

PERANCANGAN MODEL BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN METODE BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA USAHA MEDIA SOSIAL YOUTUBE (STUDI KASUS: HALL OF FEIMS)

DESIGN OF BUSINESS MODEL USING THE BUSINESS MODEL CANVAS AS A STRATEGY FOR BUSINESS DEVELOPMENT (STUDY CASE: HALL OF FEIMS)

1st Muhamad Fadhlan Zakiri
Universitas Telkom
Fakultas Rekayasa Industri
Bandung, Indonesia
fadhlanzakiri@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Budi Praptono
Universitas Telkom
Fakultas Rekayasa Industri
Bandung, Indonesia
Budipraptono@telkomuniversity.ac.id

3rd Yudha Prambudia
Universitas Telkom
Fakultas Rekayasa Industri
Bandung, Indonesia
prambudia@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Hall Of Feims merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis industri kreatif berfokus kepada dunia hiburan melalui digital dengan memanfaatkan platform media sosial Youtube,. Dalam satu tahun terakhir *Hall Of Feims* mengalami penurunan dari segi omzet yang dihasilkan, selain mengalami penurunan omzet, *Hall Of Feims* juga mengalami penurunan grafik penonton. Dalam penelitian yang dilakukan evaluasi model bisnis yang ada pada perusahaan Hall of feims. Pendekatan yang dilakukan menggunakan metode *Business Model Canvas* yang memperhatikan sembilan blok yang dimiliki oleh *Business Model Canvas*. Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari pemilik perusahaan, data lingkungan bisnis, dan data kuisisioner pelanggan. Data data tersebut yang nantinya akan mendukung perhitungan indikator SWOT. Setelah mendapatkan data dari model bisnis eksisting, dilakukannya pemetakan kesembilan blok *Business Model Canvas*. Kemudian setelah didapatkannya data model bisnis eksisting akan dilakukannya pengambilan data kuisisioner pelanggan Hall of feims, hasil dari kuisisioner ini, di dapatkannya data *Customer Profile* yang berisi data *Jobs, Pains*, dan *gains*. Setelah itu data dari lingkungan bisnis *Hall Of Feims* dikumpulkan melalui studi literatur. Dari data-data yang telah dikumpulkan, selanjutnya akan dilakukan penyebaran kuisisioner kepada pihak internal perusahaan yang nantinya di analisis menggunakan metode SWOT dan mendapatkan hasil berupa titik yang menjadi usulan model bisnis. Tahapan terakhir dalam pembuatan model bisnis usulan adalah dilakukannya pencocokan yang menggunakan metode *fit value propotion*.

Setelah itu akan dilakukan perancangan model bisnis yang baru.

Kata kunci: Hall of feims, *Business Model Canvas*, analisis lingkungan bisnis, *costumer profile*, *valu propotion canvas*, *SWOT Analysis*.

Abstract

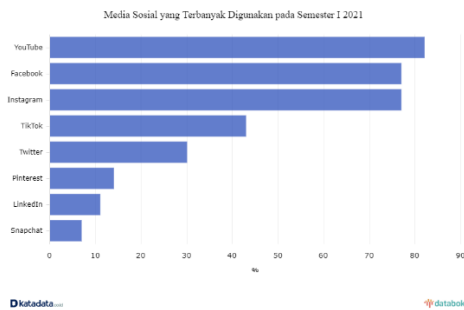
Hall Of Feims is a company engaged in the creative industry business focusing on the world of entertainment through digital by utilizing the Youtube social media platform. In the last one year, the *Hall Of Feims* has experienced a decline in terms of turnover generated, apart from a decline in turnover, the *Hall Of Feims* has also experienced a decline in the audience chart. In this study, the evaluation of the existing business model in the *Hall of feims* company was carried out. The approach taken is using the *Business Model Canvas* method which pays attention to the nine blocks owned by the *Business Model Canvas*. This research was conducted by collecting data from company owners, business environment data, and customer questionnaire data. These data will later support the calculation of the SWOT indicator. After getting data from the existing business model, the nine blocks of the *Business Model Canvas* were mapped. Then after obtaining the existing business model data, the *Hall of Feims* customer questionnaire data will be taken, the results of this questionnaire, the *Customer Profile* data will be obtained which contains *Jobs, Pains*, and *gains* data. After that, data from the *Hall Of Feims* business environment were collected through a literature study. From the data that has been collected, a questionnaire will then be distributed to the company's internal parties which will be analyzed using the SWOT method and get the

results in the form of points that become the proposed business model. The last step in making the proposed business model is matching it using the fit value proposition method. After that, a new business model will be designed.

