

INTISARI

Kemajuan teknologi dan gaya hidup masyarakat saat ini menjadi suatu hal yang cepat menyebar, dan mempercepat akses pengetahuan mengenai budaya lain, yang membawa dampak perubahan hingga ke tingkat dasar kehidupan manusia di Indonesia. Kemajuan tersebut membawa dampak yang dapat terlihat dari segi *fashion*, teknologi, makanan, minuman, sosial budaya, hingga pada kebiasaan. Kebiasaan yang menjadi sebuah tren saat ini adalah begitu banyak acara yang diselenggarakan dalam upaya memperingati suatu kejadian, atau dalam hal pertemuan yang berhubungan untuk perkembangan suatu perusahaan hingga suatu negara. Diselenggarakannya berbagai macam acara tentunya membutuhkan vendor yang dapat mendukung kegiatan acara tersebut, namun hal yang sering terjadi adalah kesulitan untuk mencari vendor yang cocok untuk digunakan dalam acara tersebut karena terbatasnya informasi bagi para pelanggan dan juga promosi yang dilakukan oleh para vendor. Perkembangan teknologi informasi saat ini juga mempengaruhi proses bisnis, dimana banyak pelaku bisnis mengubah proses bisnisnya menjadi e-bisnis karena berbagai kemudahan yang ditawarkan. Adanya tren proses bisnis yang beralih menjadi digital tentunya membuka peluang untuk mengembangkan sebuah *platform vendor event*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang model bisnis *platform vendor event* berbasis aplikasi PT. Sendor (*House of Vendor*) yang menghubungkan *vendor event* dengan pelanggan. Metoda penelitian yang digunakan meliputi observasi, wawancara, survei serta kajian literatur. Peneliti menggunakan data yang dikumpulkan untuk menganalisis peta empati calon pelanggan, serta merancang model bisnis yang tepat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bisnis *platform vendor event* berbasis aplikasi PT. Sendor (*House of Vendor*) menjadi sebuah konsep yang inovatif untuk menjembatani kedua segmen pelanggan tersebut, serta dapat mengatasi berbagai masalah terkait *vendor event*. Hasil analisis keuangan menunjukkan bahwa bisnis ini memiliki modal awal sebesar Rp 569.083.800, nilai *Internal Rate of Return (IRR)* sebesar 36,77%, *Net Present Value (NPV)* sebesar Rp 641.699.412, dan *Payback Period (PP)* selama 3 tahun 21 bulan. Hasil analisis keuangan tersebut menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: Model bisnis, *Platform*, *Vendor Event*, Peta Empati, Aplikasi, *Website*.

ABSTRACT

The advances in technology and people's lifestyles today nowadays become a thing that quickly spreads, and accelerates access to knowledge about other cultures, which brings the impact of change to the basic level of life in Indonesia. This progress can be seen in many aspects i.e. fashion, technology, food, drink, social culture, and behaviour one of habits. The habits that become a trend today is that there so many events held in an effort to commemorate an event, or meetings various from the development of a company to development of a country. To organize various kinds of events certainly requires vendors who can support the event's activities, but the problem that often happens is the difficulty of finding suitable vendors to use in the event because of the limited information for customers and also the promotions made by vendors. The development of information technology today also affects business processes, where many business people turn their business processes into e-business because of the various advantages offered. The trend of business processes that turn into digital certainly open up the opportunity to develop an event vendor platform.

The purpose of this research is to design a business model of an application-based vendor platform PT. Sendor (House of Vendor) that connects event vendors with their customers. The research method used includes observation, interviews, surveys and literature studies. The researcher used the collected data to analyze the empathy map of potential customers, and to design the business model.

The results of the study showed that the application-based vendor event platform business model of PT. Sendor (House of Vendor) is potential to be an innovative concept to connect the two customer segments, and can overcome various problems related to event vendors. The results of the financial analysis showed that this business had Rp. 569,083,800 of initial capital, the Internal Rate of Return (IRR) was 36.77%, the Net Present Value (NPV) was Rp. 641,699,412 and Payback Period (PP) for 3 21 months. The results of the financial analysis show that this business is feasible to run.

Keywords: *Business model, Platform, Vendor Event, Empathy Map, Application, Website.*