



INTISARI

Perkembangan teknologi informasi adalah mengubah bisnis konvensional menjadi lebih dinamis. Salah satu bentuk layanan yang populer dan dimungkinkan dengan perpaduan Internet dan ponsel pintar adalah *location-based services (LBS)*. Bentuk implementasi dari teknologi LBS adalah dalam bidang pemasaran adalah *location-based marketing*. Saat penelitian ini ditulis, di Indonesia belum banyak produk yang khusus melayani informasi berbasis lokasi untuk ritel fisik dan layanan iklan. Adanya peluang tersebut memunculkan ide untuk pengembangan model bisnis dSekitar, yaitu sebuah platform informasi bisnis berbasis lokasi.

Untuk merealisasikan ide tersebut, diperlukan penyusunan model bisnis yang berdasarkan sembilan blok bangunan dari kanvas model bisnis. Sebagai dasar penyusunan kanvas model bisnis tersebut dilakukan pengumpulan data dari observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner. Observasi dilakukan untuk melihat potensi bisnis serta memahami lebih jauh tentang konsep bisnis sejenis yang sudah ada. Sedangkan wawancara dilakukan untuk lebih mendalami model bisnis tersebut. Selanjutnya dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui wawasan pelanggan yang akan menjadi dasar pembentukan peta empati.

Analisis dimulai dengan memetakan konsep bisnis serupa yang sudah ada kedalam sembilan blok kanvas model bisnis. Analisis berikutnya dilakukan terhadap hasil penyebaran kuesioner untuk mengetahui wawasan pelanggan mengenai konsep bisnis dengan layanan berbasis lokasi. Dari pemahaman model bisnis dan wawasan pelanggan tersebut kemudian disusun rancangan model bisnis dSekitar. Dalam perancangan model bisnis dSekitar juga dilengkapi dengan analisis mengenai tahapan rencana aksi dan ukuran kinerja untuk mempermudah realisasi. Selain itu pada bagian akhir juga dijelaskan tentang perencanaan mitigasi yang dapat dilakukan jika pencapaian tidak sesuai dengan harapan.

Kata kunci : model bisnis, layanan berbasis lokasi, *multi sided platform*



ABSTRACT

The development of information technology is changing the traditional business becomes more dynamic. One of the popular service that enabled with Internet and smartphones is location-based services (LBS). Example of LBS technology use case is in the field of marketing that called by location-based marketing. When this study was written, in Indonesia not many products that specifically serve location-based information for physical retail and advertising services. The existence of these opportunities raises the idea for the development of a business model around, that is a location-based business information platform.

To realize the idea, it is necessary to prepare a business model based on the nine building blocks of the business model canvas. As a basis for the preparation of the business model canvas is done collecting data from observation, interviews and questionnaires. The observations were made to see the business potential as well as to understand more about the concept of an existing similar businesses. While the interviews were conducted to learn more about the business model. Furthermore, the distribution of questionnaires to find out customer insight that will be the basis of the formation of empathy map.

Analysis begins by mapping out similar business concepts that already exist into nine blocks of business model canvas. The next analysis was carried out on the results of the questionnaire to find out customer insights on business concepts related with location based services. From the understanding of the business model and customer insight then continue to drafting the business model of dSekitar. This paper also included with an analysis of the stages of action plans and performance measures to facilitate the realization phase. In addition, at the end of this paper also explained about mitigation planning that can be done if the achievement is not meet the expectations.

Key words : business model, location-based services, multi sided platform