Keywords: Hall of feims, Business Model Canvas, busines model environment, costumer profile, valu propotion canvas, SWOT Analysis

I. PENDAHULUAN

Berdasarkan riset dari Hootsuite (We Are Social) menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 202,6 juta hingga Januari 2021. Bila dibandingkan dengan jumlah pengguna internet pada tahun 2020, ada kenaikan 15,5% atau lebih dari 27 juta orang. Dan itu artinya 73,7% warga Indonesia sudah menggunakan internet. Angka pertumbuhan dan peningkatan pengguna internet secara spesifik juga dipengaruhi dari pengguna aktif “sosial media” yang mencapai 170 juta (61,8% dari jumlah populasi di Indonesia). Persentase pengguna internet yang menggunakan setiap platform media sosial ditunjukkan melalui gambar 1.

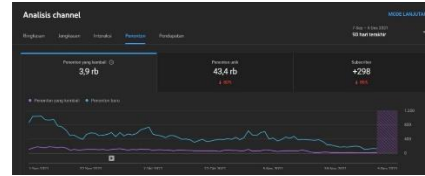


Gambar 1 Pengguna Media Sosial Terbanyak Tahun 2021

Sumber: (<https://databoks.katadata.co.id/>)

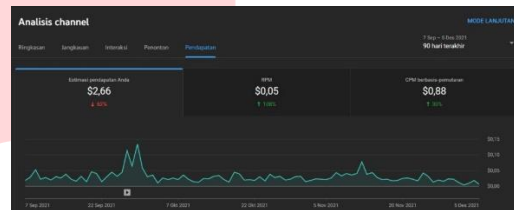
Dengan melihat Gambar 1.1 dapat diketahui pengguna media sosial terbesar adalah YouTube sebesar 82%. Youtube semakin banyak diminati oleh para pengguna media sosial karena konten apa pun dapat dicari di media sosial tersebut [1].

Hallofeims merupakan sebuah sektor usaha industri kreatif yang menjual jasa berupa Digital creator dan Content creator yang menjual produknya berupa konten pada platform Youtube. Pembuatan produk berupa konten yang dikemas menjadi video.



Gambar 2 Jumlah Penonton Hall Of Feims Tahun 2021

Dari hasil observasi yang dilakukan kepada perusahaan, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada perusahaan Hall of feims. Adanya penurunan pelanggan yang mengunjungi Channel Youtube Hall of feims, penonton dari konten Youtube Hall Of Feims masih fluktuatif



Gambar 3 Pendapatan Hall Of Feims Tahun 2021

Selain itu, dari pendapatan total yang diketahui menurun di tiga bulan terakhir sebesar 62%. Masalah ini terjadi dikarenakan berkurangnya jumlah penonton di channel Youtube Hall of Feims. Hal inilah yang menjadi masalah dan perlu di evaluasi apakah model bisnis yang ada saat ini sudah berjalan atau belum.

Dalam upaya untuk meningkatkan proses bisnis yang ada pada perusahaan House Hall Of Feims diperlukan analisis lebih lanjut mengenai bagaimana model bisnis saat ini.

Salah satu alat strategi bisnis yang digunakan untuk dapat medeskripsikan model bisnis dan menggambarkan bagaimana konsep pemikiran suatu bisnis dapat menciptakan, memberikan serta menangkap nilai adalah dengan menggunakan Business Model Canvas [2].

Tujuan dari penelitian ini adalah memetakan dan merancang model bisnis usulan bagi Hall Of Feims menggunakan business model canvas, dengan memmpertimbangkan model bisnis saat ini, customer profile, dan lingkungan bisnis yang dihadapi perusahaan.

II. KAJIAN TEORI

Perancangan model bisnis ini dimulai dari pengumpulan data dari perusahaan Hall Of Feims. Data yang diambil merupakan kondisi eksisting yang ada di perusahaan Hall of feims. Dari tersebut akan dipetakan menjadi sembilan blok yang ada pada Business Model Canvas. Data lain yang diambil merupakan data Customer profile untuk dapat mengetahui segmen pelanggan tertentu didalam

model bisnis perusahaan dengan lebih terstruktur. Data yang diambil dari *customer profile* digunakan untuk memahami keinginan dari pelanggan maupun keluhan yang dimiliki oleh pelanggan Hall of feims. Selanjutnya akan dilakukan analisis lingkungan bisnis dari perusahaan Hall of feims. Data analisis lingkungan bisnis ini didapatkan dari internet untuk melihat kondisi pasar yang terjadi pada bisnis serupa.

