

APLIKASI MODEL BISNIS KANVAS PADA HTH EXPERIENCE



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Alexander Sondang Yogi Wiyoto

2011120115

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
(Terakreditasi berdasarkan Keputusan BAN-PT
No.227/ SK/ BAN-PT/Ak-XVI/ S/ XI/ 2013)
BANDUNG
2017

BUSINESS MODEL CANVAS APPLICATION ON HTH EXPERIENCE



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to fulfill part of the requirement
For Bachelor Degree in Economics

By

Alexander Sondang Yogi Wiyoto

2011120115

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
MANAGEMENT PROGRAM STUDY
(Terakreditasi berdasarkan Keputusan BAN-PT
No.227/ SK/ BAN-PT/ Ak-XVI/ S/ XI/ 2013)
BANDUNG
2017



UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN



APLIKASI MODEL BISNIS KANVAS PADA HTH EXPERIENCE

Oleh:

Alexander Sondang Yogi Wiyoto

2011120115

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 18 Januari 2017

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing,

Catharina Tan Lian Soei, Dra., M.M.



PERNYATAAN:

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (sesuai akte lahir) : Alexander Sondang Yogi Wiyoto

Tempat, tanggal lahir : Banjarmasin, 2 April 1993

Nomor Pokok : 2011120115

Program studi : Manajemen

Jenis Naskah : Skripsi

JUDUL

APLIKASI MODEL BISNIS KANVAS PADA HTH EXPERIENCE

dengan,

Pembimbing : Catharina Tan Lian Soei, Dra., M.M.

SAYA MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*Plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak manapun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003 :
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 : Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana dengan denda paling banyak Rp 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 18 Januari 2017

Pembuat pernyataan :

(Alexander Sondang Yogi Wiyoto)

ABSTRAK

Bisnis *event organizer* sendiri bukanlah hal yang baru dalam dunia bisnis, ada banyak perusahaan yang menekuni dunia ini mulai dari acara pernikahan, acara untuk perusahaan nasional atau multi-national, hingga acara pribadi yang menggunakan jasa *event organizer*. PT. Hasta Triyasa Humaniora merupakan perusahaan yang menjalankan bisnisnya dibidang jasa desain serta konsultan untuk desain grafis, desain interior & arsitektur namun selama 5 tahun kebelakang salah satu cara untuk mempromosikan produk-produk yang mereka jual yaitu dengan membuat *event*. Seiring berjalannya waktu, beberapa orang beranggapan bahwa PT. Hasta Triyasa Humaniora merupakan perusahaan jasa *event organizer*. Melihat kesempatan itu *Chief Executive Officer* (CEO) PT. Hasta Triyasa Humaniora membuat sub bisnis unit baru, yang diberi nama HTH Experience, yang berfokus pada pemberian jasa pembuatan konsep sebuah event, pengembangan konten sebuah *event* serta jasa mengorganisir sebuah *event*. Beberapa investor tertarik untuk memodali sebuah *event* atau *event organizer* dengan pemaparan model bisnis yang baik. Hal ini menunjukkan apabila sebuah model bisnis dari bisnis jasa *event organizer* menguntungkan bagi investor, maka investor pun ingin berinvestasi. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk membantu *owner* meyakinkan calon investornya.

Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor kunci kesuksesan pada bisnis jasa *event organizer*, SWOT yang dimiliki HTH Experience, serta membuat model bisnis kanvas yang dapat berguna dalam implementasi perencanaan HTH Experience.

Penulis menggunakan jenis penelitian tindakan. Data yang diperoleh merupakan hasil observasi dan wawancara secara langsung dengan pelaku bisnis jasa *event organizer* lain, *owner* dari PT. Hasta Triyasa Humaniora, CEO PT. Hasta Triyasa Humaniora, serta General Manager HTH Experience. Penulis akan mengidentifikasi faktor-faktor kunci kesuksesan pada bisnis jasa *event organizer*, lalu selanjutnya akan menganalisis SWOT dan melakukan perancangan model bisnis kanvas untuk HTH Experience.

