  
*Sumber : 7 Aplikasi Hi City*

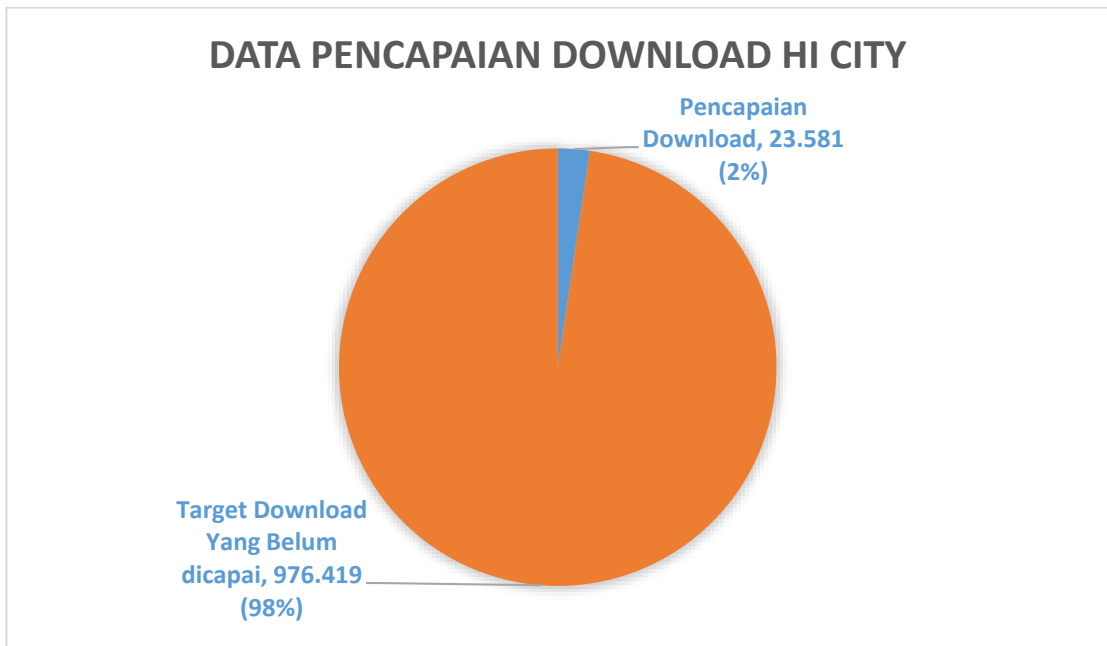
Berikut salah satu tampilan dari aplikasi Hi Bandung.



Gambar 1.4 Tampilan Aplikasi Hi Bandung

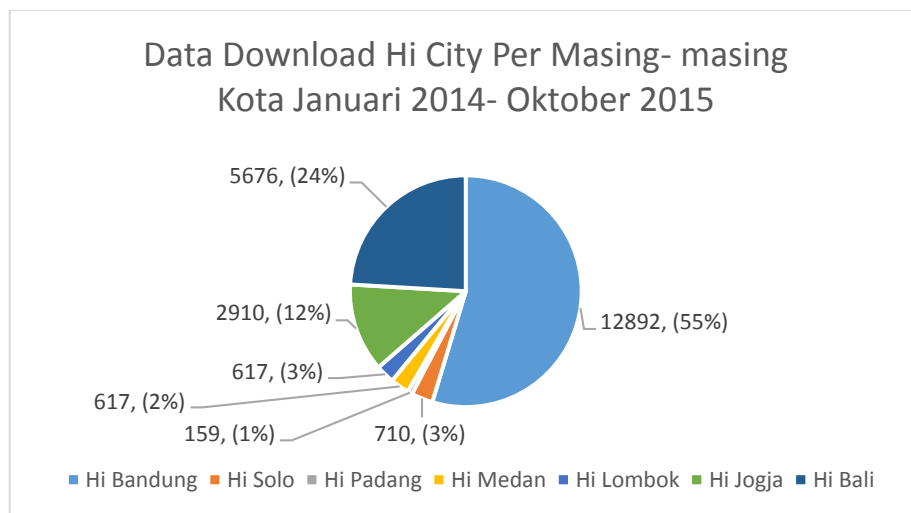
*Sumber : Aplikasi Hi Lombok*

Divisi *Digital Hospitality* sebagai divisi pengembang aplikasi Hi City memiliki target download tertentu pada aplikasi Hi City. Tetapi sebuah kendala terjadi, jumlah download yang didapatkan dari keseluruhan aplikasi ini tidak mencapai target yang diinginkan. Wawancara khusus yang dilakukan kepada Manajer *Digital Hospitality*, Bapak Bengris Pasaribu mengungkapkan kesulitan pencapaian download memang terjadi pada seluruh aplikasi Hi City. Berikut data pencapaian download Hi City mulai dari Januari 2014 sampai Oktober 2015 :



Gambar 1.5 Data Pencapaian Download Hi City

*Sumber : Database Digital Hospitality*



Gambar 1.6 Data Download Hi City Januari 2014- Oktober 2015

*Sumber : Database Digital Hospitality*

Gambar 1.5 menjelaskan bahwa pencapaian download Hi City jauh dari target yaitu hanya mendapatkan 23.581 download dari target 1.000.000 atau hanya mencapai 2% dari total target. Kemudian gambar 1.6 menjelaskan secara rinci data download Hi City di masing- masing kota. Wawancara yang dilakukan kepada Bapak Bengris

Pasaribu yang merupakan Manajer dari divisi *Digital Hospitality* tersebut kemudian menjelaskan permasalahan yang terjadi pada aplikasi ini, yaitu target download yang tidak tercapai menyebabkan kesulitan dalam memperoleh pemasukan dari Hi City. *Digital Hospitality* membutuhkan ide dan rancangan agar meningkatkan pemasukan dana melalui aplikasi Hi City karena pada dasarnya aplikasi ini berjalan tidak mungkin tanpa biaya, kemudian dapat diterapkan ke dalam aplikasi Hi City yang rencananya akan dijadikan menjadi satu aplikasi pada tahun 2016 mendatang. Masalah diatas menjelaskan bahwa IDEC memerlukan strategi pengembangan bisnis yang baru agar dapat mendorong jumlah download dan meningkatkan pemasukan aplikasi Hi City.

