# ANALISIS MODEL BISNIS KANVAS TABLOID HARAPAN INDAH (KAJIAN PADA BISNIS TABLOID HARAPAN INDAH DI BEKASI)

**Nur Novieldi[1], Kristina Sisilia[2], St.[3]**

[1]Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom

# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

### 1.1.1 Sejarah Tabloid Harapan Indah

Tabloid Harapan Indah merupakan bisnis jasa media cetak yang berbentuk tabloid dan berbadan hukum Commanditaire Vennotschaap (CV). Tabloid Harapan Indah didirikan oleh dua pendiri, Zulkarnain Alregar dan Noerhadi. Bisnis ini tergolong bisnis media komunitas yang terbit sebulan sekali dengan tiras 15.000 eksemplar setiap bulannya. Tabloid ini diedarkan secara gratis atau cuma–cuma sebanyak 24 halaman kepada masyarakat Kota Harapan Indah sejak 13 Maret 2005 yang juga sebagai awal lahirnya tabloid dengan *tagline* **info sekitar kita**. Tabloid ini berdiri secara independen, yang artinya bukan dibawah wewenang pengembang Kota Harapan Indah, PT. Hasana Damai Putra (HDP). Pihak pengembang hanya memberikan izin atas peneyebaran tabloid dan menjalin kerja sama jika ada acara disekitar Kota Harapan Indah.

Hingga kini Tabloid Harapan Indah tetap eksis menjumpai pembaca setianya pada pertengahan bulan dengan menyajikan berbagai rubrik yang menarik seperti properti, otomotif, pendidikan, konsultasi hukum, musik, dan lain sebagainya. Berbeda dengan tabloid lainnya, sesuai *tagline* yang disandang, Tabloid Harapan Indah memang lebih spesifik menyajikan berbagai info komersial, khususnya yang berada di kawasan Kota Harapan Indah dan sekitarnya, umumnya di seluruh kota Bekasi.

Tabloid Harapan Indah mempunyai logo seperti gambar II.1 yang mempunyai makna, yaitu:

1. Tabloid Kota Harapan Indah mempunyai arti tabloid yang beredar di sekitar Kota Harapan Indah
2. *Tagline* info sekitar kita mempunyai arti menyajikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh warga sekitar Kota Harapan Indah
3. Gratis. Tabloid ini diedarkan secara gratis

4. Warna *background*. Hijau menggambarkan wilayah pemukiman Kota Harapan Indah yang asri dan permai

**Gambar 1.1**

**Logo Tabloid Harapan Indah**

Tabel dibawah ini menunjukkan daerah distribusi Tabloid Harapan Indah di beberapa wilayah di Bekasi dan Jakarta Timur. Beredar secara gratis di kawasan Harapan Indah, Bulevar Hijau, Duta Bumi, Griya Harapan, Pejuang Estate, Pejuang Jaya, Taman Harapan Baru, Permata Harapan, Pondok Ungu Permai, Candrabaga, Ujung Menteng, Taman Modern, Kelapa Gading dan sejumlah perumahan serta mal yang ada di seantero kota bekasi.

**Tabel 1.1**

**Distribusi Area Tabloid Harapan Indah**

| Daerah Distribusi | Presentase |
|---|---|
| Kota Harapan Indah | 29,2% |
| Mal-Sentra Bisnis di Bekasi | 12,7% |
| Pondok Ungu Permai | 10,8% |
| Kelapa Gading | 10,3% |
| Taman Harapan Baru | 10% |
| Langganan Khusus | 9% |
| Cikarang | 4% |

| | |
|---|---|
| Bekasi Kota | 3,8% |
| Bekasi Selatan | 3,6% |
| Bekasi Barat | 3,4% |
| Bekasi Timur | 3,2% |

Kendati diedarkan secara gratis, distribusi Tabloid Harapan Indah selalu tepat sasaran. Karenanya, klien pemasang iklan tak akan kecewa menyajikan berbagai produk unggulannya di Tabloid Harapan Indah. Selain murah, respon yang didapat juga cukup bagus. Tak hanya itu, desain iklan juga tak dipungut biaya sama sekali.

