

Perancangan Model Bisnis Platform Media Online Inanews Menggunakan Metode Bisnis Model Canvas (Bmc)

1st Ardhan Harish Rahadian
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

ardhanharish@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Endang Chumaidiyah
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

endangchumaidiyah@telkomuniversity.ac.id

3rd Budi Sulistyio
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

budisulistyio@telkomuniversity.ac.id

Abstrak — Inanews adalah platform media massa online yang bergerak dengan fokus berita legal and government. Didirikan pada tahun 2017 dengan nama IbuKotaNews, dan pada tahun 2018 berganti nama menjadi Inanews dengan tagline cerdas melihat Indonesia. Inanews saat ini bisa diakses melalui ponsel maupun perangkat desktop masyarakat. Tak hanya itu Inanews juga hadir melalui program TV Streaming yang bisa diakses melalui aplikasi Channel Youtube dengan kata pencarian INAnews TV. Dalam mengarungi bisnis media online, Inanews tidaklah sendiri. Cukup banyak yang bersaing dalam bisnis media online ini. Bahkan ada beberapa media online yang pengunjung dan pengikutnya mencapai jutaan orang. Model bisnis Inanews saat ini akan di evaluasi dan dirancang untuk diberikan model bisnis usulan. Perancangan model bisnis tersebut akan menggunakan metode Business Model Canvas (BMC). Ada 3 data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Hal pertama yang dilakukan adalah observasi dengan melakukan wawancara terhadap pihak inanews untuk menggambarkan model bisnis. Kemudian dilakukan wawancara kepada beberapa pelanggan untuk mengidentifikasi profil pelanggan. Data terakhir adalah peta analisis lingkungan model bisnis melalui studi literatur. Lalu dilakukan adalah membuat value propotion canvas dengan melakukan fitting antara value map dan costumer profile yang telah diidentifikasi, dilanjutkan dengan pemetaan dan pengembangan model bisnis kanvas. Beberapa perbaikan diberikan dari evaluasi model bisnis Inanews saat ini.

Kata kunci— Media Online, Business Model Canvas, Inanews

I. PENDAHULUAN

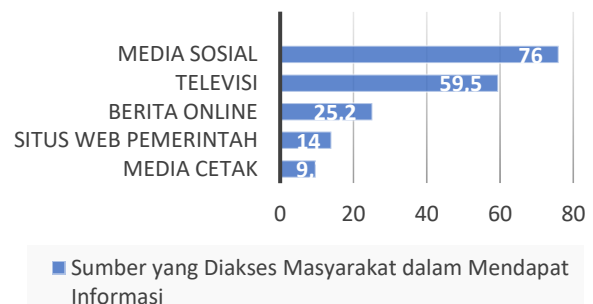
Media online merupakan transformasi dari media massa konvensional ke media massa digital. Dengan berkembang pesatnya teknologi dan internet di dunia, media online menjadi salah satu cara termudah untuk masyarakat mengakses berita dan kabar terkini secara aktual dan faktual. Ini membuat media online menjadi salah satu kebutuhan masyarakat. Media online berkembang pesat selaras dengan berkembangnya internet.

Media online kini dinilai menjadi bisnis yang cukup memiliki prospek yang meyakinkan. Selain itu kebebasan pers di Indonesia membuat media online lebih mudah untuk

dibuat. Perusahaan-perusahaan media lama pun kini beralih menggunakan platform digital.

Masyarakat Indonesia cenderung mengakses informasi melalui media online. Media online seperti social media, berita online, dan situs web pemerintah menjadi mayoritas tempat masyarakat mengakses informasi. Media cetak dan konvensional juga semakin tersingkir seiring waktu.

Sumber yang Diakses Masyarakat dalam Mendapat Informasi (Juta)



Sumber yang Diakses Masyarakat dalam Mendapat Informasi

Dalam mengarungi bisnis media online, Inanews tidaklah sendiri. Cukup banyak yang bersaing dalam bisnis media online ini. Bahkan ada beberapa media online yang pengunjung dan pengikutnya mencapai jutaan orang.

