

Optimalisasi Pengembangan Bisnis SkillUp.Id Melalui Penerapan Business Model Canvas Dan Swot Analysis

Qowiyyul Ihsan¹, Candiwan², Rina Djunita Pasaribu³

¹Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, qowiyyullihmann@student.telkomuniversity.ac.id

²Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, candiwan@telkomuniversity.ac.id

³Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, rinadjunita@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis model bisnis SkillUp.id, sebuah platform *e-learning* yang menghadapi tantangan berupa *traffic* website yang tidak stabil meskipun telah menerapkan proses bisnis digital secara menyeluruh. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data primer melalui wawancara berbagai pemangku kepentingan seperti founder, CEO, tim IT, tim marketing, mitra, pelanggan, hingga calon pelanggan, serta data sekunder dari dokumentasi internal dan literatur yang relevan, penelitian ini mengkaji secara mendalam faktor penyebab dan dampak dari kondisi tersebut. Hasil analisis menunjukkan perlunya strategi pemanfaatan komunitas, peningkatan kualitas SDM, penguatan *brand awareness*, serta penerapan teknologi seperti AI dan CRM untuk membangun kepercayaan pengguna. Selain itu, penguatan strategi SEO, perbaikan UI/UX, dan penyusunan program *onboarding* bagi pengguna baru diusulkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan menarik pasar baru. Rekomendasi Business Model Canvas dan *roadmap* jangka pendek disusun sebagai panduan pengembangan bisnis SkillUp.id secara berkelanjutan, yang juga diharapkan bermanfaat bagi perusahaan digital serupa dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

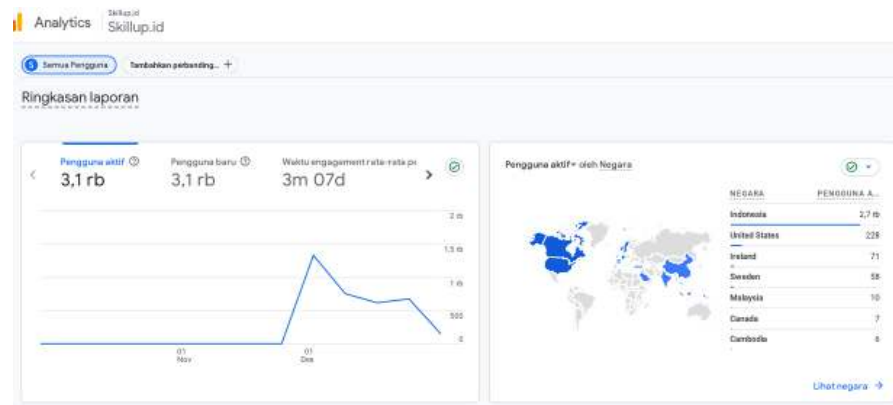
Kata kunci : Optimalisasi Bisnis, Pengembangan Bisnis, Business Model Canvas, Traffic Website, SWOT Analysis, Strategi Digital, SkillUp.id

I. PENDAHULUAN

Pesatnya revolusi teknologi digital informasi mempengaruhi berbagai aspek kehidupan yang membuat perubahan cukup signifikan di berbagai sektor, salah satunya sektor bisnis. Perkembangan teknologi ini tidak hanya mempermudah akses terhadap informasi tetapi juga menginspirasi dunia bisnis dalam mengembangkan dan mendigitalisasi bisnisnya. Perkembangan UMKM di Indonesia Google, Temasek, dan Bain (2023) memproyeksikan nilai ekonomi digital Indonesia secara keseluruhan pada 2023 tumbuh 8 persen dari tahun sebelumnya, atau diprediksi berada pada level USD 82 miliar. Nilai ini diprediksi akan tumbuh menjadi USD 109 miliar pada 2025. Bahkan pada 2030, ekonomi digital Indonesia diperkirakan menyentuh angka 210 miliar hingga USD 360 miliar [1].

Inspirasi dari dunia bisnis untuk membuat dan mengoperasikan bisnisnya secara digital juga kerap diterapkan di sektor pendidikan. Transformasi digital ini membuka peluang untuk menciptakan ekosistem pendidikan yang dapat lebih menjangkau lapisan masyarakat tanpa terbatas ruang dan waktu. Salah satu inovasi bisnis pada sektor pendidikan yang muncul dari berkembangnya teknologi ini adalah platform *e-learning*. Platform *e-learning* ini kerap menjadi salah satu opsi model bisnis untuk menjawab tantangan kebutuhan belajar di era modern dimana aksesibilitas dan mobilitas menjadi prioritas utama.

Seiring dengan berkembangnya ekosistem *e-learning* di Indonesia, berbagai platform digital terus beradaptasi untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan pertumbuhan pengguna. Salah satu contoh platform *e-learning* di Indonesia yang menghadapi tantangan dalam pertumbuhan pengguna adalah SkillUp.id. SkillUp.id mendapatkan tantangan dimana sejak di operasikannya bisnis, perkembangan *traffic* website atau pengunjung website SkillUp.id kurang stabil, dapat dilihat pada gambar 1.1 berupa statistik pengunjung yang dikirim oleh CEO SkillUp.id dimana pengunjung selama 1 bulan terakhir terdapat 3,1 ribu dengan statistik yang naik lalu terus menurun yang mana ini akan berpengaruh pada *revenue* yang dapat diperoleh oleh SkillUp.id kedepannya karena *revenue* terbesar dari SkillUp.id berada pada platform websitenya.



