

**ANALISIS MODEL BISNIS PADA BISNIS *START-UP WEB HOSTING* DI KOTA BANDUNG  
MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (Studi Kasus Pada *Qwords.com*)**

***ANALYSIS OF BUSINESS MODEL ON BUSINESS START-UP WEB HOSTING IN  
BANDUNG CITY USING BUSINESS MODEL CANVAS (Case Study On Qwords.com)***

<sup>1)</sup>Aulia Alma Utami, <sup>2)</sup>Trisha Gilang Saraswati

<sup>1,2)</sup>Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>1)</sup>[auliaalmautami@gmail.com](mailto:auliaalmautami@gmail.com), <sup>2)</sup>[trishasaraswati@telkomuniversity.ac.id](mailto:trishasaraswati@telkomuniversity.ac.id)

**Abstrak**

Indonesia perlahan mulai menuju ekosistem digital di Asia Tenggara, dengan pertumbuhan bisnis *E-Commerce* yang terus meningkat. Tak dapat dipungkiri perkembangan *start-up*, bisnis *web hosting* dan *domain* juga terus ikut mengalami perkembangan. *Qwords.com* merupakan salah satu *start-up* yang bergerak dibidang penyedia jasa *web hosting* dan *domain*. Data perkembangan *Qwords.com* pernah mengalami peningkatan jumlah *domain* saat awal mereka berdiri hingga awal tahun 2017, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2018. Berdasarkan potensi tersebut kita bisa menarik kesimpulan bahwa bisnis penyedia jasa *web hosting* dan *domain* merupakan usaha yang menjanjikan dan memungkinkan adanya pesaing baru dalam kegiatan bisnis ini.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pemetaan pada model bisnis milik *Qwords.com* menggunakan Sembilan blok *Business Model Canvas* yang diharapkan mampu menyelesaikan masalah yang ada dan melakukan analisis SWOT terhadap model bisnisnya untuk melihat *strength*, *weakness*, *opportunity* dan *threats* yang dimiliki oleh bisnis *Qwords.com*.

Berdasarkan penelitian ini ditemukan bahwa *Qwords.com* telah memiliki model bisnis yang sesuai standar menurut teori Osterwalder & Pigneur dan perlu diadakan penambahan pada blok *customer relationship* dengan pemberian diskon kepada pelanggan jika membeli domain dengan jumlah enam atau lebih sekaligus, *customer segment* dengan penambahan fokus kepada UMKM, *channels* melakukan penambahan endorsement pada *Influencer*, *revenue stream* menambahkan layanan pembelian *domain*, pevelangan nama *domain*, dan pendaftaran bisnis, *key resources* menambahkan kerja sama secara spesifik dengan mitra bisnis dan memberikan pelatihan rutin sesuai keahlian divisi masing-masing pegawai, *key partnership* perlu ditambahkan adanya kerja sama dengan Dinas Koperasi dan UMKM, *Key Activities* menambahkan penjagaan standar kualitas produk yang sudah ada, peningkatan kualitas *Uptime & Page Load Time* pada kecepatan akses milik pelanggan.

**Kata Kunci : Model Bisnis, Business Model Canvas, Analisis SWOT**

**Abstract**

Indonesia is slowly begin to get into the digital ecosystem at southeast asia, with with the enhancement growth of *E-commerce* business. The development of startups, web hosting service, and domain service are also increased. *Qwords.com* is one of the startup which runs web hosting and domain service. The data of *Qwords.com* since the company created until 2017 shows the increased amount of domain order and slowly reduced in 2018. From the data above, we can conclude that the business of web hosting and domain service providers is a promising undertaking and enables a new competitor in this business activity.

This research means to explain the bussiness model of *Qwords.com* based on theory of Bussines Model Canvas which is expected to solve the existing problems and perform SWOT analysis to it's business model to determine the Strength, Weakness, Oppurtunity, and Threats of *Qwords.com*.

Based on this research, *Qwords.com* is already have a suitable standard bussiness model according to Osterwalder and Pigneur theory and just need to give a discount to the customers who buy more than six domain at the same time, Customer Segment by focusing on UMKM, adding influencer endorsement for Channels sections, adding purchase service domain for Revenue Stream section, conducting auction domain name and organizing business registration. Key Resources, cooperate with other bussiness partners specifically and give training to the employes based on what they are capable of. Key Partnership, need to cooperate with Department of Cooperatives and Small-Medium Enterprises. Key Activities, add the protection to the standard of product quality, the development of Uptime quality & Page load time based on access speed of customers.

**Keywords : Business Model, Business Model Canvas, SWOT Analysis, Web Hosting**

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia perlahan mulai menuju ekosistem digital di Asia Tenggara, seiring dengan pertumbuhan bisnis *E-commerce* yang mencapai rata-rata 17% selama lima tahun terakhir (Bbc.com, 2018). Dilansir dari berita di Kompas.com dengan judul “2016, Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta” yang dimuat pada tanggal 24 Oktober 2016, mengatakan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. Survei yang dilakukan sepanjang tahun 2016 itu menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet.

