



**PENGEMBANGAN RENCANA STRATEGIS SISTEM INFORMASI:
PEMAHAMAN LINGKUNGAN BISNIS
Menetapkan Model Bisnis**

Prof. Richardus Eko Indrajit – indrajit@post.harvard.edu

Setiap perusahaan memiliki model bisnis yang berbeda. Inti dari model bisnis adalah cara perusahaan memperoleh keuntungan dari aktivitas usahanya. Walaupun secara rumusan ekonomis cukup sederhana, dimana keuntungan merupakan selisih antara pendapatan dan pengeluaran, namun dalam praktek bisnisnya, jenis “pertukaran barang dan jasa” dapat berbeda-beda modelnya. Misalnya adalah sebagai berikut:

- Yang paling klasik adalah jual beli sederhana, yaitu perusahaan menjual produk dan jasanya, kemudian pelanggan langsung membelinya;
- Perusahaan memberikan layanan penyewaan terhadap produk yang dimilikinya, dimana pelanggan membayar sesuai dengan durasi lama penyewaan;
- Pelanggan membayar produk atau jasa per pemakaian (pay-per-use);
- Pemakai produk atau jasa/layanan melakukan pembayaran per periode waktu, seperti harian, mingguan, bulanan, atau tahunan;
- Perusahaan memberikan hak lisensi kepada para pelanggan untuk melakukan sesuatu dengan harga tertentu dan berlaku untuk tenggat waktu yang telah disepakati; dan lain sebagainya.

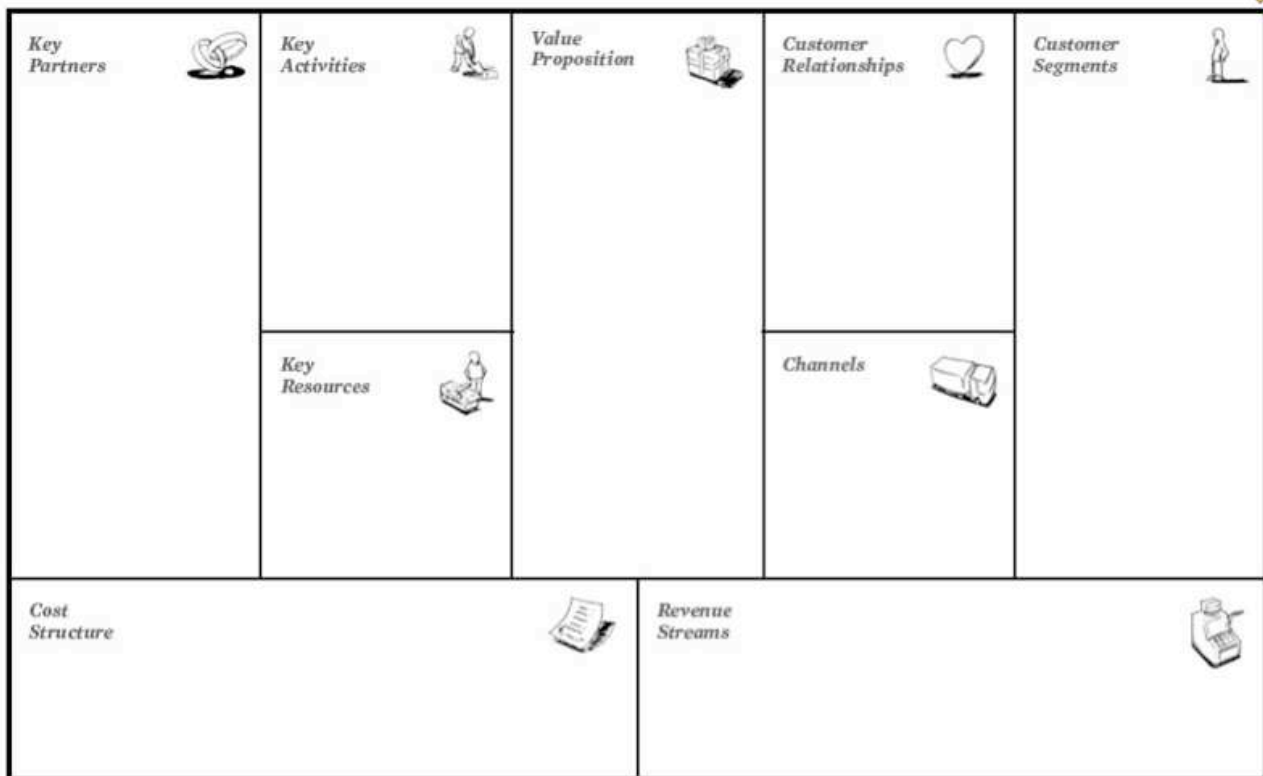
Pemahaman terhadap model bisnis ini sangat perlu dimiliki oleh para pemangku kepentingan untuk mempelajari:

- Siapa saja konsumen atau pelanggan dari sebuah perusahaan, yaitu pihak yang bersedia mengeluarkan uang untuk produk atau jasa yang ditawarkan;
- Langkah-langkah atau proses apa yang harus dilakukan perusahaan untuk memastikan pengelolaan pendapatan dan pengeluaran yang ada;
- Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi manajemen pendapatan dan pengeluaran, serta bagaimana mengaturnya;
- Pihak-pihak mana yang memiliki peran dalam mendatangkan bisnis perusahaan;
- Komponen pendapatan atau biaya apa saja yang harus diperhatikan dan dikelola dengan sungguh-sungguh; dan lain sebagainya.