Gambar 1. Traffic Website SkillUp 2024
Sumber: SkillUp.id (2024)

Jika dibandingkan dengan pesaingnya yaitu buildwithangga dapat dilihat perbedaan yang cukup signifikan dimana *traffic* organik/bulannya berada diangka 28.061/bulan karena buildwithangga.com sudah beroperasi sejak Oktober 2019 dan namanya sudah cukup dikenal oleh masyarakat luas sebagai salah satu platform pendidikan daring di Indonesia. Meski demikian, kita perlu fokus pada kestabilan *traffic* website yang dimiliki oleh buildwithangga seperti yang dapat dilihat dibawah.



Gambar 2. Traffic Website BuildWithAngga 2025
Sumber: Semrush.com –Buildwithangga.com (2025)

Ada kemungkinan *traffic* website SkillUp.id yang tidak stabil ini disebabkan pada berbagai permasalahan dalam bisnisnya, seperti yang terdapat pada penelitian [2], mereka menjelaskan bahwa aktivitas pemasaran dan strategi yang kurang baik dapat menjadi penyebab permasalahan. Sehingga diperlukan rekomendasi untuk memperbaiki dan mengembangkan proses bisnis yang didasarkan pada hasil analisis *business model canvas* yang dipadukan dengan *SWOT Analysis*.

Karena penelitian ini di tujuan untuk memberi rekomendasi dalam optimalisasi pengembangan bisnis SkillUp.id maka pemilihan *Business Model Canvas* adalah hal yang tepat karena *Business Model Canvas* mendapatkan gambaran yang akurat mengenai proses bisnis pada Platform SkillUp.id saat ini. Pada penelitian ini, *Business Model Canvas* digunakan untuk menggambarkan model bisnis dari SkillUp.id dengan tujuan mendapatkan informasi dan permasalahan, pertanyaan-pertanyaan untuk pengambilan data dan informasi kedepannya akan dibuat berdasarkan 9 blok yang ada di *Business Model Canvas*. Sedangkan analisis SWOT dengan *TOWS Matrix* yang dibuat berdasarkan *Business Model Canvas* akan di terapkan untuk memilih rekomendasi strategi untuk optimalisasi pengembangan bisnis, seperti yang terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh [3] Penerapan analisis SWOT pada 9 blok BMC di gunakan untuk mengidentifikasi faktor internal (S, W) dan eksternal (O, T). Selanjutnya dengan matriks SWOT dilakukan proses pencocokan antara faktor internal dan eksternal, sehingga menghasilkan strategi SO, ST, WO, dan WT. Strategi hasil framework SWOT tersebut kemudian di buat lebih ringkas ke dalam tabel *Strategic Plan*. Selanjutnya hasil dari strategi yang terdapat pad tabel *Strategic Plan* akan diintegrasikan ke dalam model bisnis sehingga menghasilkan BMC baru yang akan menjadi model acuan bagi unit bisnis untuk mewujudkannya dengan harapan akan dapat mengoptimalkan *traffic* website yang tidak stabil, meningkatkan *revenue* dari SkillUp.id dan mengoptimalkan perkembangan bisnis SkillUp.id kedepannya.

II. KAJIAN TEORI

A. Information Communication Technology (ICT)

Teknologi Informasi dan Komunikasi atau disingkat TIK adalah sebuah istilah umum yang lebih luas yang mencakup berbagai jenis teknologi, baik perangkat keras maupun teknologi perangkat lunak yang terkait dengan sistem komunikasi, teknik, media transmisi, program perangkat lunak, protokol, sensor, dan standar [4]. Pada penelitian [5] juga menjelaskan bahwa Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) mencakup berbagai alat yang dirancang untuk mempermudah komunikasi, pengolahan, pengiriman informasi, serta distribusi pengetahuan melalui sarana elektronik.

B. Model Bisnis

Model bisnis (BM) dapat di definisikan sebagai arsitektur tentang bagaimana suatu perusahaan menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan mekanisme yang digunakan oleh perusahaan tersebut untuk memperoleh bagian dari nilai yang diberikan oleh mereka. Komponen yang ada di dalam bisnis model juga selalu saling bergantung, terlepas dari bagaimana ketika kita memahami bisnis model tersebut sebagai komponen normatif, aktivitas, maupun pilihan. Ini berarti bahwa setiap perubahan tunggal yang dilakukan pada salah satu elemen BM, pada akhirnya menghasilkan perubahan pada elemen lainnya [6].

C. Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis mengacu pada kemampuan untuk membangun nilai-nilai yang unggul bagi organisasi melalui pembeli, pasar, dan hubungannya [7]. [8] menambahkan bahwa Pengembangan bisnis di definisikan sebagai proses atau aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan performa sebagai salah satu upaya pengembangan bisnis demi memastikan nilai bisnis yang diberikan pelaku bisnis dapat tersampaikan.

D. Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) sebagai alat grafis yang digunakan untuk menguraikan model bisnis suatu perusahaan. BMC memiliki sembilan komponen yang saling terkait dan terhubung pada berbagai tingkatan. BMC juga berfungsi sebagai gambaran singkat dari aktivitas perusahaan atau organisasi dalam menyampaikan proposisi nilai (produk, layanan, atau proposisi nilai lainnya) bagi pelanggan, mitra, dan pemangku kepentingan [9].

E. SWOT Analysis

Analisis SWOT dan TOWS adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi suatu bidang. Alat ini membantu mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan dengan memaksimalkan kekuatan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman [10]. [11] Menambahkan bahwa Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) merupakan alat yang berharga untuk perencanaan strategis. SWOT menganalisis kekuatan dan kelemahan internal organisasi serta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadirkan oleh konteks di mana organisasi tersebut didirikan. SWOT membahas dua kelas utama faktor: faktor internal, yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*); serta faktor eksternal, yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).

F. TOWS Matrix

Secara umum, [3] mendefinisikan bahwa *Tows Matrix* adalah Alat yang digunakan untuk menyusun faktor strategis perusahaan dan merumuskan strategi. Visualisasi matriks ini membantu menjelaskan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahannya.

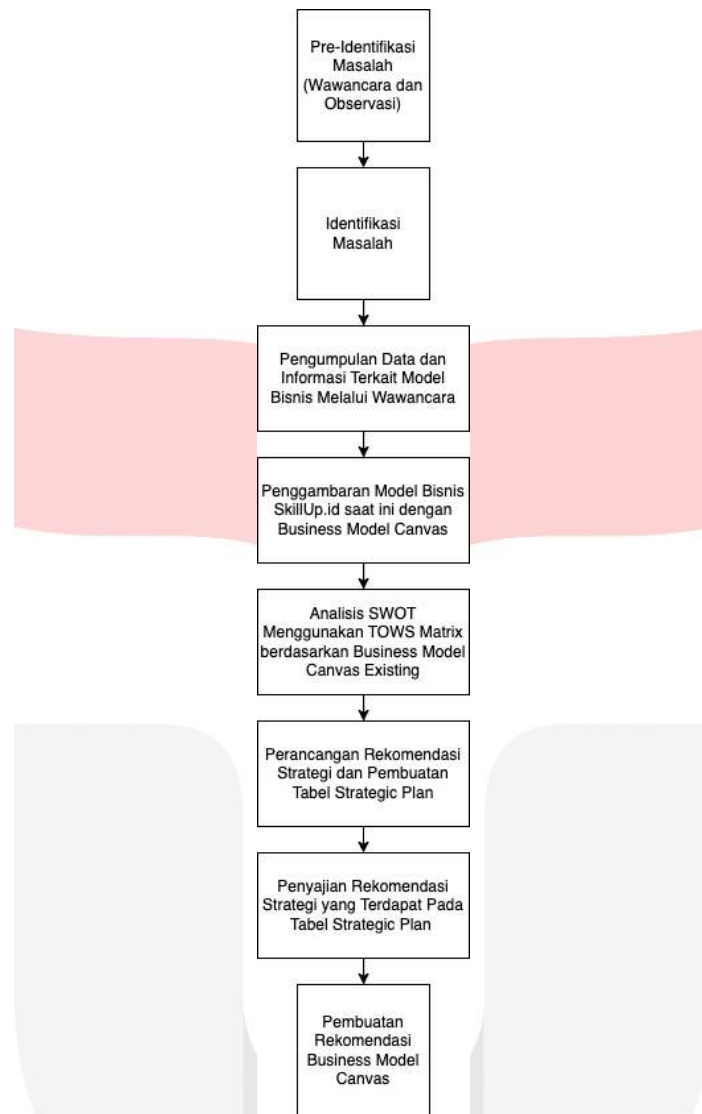
Matriks TOWS menghasilkan empat set kemungkinan strategi alternatif :

1. Strategi SO (*Strength–Opportunities*): dibuat berdasarkan pemikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan semua kekuatan untuk meraih dan memanfaatkan peluang sebanyak mungkin.
2. Strategi ST (*Strengths–Threats*): menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO (*Weaknesses–Opportunities*): diimplementasikan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (*Weaknesses–Threats*): berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan mencoba meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

G. Strategic Plan

Rencana strategis adalah strategi yang di hasilkan melalui pertimbangan dan pembelajaran yang cermat [12]. [13] juga menambahkan bahwa mengembangkan dan membuat rencana strategis merupakan langkah yang penting dalam pengelolaan dan perluasan suatu Lembaga atau perusahaan.

