

ANALISIS BUSINESS MODEL PADA PROGRAM MODAL VENTURA (MOVE) DENGAN MENGGUNAKAN THE BUSINESS MODEL CANVAS (STUDI PADA PROGRAM MOVE DI INSTITUT MANAJEMEN TELKOM)

Veby Zhera Kansil¹, Dr. Ir. Ratna L. Nugroho², Mm³

¹Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika), Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom

¹veby.kansil@yahoo.com

Abstrak

Institut Manajemen Telkom (IM Telkom) adalah perguruan tinggi yang dikelola oleh Yayasan Pendidikan Telkom (YPT). IM Telkom didirikan sebagai bentuk tanggung jawab PT. Telkom untuk menjadi Good Corporate Citizenship yang ingin berkontribusi dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa Indonesia. Salah satu bentuk nyata kontribusi tersebut adalah dengan diadakannya program MOVE, dimana program ini bertujuan untuk mendukung dan membantu kegiatan entrepreneurship yang dilakukan oleh mahasiswa dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) grup. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis yang diterapkan oleh ketujuh unit bisnis yang tergabung dalam unit bisnis binaan gelombang pertama. Tetapi data lapangan yang di dapatkan hanya terdapat enam unit bisnis sebagai informan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori the business model canvas dan teori modal ventura. Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Kampus Institut Manajemen Telkom Gegerkalong dan Kampus Institut Manajemen Telkom Dayeuh Kolot. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Juli 2012 sampai bulan Maret 2013. Metode penelitian ini bersifat deskriptif dan tipe analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan in-depth interview sebagai teknik pengumpulan data primer. Hasil dari penelitian ini yaitu : semua unit bisnis telah menerapkan model bisnis dengan unsur-unsur yang mendekati konsep The Business Model Canvas namun dalam prakteknya model bisnis tersebut masih diaplikasikan secara sederhana oleh masing-masing pemilik usaha karena kurang atau masih sedikitnya pemahaman tentang model bisnis khususnya Business Model canvas. Rekomendasi yang dapat dilakukan unit bisnis tersebut diantaranya adalah dengan membangun sebuah model bisnis yang tepat untuk mendukung bisnis tersebut berjalan. Saran untuk program MOVE yaitu membuat event-event yang menguntungkan serta membuka jalan bagi para unit bisnis dan menciptakan sebuah incubator yang bertujuan untuk memberikan pembinaan dan pendampingan bagi unit bisnis. Sedangkan untuk Yayasan Pendidikan Telkom, harus ada kegiatan monitoring dari pihak YPT untuk memastikan kegiatan program MOVE berjalan sebagaimana mestinya dan sesuai dengan program kerja yang telah disepakati. Kata kunci : Entrepreneurship, model bisnis, business model canvas, modal ventura

Telkom
University

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Program Modal Ventura (MOVE)

Institut Manajemen Telkom (IM Telkom) adalah perguruan tinggi yang dikelola oleh Yayasan Pendidikan Telkom (YPT). IM Telkom didirikan sebagai bentuk tanggung jawab PT. Telkom untuk menjadi *Good Corporate Citizenship* yang ingin berkontribusi dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa Indonesia. Perjalanan Institut Manajemen Telkom (IM Telkom) dimulai pada tahun 1990 dengan nama MBA-Bandung, lalu berubah menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis (STMB) pada tahun 1994, kemudian berganti nama menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Telkom (STMB Telkom) pada tahun 2004, sebelum pada akhirnya bertransformasi menjadi Institut Manajemen Telkom (IM Telkom) pada tahun 2008 (IM Telkom, 2012).

Salah satu tujuan dari IM Telkom adalah menjadi lembaga yang unggul dengan mewujudkan kontribusi nyata dibidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat serta memberikan kontribusi bagi kemajuan ilmu manajemen. Salah satu usaha IM Telkom untuk mewujudkan tujuan di atas adalah dengan membuat sebuah program bernama MOVE yang baru saja diluncurkan pada bulan Maret 2012.

