



UNIVERSITAS INDONESIA MEMBANGUN

# INA019 - KEWIRAUSAHAAN 1– PPT-SESI 14

## MODEL BISNIS DI ERA DIGITAL

Fanji Wijaya, S.Kom., M.M.

# SUBSCRIPTION MODEL

SEBUAH MODEL BISNIS  
DIMANA SEORANG  
PELANGGAN HARUSKAN  
MEMBAYAR BIAYA  
BERLANGGANAN UNTUK  
MENIKMATI AKSES TERHADAP  
SUATU PRODUK ATAU  
LAYANAN



# FREEMIUM MODEL

SEBUAH MODEL BISNIS  
DIMANA PELANGGAN  
MEMILIKI AKSES GRATIS  
PADA LAYANAN DASAR  
(*BASIC*), TETAPI HARUS  
MEMBAYAR UNTUK  
MENGAKSES FITUR-FITUR  
TAMBAHAN



# FREE MODEL



MODEL BISNIS TERINTEGRASI OLEH PERUSAHAAN YANG TIDAK MENGENAKAN BIAYA SECARA LANGSUNG KEPADA PENGGUNA AKHIR (*END-USER*).

# MARKETPLACE



MODEL BISNIS YANG DIGUNAKAN OLEH PERUSAHAAN YANG BERTINDAK SEBAGAI FASILITATOR SUATU *PLATFORM* (WADAH) DIMANA KEDUA BELAH PIHAK SALING BERINTERAKSI SECARA EKONOMIS

# ACCESS OVER OWNERSHIP



zipcar®



peerby<sup>A</sup>



MODEL BISNIS INI MEMBERIKAN KONSUMEN KESEMPATAN UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK TANPA MEMBELINYA.



# HYPER MARKET MODEL

amazon

U

cool  
blue

zalando

MODEL BISNIS INI DIGUNAKAN OLEH PERUSAHAAN DIGITAL YANG BERTINDAK SEBAGAI *HYPER-STORE* YANG MENAWARKAN PRODUK ATAU LAYANAN DALAM JUMLAH YANG AMAT SANGAT BESAR.

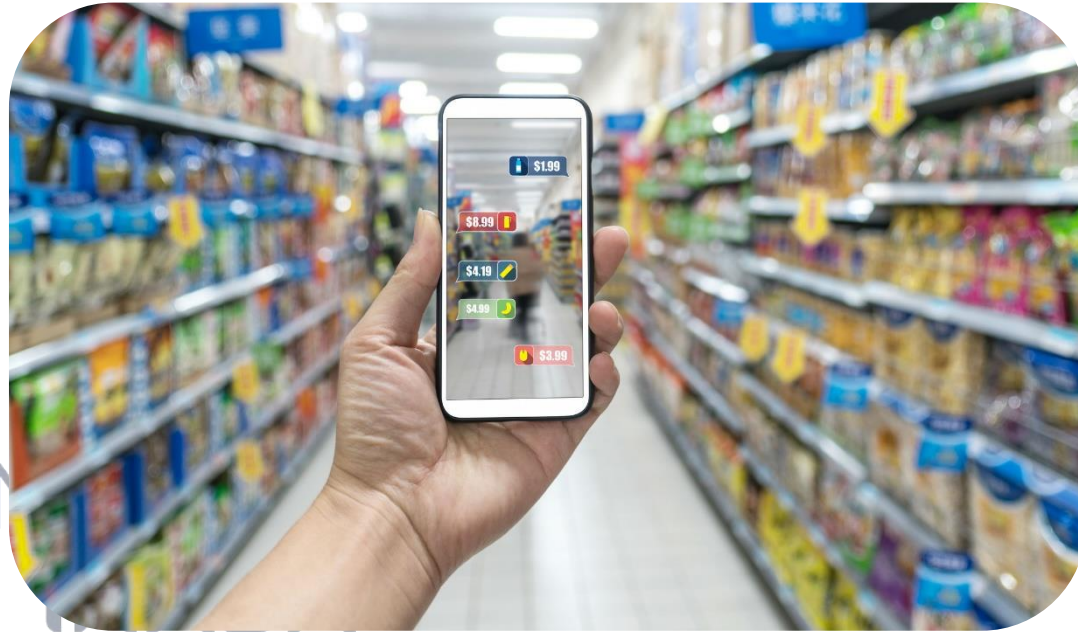
# EXPERIENCE MODEL



MODEL BISNIS INI DIGUNAKAN OLEH PERUSAHAAN DENGAN CARA MENAWARKAN PENGALAMAN YANG TIDAK TERLIHAT BAGI KONSUMEN.



# PYRAMD MODEL



MODEL YANG SECARA KOLEKTIF BAGI PERUSAHAAN-PERUSAHAAN YANG MENGHASILKAN SEBAGIAN BESAR PENDAPATANNYA DENGAN CARA AFILIASI DAN *RESELLER*.

# ON-DEMAND MODEL



MODEL BISNIS INI MENGHASILKAN PENDAPATAN DENGAN MEMANFAATKAN KEBUTUHAN ORANG AKAN PENYELESAIKAN PEKERJAAN SEKETIKA. KECEPATAN DAN KENYAMANAN ADALAH HAL KUNCI.

# ECOSYSTEM MODEL



SALAH SATU MODEL BISNIS YANG PALING DISRUPTIF. PERUSAHAAN MEMBANGUN BERBAGAI MACAM PRODUK DAN JASA YANG MEMBUAT KONSUMEN “TERSESAT” TANPA MEREKA SADARI.



UNIVERSITAS INDONESIA MEMBANGUN

# TERIMA KASIH