

Desain Pengembangan Model Bisnis Pada Start-Up Syarihub Di Surabaya

Muh. Asrori Afandi
Universitas Airlangga
Kampus-B, Univ Airlangga, Gedung Sekolah Pascasarjana
Jl. Airlangga 4-6, Surabaya 60286 Indonesia
Email : muh.asrori.afandi-2018@feb.unair.ac.id

Abstrak Kondisi persaingan start-up semakin ketat, bagi start-up yang memiliki modal besar, mereka akan memberikan subsidi customer agar pasar mau membeli layanan mereka, sedangkan pada start-up yang kecil harus membuat memikirkan dan membuat value added agar pasar mau untuk membeli produk nya. Penelitian ini bertujuan untuk membantu merekomendasikan desain pengembangan model bisnis start-up syarihub untuk menambah profit. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif saat merumuskan strategi dari observasi dan menggunakan wawancara mendalam, kemudian di analisa semua menggunakan analisa five forces dan Bisnis Model Kanvas. Hasil penelitian ini telah menemukan bahwa penambahan value proposition pada start-up syarihub dengan program sosial dan pendidikan meliputi pemberdayaan wanita, pemberdayaan disabilitas, pendidikan agama, parenting, les privat dan fun learning.

Kata Kunci : start-up, five forces, business model canvas, syarihub.

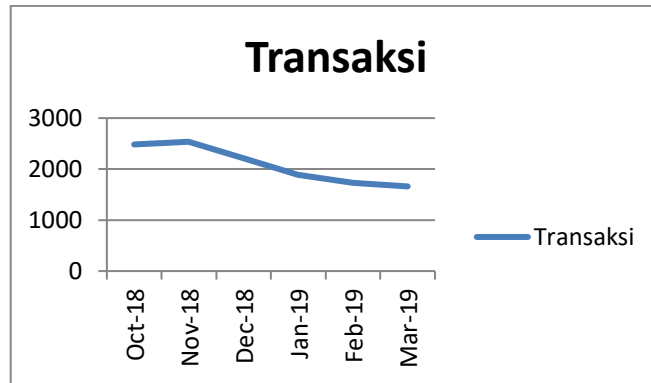
Abstract :In the growing times, the competition in start-up so tight. As start-up whom have much capital modals, they will give rebate for customer to buy their product services, but as start-up whom less capital modals, they should think and make value added for customer to make them interest and want to buy their product services. This study aims to give recomendation for start-up such as syarihub to increase profit with Business Model Canvas (BMC) approach. This study uses qualitative methods while formulating strategies by observe and use in depth interview, and then analyzing them using five forces and Business Model Canvas. The result of the study have found that : add value proposition star-up syarihub with education and society program such as empower woman, empower disability, religion education, awareness of parenting, private lesson, and fun learning for kid.

Key word: Start-Up, Five Forces, Business Model Canvas, Syarihub.

Latar belakang

Pada saat ini, dunia sedang menghadapi perubahan industri yang ke-4 atau yang di kenal dengan revolusi industri 4.0. Era digitalisasi dan teknologi ini memberikan berbagai keuntungan pada masyarakat saat ini khusus nya dalam berbisnis. Persaingan industri gadget yang menekan harga murah dengan spesifikasi teknologi yang canggih membuat masyarakat mampu membeli gadget dengan mudah. Bertambahnya jumlah pengguna internet di Indonesia juga memberikan akses jejaring yang sangat cepat. Jumlah pengguna internet di Indonesia lebih dari 175 juta pada 2019 atau sekitar 65,3% dari total penduduk 268 juta. Angka proyeksi tersebut meningkat 32 juta atau 22,37% di bandingkan survei terakhir Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017 yang mencatat pengguna internet sebanyak 143 jutaan (investor daily Indonesia : 4 januari 2019). Berkembangnya pengguna internet untuk perdagangan yang semakin bertambah mendorong munculnya berbagai bisnis baru yang sekarang banyak dikatakan sebagai “*start up business*”