H. Kerangka Pemikiran



Gambar 3. Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan Peneliti (2025)

Peneliti melakukan wawancara dengan Founder dan CEO SkillUp.id dan menemukan adanya permasalahan dalam proses bisnis yang memengaruhi kinerja platform. Untuk memahami lebih dalam, peneliti mengumpulkan data dan informasi terkait model bisnis yang digunakan melalui pendekatan wawancara dan observasi langsung bersama stakeholder. Data tersebut kemudian dianalisis untuk menggambarkan model bisnis SkillUp.id secara akurat menggunakan Business Model Canvas, sebagai dasar dalam mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

Setelah memahami permasalahan yang ada, peneliti menggunakan analisis SWOT berdasarkan Business Model Canvas existing untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil dari analisis ini kemudian dikembangkan ke dalam TOWS Matrix untuk merumuskan strategi yang relevan dan aplikatif bagi SkillUp.id. Strategi tersebut diringkas dalam tabel Strategic Plan dan dilengkapi dengan rekomendasi Business Model Canvas sebagai panduan praktis untuk optimalisasi pengembangan bisnis SkillUp.id kedepannya.

III. METODOLOGI PENELITIAN

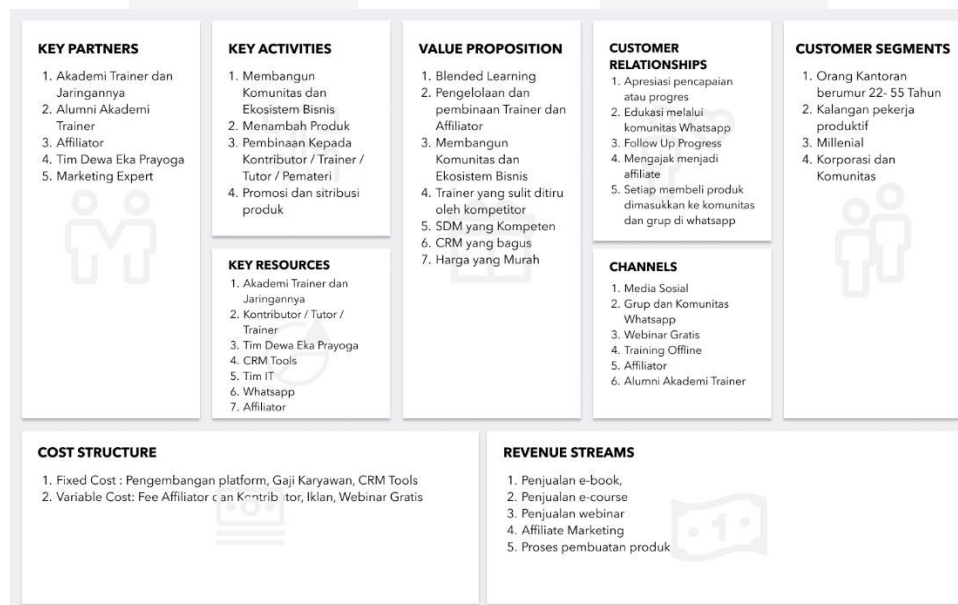
Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dimana peneliti melakukan penelitian dengan mendokumentasikan secara sistematis kondisi saat ini dari platform Skillup.id dalam segi kekurangan dan kelebihan untuk memberi rekomendasi yang optimal melalui penerapan Business Model Canvas dan SWOT Analysis. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Berdasarkan pendekatannya peneliti melakukan pendekatan deskriptif karena

Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif dimana data yang terkumpul terbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka [14]. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penyebab utama dari ketidakstabilan *traffic website* SkillUp.id, menganalisis dampaknya, mengevaluasi dan memberi rekomendasi perbaikan proses bisnis dengan menggunakan BMC dan TOWS *Matrix*, untuk mendukung optimalisasi pengembangan bisnis, serta menyajikan rekomendasi strategi dalam bentuk tabel *Strategic Plan* untuk diintegrasikan kedalam rekomendasi *Business Model Canvas*. Berdasarkan tahapan penelitian, penelitian ini diawali dengan identifikasi dan perumusan masalah melalui wawancara dan observasi bersama Founder SkillUp.id, diikuti dengan penentuan tujuan, tinjauan pustaka, dan penyusunan kerangka pemikiran serta metode penelitian. Data dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi, lalu dianalisis untuk menggambarkan model bisnis SkillUp.id dalam *Business Model Canvas*. Selanjutnya, peneliti melakukan analisis SWOT menggunakan TOWS *Matrix* untuk menghasilkan strategi alternatif, yang kemudian diringkas dalam tabel *Strategic Plan* dan diintegrasikan ke dalam rekomendasi *Business Model Canvas*. Kemudian penelitian ditutup dengan penyusunan kesimpulan dan saran. Sedangkan Teknik *sampling* yang akan digunakan pada penelitian ini adalah Teknik *purposive sampling* karena peneliti membutuhkan data berupa hasil wawancara dari narasumber yang terkait dengan proses dan aktivitas bisnis SkillUp.id seperti; 4 narasumber dari pihak internal SkillUp.id (Founder, CEO, Bagian IT dan Bagian Marketing) dan 5 narasumber pihak eksternal SkillUp.id yang mencakup (1 orang mitra, 2 orang pelanggan, 1 orang pelanggan kompetitor dan 1 orang calon pelanggan). [14] Menjelaskan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, pertimbangan tersebut berhubungan dengan informasi yang diperlukan oleh peneliti, khususnya terkait dengan proses dan aktivitas bisnis SkillUp.id. Untuk pengambilan data dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Data primer di peroleh melalui wawancara dengan narasumber yaitu Founder, CEO, Tim IT, Tim Marketing, Mitra, Pelanggan, Pelanggan kompetitor dan Calon pelanggan. Sedangkan untuk data sekunder, diperoleh dari file dokumentasi data dari narasumber, artikel media massa online terakreditasi, penelitian terdahulu dan buku yang relevan dengan topik penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Business Model Canvas Existing*

