



ABSTRACT

The Indonesian government strongly supports the growth of startups. However, data shows that only 5% of startups are successful; one of the causes of failure is ineffective business communication. Business communication can be described in several segments so the startups can see the relationships between the supporting elements of communication. A clear element description is expected to improve the quality of startup business communication. The description of all elements involved in the business is called the business model.

In this study, the researcher is describing the business communication business model at startup using Business Model Canvas (BMC) and Resource and Competence, Organization Structure, and Value Proposition (RCOV). Designing a business model based on ten startup interviews and literature studies. Modeling produces nine elements from BMC and one element from RCOV. The results of the modeling recommend a product in the form of online communication media for business communication. SWOT evaluates the results of the modeling by the startup, and the level of usefulness is measured using the SUS survey.

Evaluate the model with a SWOT analysis and measure the usefulness of online media using the SUS survey. The SWOT analysis was carried out by three startups and the SUS survey target was a startup that used online media as a medium for business communication. Online media used as survey objects are Slack, Trello, Instagram, and Facebook. The results of the SWOT analysis show that startup conditions in using online media for business communication are strong enough, have a threat categorized as threatening, and have an opportunity categorized as quite an opportunity. Meanwhile, the SUS results state that the entire online communication media can provide benefits to users but has not been fully received.

Keyword: business communication, business model, Business Model Canvas, BMC, RCOV, SWOT, SUS

INTISARI

Pemerintah Indonesia sangat mendukung pertumbuhan *startup*. Namun, data menunjukkan hanya 5% *startup* yang berhasil, salah satu penyebab kegagalan adalah komunikasi bisnis yang tidak efektif. Komunikasi bisnis dapat didiskripsikan ke dalam beberapa segmen sehingga *startup* dapat melihat keterkaitan antar elemen pendukung komunikasi. Gambaran elemen yang jelas diharapkan dapat meningkatkan kualitas komunikasi bisnis *startup*. Penggambaran semua elemen yang terlibat dalam bisnis disebut dengan model bisnis.

Pada penelitian ini, menggambarkan model bisnis komunikasi bisnis pada *startup* menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Resource and Competence, Organization Structure, and Value Propotion* (RCOV). Perancangan model bisnis berdasarkan wawancara 10 *startup* dan studi literatur. Komunikasi bisnis dimodelkan kedalam sembilan elemen dari BMC dan satu elemen dari RCOV. Hasil pemodelan merekomendasikan produk berupa media komunikasi *online* untuk komunikasi bisnis.

Evaluasi model dengan analisis SWOT dan pengukuran tingkat kegunaan media online dengan menggunakan survei SUS. Analisis SWOT dilakukan oleh empat *startup* dan target survei SUS adalah pegawai *startup* yang menggunakan media online sebagai media komunikasi bisnis. Media online yang digunakan sebagai objek survei adalah Slack, Trello, Instagram, dan Facebook. Hasil analisis SWOT menunjukkan kondisi *startup* dalam menggunakan media *online* untuk komunikasi bisnis cukup kuat, mempunyai ancaman berkategori mengancam, dan mempunyai peluang berkategori cukup menjadi peluang. Sedangkan, hasil SUS menyatakan bahwa keseluruhan media komunikasi *online* tersebut sudah bisa memberikan manfaat kepada pengguna tetapi belum sepenuhnya diterima.

Kata kunci: komunikasi bisnis, model bisnis, *Business Model Canvas*, BMC, RCOV, SWOT, SUS