

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 ini sangat mempengaruhi berbagai negara di seluruh dunia, salah satunya adalah Indonesia. Pembatasan mobilitas penduduk oleh pemerintah di Indonesia dari tahun 2020 ini menyebabkan beberapa sektor lapangan usaha mengalami penurunan yang sangat signifikan yang mengharuskan para pengusaha mencari strategi alternatif agar usaha mereka tetap berjalan. Begitu juga pengusaha tempat perawatan tubuh dan kecantikan. Dengan adanya pandemi Covid-19, maka perlu adanya solusi pengembangan model bisnis untuk membantu pengusaha tempat perawatan tubuh dan kecantikan di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis platform yang efektif serta menilai kelayakan model bisnis platform Get Glam sebuah perantara tempat perawatan tubuh dan kecantikan di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode survei dan wawancara yang akan digunakan sebagai panduan dari perancangan model bisnis platform Get Glam. Hasil pengumpulan data diuraikan melalui pendekatan analisis peta empati dan sembilan blok komponen model bisnis serta pengujian kelayakan ekonomi menggunakan *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Payback Period* (PP). Kemudian dilakukan analisis skenario sebagai cara yang efektif untuk mengurangi ketidakpastian dan membantu perusahaan untuk memutuskan strategi dan kebijakan. Terdapat tiga skenario analisis sensitivitas yaitu pesimis (*pessimistic*), normal (*moderate*) dan optimis (*optimistic*). Berdasarkan analisis tersebut, model bisnis Get Glam layak untuk dijalankan karena memiliki nilai proyeksi *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp1.026.875.983,00 *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 98% dan *Payback Period* (PP) selama 1 tahun 8 bulan. Kemudian berdasarkan ketiga analisis skenario model bisnis Get Glam layak untuk dijalankan karena masih memberikan keuntungan walaupun pada skenario pesimis yang mungkin terjadi.

Kata kunci: model bisnis, platform, peta empati, kanvas model bisnis, analisis kelayakan bisnis, perawatan tubuh dan kecantikan, salon

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has greatly affected various countries around the world, one of which is Indonesia. The restrictions on population mobility by the government in Indonesia from 2020 have caused several business sectors to experience a very significant decline, which requires entrepreneurs to look for alternative strategies to keep their businesses running. Likewise entrepreneurs where body care and beauty. With the Covid-19 pandemic, there is a need for a solution to develop a business model to help entrepreneurs of body care and beauty places in Yogyakarta. This study aims to design an effective platform business model and assess the feasibility of the Get Glam platform business model, an intermediary for body and beauty care in Yogyakarta. This study uses survey and interview methods that will be used as a guide for designing the Get Glam platform business model. The results of data collection are described through an analysis approach of empathy maps and nine component blocks of a business model as well as economic feasibility testing using Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR) and Payback Period (PP). Then scenario analysis is carried out as an effective way to reduce uncertainty and help companies to decide on strategies and policies. There are three scenarios of sensitivity analysis, namely pessimistic, normal (moderate) and optimistic (optimistic). Based on this analysis, the Get Glam business model is feasible because it has a projected Net Present Value (NPV) of IDR 1,026,875,983.00, an Internal Rate of Return (IRR) of 98% and a Payback Period (PP) of 1 year and 8 months. Then based on the three scenarios analysis, Get Glam's business model is feasible to run because it still provides benefits even in the pessimistic scenario that may occur.

Keywords: *business model, platform, empathy map, business model canvas, business feasibility analysis, body care and beauty, beauty parlor, parlor*