Salah satu start-up yang ada di Surabaya dan telah berdiri sejak 2015 adalah Syarihub. Start-up ini merupakan hasil dari rebranding yang telah terjadi dari ojek syari Indonesia. Inti bisnis dari ojek Syari ini merupakan bisnis ojek online yang di kendarai oleh perempuan yang menyasar pada segmentasi pasar wanita dan anak – anak usia di bawah 10 tahun. Banyak nya ojek online yang memiliki modal besar dengan status unicorn ataupun decacorn memberikan subsidi harga pada customer yang akhir nya membuat tarif semakin murah karena adanya diskon dan *cashback*. Industri 4.0 membuat aspek inovatif dan harga menjadi hal sesitif bagi pelanggan. Dengan memulai awal *rebranding* Syarihub, CEO mencoba untuk menurunkan harga tarif pada ojek syariah online ini dengan maksud agar bisa menarik pangsa pasar baru dan juga mempertahankan pelanggan lama untuk menggunakan layanan ini, namun bukan malah memberikan keuntungan yang besar, justru memberikan konsekuensi yang besar bagi start-up syarihub ini. Beberapa mitra yang terdaftar dan aktif sebagai driver melakukan pengunduran diri yang membuat supply jasa menurun dan pendapatan perusahaan juga menurun. Ketika banyak demand dari pelanggan yang ingin menggunakan jasa ojek Syariah online ini dan ketersediaan supply sedikit, tentu memberikan komplain pelanggan bahwa mitra driver tidak tersedia dalam jaringan online yang terdekat dengan pelanggan tersebut. Apalagi dalam kondisi persaingan jasa ojek online yang besar, kepuasaan dan pengalaman positif pelanggan menjadi kunci untuk mempertahankan pendapatan perusahaan (Arifin, 2020).



Grafik 1 transaksi Start-up syarihuh

Dengan adanya kondisi persaingan bisnis yang ketat, tuntutan dari aspek pelanggan dan pemaparan kondisi start-up syarihuh ini, rumusan masalah yang akan di bahas yaitu bagaimana strategi pengembangan model bisnis pada start-up syarihuh di Surabaya untuk menambah profit perusahaan tersebut?

Penelitian ini bertujuan untuk membantu merekomendasikan desain pengembangan model bisnis start-up syarihuh untuk menambah profit. Dari pemaparan permasalahan tersebut, kita akan belajar lebih tentang strategi pengembangan model bisnis untuk mengembangkan model bisnis start-up syarihuh melalui pendekatan teori bisnis model kanvas. Penggunaan bisnis model kanvas menggambarkan secara keseluruhan model bisnis dan keterhubungan antar bagian yang lebih atraktif dan akan memberikan solusi untuk strategi persaingan start-up.

Landasan teori

Analisis kompetitif dengan menggunakan model Lima Kekuatan Porter (*five forces*) adalah pendekatan yang dipakai untuk mengembangkan strategi dibanyak perusahaan (David, 2011; Pumamasari, 2017). Persaingan itu, menurut Porter adalah sebagai berikut :

1. Persaingan antar perusahaan pesaing, merupakan suatu kondisi rivalitas pada pesaing yang menginginkan keuntungan yang sama dengan perusahaan
2. Potensi masuknya pesaing baru , merupakan pengukuran pesaing baru yang akan terlibat dalam dunia bisnis yang sama.
3. Potensi pengembangan produk pengganti, merupakan kondisi produk pengganti yang memberikan pengaruh terhadap produk perusahaan
4. Daya tawar pemasok, merupakan suatu kemampuan daya penawaran supplier terhadap perusahaan sehingga membuat perusahaan tidak ada pilihan lain untuk membeli.
5. Daya tawar konsumen, merupakan suatu kemampuan daya penawaran dan tingkat beralih ke produk lainnya pada pelanggan yang akan membeli produk dari perusahaan.

