

## ABSTRAK

# EVALUASI INOVASI DAN STRATEGI MODEL BISNIS PADA PT LINGKAR REKSA GEODATA

**Fatihah Nurrahmi Andina**

19/452454/PEK/25406

Penelitian ini berfokus pada analisis bentuk proses penciptaan inovasi, strategi pengembangan produk, model bisnis serta pola bisnis di PT Lingkarek Geodata atau Circlegeo yang menyediakan platform digital, .GIS untuk pembuatan peta digital dan *Weather Targeting Automation* (WTA) kepada pelanggannya. Penelitian dilakukan dengan melalui serangkaian analisis menggunakan kerangka *Open/Closed Innovation* untuk mengetahui pihak yang terlibat dalam bentuk proses penciptaan inovasi di Circlegeo. Selanjutnya, dalam menganalisis strategi pengembangan produk teknologi yaitu .GIS dan WTA Circlegeo hingga mencapai *product-market fit*, penulis menggunakan kerangka *market pull* dan *technology push*. Tahap terakhir yang penulis lakukan adalah melakukan analisis menggunakan kerangka Sembilan Bangunan berdasarkan Kanvas Model Bisnis untuk menganalisis model bisnis yang diterapkan oleh Circlegeo dalam periode 2021-2022 dan pola bisnis pada produk .GIS. Wawancara semi terstruktur terhadap 3 informan Circlegeo, observasi partisipan dan nonpartisipan yang dilakukan oleh penulis, serta studi pustaka dari dokumen-dokumen perusahaan digunakan sebagai metode pengumpulan data pada penelitian ini yang kemudian ditriangulasi sebagai justifikasi observasi produk dan non-produk Circlegeo.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan kompleksitas dari bentuk proses penciptaan inovasi yang terjadi pada produk teknologi *platform* .GIS karena meski pengembangan teknologi dilakukan secara mandiri oleh tim internal Circlegeo dengan *closed innovation*, namun produk peta digital dengan *platform* .GIS hanya dapat digunakan oleh pengguna akhir setelah melalui tahapan koreksi yang dilakukan oleh pengguna. Kemudian, strategi yang digunakan dalam pengembangan produknya juga merupakan kombinasi dari *market pull* dan *technology push*. Dalam periode 2021-2022 Circlegeo mengalami perubahan model bisnis untuk produk .GIS dimana yang sebelumnya fokus kepada segmen pelanggan B2C dan B2G berubah menjadi B2B dan B2G. Model bisnis dan pola bisnis difokuskan untuk produk .GIS yang sudah melalui tahapan pemasaran, sedangkan WTA masih ada pada tahap pengembangan produk. Hasil penelitian ini berupa analisis bentuk proses penciptaan inovasi yang meliputi orang-orang yang terlibat dan strategi pengembangan produk selama bentuk proses penciptaan inovasi yang dilakukan pada dua produk Circlegeo, .GIS dan WTA, serta model bisnis dan pola bisnis yang selama ini dijalankan oleh Circlegeo. Dari analisis tersebut penulis juga memberikan saran kepada manajemen Circlegeo yang berdampak pada keberlangsungan bisnis secara jangka panjang.

Kata Kunci: *Web GIS, Open Innovation, Closed Innovation, Market pull, Technology push, Kanvas Model Bisnis*



## EVALUATION OF INNOVATION AND BUSINESS MODEL STRATEGY IN PT LINGKAR REKSA GEODATA

**Fatikhah Nurrahmi Andina**

19/452454/PEK/25406

This research explores the innovation creation processes, product development strategies, business models, and business patterns at PT Lingkar Reksa Geodata or Circlegeo, which provides its customers a .GIS *platform* for digital map creation and Weather Targeting Automation (WTA). The research was carried out through a series of analyses using the Open/Closed Innovation framework to determine the parties involved in the innovation-making process at Circlegeo. Furthermore, the author uses *market pull* and *technology push* frameworks in analyzing the technology product development strategy, namely .GIS and WTA Circlegeo to achieve product-market fit. The author then conducted an analysis using the Nine Buildings framework based on the Business Model Canvas to assess Circlegeo's business model and business pattern for .GIS product in the 2021-2022 period. In this study, semi-structured interviews with three Circlegeo informants, participant and non-participant observations conducted by the author, and a literature review of company documents were used as data collection methods, which were then triangulated as justification for Circlegeo product and non-product analysis.

The results of this study demonstrate the complexity of the innovation creation process that occurs in .GIS *platform* technology products because although technology development is carried out independently by the Circlegeo internal team with closed innovation, but digital map products with the .GIS *platform* can only be used by end users after going through the co-creation stage. The product development strategy is also a combination of *market pull* and *technology push*. The business model for Circlegeo's .GIS product, which previously focused on B2C and B2G customer segments, shifted to B2B and B2G in the period 2021-2022. The business model analysis focuses only for .GIS product since it already completed the marketing stage, while WTA product is still in the product development stage. The result of this study include an overview of the innovation creation process, including the people who involved and product development approaches used on two Circlegeo products, .GIS and WTA, then the business models and business patterns that have been carried out by Circlegeo. The author also provides advice to Circlegeo management based on this analysis, resulting in an impact on long-term business sustainability.

*Keywords: Web GIS, Open Innovation, Closed Innovation, Market pull, Technology push, Business Model Canvas*