TOP 20 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS - JUNE 30, 2017						
#	Country or Region	Population, 2017 Est.	Internet Users 30 June 2017	Internet Penetration	Growth (*) 2000 - 2017	Facebook 30 June 2017
1	China	1,388,232,693	738,539,792	53.2 %	3,182.4 %	1,800,000
2	India	1,342,512,706	462,124,989	34.4 %	9,142.5 %	241,000,000
3	United States	326,474,013	286,942,362	87.9 %	200.9 %	240,000,000
4	Brazil	211,243,220	139,111,185	65.9 %	2,682.2 %	139,000,000
5	Indonesia	263,510,146	132,700,000	50.4 %	6,535.0 %	126,000,000
6	Japan	126,045,211	118,453,595	94.0 %	151.6 %	26,000,000
7	Russia	143,375,006	109,552,842	76.4 %	3,434.0 %	12,000,000
8	Nigeria	191,835,936	91,598,757	47.7 %	45,699.4 %	16,000,000
9	Mexico	130,222,815	85,000,000	65.3 %	3,033.8 %	85,000,000
10	Bangladesh	164,827,718	73,347,000	44.5 %	73,247.0 %	21,000,000
11	Germany	80,636,124	72,290,285	89.6 %	201.2 %	31,000,000
12	Vietnam	95,414,640	64,000,000	67.1 %	31,900.0 %	64,000,000
13	United Kingdom	65,511,098	62,091,419	94.8 %	303.2 %	44,000,000
14	Philippines	103,796,832	57,607,242	55.5 %	2,780.4 %	69,000,000
15	Thailand	68,297,547	57,000,000	83.5 %	2,378.3 %	57,000,000
16	Iran	80,945,718	56,700,000	70.0 %	22,580.0 %	17,200,000
17	France	64,938,716	56,367,330	86.8 %	563.1 %	33,000,000
18	Turkey	80,417,526	56,000,000	69.6 %	2,700.0 %	56,000,000
19	Italy	59,797,978	51,836,798	86.7 %	292.7 %	30,000,000
20	Korea, South	50,704,971	47,013,649	92.7 %	146.9 %	17,000,000
TOP 20 Countries		5,038,740,614	2,818,277,245	55.9 %	944.1 %	1,326,000,000
Rest of the World		2,480,288,356	1,067,290,374	43.0 %	1,072.2 %	653,703,530
Total World Users		7,519,028,970	3,885,567,619	51.7 %	976.4 %	1,979,703,530

NOTES: (1) Top 20 Internet User Statistics were updated in June 30, 2017. (2) Growth percentage represents the increase in the number of Internet users between the years 2000 and 2017. (3) The most recent user information comes from data published by Facebook, International Telecommunications Union, official country telecom reports, and other trustworthy research sources. (4) Data from this site may be cited, giving the due credit and establishing a link back to [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com). Copyright © 2017, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Gambar 1.1 20 Negara Tertinggi Pengguna Internet Tahun 2017

Sumber : [Internetworldstats.com](http://Internetworldstats.com)

Seperti terlihat pada Gambar 1.1 menurut riset [internetworldstats.com](http://internetworldstats.com) tercatat bahwa Indonesia menempati posisi kelima sebagai negara dengan pengguna internet terbanyak seluruh dunia dan tentunya akan terus bertambah setiap tahunnya. Selain itu daya beli masyarakat terus mengalami peningkatan sejalan dengan meningkatnya pendapatan per kapita masyarakat Indonesia. Hal ini secara tidak langsung ikut memberi pengaruh pada perkembangan industri ekonomi digital

Berdasarkan data dari situs [start-upranking.com](http://start-upranking.com) (2018) mencatat bahwa Indonesia saat ini memiliki 1.538 *start-up* yang terdaftar secara legal. Jumlah tersebut menempatkan Indonesia sebagai negara ketiga yang memiliki bisnis *start-up* terbanyak di dunia, dimana posisi pertama adalah Amerika Serikat dan posisi kedua ditempati oleh India. Menariknya usaha rintisan berbasis digital ini banyak dipelopori oleh para generasi muda yang memiliki semangat *sociopreneurship*, yakni bagaimana cara mereka untuk menyelesaikan masalah yang ada pada masyarakat melalui kecanggihan teknologi. Hal ini melahirkan optimisme akan masa depan industri ekonomi digital Indonesia.

Berbicara mengenai pertumbuhan *E-commerce*, perkembangan internet, peningkatan jumlah *start-up* dan canggihnya peralatan teknologi informasi, maka hal tersebut tidak dapat dipisahkan dengan *Web Hosting* dan *domain*. Pemilihan sebuah jasa *Web Hosting* dan jenis *domain* merupakan faktor awal yang perlu diperhatikan ketika ingin membangun sebuah jenis usaha yang berbasis aplikasi ataupun sebagai media penyimpanan informasi dalam sebuah perusahaan bisnis atau institusi yang menjadikan *website* sebagai media untuk memudahkan penggunanya mengakses sebuah informasi tanpa adanya batasan ruang dan waktu. *Web hosting* dan *domain* sendiri merupakan mata rantai dalam bisnis berbasis teknologi. Selama bisnis berbasis teknologi terus mengalami perkembangan maka *hosting* dan *domain* akan selalu dibutuhkan. Di Indonesia sendiri untuk bisnis layanan *hosting* dan *domain* memiliki potensi yang sangat luar biasa, karena jasa tersebut tidak hanya digunakan hanya pada perusahaan *E-commerce* saja, akan tetapi perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) maupun swasta, perguruan tinggi dan bahkan bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) yang sudah berbasis teknologi telah menggunakan layanan jasa *web hosting* dan *domain*. Bukan tidak mungkin jika kebutuhan untuk menyimpan informasi di *cloud* ataupun layanan *virtual server* lainnya akan sangat dibutuhkan oleh perorangan ataupun perusahaan kedepannya.