Menurut Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, sebuah model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Salah satu model bisnis yang digagas oleh Alexander Osterwalder & Yves Pigneur yaitu model bisnis kanvas, model bisnis yang

menggambarkan suatu dasar bisnis yang terurai secara menyeluruh dengan mendeskripsikan organisasi, pesaing dan pasar. Model bisnis kanvas ini terdiri dari 9 blok bangunan yang saling terhubung dan menjadi sistem dasar untuk menciptakan alternatif strategi, yaitu :

- a. Customer segmen, menjelaskan bahwa pelanggan merupakan kunci utama mendapatkan keuntungan, tanpa pelanggan maka sebuah perusahaan tidak dapat bertahan lama dalam bisnis tersebut. customer segmen akan mengelompokan pelanggan mana saja yang ingin di pilih menjadi target pasar yang menguntungkan bagi perusaha
- b. Value proposition, menjelaskan suatu produk dan jasa memiliki nilai solusi pada permasalahan pelanggan maupun memberikan kepuasan pelanggan.
- c. Channels , menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan dapat menjallin komunikasi dengan pelanggan nya dalam menyampaikan nilai proposisi nya. Ada proses distribusi yang akan di gunakan untuk menyampaikan produk dan jasa kepada customer.
- d. Customer relationship, menjelaskan tentang hubungan dengan pelanggan yang di bangun sesuai dengan karakteristik customer segmen
- e. Revenue stream , menjelaskan tentang arus pendapatan perusahaan yang di dapatkan dari setiap pelanggan
- f. Key resources , menjelaskan terkait dengan sumberdaya apa saja yang telah dimiliki dan menunjang pada proses bisnis.
- g. Key activities , menjelaskan terkait dengan aktifitas penting yang seharusnya di lakukan oleh perusahaan agar bisnis yang di lakukan dapat bekerja dengan baik.
- h. Key partnership , menjelaskan tentang adanya suatu kerja sama dengan pihak lainnya untuk mengoptimalkan bisnis, mengurangi resiko, dan untuk memiliki daya saning yang tinggi dengan pesaing nya.
- i. Cost structure , menjelaskan tentang struktur biaya yang di butuhkan untuk menjalankan suatu model bisnis



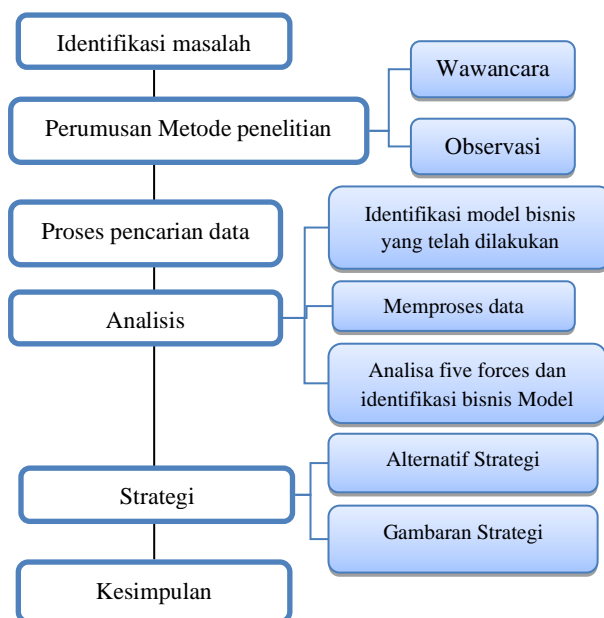
Gambar 1. Business Model Canvas

Perpektif model bisnis dengan Blue ocean strategy merupakan penggabungan antara blue ocean strategy yang menciptakan industri baru melalui differensiasi mendasar dan bukan bersaing dalam industri yang sudah ada untuk mencari keunggulan dari model bisnis yang telah terbentuk, dengan bisnis model kanvas yang memberikan alat analisis secara sempurna untuk merumuskan model bisnis yang telah terbentuk dan menciptakan model baru yang kompetitif. Dalam blue ocean strategy model bisnis, ada 4 hal yang menjadi alat perumusan model bisnis, yaitu