(Osterwalder, A. and Pigneur, Y, 2010) menyatakan bahwa sebuah bisnis model menggambarkan bagaimana sebuah bisnis menciptakan sebuah produk, menyampaikan produk itu kepada pembeli, dan mendapatkan keuntungan

dari produk tersebut. Salah satu pendekatan model bisnis yang dilakukan adalah dengan BMC. BMC menggambarkan sebuah bisnis model berdasarkan 9 blok komponen yaitu Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure. Melalui 9 blok ini, sebuah bisnis bisa dipahami lebih mendalam dan bisa dibandingkan dengan bisnis lain yang memiliki pola serupa agar bisa membantu menyelesaikan kendala yang serupa. Penelitian ini akan menggambarkan kondisi bisnis sekarang menggunakan BMC, melakukan analisis SWOT dan analisis lingkungan sebagai dasar pembuatan strategi usulan, dan membuat bisnis model usulan.

Berdasarkan pernyataan diatas, perlu adanya evaluasi model bisnis dari Inanews untuk mampu bersaing dengan kompetitornya. Evaluasi model bisnis tersebut diharapkan dapat mampu membantu Inanews dalam mengembangkan bisnisnya dan juga dapat meningkatkan pendapatannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan kondisi eksisting Inanews dan merancang model bisnis usulan untuk Inanews menggunakan metode BMC.

II. KAJIAN TEORI

Model bisnis adalah penggambaran yang menjelaskan bagaimana organisasi membuat sebuah nilai atau kegunaan, memberikan, dan mendapatkan keuntungan dari kegunaan tersebut (Osterwalder, A. and Pigneur, Y, 2010). Model mengantarkan nilai kegiatan suatu aktivitas bisnis yang menjelaskan tentang struktur pendapatan dan pengeluaran. Suatu bisnis dapat menghasilkan profit dengan berbagai cara, namun peningkatan nilai branding dari perusahaan tersebut menjadi suatu hal yang baik dalam upaya pengembangan model bisnis yang dimiliki oleh perusahaan (Fritscher, B., & Pigneur, Y, 2014).

Model Bisnis Kanvas menguraikan elemen-elemen dalam bisnis yang rumit menjadi lebih Model bisnis ini menguraikan elemen-elemen bisnis ke dalam sembilan blok dasar yang saling berkaitan dan menunjukkan sederhana untuk memudahkan penggunaanya dalam memahami kondisi sebuah bisnis. alur berpikir bagaimana bisnis tersebut bisa menghasilkan keuntungan dari kegunaan atau produk yang mereka buat. Sembilan komponen ini meliputi empat bagian besar area dalam berbisnis, yaitu pengguna, penawaran, infrastruktur, dan kemampuan finansial (Osterwalder, A. and Pigneur, Y, 2010).

III. METODE

Pada tahap penelitian kali ini, dilakukan mekanisme pengumpulan data yang bertujuan sebagai sumber informasi yang mendukung dalam mencapai tahap perancangan bisnis model Inanews. Terdapat beberapa tatacara pengumpulan data yang digunakan pada tahap perancangan kali ini, yaitu :

1. Wawancara : Wawancara dimaksudkan untuk mengetahui permasalahan yang ada di perusahaan Inanews. Selain itu, tujuan dilakukannya wawancara kali ini adalah untuk mendapatkan data primer yang berupa data internal perusahaan. Tahap wawancara ini dilakukan langsung dengan direksi Inanews. Setelah didapatkan data primer dan mengetahui permasalahan bisnis Inanews, maka data tersebut akan akan diolah sehingga menjadi data lingkungan bisnis dan SWOT.