Dari penelitian ini diketahui bahwa faktor-faktor kunci kesuksesan industri bisnis jasa *event organizer* terdiri atas kreatifitas & inovasi, pengalaman yang baik dalam menjalankan sebuah jenis acara, komunikasi yang baik, struktur organisasi yang baik, kepercayaan, kesabaran, kedisiplinan & keseriusan. Melalui analisis SWOT, rancangan model bisnis serta data penganggaran yang sudah diolah oleh peneliti, diketahui apabila bisnis ini dijalankan dengan baik maka HTH Experience akan mendapatkan keuntungan bersih sebesar Rp 3.319.317.423,00. Keunggulan bersaing paling utama dari HTH Experience adalah selalu memberikan pengalaman yang baru dari sebuah *event* yang dijalankannya seperti penggunaan lokasi *event* yang jarang atau bahkan belum pernah ada yang pakai sama sekali dan juga konten-konten dari *event* yang unik.

Penulis memberikan saran agar HTH Experience selalu melakukan peningkatan pada pengembangan ide-ide baru untuk konsep hingga dekorasi sebuah *event*, pelatihan pegawai serta *bench-marking* ke *event* lain agar menjaga *positioning* PT. Hasta Triyasa Humaniora dan juga HTH Experience sehingga HTH Experience sendiri terus dapat bersaing dalam industrinya. Mempelajari dan mulai mengerjakan jenis *event* lain agar memiliki pengalaman & penghasilan yang lebih banyak.

ABSTRACT

Business event organizers themselves are nothing new in the business world, there are many companies that pursue this industry ranging from weddings, events for national companies or multi-national, to private event that use the service of event organizer. PT. Hasta Triyasa Humaniora is a company that does business in the field of design and consulting services for the graphic design, interior design and architecture, but for 5 years back one way to promote the products that they sell is to make the event. Over time, some people assume that PT. Hasta Triyasa Humaniora is a company with the service is organizing event. Seeing that occasion the Chief Executive Officer (CEO) of PT. Hasta Triyasa Humanities create a new sub business unit, named HTH Experience, which focuses on the provision of services making the concept of an event, an event content development as well as the services of organizing an event. Some investors are keen to capitalize an event or the event organizer business with a good business models. This shows that if a business model is profitable services business event organizer for the investor, the investor would want to invest in. Authors interested in conducting research to help the owner convince potential investors.

This study was also conducted to determine the key factors in the success of an event organizer business, SWOT of HTH Experience, as well as making business model canvas that can be useful in planning the implementation of HTH Experience.

The author uses action research. The data obtained is the result of direct observation and interviews with actors bisnis services of another event organizer, owner of PT. Hasta Triyasa Humanities, CEO of PT. Hasta Triyasa Humanities, as well as General Manager of HTH Experience. The author will identify the key success factors for service business event organizer, then goes to analyze SWOT and designing the business model canvas for HTH Experience.

From this research, the key factors in the success of the event organizer business industry consists of creativity and innovation, a good experience in running an event type, good communication, good organizational structure, trust, patience, discipline and seriousness. Through SWOT analysis, business model design and budgeting of data that has been processed by the researchers, it is known if the business is run with both the HTH Experience will earn a nett profit of Rp 3.319.317.423,00. The main competitive advantage of HTH Experience is always give a new experience of an event that the exercise of such use of the location of the event that is rarely or never even no use at all and also the contents of the event unique.