Program MOVE merupakan bentuk nyata dukungan dan bantuan yang diberikan oleh YPT dalam membantu kegiatan *entrepreneurship* yang dilakukan mahasiswa di bawah naungan YPT grup dengan memberikan bantuan modal. Kegiatan ini di tekankan bagi mahasiswa IM Telkom yang telah memiliki dan menjalankan bisnisnya dan mempunyai keinginan untuk semakin mengembangkan bisnis tersebut. Saat ini kegiatan usaha baru yang

telah secara resmi terdaftar sebagai bagian dari program MOVE terdiri dari 7 rintisan usaha mahasiswa IM Telkom. Program MOVE ini diharapkan dapat meningkatkan minat mandiri mahasiswa dalam membangun bisnis mikro untuk membuka peluang kerja di Indonesia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang disingkat dengan UMKM mempunyai peran penting sebagai tulang punggung ekonomi bagi Indonesia. Jumlah UMKM hingga tahun 2011 telah mencapai sekitar 52 juta dan telah menyumbang 60% dari PDB serta menampung 97% tenaga kerja. Alasan tersebut merupakan sebab mengapa UMKM mempunyai peran yang sangat penting dan perlu mendapat perhatian dari pemerintah Indonesia. (Wikipedia, 2012)

Tetapi kenyataan di lapangan menggambarkan bahwa kondisi UMKM di Indonesia mengalami sulit berkembang karena pengelolaan yang kurang baik. Hal ini terbukti dari kenyataan bahwa sektor UMKM yang mampu menyediakan 99,46% lapangan pekerjaan baru hanya mampu berkontribusi sebesar 43,42% dari seluruh nilai transaksi perekonomian Indonesia setiap tahunnya. Selain belum adanya pengelolaan yang baik, perhatian dan dukungan dari pemerintah pada sektor UMKM yang masih minim juga merupakan masalah yang menghambat berkembangnya UMKM, baik dukungan berupa permodalan, akses pasar, pembinaan, maupun pendampingan. (Neraca, 2012)

Untuk menjamin optimisme perkembangan UMKM di masa depan, sangat penting adanya pengembangan peran strategi pembiayaan, mengingat bahwa permodalan masih menjadi masalah utama yang dihadapi oleh banyak UMKM. Sementara itu sampai saat ini sebagian besar program pembiayaan UMKM yang sudah ada merupakan program yang diadakan oleh lembaga

formal, seperti bank atau BUMN. Namun kenyataannya, untuk memenuhi kebutuhan permodalan tersebut UMKM masih menghadapi masalah seperti masih rendahnya atau terbatasnya akses UMKM terhadap berbagai informasi, layanan, dan fasilitas keuangan yang ada, prosedur dan persyaratan perbankan yang terlalu rumit, tingkat bunga yang dibebankan dirasakan masih tinggi bagi UMKM, serta kurangnya pembinaan khususnya dalam hal manajemen keuangan. (Lestari, 2007)

Untuk itu Institut Manajemen Telkom sebagai salah satu Institut yang bergerak dibidang manajemen yang salah satu tujuannya adalah melahirkan lulusan berjiwa *entrepreneur* mengadakan program MOVE yang bertujuan untuk memberikan bantuan modal bagi mahasiswa Institut Manajemen Telkom yang ingin memulai berwirausaha atau mengembangkan bisnis yang sudah dijalankan sebelumnya dan juga untuk menimbulkan kemauan di benak mahasiswa agar mempunyai keberanian untuk memulai suatu bisnis. Program ini telah menyelesaikan gelombang pertama dan menghasilkan 7 unit rintisan bisnis yang telah berhasil melewati tahap seleksi dan diberikan modal untuk menjalankan bisnis mereka.