Qwords.com merupakan salah satu *start-up* yang bergerak dibidang penyedia jasa *web hosting* dan *domain*. Qwords.com adalah *brand* yang dikembangkan oleh PT Qwords Company International dengan *core business*-nya adalah penyedia jasa *web hosting* dan juga menyediakan layanan penyewaan space untuk meletakkan file *website* dan akses email anda di Internet, dan juga menyediakan layanan registrasi *Domain Name* atau alamat untuk mengakses *website* anda di internet.

Memiliki misi untuk memasyarakatkan *IT Business service* hingga ke level UKM, Qwords.com memiliki pengguna rata-rata adalah perusahaan e-dagang, perorangan, dan UKM, hal tersebut sejalan dengan misi yang diusung oleh Qwords.com. Namun, tak hanya itu Qwords.com juga memiliki pengguna dari segmen korporat, seperti perusahaan telekomunikasi, bank, dan pemerintah. Saat ini Qwords juga menjadi salah satu perusahaan yang ditunjuk oleh Kominfo untuk menyediakan *hosting* bagi program satu juta domain ID.

Berdasarkan data dari [webhosting.info](http://webhosting.info) (2018) Qwords.com terus mengalami peningkatan permintaan layanan *web hosting* dan *domain* saat awal mereka berdiri yang kemudian mulai mengalami fluktuasi sejak tahun 2017 hingga sekarang. Gambar 1.2 merupakan grafik total *domain* Qwords.com sejak awal berdiri hingga awal tahun 2018 :



**Gambar 1.2 Grafik Total Domain Qwords.com**

Sumber : [Webhosting.info](http://Webhosting.info)

Melihat data perkembangan jumlah *domain* milik Qwords.com yang pernah mengalami peningkatan jumlah *domain* sejak awal mereka berdiri hingga awal tahun 2017, dapat kita lihat adanya potensi yang baik untuk bisnis penyedia jasa *web hosting* dan *domain* di Indonesia. Berdasarkan potensi tersebut kita bisa menarik kesimpulan bahwa bisnis penyedia jasa *web hosting* dan *domain* merupakan usaha yang menjanjikan dan memungkinkan adanya pesaing baru dalam kegiatan bisnis ini. Hal tersebut memaksa untuk setiap perusahaan penyedia jasa *web hosting* dan *domain* yang telah ada harus mampu menyediakan strategi dan model bisnis yang tepat agar mampu mempertahankan pelanggan serta meningkatkan pangsa pasarnya. Agar setiap pelaku usaha tersebut dapat terus bersaing dengan kompetitornya maka diperlukan pengembangan model bisnis untuk melakukan inovasi yang sesuai dengan kondisi dan keadaan pasar saat ini.

Menyadari akan pentingnya model bisnis dalam sebuah perusahaan agar mampu meraih keunggulan yang kompetitif dan berhasil mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan para kompetitornya, maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS MODEL BISNIS PADA BISNIS START-UP WEB HOSTING DI KOTA BANDUNG MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS (Studi Kasus Pada Qwords.com)”** sehingga pihak perusahaan dapat menjadikannya sebagai bahan evaluasi terhadap model bisnis yang mereka miliki dan dijadikan sebagai landasan untuk perusahaan semakin berkembang dan lebih terarah dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Rangkuman Teori

#### 2.1.1 Bisnis

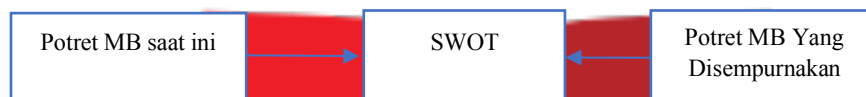
Terdapat dua pengertian pokok mengenai bisnis, pertama, bisnis merupakan kegiatan-kegiatan, dan kedua, bisnis merupakan sebuah perusahaan. Para ahli pun mendefinisikan bisnis dengan cara berbeda. Definisi Raymond E. Gos dalam bukunya *“Business Its Nature And Environment: An Introduction”*, dianggap memiliki cakupan yang paling luas, yakni : “Bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-rang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industry yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka”

### 2.1.2 Model Bisnis

Menurut Steve Blank, model bisnis adalah seluruh elemen dalam *start-up* yang dibutuhkan untuk menghasilkan uang. Menurut Nielsen dan Lund (2013:56-75) dalam Imran Maulana (2017:15-16) terdapat enam kerangka model bisnis yang salah satunya dapat diterapkan; (1) *Service-Profit Chain*, (2) *Strategic System Auditing*, (3) *Strategy Maps*, (4) *Intellectual Capital Statements*, (5) *Chesbrough's Framework For Open Business Models*, (6) *Business Model Canvas*

### 2.1.3 Model Bisnis Kanvas (*Business Model Canvas*)

*Business Model Canvas* (BMC) dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur adalah salah satu model bisnis baru yang dibuat untuk membantu perusahaan melihat lebih akurat bagaimana rupa usaha yang sedang atau akan jalani. Kesembilan blok tersebut disajikan dalam bentuk visual yang mencakup empat hal utama pada sebuah bisnis, yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan kelangsungan finansial (Osterwalder & Pigneur, 2012). *Business Model Canvas* (BMC) ini memiliki 9 (Sembilan) elemen yang saling berkaitan, yaitu : (1) *Customer Segment*, (2) *Value Proposition*, (3) *Channels*, (4) *Customer Relationship*, (5) *Revenue Stream*, (6) *Key Resources*, (7) *Key Activities*, (8) *Key Partnership*, (9) *Cost Structure*



