



INTISARI

Kehidupan sosial masyarakat di kota besar di dunia mengalami banyak perubahan. Munculnya sosial media, habisnya waktu dalam mengurus pekerjaan dan keluarga, hingga perubahan lokasi dan tempat tinggal membuat banyak masyarakat mengalami perasaan kesepian. Tumbuhnya teknologi memudahkan untuk mencari solusi atas permasalahan yang sedang dialaminya termasuk perasaan kesepian. Salah satu jenis bisnis yang saat ini muncul untuk mengatasi permasalahan kesepian adalah bisnis penyediaan jasa pertemanan.

Penelitian bertujuan untuk melakukan eksplorasi terhadap model bisnis penyedia jasa pertemanan dengan acuan model bisnis serupa yang sudah ada di Jepang dan Amerika Serikat. Metoda penelitian menggunakan metoda campuran. Subjek penelitian adalah melakukan wawancara kepada 6 orang penyedia jasa yang bergabung di Rentafriend.com dan melakukan survei terhadap 137 responden yang berdomisili kota besar di Indonesia dan umur 24-50 tahun. Tujuan survei untuk melihat seberapa besar tingkat kesepian diantara para responden dan respon terhadap konsep bisnis ini. Hasil data wawancara dan data survei dianalisa menggunakan teknik analisa konten.

Temuan hasil wawancara menunjukkan bahwa para penyedia jasa berpendapat bahwa bisnis penyediaan jasa pertemanan memiliki peluang yang besar namun belum berkembang karena pemasaran dan pengenalan terhadap konsep bisnis ini masih belum banyak dilakukan oleh Rentafriend.com. Temuan hasil survei menunjukkan 36% responden mengalami tingkat kesepian sedang dan 4% responden mengalami tingkat kesepian tinggi, sedangkan 15% responden tertarik untuk menggunakan aplikasi penyedia jasa pertemanan dan 20% responden merespon netral.

Mingle adalah aplikasi penyedia jasa pertemanan yang disusun oleh peneliti sebagai upaya untuk mengatasi tingginya tingkat kesepian para responden serta menjawab keterbukaan para responden terhadap konsep bisnis penyedia jasa pertemanan ini. Rencana aksi untuk mewujudkan bisnis ini dimulai dengan pembuatan aplikasi dengan konsep MVP untuk melihat respon calon pelanggan, melakukan pengukuran metrik-metrik yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi dan menerapkan hasil analisa terhadap metrik yang telah dikumpulkan untuk pengembangan aplikasi selanjutnya.

Kata Kunci : Kesepian, Model bisnis, Jasa pertemanan, Sosial media



ABSTRACT

The social life of people in big cities in the world has undergone many changes. The emergence of social media, the time spent taking care of work and family, and changing locations and places of residence have made many people feel lonely. The growth of technology makes it easier for them to find solutions to many problems they are experiencing, including feelings of loneliness. One type of business that is currently emerging to solve the problem of loneliness is the business of providing friendship services.

This study aims to explore the business model of friendship service providers with reference to similar business models that already exist in Japan and the United States. The research method uses a mixed method. The interview subjects for this research is six person who joined Rentafriend.com and also we conducted a survey of 137 respondents who lived in big cities in Indonesia, aged 24-50 years. The purpose of the survey is to see how much of the respondents feeling lonely and their responses to this business concept. The results of the interview and survey were analyzed using content analysis techniques.

Insight from the interviews show that these friendship service provider think that the business has a great opportunity but has not yet developed because Rentafriend.com has not done much marketing and done nothing to introduce this business concept to general publics. The survey results showed that 36% of respondents experienced moderate levels of loneliness and 4% of respondents experienced high levels of loneliness, while 15% of respondents were interested in using friendship service provider applications and 20% of respondents responded neutral.

Mingle is a friendship service provider application initiated by the researcher as an effort to overcome the high level of loneliness of respondents and to tap into the respondents openness to the concept of friendship service as a business. The action plan to realize this business starts with making an mobile phone application using MVP concept to see potential customer responses, measuring metrics related to application usage and applying the results of analysis that have been collected for further development of the application.

Key Words : Loneliness, Business Model, Friendship Services, Social Media