Untuk menjadi seorang *entrepreneur* yang baik dan sukses tentu tidak hanya membutuhkan kemampuan dan kreatifitas saja, seorang *entrepreneur* dituntut untuk memiliki ilmu, pengetahuan yang luas dan kemampuan tata kelola yang baik sehingga bisa menjadi bekal guna mengembangkan bisnis baru atau bisnis yang telah dijelankannya. Salah satu kemampuan tata kelola yang harus dimiliki oleh seorang *entrepreneur* adalah kemampuan dalam hal penerapan model bisnis yang tentu saja menjadi konsep dasar dalam pengembangan suatu bisnis, maka dari perlu dilakukan analisis terhadap 7 unit bisnis dalam program MOVE untuk mengetahui seperti apakah bisnis model yang diterapkan oleh masing-masing unit bisnis tersebut.

Analisis dilakukan dengan menggunakan konsep *The Business Model Canvas*. Konsep ini dipilih karena *Business Model Canvas* merupakan template bisnis model yang tepat untuk menggambarkan sebuah bisnis model yang harus diterapkan oleh suatu bisnis, dimana konsep tersebut memiliki 9 komponen utama yang mendukung berjalannya sebuah bisnis. Demikian profil dari 7 unit bisnis yang tergabung dalam program MOVE (Modal Ventura) IMTelkom yang akan menjadi responden sekaligus narasumber dalam penelitian ini.

Tabel 1.1
Data informan

No	Npm	Jurusan/ angkatan	Nama usaha	Jenis produk	Dana bantuan diterima
1	109400360	FBTM/2009	Street Pasta	Pasta	5 juta
2	109500166, 109500107	FBTM/2009	Badrun Junior	Tas Kamera	15 juta
3	108400052	MBTI/2008	Mama Clean	Laundry kiloan	20 juta
4	109400068	FBTM/2009	Efdi Denim	Celana Jeans	8 juta
5	108400605	MBTI/2008	D'gojis	Jasa penyewaan Playstation	15 juta

6	110200153	Akuntansi 2010	Mr. Tako	Japanese cuisine	25 juta
7	108400328, 108400351	MBTI/ 2008	13 th Shoes	Sepatu wanita	17,5 juta

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti bermaksud membuat penelitian yang diberi judul **“Analisis *Business Model* Pada Program Modal Ventura (MOVE) dengan menggunakan *The Business Model Canvas*” (Studi pada program MOVE di Institut Manajemen Telkom).**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Seperti apa gambaran model bisnis yang diterapkan oleh masing-masing peserta program MOVE jika ditinjau dengan konsep *The Business Model Canvas*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui seperti apa model bisnis yang ada dibenak pikiran dan diterapkan oleh masing- masing peserta program MOVE jika di tinjau dengan konsep *The Business Model canvas* yang dilakukan dengan wawancara terhadap masing- masing peserta.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Praktis

Kegunaan Praktis dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan bagi Institut Manajemen Telkom, terutama untuk mengembangkan diri di bidang *entreprneurship*. Dalam hal ini kegiatan mata kuliah atau program yang diadakan oleh Institut manajemen Telkom harus dapat menginspirasi dan memberikan pengetahuan yang lebih banyak kepada mahasiswa yang ingin mengembangkan bisnisnya atau yang akan memulai bisnis baru.

1.5.2 Kegunaan Untuk Pengembangan Ilmu

Kegunaan untuk pengembangan ilmu dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi keilmuan di bidang *entrepreneurship*, khususnya yang terkait dengan konsep *The Business Model Canvas* dan penerapannya dalam pengembangan bisnis baru. Disamping itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan rujukan dalam penelitian berikutnya.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran secara garis besar tentang apa yang menjadi isi dari penulisan ini maka dikemukakan susunan dan rangkaian masing-masing bab, sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, identifikasi dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang digunakan meliputi jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

Bab ini mendiskripsikan obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau rekomendasi tindakan yang perlu dilakukan oleh perusahaan atau kemajuan lebih lanjut.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Keenam unit bisnis yaitu Badrun Junior, Efdi Denim, Mr. Tako, Street Pasta, D'Gojis dan 13th Shoes umumnya telah menerapkan sebuah model bisnis yang memenuhi kesembilan unsur penting seperti pada teori *Business Model canvas*, walaupun saat dilakukan analisis dari keenam unit bisnis tersebut hanya menerapkan unsur-unsur secara sederhana dan menurut pemahaman mereka. Hal itu disebabkan karena kurang atau terbatasnya pemahaman mendalam terhadap teori atau pengetahuan dari *owner* unit bisnis terhadap model bisnis, khususnya *Business Model Canvas* dan unsur-unsur yang harus dipenuhi serta diterapkan untuk mengembangkan dan membuat suatu bisnis berjalan.