Data yang telah dikumpulkan kemudian akan dilakukan kegiatan analisis SWOT. Kegiatan analisis ini didukung dari data *customer profile* dan juga analisis lingkungan bisnis. Analisis SWOT ini dilakukan guna mengidentifikasi tujuan bisnis dari faktor internal dan juga faktor eksternal.

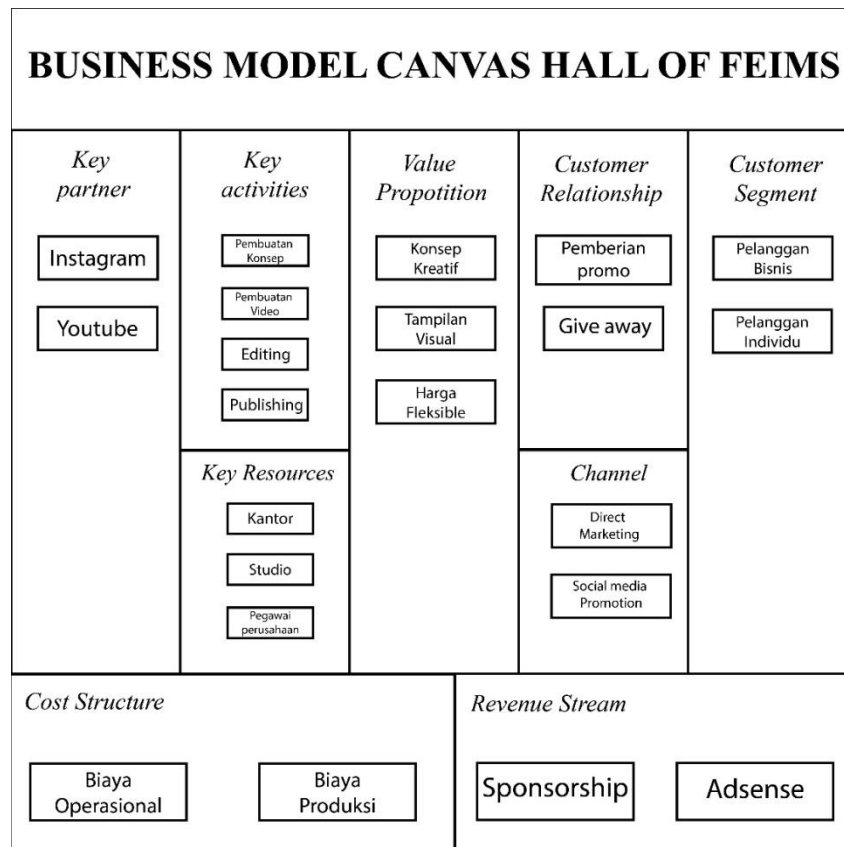
Setelah melakukan analisis SWOT didapatkan suatu *Output* yaitu strategi untuk perusahaan dengan menggunakan data dari *Business model Canvas* eksisting, data pelanggan, dan data lingkungan bisnis, kemudian data tersebut digunakan untuk membuat *value proposition* untuk mengidentifikasi manfaat dan kelebihan yang diinginkan oleh pelanggan dari hasil pengumpulan data dari *customer profile* dan

value map yang selanjutnya akan dilakukan *Fit* atau hubungan antara *value map* dan *customer profile*. *Fit Value proposition* berguna untuk mencapai suatu kesamaan ketika pelanggan mendapatkan *value proposition* yang ditawarkan oleh perusahaan. Hubungan tersebut dapat menangani *customer jobs, pains* dan *gains*. Yang dirasakan oleh pelanggan dan juga membuahkan keuntungan yang diinginkan oleh pelanggan [3].