**Tabel 1.2**

**Tarif Iklan Tabloid Harapn Indah**

| Jenis Iklan | Ukuran | Harga |
|---|---|---|
| Cover Belakang | 26cm x 36cm | Rp 9.000.000 |
| ½ Cover Belakang | 26cm x 18,2cm | Rp 4.500.000 |
| ¼ Cover Belakang | 13cm x 18cm | Rp 2.250.000 |
| Banner Depan Atas | 8,5cm x 7,5cm | Rp 1.750.000 |
| Banner Depan Bawah | 8,5cm x 4cm | Rp 1.000.000 |
| 1 Halaman FC | 26cm x 36 cm | Rp 7.000.000 |
| ½ Halaman FC | 26cm x 18,2cm | Rp 4.000.000 |
| ¼ Halaman FC | 13cm x 18cm | Rp 2.250.000 |
| 2 Kolom FC | 13cm x 9cm | Rp 700.000 |
| 1 Kolom FC | 13cm x 4,5cm | Rp 350.000 |
| 1 Halaman BW | 26cm x 36 cm | Rp 4.000.000 |
| ½ Halaman BW | 26cm x 18,2cm | Rp 2.500.000 |
| ¼ Halaman BW | 13cm x 18cm | Rp 1.500.000 |
| 2 Kolom BW | 13cm x 9cm | Rp 200.000 |
| 1 Kolom BW | 13cm x 4,5cm | Rp 100.000 |

Tabloid Harapan Indah sangat menyadari akan pentingnya klien (*third party*) dan warga sekitar (pembaca) bagi keberlangsungan bisnis. Untuk itulah, Tabloid Harapan Indah sangat mengedepankan hak-hak para pembaca dan khususnya para klien, dimana dengan memberikan pelayanan yang maksimal bagi mereka. Adapun layanan yang diberikan oleh Tabloid Harapan Indah untuk memenuhi hak klien dan pembaca, antara lain adalah:

- Memberikan informasi yang aktual seputar Bekasi khususnya Kota Harapan Indah, seperti info komersial, kesehatan, pendidikan, otomotif, hiburan dan lain sebagainya.
- Menjadi kreatif, inovatif, dan berwawasan luas dalam mengembangkan solusi bagi para klien.
- Membantu dalam mendesain iklan bagi para klien.

### 1.1.2 Visi, Misi dan Nilai-Nilai Tabloid Harapan Indah

**Visi** **"**Media komunitas gratis satu-satunya di Kota Harapan Indah yang menyajikan berbagai informasi sekitar dan geliat bisnis serta berbaga usaha lainnya."

**Misi** **"**Menjadikan Tabloid Kota Harapan Indah sebagai media pendidikan, hiburan, serta bacaan utama/informasi warga Kota Harapan Indah. "

**Nilai** **"**Hingga kini Tabloid Harapan Indah tetap eksis karena memiliki orang-orang yang mempunyai semangat kerja yang tinggi dan unik. Para karyawannya dituntut untuk mempunyai nilai-nilai berikut ini:

- Integritas yang ditanamkan pada Tabloid Harapan Indah.

  Tabloid Harapan Indah menyadari bahwa aset yang paling berharga adalah anggota tim atau karyawan perusahaannya serta reputasi mereka untuk kualitas dan integritas. Kebudayaan bisnis Tabloid Harapan Indah menekankan akan pentingnya ukuran etika yang paling tinggi dari semua anggota tim.
- Keinginan untuk berfokus pelanggan dan pemecahan kreatif yang menjumpai para klien.
- Membangun dan memelihara hubungan jangka panjang.

Tabloid Harapan Indah menghargai hubungan jangka panjang dengan kliennya. Oleh karena itu, Tabloid Harapan Indah selalu menjalin hubungan baik kepada para kliennya

- Lingkungan kerja yang mendukung.