SkillUp.id memiliki Business Model Canvas (BMC) yang terdiri dari beberapa blok yang meliputi: 1) *Customer Segments*, 2) *Value Proposition*, 3) *Channels*, 4) *Customer Relationship*, 5) *Revenue Stream*, 6) *Key Resources*, 7) *Key Activities*, 8) *Key Partners*, dan 9) *Cost Structure*. Business Model Canvas yang saat ini dijalankan oleh SkillUp.id berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti adalah sebagai berikut:



Gambar 4. *Business Model Canvas Existing* SkillUp.id
Sumber: Olahan Peneliti (2025)

B. Analisis SWOT

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) pada 9 blok BMC yang di gunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh SkillUp.id dalam menjalankan operasional bisnisnya. Melalui hasil wawancara dan observasi yang dilakukan

oleh peneliti, diperoleh sejumlah informasi yang menggambarkan kondisi lingkungan bisnis yang dihadapi oleh SkillUp.id, baik dari sisi internal (kekuatan dan kelemahan) maupun eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT terhadap SkillUp.id didefinisikan sebagai berikut:

- Kekuatan (*Strength*):** Membangun Komunitas dan Ekosistem Bisnis, SDM yang berkualitas, Pengelolaan pada *trainer*, CRM yang bagus, Mulai dikenal di kalangan target audiensnya.
- Kelemahan (*Weakness*):** *Traffic* Website pada platform rendah, Pengalaman pengguna dalam platform, Tampilan yang kaku dan belum menyesuaikan dengan Pengguna, Belum dilakukannya SEO & *Engagement Tools*, Perusahaan masih belum stabil.
- Peluang (*Opportunity*):** Perusahaan (Korporasi) mulai menyadari pentingnya *Blended Learning*, Segmen korporasi dan komunitas yang belum tersentuh secara optimal, Automatisasi AI, Penggunaan SEO.
- Ancaman (*Threats*):** Sebagian masyarakat belum terbiasa belajar online, Persaingan yang tinggi dengan kompetitor dan platform *e-learning* lain, Keluhan dalam UI/UX dan Fitur, Tidak adanya personalisasi pengguna

1. TOWS Matrix

Tabel 1 Analisis SWOT dan TOWS Matrix SkillUp.id

EXTERNAL INTERNAL	OPPORTUNITY	THREATS
	1. Perusahaan (Korporasi) mulai menyadari pentingnya Blended Learning 2. Segmen korporasi dan komunitas yang belum tersentuh secara optimal 3. Automatisasi AI 4. Penggunaan SEO	1. Sebagian masyarakat belum terbiasa belajar online 2. Persaingan yang tinggi dengan kompetitor dan platform e-learning lain 3. Keluhan dalam UI/UX dan Fitur 4. Tidak adanya personalisasi pengguna
STRENGTH	S-O STRATEGY	S-T STRATEGY
1. Membangun Komunitas dan Ekosistem Bisnis 2. SDM yang berkualitas 3. Pengelolaan pada talent 4. CRM yang bagus 5. Mulai dikenal di kalangan target audiensnya	1. Manfaatkan komunitas dan Ekosistem bisnis yang sudah terbentuk untuk menjangkau segmen korporasi dan komunitas yang belum optimal (S1, O2) 2. Memanfaatkan AI untuk mengembangkan CRM sehingga CRM lebih optimal (S4, O3) 3. Menggunakan SDM yang berkualitas untuk menerapkan marketing menggunakan SEO agar dapat menjangkau awareness kepada perusahaan yang menyadari blended learning (S2, O4, O1) 4. Mengoptimalkan SDM dan CRM untuk membangun hubungan dengan perusahaan yang menyadari pentingnya blended learning (S2-S3, O1)	1. Manfaatkan Komunitas dan Ekosistem Bisnis, SDM berkualitas dan brand awareness yang telah dibangun untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap pembelajaran online (S1, S2, S5, T1) 2. Manfaatkan CRM yang dimiliki untuk mengembangkan platform dan mendukung serta menjelaskan kepada pelanggan terkait pengembangan dan penanggungan yang dilakukan (S2, S4, T3, T4)
WEAKNESS	W-O STRATEGY	W-T STRATEGY
1. Traffic website pada platform rendah 2. Pengalaman Pengguna dalam Platform 3. Tampilan yang kaku dan belum menyesuaikan dengan Pengguna 4. Belum dilakukannya SEO & Engagement Tools 5. Perusahaan masih belum stabil	1. Gunakan teknologi AI untuk menciptakan personalisasi pengguna a dan membuat fitur chat AI dalam platform untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan meningkatkan retensi di platform (W1-W2, O3) 2. Kembangkan marketing dan fitur berbasis SEO, engagement tools untuk menarik segmen komunitas dan korporasi baru secara lebih efektif, mengimbangi ketidakstabilan perusahaan (W4, O2, O4) 3. Meningkatkan UI/UX dengan menyesuaikan tampilan platform agar lebih fleksibel dan menarik, serta mendukung model Blended Learning (W2, W3, O1)	1. Lakukan pengembangan UI/UX dan menambah fitur untuk merespons keluhan pengguna, mengatasi retensi platform yang rendah, personalisasi pengguna dan bersaing dengan platform lain. (W1-W3, T2-T4) 2. Luncurkan program onboarding atau tutorial untuk pengguna baru yang belum terbiasa dengan pembelajaran online (W2, T1) 3. Bangun stabilitas internal perusahaan dengan menyusun roadmap pengembangan produk dan operasional jangka pendek untuk menghadapi tekanan dari kompetitor. (W4, T2)