III. METODE

a. Model bisnis eksisting Hall of feims

Dalam merancang model bisnis, diperlukan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara langsung kepada pihak perusahaan untuk mendapatkan data data eksisting yang dimiliki perusahaan. Dari data yang di ambil akan dipetakan kedalam 9 blok dasar pada *Business Model Canvas*. Dapat dilihat pada gambar di bawah ini adalah *Business Model Canvas* eksisting yang dimiliki oleh Hall of feims



Gambar 4 Model Bisnis Saat Ini

Customer Segments

Hall Of Feims menggunakan segmentasi pelanggan untuk dapat menjalankan bisnisnya

yang dibagi menjadi dua segmentasi yaitu, pelanggan B2B (*Business to Business*) dan pelanggan individu (*Viewers*).

Value proposition

Dengan tampilan yang berkualitas, pelanggan bisnis dapat dengan puas melihat hasil jasa yang diberikan oleh Hallofeims. Harga dibawah rata-rata untuk pihak sponsor dan memberikan Harga dibawah rata-rata untuk pihak sponsor. Pihak sponsor yang ingin menggunakan jasa *Hall Of Feims* untuk tampilan produknya di dalam konten *Hall Of Feims* dapat meminta harga yang sesuai dengan permintaan. **Customer Relationships**

Pemberian promo kepada pihak sponsor dan memberikan give away merupakan hubungan pelanggan yang dilakukan oleh *Hall Of Feims* saat ini.

Channel

Terdapat dua cara yang dilakukan oleh *Hall Of Feims* dalam menjangkau pelanggannya, dengan cara melakukan *Direct Marketing* kepada pihak sponsor, dan melakukan promosi melalui sosial media

Revenue Streams

Pendapatan yang didapat dari perusahaan *Hall Of Feims* didapatkan dari sponsor dan penonton Youtube

Key Resource

Sumber daya yang dimiliki *Hall Of Feims* untuk menjalankan bisnisnya yaitu Kantor, Studio dan 9 pegawai perusahaan nya.

Key activities

Terciptanya operasional perusahaan yang dijalankan oleh *Hall Of Feims* saat ini didukung dengan aktifitas kunci yaitu, Aktifitas pembuatan konsep, pembuatan video, editing video, dan aktifitas publikasi.

Key Partnership

Kemitraan kunci yang dimiliki oleh *Hall Of Feims* merupakan media sosial yang menyalurkan produknya pada platform nya, seperti Instagram dan Youtube.

Cost Structure

Dalam menunjang aktifitas perusahaan *Hall Of Feims* memiliki dua struktur biaya yang dihasilkan yaitu Biaya operasional dan Biaya Produksi

b. Customer Profile

Dalam pembahasan dibagian *customer profile* segmen pelanggan yang dibahas merupakan segmen pelanggan individu dikarenakan merupakan segmen utama dari Hall of feims.

Customer Jobs

Dari hasil kuisioner didapatkan data jobs yaitu Mendapatkan tontonan konten yang sesuai dengan tren terkini, publikasi video yang

berkala, hasil visualisasi yang memanjakan, mendapatkan informasi publikasi

Customer pains

Dari hasil kuisioner didapatkan data pains, Konten yang ditampilkan tidak sesuai tren terkini, publikasi video lambat, dan kualitas suara buruk

Customer Gains

Dari hasil kuisioner didapatkan data gains, Dapat menikmati konten yang jarang disaksikan di *Channel Youtube* lainnya, menyaksikan konten yang mengangkat isu yang terjadi di kota Bandung, mendapat give away dan mendapat edukasi.

c. Analisis Lingkungan Bisnis

Berikut ini adalah hasil dari analisis lingkungan Bisnis Hall of feims

Market Forces

Tren konten YouTube yang kekinian dan relate terhadap audience memiliki potensial yang lebih besar dalam menarik sejumlah viewers baru, kedua Maraknya Branding Bisnis dengan Promosi Digital. Kegiatan branding dan profiling dari sebuah bisnis baru di dorong oleh online advertisement yang dinilai lebih efektif dalam menyebarkan produk atau jasa secara digital. Ketiga adanya kemudahan kontrak digital, perkembangan Bisnis Infotainment yang pesat menjadi salah satu aspek yang dipertimbangkan oleh Hall of feims.

Industry forces

Dalam kasus ini *Hall Of Feims* memiliki beberapa pesaing bisnis yang bergerak di bidang yang sama, beberapa pesaing *Hall Of Feims* memiliki produktifitas dan perputaran uang yang sangat baik, sehingga mudah mendapatkan penghasilan melalui pihak sponsor. Kedua Produk dan Jasa Pengganti Adanya peluang dari segi pengganti dari jenis jasa dan servis yang serupa. Ketiga adanya pemasok dan pelaku rantai nilai, seperti media online dan tim jurnalis. Keempat Stakeholder, pihak yang dapat mempengaruhi perusahaan Hall of Feims.