**Gambar 2.2 Proses Pengembangan Model Bisnis**  
Sumber: PPM Manajemen (2012:44)

### 2.1.4 Analisis SWOT

Menurut Fredi Rangkuti (2014:18) Analisis *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threats* (SWOT) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Sejalan dengan hal tersebut Boone & Kurtz (2007:390) mengatakan suatu analisis SWOT adalah pendekatan terorganisasi dalam menilai kekuatan dan kelemahan internal sebuah perusahaan serta peluang dan ancaman eksternalnya. Premis dasar SWOT adalah bahwa suatu uji realitas internal dan eksternal yang kritikal hendaknya dapat mengarahkan manajer untuk memilih strategi yang tepat dalam mencapai tujuan organisasi mereka. Proses pengambilan keputusan selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan

### 2.1.5 Web Hosting

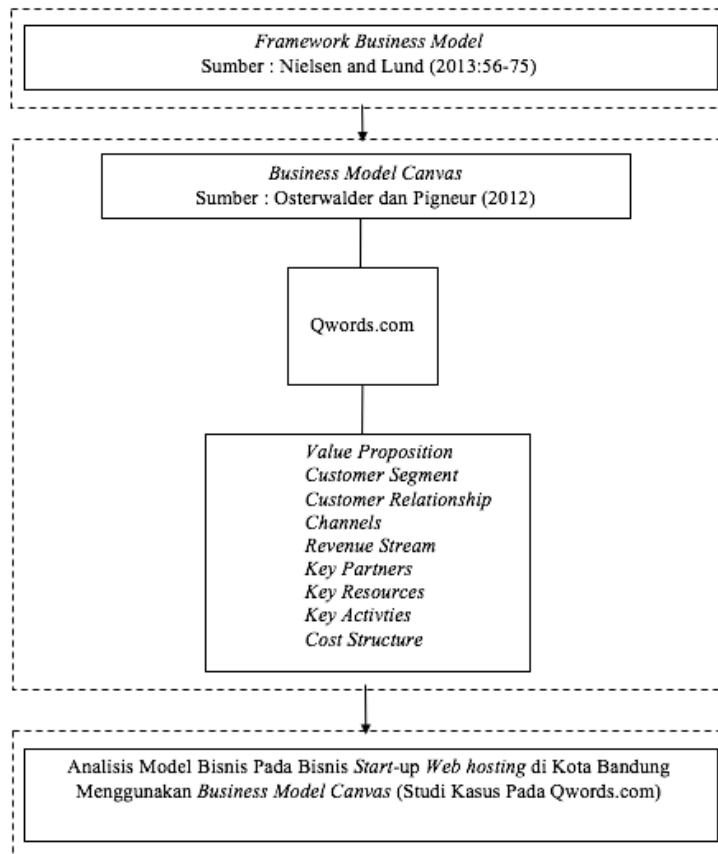
*Web hosting* salah satu syarat mutlak agar *website* bisa *online* dan dapat diakses internet dari seluruh dunia. Apabila *website* diibaratkan sebagai rumah, maka *web hosting* adalah lahan untuk membangun rumah tersebut. Secara fisik, *web hosting* berupa komputer dan perangkat-perangkatnya yang juga dapat berfungsi sebagai server internet.

### 2.1.6 Domain

*Domain* adalah identitas untuk mengakses sebuah *website*. Dalam Bahasa sehari-hari kita sering menyebut domain sebagai alamat *website*. Contoh domain : telkomuniversity.ac.id, google.com, Indonesia.travel, dan lain-lain

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini, dapat dilihat sebagai berikut:



**Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran**  
Sumber : Olahan Penulis

**3. METODE PENELITIAN**

**3.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian merupakan kerangka berpikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan perlakuan peneliti terhadap ilmu atau teori. Adapun karakteristik penelitian ini digambarkan pada Tabel 3.1 berikut ini :

TABEL 3.1  
KARAKTERISTIK PENELITIAN

No.	Karakteristik Penelitian	Jenis
1.	Berdasarkan Metode	Kualitatif
2.	Berdasarkan Tujuan	Deskriptif
3.	Berdasarkan Keterlibatan Peneliti	Tidak Mengintervensi Data
4.	Berdasarkan Waktu Pelaksanaan	Cross-Section (Potong Lintang)

Sumber : Buku Penelitian Kualitatif Dasar-dasar

**4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Analisis Pembahasan Rekomendasi Business Model Canvas untuk Qwords.com**

Berdasarkan hasil penelitian, hasil wawancara dan observasi yang telah peneliti lakukan dapat dilihat bahwa Qwords.com sudah menerapkan konsep model bisnis dalam usahanya dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Namun dalam pelaksanaannya sehari-hari diperlukan evaluasi pada beberapa aspek bisnisnya, berdasarkan hasil analisis SWOT dari model bisnis Qwords.com, berikut adalah analisis pembahasan berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan.