- 1. Asset Sale** - This is probably the most widely understood revenue stream. The customer purchases an asset from a company for an agreed price. Examples include, Amazon selling books, Apple selling phones, and Boeing selling airplanes.
- 2. Usage Fee** - Here the customer pays for using a service provided by the company. Effectively the customer is paying on a per-use basis. Examples include, a car hire firm that charges by the number of days a car is hired, and a mobile operator that charges by the number of minutes of calls made by the customer.
- 3. Subscription Fee** - With this revenue stream the customer pays a regular subscription for continued use of a service. For example, Sky Television in the UK charges a monthly fee for access to its channels, and gyms charge a monthly subscription for access to their facilities.
- 4. Brokerage Fee** - A broker acts as an intermediary between two parties who wish to buy and sell, a customer and a provider. For example, real estate agents market properties to potential purchasers on behalf of property sellers. Once a property has been successfully sold then the seller will pay the real estate agent a small percentage of the sale price for successfully brokering the sale.
- 5. Lending/Renting/Leasing** - Here the customer gains the right to use the company's product (the asset) or service for a fixed period of time. At the end of the agreed period of time the asset must be returned to the company. Examples include car leasing companies where the customer leases a car for a fixed period (usually three years) and at the end of the period returns the car to the company, and in the UK, Love Film allows users to hire a fixed number of DVD's during a calendar month.
- 6. Advertising Fee** - The media industry – TV, radio, and Internet magazines are particularly dependent on advertising fees for income. Recently, many high-tech companies have become dependent on advertising revenue, for example Google. In fact, this website makes a small income from advertising each month.
- 7. Licensing** - With this revenue stream the customer is given permission to use a product in exchange for licensing fees being paid to the rights holder (a company or individual). The advantage of licensing fees is that they allow rights holders to generate revenue from the intellectual property without necessarily having to generate a physical product. A classic example of licensing is the fact that every time a song is played on the radio then a license fee must be paid by the radio station (the customer) to the license holder.

Secara garis besar, komponen utama dari model bisnis dapat digambarkan melalui sebuah kanvas yang dibangun dari sejumlah konsep sebagai berikut:

- **Customer Segments:** merupakan target pelanggan yang menjadi fokus utama penjualan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan;
- **Channels:** merupakan kanal atau jalur tempat para pelanggan dapat berhubungan dengan perusahaan untuk mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan;
- **Customer Relationship:** merupakan strategi yang dipergunakan untuk menjalin relasi dengan pelanggan untuk memastikan loyalitas mereka kepada perusahaan;
- **Value Proposition:** merupakan manfaat yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan melalui produk atau layanan yang diberikan;
- **Key Activities:** merupakan langkah-langkah proses yang harus dilakukan perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan terkait;
- **Key Resources:** merupakan ragam sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk atau layanan yang direncanakan;
- **Key Partners:** merupakan para mitra kunci yang menjadi pemasok bahan mentah untuk menghasilkan produk atau layanan yang ada;
- **Revenue Streams:** merupakan portofolio sumber pendapatan bisnis dari para pelanggan; dan
- **Cost Structure:** merupakan struktur biaya yang harus dialokasikan untuk keperluan pembuatan produk atau layanan.



Dengan berpegang pada representasi holistik dari bisnis perusahaan tersebut, maka seorang perancang sistem informasi dapat mengetahui secara lengkap bagaimana bisnis dijalankan. Melalui pemahaman tersebut, hal-hal penting yang perlu diperhatikan dalam konteks pengembangan teknologi informasi adalah:

- Memposisikan aplikasi teknologi informasi yang paling tepat diterapkan pada masing-masing komponen pada model bisnis tersebut;
- Merancang sistem informasi yang terpadu dan terintegrasi, dimana menghubungkan seluruh komponen yang ada berdasarkan proses bisnis yang diterapkan;
- Mempelajari tren teknologi dalam industri sejenis yang dapat diterapkan dalam perusahaan (benchmarking);
- Mendefinisikan dan menetapkan peranan teknologi informasi pada masing-masing domain bisnis usaha; dan lain sebagainya.

--- akhir dokumen ---