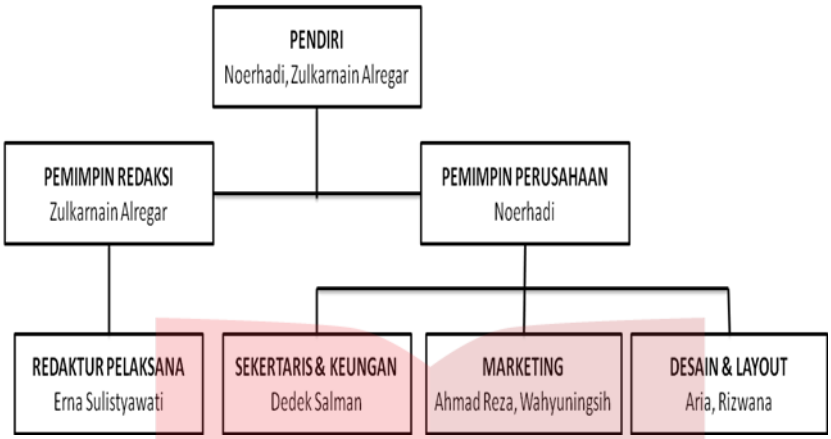
  Tabloid Harapan Indah percaya bahwa dengan menciptakan lingkungan kerja yang hangat, akan terciptanya kadar profesionalisme dan integritas yang paling tinggi di antara anggota tim, mendukung daya cipta dan interaksi, keterbukaan, serta keinginan untuk belajar secara terus menerus.

### 1.1.3 Struktur Perusahaan Tabloid Harapan Indah

Struktur perusahaan yang ada pada Tabloid Harapan Indah memilki dua pemimpin yang masing – masing membawahi tugas yang menjadi keahlian dari kedua pemimpin perushaan yang tidak bukan adalah pendiri dari perusahaan Tabloid Harapan Indah sendiri.

Noerhadi yang juga pendiri perusahaan juga menjabat sebagai pimpinan perusahaan yang membawahi divisi marketing, desain dan *layout*, sekertaris dan keuangan.

Zulkarnain Alregar selain sebagai pendiri perusahaan juga menjabat sebagai pemimpin redaksi, membawahi redaktur utama yang bertugas mengolah berita – berita yang diterima oleh Tabloid Harapan Indah baik yang diterima oleh warga maupun pencarian berita langsung oleh redaktur. Dengan struktur perusahaan yang kecil, semua divisi berperan secara aktif untuk membuat Tabloid harapan Indah tetap bertahan.




**Gambar 1.2**

**Struktur Perusahaan Tabloid Harapan Indah**

### 1.1.4 Produk Jasa Tabloid Harapan Indah

Sesuai dengan namanya produk Tabloid Harapan Indah adalah berupa tabloid yang diedarkan sebanyak 20.000 eksemplar secara gratis.

**Edisi dan rubrikasi**

Tabloid Harapan Indah terbit sebulan sekali dengan berbagai rubrik, diantaranya:

- Gerbang Uneg – uneg. Ruang khusus redaksi dan komentar pembaca
- Aktual. Laporan utama sesuai penyajian di cover atau sampul depan
- Properti. Penjualan/sewa rumah dan profil pengusaha
- Pendidikan. Berbagai kegiatan pendidikan dan profil sekolah/lembaga pendidikan
- Otomotif. Penyajian sejumlah produk otomotif dan *showroom* penjualan mobil/motor bekas
- Konsultasi hukum. Ulasan berbagai permasalahan hukum yang dikeluhkan pembaca
- Anak dan seni. Barbagai kegiatan seni yang dikhususkan bagi kalangan anak – anak, terutama seni lukis, suara, dan musik.
- Mitra. Halaman khusus bagi para klien yang menggelar berbagai kegiatan.
- Komersial. Penyajian berbagai produk komersial terbaru dan sangat ditunggu – tunggu para pembaca

- *Life style*. Penjualan dan penggunaan berbagai produk kecantikan, salon, massage, Spa dan lainnya.