2. Survey : Setelah mengidentifikasi permasalahan bisnis melalui wawancara dengan Inanews, maka selanjutnya dilakukan survey atau penyebaran kuesioner terhadap pengunjung Inanews, data tersebut akan diolah dan menjadi customer profile.
3. Studi Literatur : Kemudian data yang dibutuhkan selanjutnya adalah data sekunder, dalam mencari data sekunder hal ini diperlukannya studi literatur. Dengan cara melakukan studi pustaka dan mencari data dari sumber yang valid.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Model Bisnis Inanews Saat Ini

Hasil pengamatan melalui wawancara yang dilakukan, maka diperoleh gambaran pada setiap blok elemen BMC Inanews saat ini. Adapun hasil identifikasi dapat dilihat pada Gambar berikut.

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Costumers Relationships	Customer Segment
Agency Iklan untuk mengurus periklanan masuk dan keluar, Lembaga pers untuk Kerjasama dalam penyiaran. Pakar untuk validasi kebenaran	Liputan, Streaming Berita, Wawancara dengan Narasumber	Update berita berkualitas, gratis, akurat, dan mudah diakses.	Seminar online rutin sebulan sekali, Mengirimkan email setiap ada berita terbaru	Pembaca dari kalangan Mahasiswa, Jurnalis, Peneliti, Pelajar, Karyawan dengan range usia 18-24 tahun (38.4%), 24-34 tahun (35.21%), 35-44 tahun (13.59%) dan 45-54 tahun (6.5%).
Key Resources		Channels		
Terdiri dari 30 Jurnalis yang merangkap jabatan struktural, website, dan social media		Website, Instagram(3.029 Followers), Youtube (5.150 Subscriber)		
Cost Structure		Revenue Streams		
Gaji Karyawan, Biaya Marketing, Biaya Operasional		Pendapatan dari Iklan		

Model Bisnis Saat Ini

B. Memetakan Costumer Profile

Costumer Profile dapat digunakan untuk menentukan profil kebutuhan pelanggan, permintaan dari segmen pelanggan baik pelanggan perorangan maupun pelanggan bisnis. Data konsumen diperoleh dari hasil kuesioner dan dilengkapi studi literatur. Hal ini berguna untuk memetakan pelanggan dari berbagai macam ekspektasi, permasalahan, dan keuntungan apa saja. Sejumlah poin diamati untuk menggambarkan kondisi para pelanggan.

1. Costumer Jobs

Job, menggambarkan apa yang diinginkan oleh pelanggan.

2. Costumer Pains

Pains, menggambarkan apa resiko atau hambatan dari pelanggan.

3. Costumer Gains

Gains, menggambarkan apa manfaat yang dapat diperoleh dari pelanggan.

C. Analisis Lingkungan Bisnis

Dalam mengidentifikasi *business model environment* perlu memperhatikan faktor lingkungan sekitar. Setelah menjelaskan model bisnis dari Inanews pada pembahasan sebelumnya, maka penelitian ini mencoba untuk menjabarkan faktor lingkungan terkait yang mempengaruhi model bisnis ini, dengan menggunakan *Business Model Environment* dari (Osterwalder, A. and Pigneur, Y, 2010)

1. Market Forces

Market Forces membahas tentang kekuatan pasar yang dimiliki oleh perusahaan tersebut untuk bersaing dengan kompetitor sejenis atau peluang perusahaan tersebut dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis. Selain itu *market forces* membahas seputar kekuatan perusahaan tersebut untuk menghadapi berbagai tantangan pasar yang ada.

2. Industry Forces

Industry Forces membahas tentang tantangan kekuatan industri dalam menghadapi ancaman seperti menghadapi kompetitor, bentuk usaha yang masih baru dan berkembang, atau calon pelanggan yang lebih tertarik dengan tempat lainnya. Dengan *Industry Forces* perusahaan tersebut dituntut untuk dapat survive dalam menghadapi beberapa ancaman tersebut.

