

ABSTRAK

Berdasarkan data dari survei, ada sebanyak 87 persen mahasiswa di Indonesia yang mengakui jurusan yang diambil saat kuliah tidak sesuai dengan minatnya. Ada lima faktor penyebab hal ini terjadi. Faktor tersebut adalah, keterbatasan Informasi mengenai jurusan yang diinginkan, belum menemukan passion, mengikuti teman, faktor orang tua yang menghendaki mahasiswa untuk memilih jurusan yang bukan preferensinya dan kuliah karena gengsi. Namun berdasarkan hasil survei, faktor terbesar adalah kurangnya pengetahuan mengenai jurusan dan minat yang mahasiswa inginkan. Fenomena tersebut menjadi peluang untuk menciptakan model bisnis layanan penyedia informasi jurusan dan kampus.

Penelitian ini bertujuan untuk membuat model bisnis situs layanan penyedia informasi jurusan dan kampus. Konsep tersebut merupakan suatu inovasi dari bisnis penyedia informasi jurusan dan kampus yang sudah ada. Metode pengumpulan data diperoleh dengan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan survei melalui kuisioner yang disebar kepada 38 responden yaitu, 16 calon pelanggan pelajar SMA dan 22 calon pelanggan mahasiswa. Kemudian dari hasil kuisioner tersebut, dibuat peta empatinya untuk merancang sembilan blok model bisnis Tanyakampus.id.

Potensi positif dengan asumsi model keuangan optimis membuktikan bahwa situs Tanyakampus.id adalah sebuah startup yang berpotensi. Proyeksi finansial yang dibahas pada sub bab lima menunjukkan estimasi NPV di tahun kelima sebesar Rp. 3.459.689.084,91 dengan tingkat IRR 72% dan ekspektasi payback period selama 1 tahun 2 bulan. Berdasarkan hasil pengolahan data survei, model bisnis tanyakampus.id, potensi bisnis penyedia informasi ini layak untuk direalisasikan.

Kata kunci: situs, mahasiswa, layanan penyedia informasi, freemium, peta empati, model bisnis kanvas

ABSTRACT

Based on data from the survey, there were 87 percent of students in Indonesia who admits that the course they took in college were not in accordance with their interests. There are five factors that caused this to happen. These factors are, limited information about the desired majors, haven't found their desire, follow their friend, the parents who wants students to choose majors they didn't like and chose the college because of its prestige. Based on the results of the survey, the biggest factor was because of limited information about the desired majors. This phenomenon is an opportunity to create a business model for providing information services for courses and campuses.

This study was designed to create a business model for providing information about courses and campuses. This concept is an innovation from business information providers for majors and campuses that were already exist. Data collection method is obtained from primary and secondary data. Primary data is obtained by survey through questionnaires distributed to 38 respondents, which are 16 prospective high school customers and 22 prospective college student customers. Then from the results of the questionnaire, an empathy map was made to be further discussed in nine the blocks of tanyakampus.id business model.

Positive potential assuming an optimistic financial model proves that tanyakampus.id website is a potential startup. The financial projections approved in sub-chapter five estimate NPV in the fifth year of Rp. 3.459.689.084,91 with an IRR of 72% and an expected payback period of 1 year and 2 months. Based on survey data results, the business model of tanyakampus.id, the business potential of this information provider is feasible to be realized.

Keywords: site, student, information service provider, freemium, empathy map, canvas model business