The author gives advice to HTH Experience always making improvements to the development of new ideas for decorating concept to an event, the training of personnel as well as bench-marking event to another in order to maintain the positioning PT. Hasta Triyasa Humanities and also HTH HTH Experience Experience so itself continues to be competitive in its industry. Studying and start working on another type of event that has the experience and more revenue.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Aplikasi Model Bisnis Kanvas pada HTH Experience**”. Skripsi disusun dan dibuat untuk memenuhi salah syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam penulisan skripsi ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis yang selalu senantiasa mencintai dan memberikan dukungan yang tiada hentinya kepada penulis, Florentinus Slamet Mulyadi dan Maria Rita Adiningsih.
2. Adik-adik enulis yang selau menyemangati dan memberi dukungan kepada penulis, Bernadet Dwi Puspita Sari dan Carolus Tri Setiaji.
3. Dosen pembimbing penulis, Ibu Catharina Tan Lian Soei, Dra., MM., yang senantiasa memberikan ilmu dan waktunya untuk penulis. Terima kasih atas segala ilmu yang Ibu ajarkan dan waktu yang Ibu sediakan untuk membimbing penulis.
4. Dosen Wali Penulis Ibu Dr. Judith Felicia Pattiwael, Dra., M.T. yang selalu memberikan dukungan dan bimbingan selama penulis berkuliah di UNPAR. Terima kasih banyak ibu atas segala dukungan yang diberikan.
5. Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Ibu Dra. Triyana Iskandarsyah, M.Si.
6. Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi penulis dan menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terima kasih banyak bapak dan ibu atas segala ilmu yang telah diberikan.
8. Seluruh karyawan tata usaha yang selalu membantu penulis dalam hal administrasi selama masa perkuliahan di UNPAR.

9. *Director of* PT. Hasta Triyasa Humaniora, Meizan Diandra Nataadiningrat yang memberikan kesempatannya untuk melakukan penulisan ini.
10. Angela Adiati Indah Hapsari yang selalu menemani penulis dari tahun 2014 hingga saat ini dan selalu mengingatkan, menyemangati, memberikan kesabarannya serta memberikan cinta dan kasih untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat penulis selama 11 tahun, Sintya Jayanti, yang selalu menyemangati serta menjadi tempat bercerita setiap saat bagi penulis dan memberikan warna dalam kehidupan penulis.
12. Triani Nur Ilhami yang selalu marah-marah kalo penulis belum juga menyelesaikan skripsi namun juga selalu mendukung dengan sifat keibuannya.
13. Kepengurusan Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen periode 2013/2014, Maarcelus Calvin, Arlin Yolanda, Ines, Victor Christian Pasla, Pricilla Junita Justian Mokaluk, Rangga Barran, Satrio Pamungkas, Febbia Marsha, Welsen, R. R. Megitta, Gilang Ahmad Mirzan Brilliant, Agfa Karunia Putra, dan Reiyon K. Ghaisani yang sudah lulus terlebih dahulu. Terima kasih atas pengalaman dalam pengembangan *soft-skill* serta suka dan duka bersama.
14. Kepengurusan Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen yang sudah berkontribusi dan memberikan pembelajaran serta pengalamannya, dari periode 2012/2013 Rafi Putra, Nikolaus Agung Nugroho, Rendih, Satrio Gabo, Maria Vivi, Michelle Kenji, Zanti, Stephen Permana. Periode 2014/2015 F. Bobby Wijaya, Firza Fauzia, Jenzo Andika, Ayank Pramudita, Siti Zahra Habiba, C. Pingkan Oroh, Fikryadi Amrullah, Haidar Nufaldy, Indra Pratama, Grady Manuel, Fransiska Ervina, Herwian, Nesya Ajani. Periode 2015/2016 Evelyne Elisabeth, Riansyah Aulia, Dara Nursafira, Dicky Fathony, Kasandy Andiona, Degitta Cahya, Prananda Ikhsan, Fitriana, Dika Muhammad, Adizar K., Bernie Natanegara, Tsaqif Fauzan, Akbar Hibran, Ashifa Rahma, Sulistiya. Serta seluruh alumni pengurus HMPSM lainnya Christian Wibisono, Bobby Irham, Edward Kodok, Andrew Said, Melvin, Rendy Ewok, Reyza Ramadhan, Marmar.
15. Gerakan Mahasiswa Pendukung Ohim dan Cilla (GASPOL) Alfredo Nathanael, Athur Ganesha, Cherryli Roselle, Dimas Ramadhan, Geraldly