Tabloid Harapan Indah, juga memberikan jasa konsultasi, dimana Tabloid Harapan Indah memberikan saran-saran kepada klien mengenai pemasaran iklan yang akan dipasang agar menarik perhatian pembaca. Selain itu menerima keluhan warga agar dapat segera ditanggulangi oleh pihak yang terkait.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Dalam era informasi sekarang ini, masyarakat sangat membutuhkan sumber informasi yang disajikan oleh media. Masyarakat menjadikan media sebagai subjek pembicaraan di lingkungan sekitar mereka (Fiske, 2012: 247). Media dalam peranannya dapat dikatakan sebagai agen sosialisasi, dimana media memberikan informasi yang akan dipelajari oleh khalayak, informasi yang diterima khalayak dijadikan sebagai bahan pembelajaran (Vivian, 2008: 476). Melalui media, khalayak berharap kebutuhan mereka untuk mendapatkan informasi akan terpenuhi. Dengan adanya motif atau tujuan inilah yang pada akhirnya mendorong khalayak untuk menonton televisi, mendengarkan radio, dan membaca media cetak yang dapat menjawab kebutuhan dan keinginan suatu individu. Dengan kebutuhan akan informasi yang berbeda, maka khalayak secara aktif memutuskan media yang menjadi sarana kebutuhannya (Vivian, 2008: 475).

Sumber informasi yang dapat dijadikan sarana dalam pemenuhan kebutuhan diperoleh baik melalui televisi, radio, internet, ataupun media cetak. Berbeda dengan surat kabar, Tabloid lebih terspesialisasi dengan konsumen tertentu. Konsumen pada tabloid lebih sedikit, akan tetapi pasarnya lebih mengelompok (tersegmentasi). Di Indonesia tabloid lebih diartikan pada pengertian ukuran dan format bukan dalam pengertian pers barat (Junaedhie,1993: 260).

Tabloid adalah surat kabar yang terbit dengan ukuran setengah dari ukuran surat kabar biasa. (Junaedhie,1993: 260). Secara umum pengertian tabloid sama dengan pengertian majalah, yaitu suatu media cetak yang fungsinya memberikan informasi yang menghibur dan mendidik (kasali, 1992: 108). Tabloid juga merupakan suatu

bagian dari komunikasi massa yang memiliki karakteristik berbeda dengan surat kabar. Karakteristik tabloid dapat dilihat dari isi pesan yang disajikan oleh tabloid. Pesan yang disajikan oleh tabloid biasanya dapat dikonsumsi dalam jangka waktu yang cukup panjang dengan jumlah halaman yang banyak serta pesan lebih dalam dan beragam karena frekuensi terbitnya yang berjangka waktu. Frekuensi penerbitan tabloid ada yang perminggu, dwiminggu, perbulan, dan sebagainya. Tabloid memuat topik yang spesifik seperti olahraga, gosip selebritis, kejahatan, dan lingkungan.

Berdasarkan karakteristik di atas, muncul ragam tabloid yang salah satunya Tabloid Harapan Indah. Tabloid Harapan Indah menerapkan pola *free business model* dimana ada salah satu segmen yang tidak membayar karena didanai oleh segmen lainnya (Osterwalder dan Pigneur, 2010: 89). Tabloid Harapan Indah memberikan secara cuma – cuma tabloidnya kepada masyarakat yang berada di kawasan Kota Harapan Indah dan sekitarnya. Menurut ahli ekonomi mana pun akan mengkonfirmasikan bahwa permintaan yang datang untuk harga nol jauh lebih tinggi daripada permintaan yang datang untuk harga satu sen atau titik harga lainnya (Osterwalder dan Pigneur, 2010: 90)

Sejak didirikan pada tahun 2005, Tabloid Harapan Indah sudah eksis selama 8 tahun. Semenjak munculnya Tabloid Harapan Indah dengan edisi pertamanya yang berjumlah 24 halaman dengan tiras 15.000 eksemplar, kini Tabloid Harapan Indah mampu menerbitkan sebanyak 40 halaman dengan tiras 20.000 eksemplar. Dengan bertambahnya halaman yang ada pada Tabloid Harapan Indah menandakan bahwa perusahaan mendapatkan segmen pelanggan yang membayar bertambah, menjadikan bertambahnya laba bagi perusahaan. Dari peningkatan laba yang didapat dalam kurun waktu tertentu dapat diartikan bahwa perusahaan mengalami kesuksesan usaha (Waridah, 1992: 15).