- Pesaing (*Competitors*)
- Kualitas Pelayanan (*New Entrants*)
- Key Trends

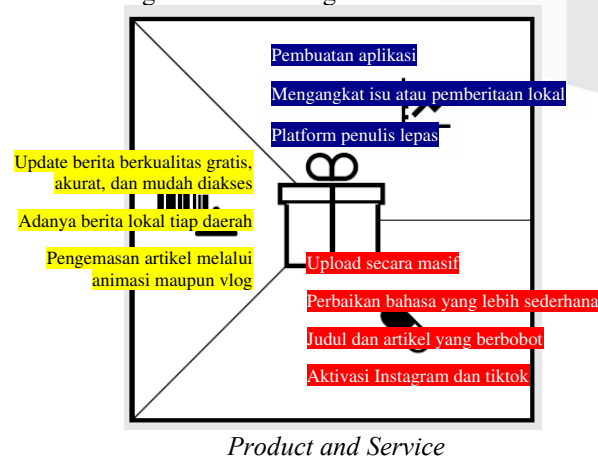
Key Trends membahas tentang yang sedang terjadi pada daerah tersebut. Sebagai contoh seperti perusahaan memiliki keunggulan yang ada di dalam program-programnya yang menjadikan daya tarik tersendiri bagi para pelanggan Inanews.

- Tren perkembangan digital
- Perkembangan Platform Berita Online

D. Merancang Strategi dan Analisis SWOT

Analisis SWOT dibagi menjadi empat variabel yaitu value proposition, cost and revenue, infrastructure, dan customer interface. Dalam mengidentifikasi analisis SWOT yang perlu dilakukan adalah dengan wawancara yang berisi indikator SWOT mengenai empat variabel yang ada yang didapatkan dari data bisnis model eksisting, customer profile, dan lingkungan bisnis kemudian dijadikan pertanyaan untuk wawancara.

Setelah dilakukan analisis swot kemudian digambarkan dengan *Value Map* yang berisikan value proposition, pain reliever dan gain creator sebagai berikut.



Pada model bisnis yang akan diusulkan, menghasilkan beberapa strategi baru yang bisa dilakukan oleh perusahaan pada blok *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Channels*, *Key Partnership*, *Key Resource*, dan *Key Activities*. Strategi yang diusulkan diharapkan mampu untuk membuat perusahaan menjadi lebih baik dalam banyak aspek dan mampu bersaing dengan kompetitor lain.

Usulan pada rancangan model bisnis berupa :

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segment
Agency Iklan	Liputan, Streaming	Update berita	Seminar online rutin	Pembaca dari kalangan
untuk mengurus periklanan masuk dan keluar, Lembaga pers untuk Kerjasama dalam penyiaran, Pakar untuk validasi kebenaran Mitra, pembuat aplikasi	Berita, Wawancara dengan Narasumber Mengadakan workshop dan internship di bidang penulisan	berkualitas gratis, akurat, dan mudah diakses, Menghasilkan berita lokal tiap daerah, Pengemasan berita melalui animasi maupun vlog	Mengirimkan email setiap ada berita terbaru Mengadakan giveaway sebagai media promosi	Mahasiswa, Jurnalis, Peneliti, Pelajar, Karyawan dengan range usia 18-24 tahun (38.4%), 24-34 tahun (35.21%), 35-44 tahun (13.59%), dan 45-54 tahun (16.5%)
Cost Structure	Revenue Streams	Channels		
Gaji Karyawan, Biaya Marketing, Biaya Operasional	Pendapatan dari Iklan, Endorse, AdSense, Berita Berbayar	Website, Instagram(3.029 Followers), Youtube (5.150 Subscriber), Tiktok		

BMC Usulan

Keterangan : Keteterangan : Tetap, Diptimalkan, Ditambahkan, Dikurangi

V. KESIMPULAN

Identifikasi BMC Inanews berhasil dilakukan yang terdiri sembilan elemen blok, yaitu *customer segment*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure*. Hasil BMC yang baru Inanews melalui analisis SWOT guna mengidentifikasi factor internal dan eksternal dari model bisnisnya. Setelah melakukan analisis SWOT pada kesembilan blok BMC perlu diubah atau dikembangkan.

REFERENSI

- Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.
- Fritscher, B., & Pigneur, Y. (2014). *Visualizing Business Model Evolution with the Business Model Canvas: Concept and Tool*. Geneva.