Manoe, Ghassan Perdana, Henry Julian, Hune Mering, Ibrahim Risyad, Johannes Mario Adriano, Kemal Maulana Putra, Kevin, Lerry Iqbal, Muhammad Ilham Bekti, Marcelus Calvin, Michael Alexandre, Othman Nathan Aziz, Patricia Hutapea, Raden Zulfikar, Raditya Poetra, Rangga Barran, Reiyon K. Ghaisani, Rheza Pradipta M, Rizfa Daliyanto, S. Nadia Kalandra. Terima kasih atas semangat dan doanya.

16. Akarsana & Suara, sebuah band yang memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada saya untuk menjadi manager mereka. Terima kasih juga untuk dukungan dan semangat dari kalian.
17. Keluarga Sabirin yang beranggotakan Fadel Afiandi Sabirin, Abiya Tahira, Malik Lukito, Rd. Indy Mekka. Terima kasih atas tumpangan rumahnya, dukungan, semangat serta doanya selama penulis menyelesaikan penelitiannya.
18. Tiara Putri Effendy, Odilia dan Andrew “N” yang selalu menghibur penulis dan selalu menyemangati.
19. Kopi Endeus & Kopital yang menjadi tempat penulis menyelesaikan penulisan penelitiannya.
20. Ferdi Aceng dan Jordi Hendrisa yang selalu menghibur dan jadi teman curhat penulis selama ini.
21. Danang Permadi yang memberikan tumpangan di kosan untuk menyelesaikan skripsinya dan semangat serta dukungan yang selalu diberikan.
22. Aldy Novandika dan Tegar yang memberikan pencerahan serta banyak masukan tentang berbisnis yang sangat membantu dalam penulisan penelitian ini.
23. Agil S. Octanto, Bella Nisa, Belianny Putri, dan Brian A. yang menjadi teman bertukar ilmu dengan penulis.
24. Jaya Abadi sebuah tempat yang sangat membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini dengan pemberian pelayanan pencetakan serta penjilidan skripsi yang selalu ada setiap saat.
25. Seluruh pihak yang telah membantu penulis, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Terima kasih atas segala dukungn yang telah diberikan kepada penulis dan semoga Tuhan membalas kebaikan semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan ini. Penullis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis sangat terbuka atas segala saran dan kritik yang diberikan oleh siapapun. Semoga kiranya skripsi ini dapat bermanfaat. Terima kasih.

18 Januari 2017

Alexander Sondang Yogi Wiyoto

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Masalah Penelitian.....	2
1.2. Tujuan Penelitian.....	3
1.3. Manfaat Penelitian.....	3
1.4. Kerangka Pemikiran	4
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Manajemen Strategik.....	7
2.2. Fungsi Manajemen Strategik.....	7
2.2.1. Perumusan Strategi (<i>Strategy Formulation</i>)	8
2.2.1.1. Visi (<i>Vision</i>).....	8
2.2.1.2. Misi (<i>Mission</i>)	9
2.2.1.3. Tujuan (<i>Objective</i>).....	9
2.2.1.4. Strategi (<i>Strategy</i>).....	10
2.2.2. Penerapan Strategi (<i>Strategy Implementation</i>).....	13
2.2.3. Evaluasi Strategi (<i>Strategy Evaluation</i>).....	14
2.3. Pengertian Bisnis & Tujuan Bisnis.....	14
2.5. SWOT Analisis.....	15
2.6. Pengertian Model Bisnis.....	16
2.6.1. <i>Customer segmen</i> (segmen pelanggan)	17
2.6.2. <i>Value proposition</i> (proposisi nilai).....	18
2.6.3. <i>Channels</i> (alur).....	21
2.6.4. <i>Customer relationship</i> (hubungan dengan pelanggan)	23
2.6.5. <i>Revenue Stream</i> (aliran pendapatan).....	24
2.6.6. <i>Key Resources</i> (sumber kunci).....	26
2.6.7. <i>Key Activities</i> (aktivitas kunci).....	27