Tabloid Harapan Indah memberi angin segar bagi masyarakat Kota Harapan Indah dan sekitarnya yang ingin mendapatkan informasi perkembangan yang ada di sekelilingnya. Informasi untuk memperluas wawasan sampai pada mengedukasi masyarakat, menjadi "santapan" keseharian masyarakat informasi (Wardhani, 2008: 20). Rubrik yang ditawarkan cukup menarik pembacanya seperti gerbang uneg–uneg,

aktual, properti, pendidikan, otomotif, konsultasi hukum, anak dan seni, mitra, dan komersial.

Dalam penelitian, peneliti menggunakan konsep model bisnis kanvas. Bisnis model kanvas merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai dengan menggunakan Sembilan blok. (Osterwalder dan Pigneur, 2010: 14-17).

Sembilan blok yang digunakan dalam konsep model bisnis kanvas menurut (Osterwalder dan Pigneur, 2010: 17).adalah :

1. *Customer segments,* mengidentifikasi siapa saja yang menjadi pelanggan bagi bisnis yang sedang dijalankan.
2. *Value proposition,* blok ini mencoba memecahkan masalah – masalah pelanggan dan memuaskan kebutuhan pelanggan melalui proposisi nilai.
3. *Channels,* bagaimana proposisi nilai sampai kepelanggan melalui komunikasi, distribusi, dan saluran penjualan.
4. *Customer relationship,* dimana hubungan pelanggan ditetapkan dan dikelola bersama masing – masing segmen pelanggan.
5. *Revenue streams,* arus pendapatan dihasilkan dari proposisi nilai yang dengan sukses ditawarkan kepada pelanggan.
6. *Key resources,* merupakan asset – asset yang diperlukan untuk menawarkan dan memberikan semua elemen yang telah dijelaskan sebelumnya.
7. *Key activities,* kegiatan – kegiatan yang merupakan aktivitas kunci dalam sebuah bisnis.
8. *Key partnerships,* beberapa aktivitas yang di *outsource* dan beberapa sumber daya yang diperoleh dari luar perusahaan.
9. *Cost structure,* elemen – elemen model bisnis yang berpengaruh pada struktur biaya yang dikeluarkan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka peneliti pun merasa tertarik untuk melakukan penelitian dan menyusun sebuah karya tulis yang berjudul : “Analisis Model Bisnis Kanvas Tabloid Harapan Indah”.

## 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari pembahasan latar belakang penelitian, maka diperoleh rumusan masalah, yaitu :

"Bagaimana perubahan model bisnis pada Tabloid Harapan Indah setelah dilakukan penelitian dengan menggunakan model bisnis kanvas ?"

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perubahan model bisnis baru yang dimiliki Tabloid Harapan Indah setelah dilakukan penelitian dengan menggunakan model bisnis kanvas.

## 1.5 Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua bagian utama oleh penulis sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

   Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan masukan dalam pelaksanaan bisnis pada Tabloid Harapan Indah di Bekasi.

2. Bagi peneliti

   Diharapkan selama melakukan penelitian ini peneliti dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya ilmu *entrepreneurship* dan juga menambah wawasan dalam menganalisis suatu masalah di perusahaan untuk kemudian diambil kesimpulan akhirnya.

## 1.6 Sistemtika Penulisan

Dalam penelitian ini, sitematika penulisannys dibagi menjadi lima bab, yang akan diuraikan sebagai berikut:

**BAB I Pendahuluan**

Penelitian ini diawali dengan penjelasan tentang gambaran umum objek penelitian yang menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan serta visi dan misi yang digunakan oleh bisnis Tabloid Harapan Indah. Setelah itu dijelaskan latar belakang penelitian yang menjelaskan lebih lanjut fenomena yang terjadi untuk selanjutnya menjadi alasan dari penelitian ini dilakukan. Begitu pula terdapat perumusan masalah yang nantinya akan ditarik menjadi hipotesis. Dalam bab ini juga dijelaskan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan diakhiri dengan penjelasan dari sistematika penulisan.