Key trends

Key Trends merupakan bagian dari model bisnis yang memberikan suatu gambaran pengaruh dari tren-tren kunci yang ada di masyarakat terhadap model bisnis perusahaan. *Key trends* pada saat ini didasarkan oleh bagaimana tren pengaplikasian teknologi pada saat ini dapat berperan lebih baik dalam menjalankan model bisnis perusahaan [4]. Kedua Trend regulasi, berdasarkan Undang-undang nomor 19 tahun 2016 (UU ITE amandemen) yang berkaitan dengan konten yang di post di media sosial.

Macro economic forces

Terdapat lonjakan 61,8% dimana tambahan pengguna media sosial bertambah sebesar 6,3% atau + 10 juta Hal ini dapat menjadi opportunity bagi perusahaan Hall of Feims.

d. Analisis SWOT dan Strategi

Keempat komponen seperti *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* yang dimiliki oleh *Hall Of Feims* dan akan dievaluasi menggunakan data yang diperoleh dari kumpulan SWOT

Posisi dan Strategi SWOT Variabel Value Proposition

Posisi titik yang digambarkan pada matriks SWOT berada pada kuadran S-T dengan nilai “diverifikasi besar-besaran”. Strategi ini dapat dilakukan dengan menambah jasa, produk, ataupun layanan yang disediakan oleh *Hall Of Feims* dengan tujuan untuk mengembangkan apa yang telah dimiliki oleh perusahaan.

Posisi dan Strategi SWOT Variabel Biaya dan Pendapatan

Posisi titik yang digambarkan pada matriks SWOT berada pada kuadran S-O dengan nilai “pertumbuhan cepat”. perusahaan harus dapat memanfaatkan kekuatan yang ada didalam perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada pada faktor biaya dan pendapatan.

Posisi dan Strategi SWOT Variabel Infrastruktur

Posisi titik yang digambarkan pada matriks SWOT berada pada S-O dengan nilai “pertumbuhan cepat”. perusahaan harus dapat memanfaatkan kekuatan yang ada didalam perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada pada faktor infrastruktur.

Posisi dan Strategi SWOT Variabel Hubungan Pelanggan

Posisi titik yang digambarkan pada matriks SWOT berada pada kuadran S-O dengan nilai “pertumbuhan stabil”. Variabel hubungan pelanggan yang berada pada titik tersebut mengidentifikasi bahwa perusahaan *Hall Of Feims* dapat menggunakan peluang yang ada

untuk dapat memperkuat kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan Hall of feims.

Value Proporsition

Value proposition dibutuhkan data yang diambil dari value map yang terdiri dari *pain relivier*, *product and service*, dan *gain creators* didapatkan suatu gambaran terhadap Value proposition yang dimiliki oleh perusahaan Hall of feims.

Pain Releviers

Pain relievier yang dapat mengurangi dan menyelesaikan pengalaman tidak baik yang dialami oleh pelanggan Hall of feims. Usulan yang diberikan seperti meningkatkan kualitas editor, memperluas mitra perusahaan dalam pembuatan naskah konten, menambahkan tim produksi dan peralatan baru yang mempunyai.