2.6.8.	<i>Key Partnerships</i> (mitra kunci).....	28
2.6.9.	<i>Cost Structure</i> (struktur pembiayaan)	29
BAB 3 METODE & OBJEK PENELITIAN		31
3.1.	Metode Penelitian.....	31
3.2.	Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.	Pengolahan Data.....	32
3.4.	Objek Penelitian	33
BAB 4 PEMBAHASAN		35
4.1.	<i>Key Success Factor</i> (kunci sukses) dari usaha jasa <i>event organizer</i>	35
4.2.	SWOT dari HTH Experience Bandung.....	39
4.3.	Model bisnis kanvas HTH Experience	40
4.3.1.	<i>Customer segmen</i> (segmen pelanggan)	43
4.3.2.	<i>Value proposition</i> (proposisi nilai).....	44
4.3.3.	<i>Channels</i> (saluran)	45
4.3.4.	<i>Customer relationship</i> (hubungan dengan customer)	46
4.3.5.	<i>Revenue Stream</i> (aliran pendapatan).....	47
4.3.6.	<i>Key Resource</i> (sumber kunci)	48
4.3.7.	<i>Key Activities</i> (aktivitas kunci).....	50
4.3.8.	<i>Key Partnerships</i> (mitra kunci).....	53
4.3.9.	<i>Cost Structure</i> (struktur pembiayaan)	54
4.4.	Proyeksi keuangan HTH Experience.....	54
Bab 5 KESIMPULAN & SARAN.....		58
5.1.	Kesimpulan.....	58
5.2.	Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Penjadwalan HTH Experience	41
Tabel 4.2 Proyeksi Pendapatan HTH Experience dari Organizing Fee	55
Tabel 4.3 Proyeksi Pendapatan HTH Experience dari Biaya Tiket Masuk	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Business Model Canvas</i>	5
Gambar 2.1 <i>Channel Types & Channel Phases</i>	22

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Memulai sebuah bisnis baru merupakan sebuah tantangan tersendiri bagi seorang pebisnis tersebut karena ia memerlukan perencanaan yang matang serta penetapan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis tersebut. Bisnis *event organizer* sendiri bukanlah hal yang baru dalam dunia bisnis, ada banyak perusahaan yang menekuni dunia ini mulai dari *event organizer* untuk acara pernikahan, acara untuk perusahaan nasional atau multi-national, hingga acara pribadi yang menggunakan jasa *event organizer*.

Event menurut Any Noor (2009:7) adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Dalam menajalan sebuah *event* juga memerlukan perencanaan serta persiapan yang matang.

Selama 5 tahun kebelakang PT. Hasta Triyasa Humaniora merupakan perusahaan yang menjalankan bisnisnya dibidang jasa desain serta konsultan untuk desain grafis, desain interior & arsitektur. Salah satu cara untuk mempromosikan produk-produk yang mereka jual yaitu dengan membuat *event*. Mereka membuat *event* dengan desain yang bagus dari mulai *branding*, desain dekorasi, desain *booth*, dan lainnya. Perusahaan ini selalu konsisten dalam menjalankan acara mereka yaitu setahun sekali, namun mereka juga pernah menjalankannya setahun dua kali. Seiring berjalannya waktu, beberapa orang beranggapan bahwa PT. Hasta Triyasa Humaniora merupakan perusahaan jasa *event organizer*. Salah satunya Pemerintah Kota Bandung yang meminta PT. Hasta Triyasa Humaniora untuk menginisiasi

program *Culinary Night* yang dimulai di daerah Braga Bandung pada tahun 2013 lalu. Melihat kesempatan itu Meizan D. Nataadiningrat, selaku *Chief Executive Officer* (CEO) PT. Hasta Triyasa Humaniora, pada bulan Juni 2015 membuat sub bisnis unit baru, yang diberi nama HTH Experience, yang berfokus pada pemberian jasa pembuatan konsep sebuah event, pengembangan konten sebuah event serta jasa mengorganisir sebuah event.