**BAB II Tinjauan Pustaka**

Sesuai dengan judul penelitian yaitu "Analisis Model Bisnis Kanvas Tabloid Harapan Indah (Kajian pada Bisnis Tabloid Harapan Indah di Bekasi)", pada Bab II ini akan dipaparkan tentang landasan-landasan teori model bisnis kanvas yang menjadi dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi yang tepat untuk hipotesis yang akan diajukan. Sebagai acuan akan diuraikan pula tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penilitian yang lebih matang, dan ruang lingkup penelitian.

**BAB III Metode Penelitian**

Penjelasan di metode penelitian berisi tentang jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Dijabarkan pula tentang tahapan penelitian, populasi dan sampel yang digunakan, metode pengumpulan data dari responden. Akan dibahas pula teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data-data yang sudah berhasil dikumpulkan dari sampel. Selanjutnya akan dibahan mengenai isi bisnis Tabloid Harapan Indah dengan menggunakan model bisnis kanvas.

**BAB IV Hasil dan Pembahasan**

Inti dari bab ini yaitu akan dijabarkannya hasil analisis data yang di dapat melalui peta empati dan kuesioner. Diawali dengan penjelasan peta empati yang hasilnya akan diubah menjadi kuesioner, lalu penjabaran tentang hasil penelitian yang

didapatkan, baru akhirnya dilakukan pembahasan hasil penelitian. Hasil penelitian dan pembahasannya akan didasarkan pada landasan teori yang telah dijabarkan sebelumnya di Bab II, hingga menghasilkan solusi dari permasalahan yang dikemukakan di Bab I.

**BAB V Penutup**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasannya pada Bab IV, maka akan dibuat kesimpulan yang merupakan pembuktian dari hipotesis di Bab II. Di samping itu, juga akan disampaikan saran-saran yang mungkin berguna bagi perkembangan bisnis Tabloid Harapan Indah di Bekasi.

# BAB V
# KESIMPULAN

## 5.1. Kesimpulan

Dari penelitian ini maka dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait dengan alternatif model bisnis pada Tabloid Harapan Indah di Bekasi. Pola model bisnis awal dari bisnis Tabloid Harapan Indah merupakan pola model bisnis gratis, dimana terdapat salah satu segmen pelanggan yang mendapatkan nilai proposisi secara gratis (pembaca) karena terdapat segmen pelanggan lain yang membayar atas nilai proposisi yang sudah diberikan oleh pihak Tabloid Harapan Indah (*third party*). Setelah dilakukan penelitian, pola model bisnis berubah karena menghubungkan secara langsung interaksi antar pembaca dan *third party* yang menjual produk dan jasanya melalui *website* Tabloid Harapan Indah. Pembaca yang melakukan proses pembelian melalui *website* Tabloid Harapan Indah memunculkan segmen pelanggan baru yaitu pembeli. Pola model bisnis gratis berubah menjadi pola model bisnis *long tail* yang merupakan model bisnis yang menjual berbagai jenis produk dengan jumlah yg sedikit, fokusnya untuk menawarkan sejumlah besar produk ceruk, yang jarang terjual.