Gain Releviers

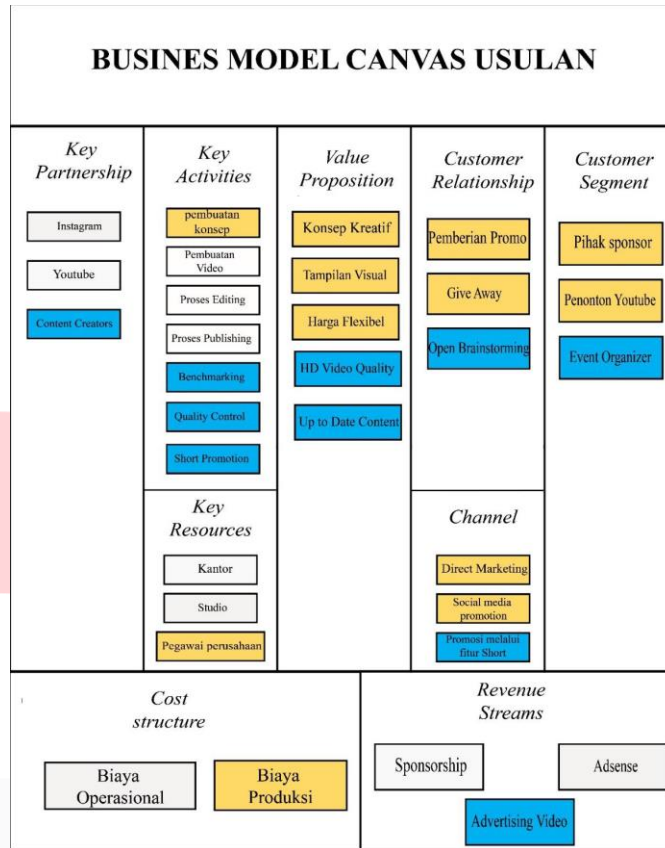
Gain Releviers memberikan suatu nilai keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan dan didapatkan oleh pelanggan Hall of feims. Usulan yang diberikan seperti meningkatkan kualitas pembuatan naskah sampai proses produksi, pembuatan konten yang bertema isu sosial yang terjadi di daerah Bandung saja, program *giveaway dan* sisi edukasi yang ditampilkan didalam suatu konten

Product and Service

Product and service merupakan penjelasan dari produk dan jasa yang cocok untuk dapat diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan seperti meningkatkan pembuatan konten, menambah tim, kualitas editor, memperluas mitra perusahaan dalam pembuatan konten.

e. Perancangan Model Bisnis Usulan

Perancangan model bisnis usulan berfungsi untuk menggambarkan suatu strategi baru dari model bisnis eksisting perusahaan. Dengan adanya perancangan model bisnis baru akan memberikan manfaat dan juga nilai nilai yang dapat memperbaiki kualitas bisnis dari perusahaan Hall of feims.



Gambar 5 Model Busines Usulan

Customer Segments

Perusahaan *Hall Of Feims* memiliki segmen seperti pihak sponsor, penonton youtube, dan *event organizer*.

Value Propositions

Usulan yang diberikan untuk perusahaan *Hall Of Feims* seperti konsep kreatif, tampilan visual, harga flexible, *hd video quality*, *up to date content*.

Customer Relationships

Perusahaan *Hall Of Feims* perlu melakukan *Customer Relationships* seperti Pemberian promo, *Give away*, *Open Brainstorming*.

Channels

Beberapa saluranyang perlu di perbaharui seperti *Direct Marketing*, *Social media promotion*, dan promosi melalui fitur *Short Youtube*.

Revenue Streams

Pendapatan dapat diperoleh dari sponsorship, adsense, dan *advertising video*.

Key Resources

Hasil yang dapat ditingkatkan seperti kantor, studio dan pegawai perusahaan.

Key Activities

Beberapa aktivitas yang dapat mendukung untuk lebih ditingkatkan seperti Pembuatan Konsep,

pembuatan Video, proses editing, proses *publishing*, *benchmarking*, *quality control*, dan *short Promotion*.

Key Partnerships

Beberapa mitra yang perlu ditingkatkan untuk mendukung dalam bisnis seperti instagram, youtube, content creator.

Cost Structure

Struktur biaya yang mejadi strategi usulan yang dilakuakn seperti biaya operasional dan biaya produksi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan usulan business model canvas, *Hall Of Feims* dapat mempertimbangkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dengan adanya model bisnis uslan yang baru, pemilik perusahaan perlu mempertimbangkan dengan matang mengenai implementasi model bisnis usulan yang telah dilakukan penelitian dengan harapan perusahaan *Hall Of Feims* dapat berkembang dan bertahan dalam persaingan yang ada saat ini.

REFERENSI

[1] T. . Wheelen dan J. . Hunger, *Strategic Management and Business Policy: Achieving Sustainability*, 12 ed. New Jersey: Pearson

- International Edition, 2010.
- [2] A. Osterwalder dan Y. Pigneur, *Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers dan Challengers*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2010.
- [3] A. Osterwalder, Y. Pigneur, G. Bernarda, dan A. Smith, *Value proposition design: How to create products and services customers want*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2014.
- [4] Simatupang, *Ekonomi Kreatif : Menuju Era Kompetisi Dan Persaingan Usaha Ekonomi Gelombang IV Institut Teknologi Bandung*. Bandung: Togar, 2007.