Sumber: Olahan Peneliti (2025)

2. Strategic Plan

Untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan dan optimalisasi bisnis, peneliti merumuskan strategi yang tertera pada tabel TOWS matrix untuk memvisualisasikan dengan jelas bagaimana strategi yang akan dilakukan dengan memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan. Melalui pendekatan tersebut, dihasilkan empat jenis strategi utama, yaitu S-O (*Strength–Opportunity*), S-T (*Strength–Threat*), W-O (*Weakness–Opportunity*), dan W-T (*Weakness–Threat*) yang disesuaikan dengan kondisi perusahaan saat ini. Berikut beberapa strategi yang sudah di sederhanakan dan di gabungan berdasarkan pada Tabel dibawah.

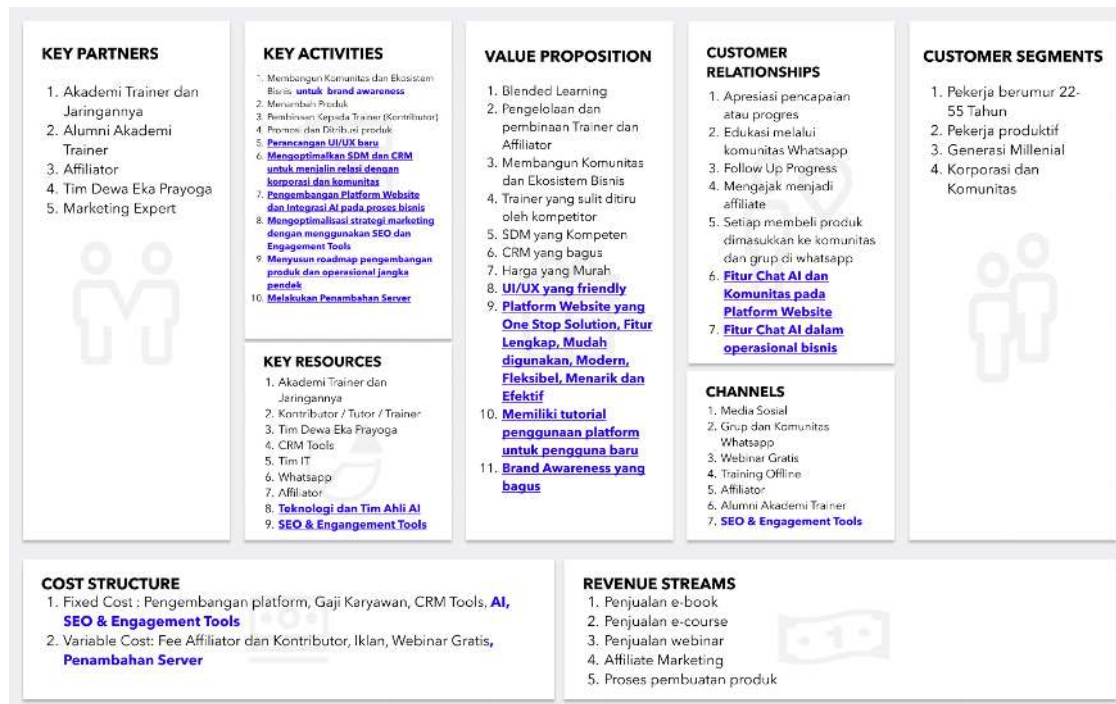
Tabel 2 Strategic Plan

No.	Strategi/Sasaran Strategis	Gabungan Dari / Letak Pada TOWS Matrix
1.	Manfaatkan Komunitas dan Ekosistem Bisnis, SDM berkualitas dan brand awareness yang telah dibangun untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap pembelajaran online.	S-O 1 & S-T 1
2.	Mengoptimalkan SDM dan CRM untuk membangun hubungan dengan perusahaan yang menyadari pentingnya blended learning.	S-O 4
3.	Manfaatkan CRM yang dimiliki untuk mengembangkan platform dan mengudaksi serta menjelaskan kepada pelanggan terkait pengembangan dan penanggulangan yang dilakukan.	S-T 2
4.	Memanfaatkan teknologi AI untuk mengembangkan sistem CRM yang lebih optimal, dengan menciptakan personalisasi pengguna dan fitur chat AI dalam platform guna meningkatkan pengalaman pengguna, traffic website dan keterlibatan pengguna di platform.	S-O 2 & W-O 1
5.	Gunakan SDM yang berkualitas untuk mengoptimalkan strategi marketing dan fitur berbasis SEO serta engagement tools, guna meningkatkan awareness perusahaan yang menyadari pentingnya blended learning, sekaligus menarik segmen komunitas dan korporasi baru secara lebih efektif dalam membuat <i>competitive advantage</i> .	S-O 3 & W-O 2
6.	Lakukan pengembangan dan peningkatan UI/UX dengan menyesuaikan tampilan platform agar lebih fleksibel, menarik, serta mendukung model Blended Learning. Pengembangan ini juga harus mencakup penambahan fitur yang akan merespons keinginan dan keluhan pengguna, mengatasi traffic website yang tidak mencapai target, mendukung personalisasi pengalaman pengguna, dan meningkatkan daya saing dengan platform lain.	W-O 3 & W-T 1
7.	Luncurkan program onboarding atau tutorial untuk pengguna baru yang belum terbiasa dengan pembelajaran online.	W-T 2
8.	Bangun <i>competitive advantage</i> perusahaan dengan menyusun roadmap pengembangan produk dan operasional jangka pendek untuk menghadapi tekanan dari kompetitor.	W-T 3

Sumber: Olahan Peneliti (2025)

Keseluruhan strategi yang terdapat pada tabel *strategic plan* ini adalah rekomendasi strategi yang di dapat dengan tujuan agar SkillUp.id dapat mengoptimalisasikan pengembangan bisnisnya, mengatasi permasalahan *traffic website* platform yang tidak mencapai target dan meningkatkan *revenue* perusahaan.

C. Rekomendasi *Business Model Canvas* SkillUp.id



Gambar 5. Rancangan Rekomendasi *Business Model Canvas* SkillUp.id
Sumber: Olahan Peneliti (2025)

Pada Gambar 5 terdapat rancangan rekomendasi model bisnis SkillUp.id. Terdapat beberapa tambahan rekomendasi pada beberapa blok *Business Model Canvas*. Berikut tambahan yang terdapat pada *Business Model Canvas* yang baru:

- Value Proposition*: UI/UX yang *Friendly*, Platform Website yang *One Stop Solution*, Fitur Lengkap, Mudah digunakan, Modern, Fleksibel, Menarik dan Efektif, Memiliki tutorial penggunaan platform untuk pengguna baru, *Brand Awareness* yang bagus.
- Channels*: **SEO & Engagement Tools**.
- Customer Relationship*: Fitur chat AI dan komunitas pada platform website, Fitur chat AI dalam operasional bisnis.
- Key Activities*: Memanfaatkan Komunitas dan Ekosistem Bisnis untuk *Brand Awareness*, Pengembangan UI/UX baru, Mengoptimalkan SDM dan CRM untuk menjalin relasi dengan korporasi dan komunitas, Pengembangan platform website dan Integrasi AI pada proses bisnis, Mengoptimalkan strategi *marketing* dengan menggunakan SEO dan *Engagement Tools*. Menyusun *roadmap* pengembangan produk dan operasional jangka pendek, Melakukan penambahan *server*.
- Key Resources*: Teknologi dan Tim Ahli AI, **SEO & Engagement Tools**.
- Cost Structure*: AI (*Fixed Cost*), **SEO & Engagement Tools** (*Fixed Cost*), Penambahan Server (*Variable Cost*).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data pada penelitian “Optimalisasi Pengembangan Bisnis SkillUp.id Melalui Penerapan Business Model Canvas dan SWOT Analysis” yang di peroleh melalui wawancara, observasi serta file dokumentasi dari berbagai stakeholder SkillUp.id, peneliti dapat menarik kesimpulan, yaitu pada penggambaran model bisnis SkillUp.id berdasarkan *Business Model Canvas*, SkillUp.id sudah memenuhi Sembilan blok yang ada pada BMC seperti yang ada pada data dan informasi yang di dapat dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan *Stakeholder* dari SkillUp.id. Selanjutnya Ketika peneliti melakukan pengumpulan data dan analisis terkait traffic website yang tidak stabil melalui wawancara dengan narasumber internal dan external SkillUp.id, ditemukan adanya beberapa penyebab utama ketidakstabilan traffic website pada platform SkillUp.id ini, diantaranya Sebagian masyarakat belum terbiasa belajar online, Terdapat masalah dan harapan pada UI/UX nya, Minimnya fitur dalam platform, Belum di lakukannya SEO, Perusahaan masih belum running well.

Dampak dari tidak stabilnya traffic website ini berdampak pada revenue yang di dapat oleh SkillUp.id karena sumber pendapatan Skillup.id hampir seluruhnya berasal dari penjualan produk di dalam website jika dilihat pada blok Revenue Stream Business Model Canvas. Selain itu terdapat juga dampak lain seperti belum tercapainya segmentasi yang di harapkan, yaitu Korporasi dan Komunitas. Ada juga dampak dari pengeluaran biaya untuk ads yang tinggi namun konversi belum maksimal dan potensi pengguna rendah yang mana ini akan berdampak juga pada

perkembangan dan revenue perusahaan kedepannya. Setelah dilakukan analisis SWOT dan TOWS *Matrix* dilakukan, di dapatkan rekomendasi pada enam blok dari Business Model Canvas yaitu *Key Activities*, *Key Resources*, *Value Proposition*, *Customer Relationship* dan *Cost Structure*. Sedangkan untuk rekomendasi strategi, terdapat 8 strategi pada tabel *Strategic Plan* yang dapat diimplementasikan oleh SkillUp.id dalam megoptimisasikan pengembangan bisnisnya.