**1. Customer Segment (Segmen Pelanggan)**

Berdasarkan hasil dari wawancara yang telah dilakukan diketahui bahwa jenis Segmentasi Pelanggan dari Qwords.com adalah Pasar Massa (*Mass Market*) karena tidak membedakan jenis pelanggannya dan menganggap bahwa semua orang yang membutuhkan produk jasa yang ditawarkan merupakan pelanggan potensial bagi Qwords.com. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Osterwalder dan Pigneur (2012:21) yang menyatakan bahwa model bisnis yang berfokus pada

pasar massa tidak membedakan antara segmen-segmen pelanggan yang berbeda merupakan segmen pelanggan *Mass Market* (Pasar Massa), seperti yang telah dilakukan oleh Qwords.com. Pelanggan dari Qwords.com adalah Pribadi, pelaku bisnis UMKM, pengusaha, Bisnis *Start-up*, institusi dan pemerintah yang menjalankan kegiatan bisnis atau usahanya dengan internet. Namun dalam menawarkan produknya, Qwords.com melakukan Segmentasi (*Segmented*) dengan membedakan pelanggan setiap berdasarkan kebutuhan dan masalahnya masing-masing. Kemudian yang menjadi target utamanya adalah pelaku bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ingin mengembangkan bisnisnya dari sistem pemasaran dan penjualannya secara *offline* menjadi *online* baik itu melalui blog ataupun *website*.

Peneliti menyarankan agar Qwords.com melakukan penambahan fokus secara khusus pada salah satu *Customer Segment* nya. Adapun usulan penambahan fokus pada *Customer Segment* dari peneliti adalah UMKM karena berdasarkan pernyataan Menteri Koperasi dan UMKM, Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga melalui Liputan6.com (11/03/2017) mengatakan, saat ini jumlah pengusaha Indonesia 3,10 persen dari jumlah penduduk Indonesia 225 juta. Angka tersebut meningkat dari (tahun) sebelumnya 1,67 persen. Hal tersebut juga sejalan dengan program Pemerintah yang mendorong para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk berjualan secara *online*. Saat ini pelaku usaha yang sudah melakukan bisnis secara *online* mencapai 13,5% dari total 59,26 juta unit UMKM Indonesia. Melihat *trend* terjadinya peningkatan orang yang membuat usahanya sendiri dan adanya program pemerintah untuk mendorong para pelaku UMKM berbisnis secara *online* merupakan pelanggan potensial untuk Qwords.com.

## 2. Channels (Saluran)

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa Qwords.com memiliki saluran yang dibagi menjadi dua cara; secara *Online* dan *Offline*. *Channel online* yang digunakan Qwords.com untuk interaksinya dengan pelanggan ataupun untuk meningkatkan kesadaran pelanggan atas produknya adalah melalui *Website*, Twitter, Facebook, Google Ads, Instagram, Line@, Youtube, *Endorsement*, Brosur dan Portal Berita *online*.

*Channel Offline* yang digunakan Qwords.com demi menciptakan Proposisi Nilai kepada pelanggannya antara lain kantor yang tersedia pada empat kota besar di Indonesia yaitu Bandung, Surabaya, Jakarta, dan Yogyakarta, Qwords.com juga melakukan kunjungan langsung kepada calon pelanggannya melalui kerja sama dengan beberapa komunitas untuk mengedukasi masyarakat mengenai dunia IT sekaligus memperkenalkan *brand* mereka. Qwords.com juga sering mengikuti Pameran-pameran IT, menjadi *sponsorship* dalam seminar IT atau kegiatan lainnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan adanya bisnis Qwords.com.

Adapun rekomendasi dari peneliti untuk *Business Model Canvas* yang baru untuk Qwords.com yaitu memasukkan strategi *endorsement* kepada para blogger atau pemilik *website* yang memiliki reputasi baik dan memiliki sepak terjang yang terpercaya di dunia internet. Strategi pemasaran menggunakan influencer seperti blogger, selebgram, youtuber dinilai memberikan dampak yang baik di tahun 2018. Cara ini dianggap lebih ampuh karena kebanyakan konsumen jaman sekarang sudah kurang percaya dengan iklan (Exabyte, 2018).

## 3. Customer Relationship (Hubungan Pelanggan)

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari wawancara diketahui bahwa cara yang dilakukan Qwords.com dalam menjaga hubungan dengan pelanggan yaitu selalu mendengarkan keluhan pelanggan. *Handling complain*, lalu diusahakan agar pelanggan melakukan *repeat order* dan jika ada yang mau ganti ke provider lain ditawarkan produk dengan harga promo. Untuk *me-maintenance* dengan klien diadakan *gathering* untuk *big company*, saat Ramadhan ada kegiatan buka puasa bersama dan juga setiap kegiatan Qwords.com seperti saat ulang tahun, pelanggan Qwords.com lah yang pertama di undang untuk ke kegiatan tersebut. Media yang digunakan adalah *live chat* 24 jam via *website* & telfon. Melalui *live chat* ini pelanggan bisa melaporkan masalah apa yang terjadi pada mereka kemudian oleh tim *support system* akan langsung menyelesaikannya dengan cepat.

Untuk saat ini *feedback* yang diberikan kepada pelanggan yang sudah loyal akan dilakukan hubungan yang intens kepada para pelanggan dengan menanyakan apa ada masalah pada *website* pelanggan atau tidak, hal tersebut dilakukan dalam upaya terus menjaga hubungan yang sudah ada dengan pelanggan dan sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan.

Rekomendasi model bisnis tambahan dari peneliti yaitu memberikan penawaran diskon terhadap pelanggan yang melakukan pendaftaran 6 (enam) atau lebih Domain sekaligus.