**Tabel 5.1**
**Kesimpulan Alternatif Model Bisnis Kanvas**

| No. | Model Bisnis Kanvas | Bisnis Tabloid Harapan Indah | Alternatif Bisnis Tabloid Harapan Indah | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **Segmen Pelanggan** | a. *Third party*<br>b. *Pembaca* | a. *Third party*<br>b. Pembaca<br>c. **Pembeli** | Pembeli merupakan masyarakat Kota Harapan Indah yang melakukan transaksi pembelian melalui *website* Tabloid |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Harapan Indah. |
| 2 | **Proposisi Nilai** | a. Tabloid Gratis<br>b. Sarana memasarkan bisnis<br>c. Tabloid komunitas<br>d. Desain gratis<br>e. Memberikan informasi | **MEDIA CETAK**<br>a. Tabloid Gratis<br>b. Sarana memasarkan bisnis<br>c. Desain gratis<br>d. Memberikan informasi<br><br>**MEDIA *ONLINE***<br>a. **Memberikan Informasi**<br>b. **Penjulan**<br>c. **Interaksi Pelanggan** | Alternatif bisnis media *online* memungkinkan Tabloid Harapan Indah memberikan informasi yang lebih cepat dan *uptodate* kepada masyarakat Kota Harapan Indah, melakukan penjulan produk yang dijual oleh para *third party*, dan memungkinkan semua segmen pelanggan untuk melakukan interaksi komunikasi. |
| 3 | **Saluran** | a. Marketing<br>b. Kantor<br>c. Toko | a. Marketing<br>b. Kantor<br>c. Toko<br>**d. *Website*** | *Website* merupakan saluran yang mengubungakan atanra nilai proposisi media *online* yang ditawarkan Tabloid Hrapan Indah kepada segmen pelanggan dari Tabloid Harapan Indah. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 4 | **Hubungan Pelanggan** | a. Kegiatan wawancara<br>b. SMS warga<br>c. Facebook | a. Kegiatan wawancara<br>b. SMS warga<br>c. **Twitter**<br>d. ***Website*** | Tabloid Harapan Indah mengurangi facebook karena dianggap tidak efektif dan menggantikannya dengan twitter yang dianggap sedang populer saat ini serta lebih mudah. Selain twitter, *website* juga merupakan hubungan pelanggan yang dimiliki. |
| 5 | **Arus Pendapatan** | a. Penggunaan jasa pemasangan iklan<br>b. Kepercayaan pelanggan | a. Penggunaan jasa pemasangan iklan<br>b. Kepercayaan pelanggan<br>**c. Penjualan produk dan jasa** | Pendapatan penjualan produk dan jasa yang didapat Tabloid Harapan Indah merupakan komisi yang diterima dari *third party* atas hasil penjulan produk dan jasa yang berhasil dijual. |
| 6 | **Sumber Daya Utama** | a. Karyawan<br>b. Gedung<br>c. Kendaraan<br>d. Peralatan pendukung | a. Karyawan<br>b. Gedung<br>c. Kendaraan<br>d. Peralatan pendukung<br>e. ***Website*** | *Website* menjadi sumber daya utama karena merupakan wadah yang digunakan Tabloid Harapan Indah untuk masuk ke media *online*. |
| 7 | **Aktivitas Kunci** | a. Mencari berita<br>b. Mencari iklan<br>c. Mengolah | a. Mencari berita<br>b. Mengolah berita dan | Aktivitas penjulan yang dilakukan Tabloid Harapan Indah untuk |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | berita dan iklan<br>d. Pemasaran tabloid | iklan<br>c. Pemasaran tabloid<br>d. **Penjualan**<br>e. ***Maintenance website*** | menambah pemasukan dari segmen pelanggan lain selain *third party*. Penjulan dilakukan melalui *website* Tabloid Harapan Indah yang membutuhkan *Maintenance website.* |
| 8 | **Kemitraan** | a. Percetakan<br>b. Bank<br>c. PT. Hasana Damai Putra (HDP) | a. Percetakan<br>b. Bank<br>c. PT. Hasana Damai Putra (HDP)<br>d. **Penjual produk dan jasa** | Penjual produk dan jasa merupakan *third party* yang mempercayakan produk dan jasanya untuk dijual melalui *website* Tabloid Harapan Indah. |
| 9 | **Struktur Biaya** | a. Gaji<br>b. Komisi<br>c. Gedung<br>d. Cetak tabloid<br>e. Biaya rutin | a. Gaji<br>b. Komisi<br>c. Gedung<br>d. Cetak tabloid<br>e. Biaya rutin | Tidak ada bagian yang harus ditambahkan, hanya terdapat peningkatan biaya disetiap bagian. |

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan maka penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan untuk perbaikan ke depannya. Adapun saran yang diajukan sebagai berikut :

a. Kepada bisnis Tabloid Harapan Indah, diharapkan dapat mempertimbangkan untuk menerapkan model bisnis yang dihasilkan dari penelitian ini dalam pengembangan bisnis Tabloid Harapan Indah.

b. Kepada peneliti selanjutnya, dapat melakukan penelitian dengan penerapan pola model bisnis yang berbeda sebagai pertimbangan untuk bisnis Tabloid Harapan Indah kedepannya.

# DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro (2010). *Metode penelitian untuk public relation : kuantitatif dan kualitatif*. Bandung : Simbiosis rekatama media.

Arikunto, Suharsimi (1989). *Menejemen penelitian*. Jakarta : Depdikbud.

Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian – Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi IV*. Jakarta: Rieneka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Creswell, John .W (2009). *Research design : pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta : Putaka pelajar.

Danim, Sudarwan (2002). *Menjadi peneliti kualitatif*. Bandung : Pustaka setia.

Fiske, Jhon (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Ikbar, Yanuar (2012). *Metode penelitian sosal kualitatif*. Penerbit PT. Relika aditama.

Junaedi, Kurniawan (1993). *Bahasa Pers / Bahasa Indonesia Jurnalistik*.

Kasali, Rhenald (1992). *Manajemen periklanan konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Garfiti Medika Pers.

Meleong, J, Lexi (2008). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja rosda karya.

Narbuko, Cholid., & Achmadi, Abu. (2012). Metodologi Penelitian. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Nasution (2003). *Metode penelitian naturalistik kualitatif*. Bandung: Tarsito.

Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves (2010). *Business Model Generation*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

Riduwan. (2009). *Metodologi dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Rogers, Everett M. (1983). *Diffusion of innovations.* New York : free press, collier macmillan

Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behaviour 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.

Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat. (2002). *Metodologi Penelitian*. CV Mahdan Maju.

Strauss, Anselm & Corbin, Juliet (1997). *Dasar – dasar penelitian kualitatif : prosedur, teknik, dan teori*. Surabaya ; Bina ilmu offset.

Sugiyono. (1999). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono (2012). *Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung ; Alfabeta.

Supriyanto, dan Yusuf. 2007. *Pers dan Teknologi Media: Dejurnalisasi di Tengah Konvergensi. Jurnal Komunikasi Volume 1, Nomor 2, April 2007. ISSN 1907-848X Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia*.

Sutopo, H.B (2002). *Metodologi penelitian kualitatif*. Surakarta : sebelas maret *universty press*.

Tim Clark.et.al (2012). *Business model you.* Penerjemah Abdul Rosyid. Jakarta : PPM

Tim PPM Manajemen (2012). *Business model canvas :* penerapan di Indonesia.. Jakarta : PPM

Vivian, Jhon (2008). *Teori Komunikasi Massa (Edisi 8)*. Prenada media grup.

Wardhani, Diah (2008). *Media relations : sarana membangun reputasiorganisasi*. Yogyakarta : Graha ilmu.

Yamane, Taro. (1967). *Statistics an Introductory Analysis* (Edisi 2). New York: Harper Publisher.

Yin, Robert .K (2009). *Case study research design & methods.* Jakarta : PT. Raja grafindo persada.

## SUMBER ONLINE

http://mudjiarahardjo.com/artikel/270.html?task=view (diunduh pada 10 mei 2013)

http://www.ijaebm.iserp.org/archieves/1-D16-31-10/Vol-No.1-Issue-No.2/5-IJAEBM-Volume-No-1-Issue-No-2-Walmart-Business-Model-Study-093-097.pdf (diunduh pada 25 mei 2013)

http://nmi.outcome.is/media/111104/conceptualization_report_final.pdf (diunduh pada 25 mei 2013)

http://reser.net/materiali/priloge/slo/mkel_et_al.pdf (diunduh pada 25 mei 2013)

http://journal.sbm.itb.ac.id/index.php/jbm/article/view/396/314 (diunduh pada 29 mei 2013)

http://msi.binus.ac.id/files/2013/05/0402-08-Andreas_Winata-Hoga.pdf (diunduh pada 29 mei 2013)

http://www.bth.se/tek/mspi.nsf/attachments/Developing_PSS_Concepts_Use_BMC_pdf/$file/Developing_PSS_Concepts_Use_BMC.pdf (diunduh pada 30 mei 2013)