1. Hal apa yang sudah ada yang harus di hilangkan? (eliminasi)
2. Hal apa yang di kurangi sesuai standart industri? (reduce)
3. Hal apa yang harus di naikkan di atas standart industri? (add)
4. Hal apa yang harus diciptakan yang tidak pernah di tawarkan industri? (create)

Metode penelitian

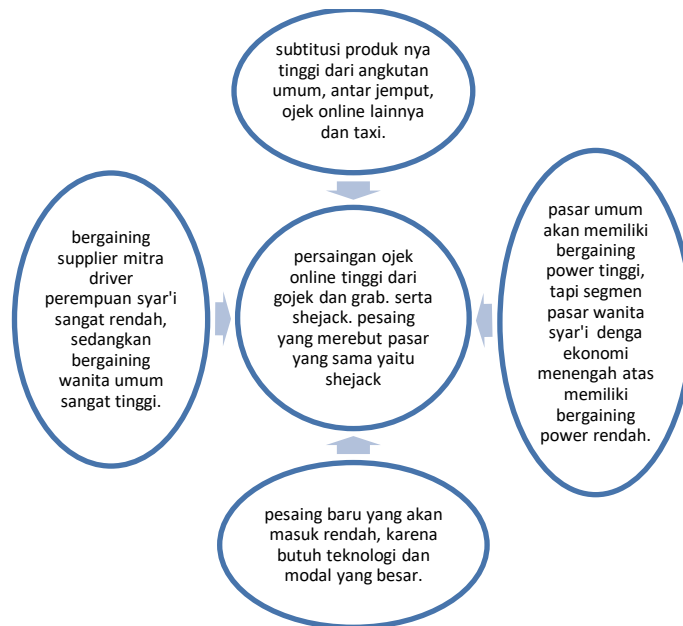
Metode penelitian merupakan suatu cara atau metode yang disusun secara sistematis dan jelas dalam proses penelitian. Tujuannya adalah agar penelitian dapat dilakukan lebih terarah sehingga penelitian dapat tercapai dan memudahkan dalam menganalisa masalah yang ada. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode *in depth interview* (wawancara mendalam) dan observasi langsung untuk mendapatkan data primer serta mencari tahu tentang profil UKM dan strukturisasi organisasi untuk mendapatkan data tambahan.



Gambar 2 metode penelitian

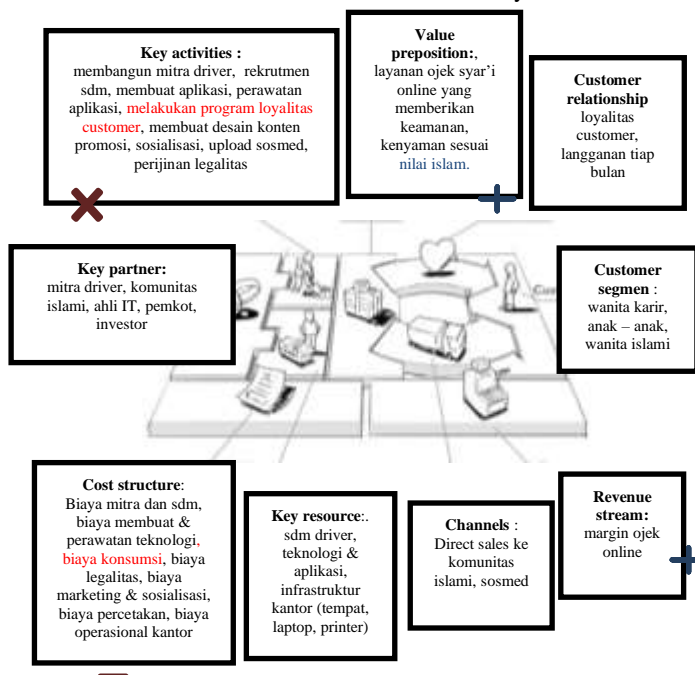
Hasil dan pembahasan

Dari pengumpulan data – data yang telah di kumpulkan dan di analisa, dapat di ketahui bahwa tingkat persaingan dan bisnis model syarihuh selama ini yaitu :