B. Saran

Penelitian ini menggunakan SkillUp.id sebagai objek penelitian. Selain itu penelitian ini juga menggunakan metode Business Model Canvas untuk menggambarkan model bisnis saat ini dan menggunakan analisis SWOT menggunakan TOWS *Matrix* untuk menghasilkan strategi alternatif, serta tabel *Strategic Plan* untuk menyajikan rekomendasi berbagai strategi yang telah di dapat dan di gabungkan dengan tujuan agar SkillUp.id dapat mengoptimisasikan pengembangan bisnisnya, mengatasi permasalahan traffic website platform yang tidak mencapai target dan meningkatkan revenue perusahaan.

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan objek yang berbeda, fokus penelitian dengan metode yang berbeda ataupun dengan menghasilkan penambahan pada blok Rekomendasi BMC yang berbeda sehingga penelitian memiliki ciri khas tersendiri di banding penelitian sebelumnya. Selain itu diharapkan juga agar mencoba dan mempraktikkan penggunaan Business Model Canvas maupun SWOT Analysis pada kasus dan bidang lainnya.

REFERENSI

- [1] INDEF, "PERAN PLATFORM DIGITAL TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA," 2024.
- [2] A. Ray, P. K. Bala, S. Chakraborty, and S. A. Dasgupta, "Exploring the impact of different factors on brand equity and intention to take up online courses from e-Learning platforms," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 59, Mar. 2021, doi: 10.1016/j.jretconser.2020.102351.
- [3] R. D. Pasaribu, D. Shalsabila, and T. Djatmiko, "Revamping business strategy using Business Model Canvas (BMC), SWOT analysis, and TOWS matrix," *Heritage and Sustainable Development*, vol. 5, no. 1, pp. 1–18, Jun. 2023, doi: 10.37868/hsd.v5i1.125.
- [4] K. Thakur, A.-S. K. Pathan, and S. Ismat, "Emerging ICT Technologies and Cybersecurity From AI and ML to Other Futuristic Technologies," Cham, 2023.
- [5] V. L. Väidean and M. V. Achim, "When more is less: Do information and communication technologies (ICTs) improve health outcomes? An empirical investigation in a non-linear framework," *Socioecon Plann Sci*, vol. 80, Mar. 2022, doi: 10.1016/j.seps.2021.101218.
- [6] L. Bourgeois, J. Van Meensel, F. Marchand, and S. Van Passel, "Which factors influence a business model change due to a change in feed composition and how can they be studied? – A case study on the applicability of a theoretical guide to study business model change in agriculture," *J Agric Food Res*, vol. 19, Mar. 2025, doi: 10.1016/j.jafr.2024.101572.
- [7] J. A. Abane, R. Adamtey, and R. Kpeglo, "The impact of social capital on business development in Ghana: Experiences of local-level businesses in the Kumasi Metropolitan Area," *Social Sciences and Humanities Open*, vol. 9, Jan. 2024, doi: 10.1016/j.ssaho.2023.100775.
- [8] A. Amang, Mulyani, and A. P. Utama, "STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS," 2023.
- [9] Y. Kittichotsatsawat, E. Rauch, and K. Y. Tippayawong, "Designing sustainability measurement of a Thai coffee supply chain using axiomatic design and business model canvas," *Results in Engineering*, vol. 24, Dec. 2024, doi: 10.1016/j.rineng.2024.103443.
- [10] A. Chopra, S. Shastry, G. Mohan, C. Deepika, and V. Rajendran, "A Comprehensive SWOT and TOWS analysis of transfusion medicine: Indian Perspective," *Transfusion and Apheresis Science*, vol. 64, no. 1, Feb. 2025, doi: 10.1016/j.transci.2024.104061.
- [11] G. Pagot and N. Andrighetto, "Fuel for collective action: A SWOT analysis to identify social barriers and drivers for a local woody biomass supply chain in an Italian alpine valley," *Heliyon*, vol. 10, no. 19, Oct. 2024, doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e38170.
- [12] M. E. Ejigu and T. A. Desalegn, "How does strategic planning influence the performance of financial institutions? An empirical study of Ethiopia," *IIMB Management Review*, vol. 35, no. 1, pp. 26–39, Mar. 2023, doi: 10.1016/j.iimb.2023.03.003.
- [13] D. Dalelo, M. Amare, and G. Chinasho, "Strategic plan formulation process in the secondary schools of sodo town administration, Wolaita Zone, Ethiopia," *Social Sciences and Humanities Open*, vol. 11, Jan. 2025, doi: 10.1016/j.ssaho.2025.101315.
- [14] Sugiyono, "METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF & RnD," Bandung, Nov. 2013