## 4. Revenue Stream (Arus Pendapatan)

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari wawancara diketahui bahwa *Revenue stream* atau arus pendapatan Qwords.com didapatkan dari penjualan produk domain, biaya berlangganan *web hosting data center*, pembelian lisensi dan adanya reseller produk domain. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan Osterwalder & Pigneur (2012:30) mengemukakan bahwa Arus Pendapatan

menggambarkan uang tunai yang dihasilkan perusahaan dari masing-masing Segmen Pelanggan meliputi Penjualan Aset, Biaya Penggunaan, Biaya berlangganan, pinjaman, dan lain-lain. Untuk peningkatan pendapatan peneliti merekomendasikan untuk menambah lagi jenis produk yang ditawarkan :

- Layanan Pembelian Domain : produk ini menawarkan ke pelanggan jika mereka menginginkan suatu domain namun sudah digunakan oleh orang lain maka Qwords.com akan melakukan negosiasi agar bisa mendapatkan domain tersebut.
- Pelelangan Nama Domain : Domain seringkali memiliki nilai yang jauh melebihi harga saat awal registrasi. Domain yang telah kedaluwarsa akan otomatis masuk dalam lelang. Cukup buat penawaran, dan jika Anda satu-satunya yang menawar, domain akan menjadi milik Anda. Suatu domain akan memiliki nilai yang tinggi, tergantung pada seberapa baik peringkatnya di Google atau apakah domain tersebut mudah diingat, domain yang awalnya seharga beberapa dollar dapat bernilai lebih di tangan pembeli yang tepat. Itulah sebabnya pelelangan domain diselenggarakan; guna memberi kesempatan kepada pemilik domain untuk menjual namanya dan mendapat keuntungan, serta memberikan peluang bagi pembeli untuk memperoleh nama yang dapat meningkatkan nilai situs web mereka
- Pendaftaran Bisnis : produk ini berguna untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan visibilitas situs web yang dimiliki oleh pelanggan agar memiliki *traffic* tinggi. Manfaat dari *traffic* yang tinggi adalah mereka akan menjadi incaran peng-iklan, lebih gampang dimonetisasi dan menjadi magnet bagi blog lain.

##### 5. **Key Resources (Sumber Daya Utama)**

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa sumber daya utama dari Qwords.com adalah Sumber Daya Manusia yaitu pegawainya dan juga sumber daya berupa peralatan / sarana dan prasarana penunjang kegiatan operasional dan sumber daya keuangannya. Hal tersebut sesuai dengan teori Osterwalder dan Pigneur (2012:34) yang menyatakan bahwa beberapa contoh sumber daya utama adalah fisik, manusia, dan *financial*. Sumber daya manusia yaitu pegawai dan yang utama adalah *Customer Service* dimana mereka merupakan garda terdepan dikarenakan mereka yang berhubungan secara langsung dengan pelanggan dan juga pegawai pada bagian *developer* yang terus menjaga data center Qwords.com. Sumber daya yang dianggap penting juga adalah Internet, Kantor, alat data center milik Qwords.com secara pribadi.

Demi kemudahan akses untuk pelanggan yang ingin berkunjung langsung ke kantor, Qwords.com memiliki empat kantornya di kota besar yaitu Bandung, Jakarta, Surabaya dan Yogyakarta untuk mempermudah jangkauan pelanggannya. Adapun pada bagian Operasional Qwords.com khususnya pada bagian Sumber Daya Manusia mempekerjakan orang-orang yang sudah ahli pada bagiannya masing-masing sesuai dengan standar khusus yang dimiliki oleh Qwords.com.

Untuk bagian ini usulan *Key Resources* dari peneliti adalah memiliki kerjasama lebih spesifik dengan provider penyedia peralatan / sarana dengan kualitas terbaik untuk menunjang operasional berjalan secara baik dan Memberikan pelatihan rutin sesuai keahlian divisi masing-masing pegawai

##### 6. **Key Activities (Aktivitas Kunci)**

Aktivitas Kunci yang dimiliki Qwords.com diantaranya yaitu menawarkan produk-produk yang beragam dengan harga terjangkau dan kemudian terus mengembangkan kualitas produk dan juga pelayanan jasa yang diberikan. Aktivitas Qwords.com yang paling penting yaitu terus mengelola *domain hosting* dan server agar tidak terjadi masalah pada *website* atau domain milik pelanggan dan menjaga kerahasiaan data yang mereka miliki pada *data center*.

Adapun rekomendasi *Key Activities* dari peneliti adalah yaitu melakukan penjagaan standar kualitas dari produk-produk yang sudah ada. Walaupun Qwords.com menggunakan *tagline* harga terjangkau akan tetapi kualitas yang ditawarkan selalu terjaga stabilitasnya, begitu juga dalam kegiatannya mengelola *domain hosting* dan server agar tidak terjadi masalah. Melakukan peningkatan kualitas pada sisi Uptime atau jumlah rata-rata waktu *website* tetap *online* (tidak 'down' atau ketika pengunjung tidak dapat mengakses *website* yang biasanya disebabkan oleh masalah server) dan pada kualitas Page Load Time yaitu seberapa cepat (atau lambat) waktu dibutuhkan server hingga semua konten (Artikel, gambar, audio, dll.) termuat dengan sempurna, idealnya *website* tidak termuat lebih dari 2 detik (Penasihat Hosting.com, 2018).