Gambar 3 analisa five forces

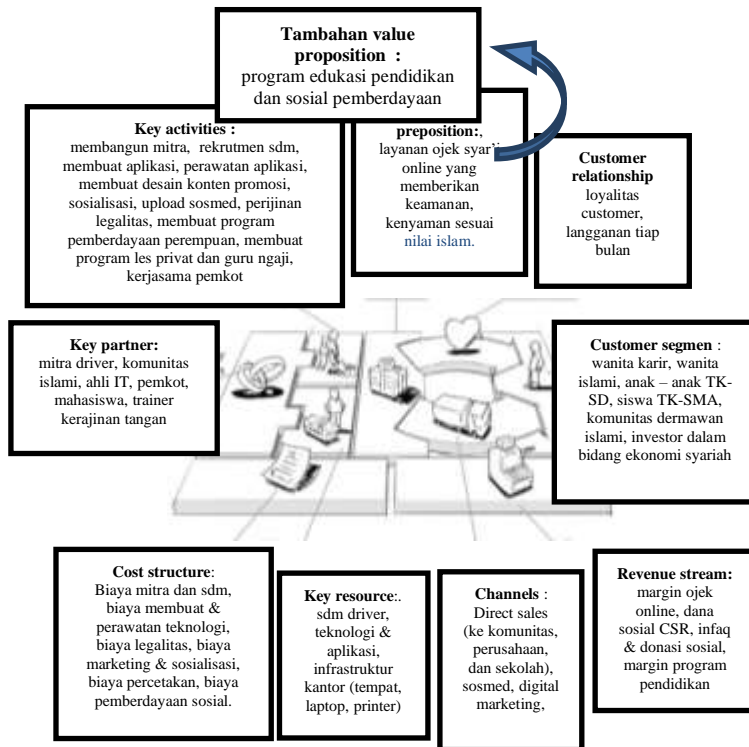
Model bisnis syar'ihub selama ini yaitu



Gambar 4. Bisnis Model Kanvas ojek syar'i

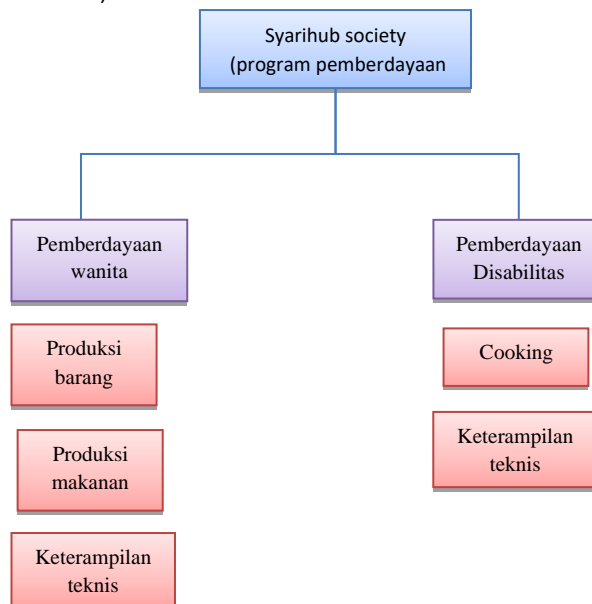
Dari analisa persaingan dan model bisnis dari syar'ihub, tingkat persaingan ojek online saat ini di Indonesia sangat tinggi, apalagi subsidi customer menjadi pola persaingan perebutan pangsa pasar. Jika Start-up syar'ihub masuk dalam medan pertarungan harga, tentu tidak akan bisa mendapatkan keuntungan, sehingga star-up syar'ihub akan membuat kreasi berbeda yang di tambahkan dalam value proposition. Dari penambahan *value proposition* itu akan menambah *customer segmen* dan *revenue*

stream. Disisi lain, adanya aktivitas yang memunculkan biaya dilakukan pengurangan agar membuat cost structure menjadi efisien.