5.2 Saran

Dari kesimpulan proses penelitian yang telah dilakukan, penulis telah menyusun saran-saran untuk berbagai pihak terkait penelitian ini. Saran-saran tersebut adalah:

1. Saran bagi unit bisnis program MOVE, untuk menggunakan hasil rekomendasi penelitian sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menjalankan bisnis. Rekomendasi yang dapat dilakukan diantaranya:
 - a) Dalam aspek *customer segments*, unit bisnis perlu lebih banyak lagi melakukan analisis mengenai kelas konsumen mana yang akan menjadi fokus konsumen produk atau jasa mereka untuk lebih memfokuskan kegiatan bisnisnya.
 - b) Untuk aspek *value propositions*, unit bisnis harus lebih lagi berusaha untuk menciptakan *value* yang akan menjadi nilai unggul, ciri khas dan sesuatu yang membedakan unit bisnis dengan kompetitornya karena *value* inilah yang akan membuat

- unit bisnis bertahan lama dan mamapu memecahkan masalah pemenuhan kebutuhan konsumen.
- c) Unit bisnis juga harus terus melakukan kontrol terhadap setiap *channels* yang mereka miliki agar proses distribusi atau penyampaian *value* kepada konsumen dapat berjalan lancar.
 - d) Menerapkan standart kualitas produk dan layanan, baik layanan pra-pembelian hingga pasca-pembelian untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas dari konsumen.
 - e) Aliran pendapatan yang masuk ke dalam unit bisnis sebaiknya dikelola dengan benar, begitu pula dengan kegiatan yang mendukung dalam penciptaan aliran pendapatan tersebut, harus dilakukan kelola yang baik supaya terus berjalan.
 - f) Unit bisnis harus terus melakukan kotrol dan menerapkan sistem kelola yang baik untuk *key resources* yang dimiliki baik sumber daya fisik, intelektual, sdm, maupun sumber daya keuangan karena keempat unsur inilah yang berperan penting dalam proses penciptaan *value* bagi unit bisnis.
 - g) Kontrol juga harus dilakukan dalam aspek *key activities* di dalam unit bisnis supaya kegiatan yang terjadi di dalam unit bisnis tersebut dapat mendukung berjalannya bisnis.
 - h) Memperluas kemitraan dengan partner-partner bisnis yang mendatangkan benefit bagi bisnis.
 - i) Unit bisnis juga harus mampu mengatur *cost* yang dikeluarkan oleh bisnis dalam rangka penciptaan *value* bagi konsumen, unit bisnis harus mamapu menciptakan komposisi *cost* yang tepat supaya tidak terjadi pemborosan apalagi kerugian.
2. Saran bagi program MOVE, untuk menggunkan rekomendasi hasil penelitian sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menjalankan programnya. Rekomendasi yang dapat dilakukan diantaranya :
- a) Membuat program kerja yang jelas dan event-event yang menguntungkan serta membuka jalan bagi para unit bisnis yang dibina.

- b) Melahirkan sebuah incubator yang berfungsi selain memberikan dana batuan tetapi juga memberikan pembinaan dan pendampingna bagi unit bisnis mahasiswa sehingga umkm yang dikelola oleh mahasiswa dapat berkembang dan mandiri.
3. Saran bagi Yayasan pendidikan Telkom, harus ada monitoring terhadap program MOVE sehingga program bisa berjalan sebagaimana mestinya sesuai dengan program kerja yang telah disepakati.