##### 7. **Key Partnership (Kemitraan Utama)**

Berdasarkan hasil wawancara semua mitra bisnis yang berhubungan dengan Qwords.com dianggap penting karena menyangkut proses bisnisnya aktivitas bisnis dan juga sebagai bagian dari strategi *marketing* yang dimiliki Qwords.com. Mitra kunci yang dimiliki Qwords.com dalam menjalankan proses bisnisnya adalah Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI), *Reseller* domain, Asosiasi Cloud *Hosting* Indonesia, Relawan TIK, Penyedia Jaringan Internet dan alat-alat operasional. Adapun bentuk kerjasamanya yang dilakukan oleh Qwords.com kepada para mitra kuncinya

berkelanjutan demi berjalannya aktivitas bisnis dari Qwords.com sendiri. Mitra kunci yang dimiliki Qwords.com dalam menjalankan strategi pemasarannya juga dibantu oleh beberapa media *partner* seperti : Radio Hardrock, CBS Fm dan simamaung.com.

Adapun usulan mitra bisnis dari peneliti adalah menambah kerja sama secara khusus dengan pihak Dinas Koperasi dan UMKM sebagai jalan untuk pengenalan Qwords.com dengan UMKM yang ingin memulai bisnisnya secara *online*.

<p><b>Key Partnership</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI)</li> <li>- Reseller domain</li> <li>- Asosiasi Cloud Hosting Indonesia</li> <li>- Relawan TIK</li> <li>- Provider Internet</li> <li>- Penyedia alat-alat operasional</li> <li>- Media <i>Partner</i> untuk Marketing</li> </ul> <p>Hasil Evaluasi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerja sama dengan Dinas Koperasi dan UMKM</li> </ul>	<p><b>Key Activities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menawarkan produk-produk yang beragam</li> <li>- Mengembangkan kualitas produk dan pelayanan jasa</li> <li>- Menjaga data pelanggan</li> <li>- Mengelola <i>domain hosting</i> dan <i>server</i></li> </ul> <p>Hasil Evaluasi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penjagaan standar kualitas produk yang sudah ada</li> <li>- Peningkatan Kualitas pada <i>Uptime</i> menjadi 99,98% - 100% dan <i>Page Load Time</i> tidak lebih dari 2 detik.</li> </ul> <p><b>Key Resources</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumber daya <u>manusia</u> : Pegawai</li> <li>- Sumber daya <u>finansial</u> : Internet, Kantor, Alat-alat operasional</li> </ul> <p>Hasil Evaluasi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerjasama secara spesifik dengan Mitra Bisnis</li> <li>- Memberikan pelatihan rutin sesuai keahlian divisi masing-masing pegawai</li> </ul>	<p><b>Value Proposition</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengedukasi masyarakat mengenai dunia Internet terutama tentang <i>domain</i> dan <i>Web hosting</i>.</li> <li>- Jasa penyedia Domain dan <i>web hosting</i></li> <li>- Membantu pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis secara <i>online</i></li> <li>- Harga yang terjangkau dengan kualitas tinggi</li> <li>- Produk yang beragam</li> <li>- <i>Customer care (Live Chat)</i> 24 jam</li> </ul>	<p><b>Customer Relationship</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan kontak dengan pelanggan</li> <li>- <i>Live chat</i> 24 jam</li> <li>- Mengadakan gathering atau kegiatan dan mengundang para pelanggan</li> <li>- Mendengarkan keluhan pelanggan</li> </ul> <p>Hasil Evaluasi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diskon jika melakukan pembelian <i>Domain</i> dengan jumlah 6 (enam) atau lebih sekaligus</li> </ul> <p><b>Channels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Online</i> : Website, Twitter, Facebook, Google Ads, Instagram, Line@, Youtube, <i>Endorsement</i> , Radio, dan Portal Berita <i>Online</i></li> <li>- <i>Offline</i> : Kantor di Empat kota (Bandung, Surabaya, Jakarta dan Yogyakarta), Pameran IT, <i>Visit</i> Langsung dan <i>Sponsorship</i></li> </ul> <p>Hasil Evaluasi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Endorsement</i> kepada <i>Influencer</i></li> </ul>	<p><b>Customer Segment</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Semua Orang baik Masyarakat Indonesia maupun Luar Negeri.</li> <li>- Pribadi</li> <li>- Pelaku Bisnis UMKM yang ingin mengembangkan bisnisnya secara <i>online</i></li> <li>- <i>Bisnis Start-up</i></li> <li>- Institusi</li> <li>- Pemerintah</li> </ul> <p>Hasil Evaluasi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penambahan Fokus pada UMKM</li> </ul>
<p><b>Cost Structure</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya operasional, <i>Maintenance</i> alat-alat operasional, Sewa gedung</li> <li>- Gaji Pegawai, <i>Training</i> pegawai</li> <li>- Biaya Marketing</li> <li>- Mengembangkan produk-produk baru</li> <li>- Biaya kegiatan / <i>Event</i></li> <li>- Internet</li> <li>- Pembelian Lisensi</li> </ul>		<p><b>Revenue Stream</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Domain</i></li> <li>- <i>Cloud Hosting &amp; Server (Public Cloud Hosting, Cloud Public Virtual Server, Dedicated Bare Metal Server &amp; Colocation Server)</i></li> <li>- Reseller</li> <li>- <i>Email (Office 365, EC Collaboration suite, &amp; G suite)</i></li> <li>- <i>SSL &amp; Security</i></li> </ul> <p>Hasil Evaluasi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Layanan Pembelian <i>Domain</i></li> <li>- Pelelangan Nama <i>Domain</i></li> <li>- Pendaftaran <i>Bisnis</i> (Untuk menaikkan <i>traffic</i> pengunjung <i>Website</i>/situs Internet)</li> </ul>		