Hambatan yang terjadi pada HTH Experience salah satunya adalah pendanaan diawal untuk menjalankan sebuah *event* karena biasanya *client* atau sponsor untuk sebuah acara hanya membayar sebagian kecil dari nilai kontraknya dan akan dilunasi setelah *event* tersebut selesai di laksanakan.

Salah satu kompetitor dari HTH Experience yaitu Ismaya Live memiliki investor yang mau berinvestasi pada bisnis jasa *event organizer*, investor tersebut mau memberikan dana diawal untuk menjalankan *event* kompetitor tersebut. Salah satu yang membuat investor tertarik adalah melalui pemaparan model bisnis Ismaya Live. Hal ini menunjukkan apabila sebuah model bisnis dari bisnis jasa *event organizer* menguntungkan bagi investor, maka investor pun ingin berinvestasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis melakukan penelitian dengan judul “Aplikasi Model Bisnis Kanvas pada HTH Experience”. Harapan penulis adalah membantu *owner* meyakinkan investor melalui pemaparan model bisnis ini yang akan menunjukkan kelayakan dari bisnisnya.

1.1. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

- a. Apa saja *Key Success Factor* (kunci kesuksesan) dari usaha jasa *event organizer* HTH Experience?
- b. Bagaimana *Strength, Weakness, Opportunities, & Threat* (S.W.O.T.) dari usaha jasa *event organizer* HTH Experience?
- c. Bagaimana model bisnis kanvas dari usaha jasa HTH Experience?

- d. Bagaimana implementasi perencanaan dari usaha jasa HTH Experience?

1.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a. Mengetahui *Key Success Factor* (kunci kesuksesan) dari usaha jasa *event organizer* HTH Experience.
- b. Mengetahui *Strength, Weakness, Opportunities, & Threat* (S.W.O.T.) dari usaha jasa *event organizer* HTH Experience.
- c. Mengetahui dan memberi masukan tentang model bisnis kanvas dari usaha jasa HTH Experience.
- d. Mengetahui dan memberi masukan tentang pengimplementasi perencanaan dari usaha jasa HTH Experience.

1.3. Manfaat Penelitian

Tentunya pada setiap penelitian memiliki manfaatnya masing-masing. Manfaat yang ingin diberikan oleh penulis melalui penelitian ini adalah :

- a. Bagi Penulis:
Penelitian ini menjadi syarat kelulusan bagi penulis dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan. Selain itu penulisan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan penulis dalam pembuatan rancangan model bisnis serta pengambilan strategi yang tepat.
- b. Bagi Perusahaan yang diteliti:
Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan yang diteliti dalam menentukan *Key Success Factor* (kunci kesuksesan), mengetahui serta mengembangkan *Strength, Weakness, Opportunities, & Threat* (S.W.O.T.), dan model bisnis

yang diterapkan dalam menjalankan usaha jasa *event organizer* HTH Experience.

c. Bagi pembaca:

Penelitian ini diharapkan sebagai sumber informasi serta yang berguna & diharapkan dapat memberikan acuan penelitian lain yang berkaitan dengan penerapan model bisnis kanvas di sebuah organisasi.

1.4. Kerangka Pemikiran

Wheelen & Hunger (2012:17) mengatakan bahwa “*vision describes what the organization would like to become*”. Jadi sebuah visi yang dirumuskan oleh sebuah organisasi atau perusahaan harus dapat menjelaskan bagaimana organisasi atau perusahaan tersebut ingin menjadi seperti apa.

