

INTISARI

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan jangka panjang dipengaruhi kemampuan perusahaan dalam mengemas jasa ataupun produk dalam suatu model bisnis yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk membangun model yang dapat menjelaskan hubungan kesuksesan perusahaan dan elemen model bisnis *value proposition*, sumberdaya, aktivitas, *partnership*, *channel* dan *customer relationship*.

Model dibangun dengan menggunakan metode *multiple regression analysis* dengan menggunakan *factor score* untuk mengestimasi model regresi. Penggunaan *factor score* memungkinkan diperoleh model yang lebih baik dibandingkan dengan menggunakan regresi linier biasa dan lebih menjelaskan keadaan yang sesungguhnya yaitu adanya keterkaitan antara variabel independen. Metode ini dipilih karena dapat memberikan penjelasan elemen model bisnis yaitu *value proposition*, sumberdaya (*resources*), aktivitas, kemitraan (*partnership*, *channel*, dan *customer relationship* secara bersama-sama terhadap kesuksesan perusahaan.

Penelitian ini menghasilkan model dengan signifikansi R^2 sebesar 19.4 %. Artinya 19.4 % variasi pada variabel *independen* mampu menjelaskan variasi variabel *dependen*. Model ini mampu menunjukkan hubungan konfigurasi elemen *value proposition*, *partnership* dan sumberdaya (*resources*), aktivitas, *channel*, dan *customer relationship* terhadap kesuksesan. Temuan penting dalam penelitian ini adalah variabel *value proposition*, *partnership* dan sumberdaya secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kesuksesan. Model diharapkan dapat digunakan pelaku industri ataupun *stakeholder* untuk memahami, mengevaluasi, dan meningkatkan kesuksesan perusahaan dengan memperhatikan peran elemen model bisnis ataupun kontribusi relatif elemen model bisnis terhadap kesuksesan perusahaan.

Kata kunci : model bisnis, kesuksesan perusahaan.

ABSTRACT

The company's ability to generate long-term profitability is influenced by the ability to package in appropriate business model. The research objective is to develop a model that can describe the relationship between value proposition, resources, activities, partnerships, channel and customer relationship as an elements of bussiness model to the company's success.

The model is built by using multiple regression analysis model. Factor scores is used to estimate the regression model. By using factor scores allowed to obtain better model because it allows to describe the relationship of independent variables and logical linkage between independen variabel.

This research resulted models with significance (R^2) 19.4% means that 19.4% of the variation in the independent variables can explain the variation in the dependent variable. Model showed the relationship or configuration of the bussiness model elements: value proposition, partnership and resources , activity, channel, and customer relationship towards success. The important finding in this study is value proposition, partnership and resources (resources) partially have a significant influence on success. Model is expected to be beneficial for stakeholders to understand, evaluate, and improve the success of the company by taking into account the role of the business model elements or elements relative contribution to company success.

Key Words : Business model elements, company success