Sebelum memanfaatkan rekomendasi yang telah disusun oleh penulis, sebaiknya terlebih dahulu dilakukan studi kelayakan untuk tiap-tiap poin yang akan dimanfaatkan agar memastikan rekomendasi tersebut dapat dijalankan dan berdaya guna bagi unit bisnis.

Penelitian ini disusun dengan batasan-batasan metode penyusunan rekomendasi strategis. Penulis dalam penelitian ini hanya menggunakan metode kualitatif dengan wawancara. Bagi peneliti lainnya yang tertarik untuk membuat penelitian dalam bidang serupa, disarankan untuk menggunakan tambahan metode lain yang umum digunakan untuk mendapatkan input penyusunan strategi yang lebih banyak seperti misalnya metode penelitian kuantitatif atau metode campuran (kualitatif dan kuantitatif) sehingga rekomendasi strategi yang dihasilkan lebih dapat diandalkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Elizabeth. (2008). *Analisis Strategi Bersaing Gloria Jean's Coffee Shop*. Skripsi pada Universitas Parahyangan Bandung.
- Racha Hardiyani, Ayesha. (2007). *Stretegi Pengembangna Bisnis CV. Amanda dengan Mengadopsi Konsep Waralaba*. Skripsi pada Fakultas Bisnis Telekomunikasi Dan Media STMB TELKOM Bandung.
- Ghony, Djunaidi & Fauzan Almanshur. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cetakan pertama). Jogjakarta: Ar- ruzz Media.
- Hardiyani, Ayesha Racha. (2007). *Strategi Pengembangan Bisnis CV. Amanda dengan Mengadopsi Konsep Waralaba*. Skripsi pada Institut Manajemen Telkom.
- Harman Glendoh, Sentot. (2001). *Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil*. [Online]
puslit.petra.ac.id/files/published/journals/MAN/MAN010301/MAN01030101.pdf [17 April 2013]
- IM Telkom. (2012). *History of IM Telkom*. [Online]. www.imtelkom.ac.id. [13 Mei 2012].
- Jafar Hafsah, Mohammad. (2004). *Upaya Pengembangan Usaha kecil dan Menengah (UKM)*. [Online]
www.smeacda.com/deputi7/file_infokop/edisi%2025/pengemb_ukm.pdf. [17 April 2013].

- June, Eko. (2012). *Business Model Samudera Biru*. [Online].
www.businessmodelindonesia.com. [23 Januari 3012].
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Edisi Revisi, cetakan kesebelas). Jakarta: Rajawali Pers.
- Lestari, Sri. (2007). *Perkembangan dan Strategi Pengembangan Pembiayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. [Online]. Tersedia:
http://www.smeccda.com/deputi/file_infokop/Vol15_02/4_%20Riana.pdf
[22 November 2012].
- Moleong, Lexy. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif (cetakan ketiga puluh)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Natalia Setiawan, Vina. (2009) *Analisis Pengembangan Usaha Kelompok Alfamart*. Skripsi pada Universitas Parahyangan Bandung.
- Nataprawira, Achmad Baehaki. (2010). *Perencanaan Bisnis Produk Kemeja Merek Flanelab*. Skripsi pada Fakultas Ekonomi universitas Padjadjaran Bandung.
- Neraca. (2012). *Kondisi UMKM di Indonesia Sulit Berkembang*. [Online]. Tersedia: <http://www.neraca.co.id/2012/06/03/kondiri-umkm-di-indonesia-sulit-berkembang/>. [24 November2012]
- Osterwalder, Alexander & Yves Yves Pigneur. (2010). *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rhazy, Arief. (2011). *Studi Pengembangan Bisnis Ina Cookies sampai Tahun 2009*. Skripsi pada Institut Manajemen Telkom Bandung.

- Sarwono, Jonathan. (2008). *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: ANDI.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods for Business* (Buku 1 Edisi keempat). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2007). *Statistik untuk Penelitian*. Jakarta: Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wikipedia. (2012). *Usaha Kecil dan Menengah*. [Online]. http://id.wikipedia.org/wiki/usaha_kecil_dan_menengah. [20 November 2012].