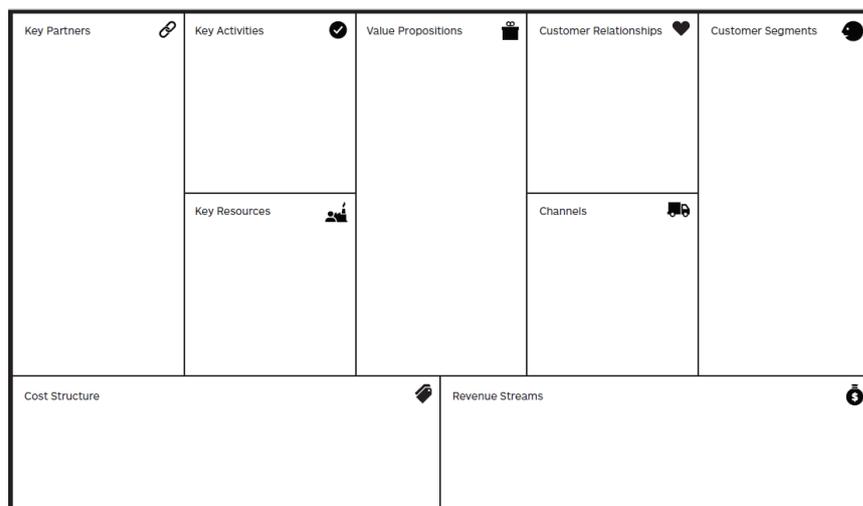
Fred David (2011:11) mengatakan bahwa “*Missions statement are enduring statements of purposes that distinguish one business from other similar firms.*” Pernyataan misi dari sebuah perusahaan atau organisasi merupakan pernyataan tujuan yang secara jelas membedakan satu bisnis dengan bisnis lain yang sejenis.

Wheelen & Hunger (2012:18) menyatakan bahwa “*Objectives are the end results of planned activity. They should be stated as action verbs and tell what is to be accomplished by when and quantified if possible.*” Dengan kata lain tujuan merupakan suatu kegiatan yang perlu dilakukan oleh perusahaan atau organisasi dalam waktu tertentu.

Key Success Factors menurut Tripomo (2005:89) adalah faktor-faktor internal organisasi (sumber daya dari kompetensi) yang paling kritis atau yang paling penting, yang mungkin digunakan oleh suatu organisasi dalam suatu industri sebagai alat utama untuk menangani peluang dan ancaman agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan (meningkatkan posisi persaingan).

Menurut Hubeis & Najib (2014:29), yang dikutip oleh Dewanti Nawangsuri, mengatakan bahwa dewasa ini organisasi merupakan suatu sistem yang terbuka. Dalam hal ini berarti sebuah organisasi selalu berhubungan dengan dengan lingkungan sekitarnya baik internal maupun eksternal. Analisa lingkungan internal & eksternal yang berhubungan dengan sebuah organisasi dilakukan melalui analisis SWOT. Menurut Jogiyanto (2005:46), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan

Gambar 1.1 Business Model Canvas



Sumber : strategyzer.com

dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Model bisnis sendiri menurut Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2010:14,2010:15) “A business model describes the rationale of how an organization creates, delivers, and captures value” dan “The Business model is like a blueprint for a strategy to be implemented through organizational structures, processes, and systems.” Berarti sebuah model bisnis merupakan hal yang penting dalam sebuah pencangan strategi bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Selain itu model bisnis akan berpengaruh pada struktur, proses, dan sistem pada sebuah organisasi atau perusahaan.

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2010:15) mengatakan, “*We believe a business model can best be described through nine basic building blocks that show the logic of how a company intends to make money.*” Alexander Osterwalder & Yves Pigneur percaya akan sembilan blok-blok dari model bisnis, yaitu *Value proposition* (proposisi nilai), *Customer segmen* (segmen pelanggan), *Channels* (saluran), *Customer relationship* (hubungan dengan customer), *Revenue Stream* (aliran pendapatan), *Key Resource* (sumber kunci), *Key Activities* (aktivitas kunci), dan *Key Partnerships* (mitra kunci), *Cost Structure* (struktur pembiayaan) dapat memperlihatkan dengan logis bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan bermaksud untuk mendapatkan uang.