Gambar 4.5 Rekomendasi *Business Model Canvas* Qwords.com

Sumber : Olahan Penulis

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan evaluasi yang telah dilakukan melalui pembahasan yang ada dalam penelitian, serta telah mencapai dari tujuan penelitian yang diinginkan, maka dapat ditarik kesimpulan secara umum : bahwa Qwords.com telah memiliki model bisnis yang sudah memenuhi standar menurut teori Osterwalder & Pigneur, yang terdiri atas Sembilan blok *Business Model Canvas* yang saling memiliki keterkaitan, yaitu :

1. *Customer Segment*, model bisnis dengan jenis Pasar Massa (*mass market*) membuat Qwords.com tidak memiliki fokus utama sehingga peneliti memberikan rekomendasi untuk memberi fokus secara khusus kepada UMKM dan melaksanakannya secara maksimal.
2. *Value Proposition*, Qwords.com menetapkan untuk memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas terbaik sesuai dengan *tagline* mereka "*Reliable Fast Web Hosting With Reasonable Price*".
3. *Channels*, Qwords.com telah memiliki saluran yang baik untuk menyampaikan nilai yang dimiliki, baik itu secara *online* melalui media sosial dan secara *offline* melalui kantor yang terdapat pada empat kota besar di Indonesia.
4. *Customer Relationship*, Untuk saat ini Qwords.com memiliki berbagai cara untuk menjaga hubungannya dengan pelanggan salah satunya dengan menyediakan *live chat* yang siap 24 jam via *website* ataupun telfon.
5. *Revenue Stream*, pendapatan yang dimiliki Qwords.com berasal dari penjualan produk domain, biaya berlangganan *web hosting data center*, pembelian lisensi dan adanya *reseller* produk domain.
6. *Key Resources*, Sumber daya yang paling penting bagi Qwords.com adalah Pegawai, data *center* dan Internet.
7. *Key Activities*, aktivitas kunci dari Qwords.com adalah sebagai penyedia jasa *web hosting* dan *domain*, menjaga agar semuanya tetap aman dan terjaga rahasianya dan juga peningkatan pada kualitas *Uptime & Page Load Time* pada *website* pengguna *hosting* di Qwords.com.
8. *Key Partnership*, partner kunci dari Qwords.com adalah Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI), *Reseller* domain, Asosiasi *Cloud Hosting* Indonesia dan Relawan TIK.
9. *Cost Structure*, untuk biaya yang dikeluarkan oleh Qwords.com untuk menjalankan proses bisnisnya adalah Biaya operasional, pembelian lisensi, gaji pegawai, internet dan biaya kegiatan.



## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa saran dari peneliti kepada Perusahaan Qwords.com agar mampu meningkatkan penjualan, memaksimalkan peluang dan untuk mengantisipasi ancaman yang ada :

1. Melakukan peningkatan pada kualitas produknya yang sudah ada saat ini, melalui penjaminan uptime kunjungan *website* milik pelanggannya agar tidak kurang dari 99,00% dan *Page Load Time* juga tidak lebih dari 2 detik. Untuk menjaga kepercayaan pelanggan sesuai dengan *tagline* Qwords.com yaitu “*Reliable Fast Web Hosting With Reasonable Price*”.
2. Peneliti berharap bahwa Qwords.com menjadikan *Business Model Canvas* sebagai acuan dalam menjalankan proses bisnisnya, agar kedepannya dalam menjalankan kegiatannya lebih jelas dan terarah.
3. Qwords.com memberi fokus secara khusus kepada para pelaku bisnis UMKM yang ingin mengembangkan bisnisnya secara *online*, melihat saat ini sedang terjadi peningkatan jumlah UMKM di Indonesia.

### 5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Melanjutkan penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif, Teknik analisis regresi sederhana atau berganda untuk melakukan validasi lebih spesifik dan signifikan terhadap data yang sudah ada saat ini.
2. Melakukan penelitian secara spesifik pada salah satu blok model bisnis pada objek penelitiannya, berdasarkan masalah yang terjadi pada objek penelitian tersebut.
3. Melakukan penelitian dengan objek yang berbeda untuk melakukan perbandingan model bisnis dari dua atau lebih objek penelitian

### DAFTAR PUSTAKA:

- [1]Dudin, N. Mikhail, Kutsuri, N. Georgiy, Fedorova, J. Irina , Dzusova, S.Svetlana & Namitulina, Z. Anzhela. (2015). *The Innovative Business Model Canvas in the System of Effective Budgeting*. Vol. 11, No. 7; 2015.
- [2]Dijkman, R.M., B. Sprenkels., T. Peeters, A. Janssen. (2015). *Business Models for Internet of Things. International Journal of Information Management 35 (2015) 672–678*.
- [3]Maulana, Imran. (2017). Analisis Inovasi Model Bisnis Pada Perusahaan *E-commerce* Di Indonesia Menggunakan *Business Model Canvas (Study Deskriptif : Model Bisnis Consumer To Consumer Pada PT Tokopedia Dan Business To Consumer Pada Lazada Indonesia)*. Bandung : Universitas Telkom.
- [4]Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- [5]PPM Manajemen. (2012). *Business Model Canvas : Penerapan di Indonesia*. Jakarta : PPM Manajemen.