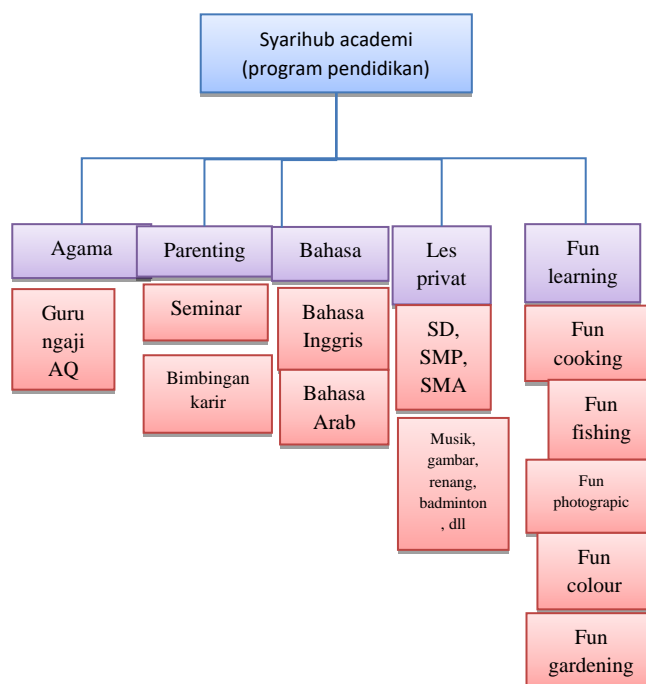
Gambar 5. Penambahan value proposition syarihub

Program edukasi dan sosial pemberdayaan yang di tambahkan merupakan suatu pengembangan produk dari syarihub agar menjangkau banyak target pasar dan menambah pendapatan (*revenue stream*).



Gambar 6 program sosial syarihub

Program sosial pemberdayaan di khususkan untuk ibu rumah tangga yang memiliki banyak waktu di rumah agar menjadi orang yang produktif dan mampu membantu perekonomian keluarga. Disisi lain juga ada pemberdayaan kaum disabilitas yang selama ini kurang mendapatkan ruang dalam berkarir karena keterbatasannya, sehingga dilakukan pemberdayaan disabilitas agar dapat melakukan usaha produksi dan memiliki skill produksi.



Gambar 7. Program pendidikan syarihub

Program pendidikan ini berfokus untuk membangun pendidikan karakter pada anak – anak dan memberikan kesadaran serta bimbingan mengajar pada anak – anak mereka.

Kesimpulan

Desain pengembangan model bisnis pada start-up syarihub dengan menambahkan value proposition Syarihub pada program sosial pemberdayaan dan juga program edukasi pendidikan. Bentuk produk yang akan di tawarkan akan sangat variatif meliputi produk pemberdayaan wanita, pemberdayaan disabilitas, pendidikan keagamaan, les privat, parenting, dan fun learning.

DAFTAR PUSTAKA

- Umi Marfuah dkk. 2019. Business development strategy with business model canvas approach at Pakdhe Mie chicken shop-Cimanggis, Depok . *Journal Scientific & Technology Research* volume 8, issue 2, February 2019

- Abdullah umar dkk. 2018. Business Model Canvas as a solution for competing strategy of small business in Indonesia. *International Journal Of Entrepreneurship* volume 22, issue 1, 2018
- Arifin, Zainul. 2020. Analisis Transaksi Menggunakan Go-Pay pada Kedai Bakso di Kota Malang. *Arthavidya*. Vol. 22 No. 1; Hal 51 - 77
- Hitt, Michael A dkk. 2016. *Strategic Managemen: competitiveness & Globalitzation: Concept and cases*. Canada. Cengange Learning
- Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur. 2019. *Business Model Generation*. Jakarta. PT. Gramedia
- Purnamasari, Heny Rita. 2017. Market Orientation: Urgensi Dan Peranannya Dalam Meningkatkan Performance UKM (Usaha Kecil Menengah) Di Indonesia. *Arthavidya*. Vol 19 No. 1 Hal 130 - 141
- Zikmund, William G. 2013. *Business Research Methods*. United States: South - Western.