Salah satu cara dalam proses pengembangan bisnis adalah dengan melakukan sebuah pemodelan yang memungkinkan sebuah produk untuk mendeskripsikan proses bisnisnya dan pendekatan model bisnis pada penelitian ini adalah *Business Model Canvas*. Pengembangan bisnis ini tepat dilakukan kepada aplikasi Hi City yang akan dijadikan menjadi satu aplikasi pada tahun 2016. Terdapat Sembilan elemen dalam *Business Model Canvas: Customer Segment, Customer Relationship, Channel, Revenue Stream, Value Propositions, Key Activities, Key Resources, Cost Structure, dan Key Partners*.

Alasan dipilihnya *Business Model Canvas* adalah karena :

1. *Business Model Canvas* adalah model bisnis yang paling terkenal dan paling banyak digunakan saat ini (Field, 2013).
2. *Business Model Canvas* merupakan salah satu model bisnis yang paling baru (Field, 2013).
3. *Business Model Canvas* lebih sederhana sehingga lebih mudah dimengerti, *business model canvas* sendiri telah dipakai pada perusahaan- perusahaan besar contohnya Adobe, Microsoft, IBM, Ericsson, dan Deloitte (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya maka penelitian ini mengambil judul **“Perancangan Model Bisnis Sebagai Bentuk Strategi Pengembangan Bisnis Pada Aplikasi Hi City dengan pendekatan *Business Model Canvas*”**



### **1.3 Perumusan Masalah**

Aplikasi Hi City hadir sebagai solusi para wisatawan untuk memaksimalkan liburannya. Namun aplikasi mengalami permasalahan pada target download yang tidak tercapai sehingga mengakibatkan kesulitan dalam memperoleh pemasukan.

Pada tahun 2016 aplikasi Hi City akan disatukan dan dibutuhkannya strategi pengembangan bisnis yang meningkatkan pemasukan dana atau dengan kata lain meningkatkan strategi proses bisnis pada aplikasi. Konsep bisnis baru yang tepat dibutuhkan pada penyatuan aplikasi Hi City dengan tujuan meningkatkan jumlah download dan menaikkan pemasukan.

### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Kendala dan kebutuhan yang ada pada aplikasi menggerakkan penelitian untuk mengembangkan strategi bisnis Hi City. Perlu diketahui pula hal melalui pertanyaan berikut :

1. Bagaimakah gambaran model bisnis Hi City saat ini jika ditinjau dengan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimanakah perancangan model bisnis sebagai bentuk strategi pengembangan bisnis yang sesuai dan disarankan untuk diterapkan pada aplikasi Hi City yang akan disatukan pada tahun 2016 agar dapat meningkatkan jumlah download dan meningkatkan profit dengan pendekatan *Business Model Canvas*?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui gambaran model bisnis Hi City saat ini jika ditinjau dengan pendekatan *Business Model Canvas*.
2. Dapat merancang model bisnis sebagai bentuk strategi pengembangan bisnis yang sesuai dan disarankan untuk diterapkan pada aplikasi Hi City yang akan disatukan pada tahun 2016 agar dapat meningkatkan jumlah download dan meningkatkan profit dengan pendekatan *Business Model Canvas* yang sesuai dan disarankan untuk diterapkan pada aplikasi Hi City.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

1. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian terhadap aplikasi Hi City ini diharapkan memiliki manfaat sehingga IDeC (*Innovation and Design Center*) dapat menerima sebuah konsep sebagai rekomendasi untuk mengembangkan strategi bisnis, hasil penelitian ini kemudian diharapkan dapat menjadi rekomendasi pengembangan strategi bisnis yang dapat menaikkan jumlah download aplikasi ini dan meningkatkan profit.

## 2. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada penelitian di bidang manajemen strategi dan strategi bisnis yang menggunakan business model canvas.

## 3. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang akan menggunakannya sebagai bahan pertimbangan dan referensi dalam kegiatan penelitian atau karya ilmiah yang lain.

### **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini adalah analisa dan perancangan model bisnis sebagai pengembangan strategi bisnis pada aplikasi Hi City keluaran IDeC (*Innovation and Design Center*) Telkom. Penelitian ini bertonggak utama pada *Business Model Canvas*. Data yang akan digunakan pada penelitian ini diperoleh melalui serangkaian wawancara dan analisa pada aplikasi Hi City itu sendiri.

### **1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Penelitian ini memiliki judul **“Perancangan Model Bisnis Sebagai Bentuk Strategi Pengembangan Bisnis Pada Aplikasi Hi City dengan pendekatan *Business Model Canvas*”** dan menggunakan dasar teori yang akan dijelaskan pada Bab 2. Penelitian ini dilakukan dengan bantuan sampel, dan teknik tertentu yang akan dijelaskan pada Bab 3. Selanjutnya akan dibahas secara lebih terperinci pada Bab 4, kemudian disimpulkan hasilnya dan diberikan rekomendasi pada Bab 5.