

**FORMULASI PENGEMBANGAN STRATEGI BANDUNG DIGITAL VALLEY
MENGUNAKAN METODE BUSINESS MODEL CANVAS**
diajukan untuk memenuhi Syarat Penilaian Ujian Tengah Semester Mata Kuliah Metode Penelitian

Disusun oleh:

EDWIN RAHMAN HAKIM
1401144185



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2017

1.2 Gambaran umum objek penelitian

1.2.1 Profil Bandung Digital Valley

Bandung Digital Valley (BDV) adalah sarana untuk memberikan ekosistem bagi masyarakat yang ingin memulai atau mengembangkan bisnis (start-up), komunitas, dan industri perangkat di bidang teknologi informasi. Untuk mendukung percepatan penetrasi ekosistem ICT di Indonesia. BDV merupakan program INDIGO yang merupakan kegiatan *Company Social Responsibility* (CSR) dari PT. Telkom yang beralamat di Jl. Gegerkalong Hilir 47, Bandung. BDV di resmikan oleh PT. Telkom Indonesia pada tanggal 20 Desember 2011. Bandung Digital Valley memiliki konsep sebagai jembatan antara para teknopreneur atau pengembang aplikasi dengan pasar atau industri sebagai penyerap atau pengguna aplikasi tersebut. BDV akan memosisikan diri sebagai sebuah pusat sumber daya (*resource pool*) bagi simpul-simpul atau hub yang secara terbuka bisa menjadi bagian atau mendapatkan hak akses berbagai aplikasi yang siap dikembangkan. (Bandung Digital Valley 2014)



Gambar 1.2 Logo Bandung Digital Valley

Sumber: Bandung Digital Valley, 2017

1.2.2 Visi & Misi

Visi Bandung Digital Valley

Building national ICT competitiveness through collaborative innovation

Misi Bandung Digital Valley

- *Provide Business and Technical Development.*
- *Support Product's Commercialization.*
- *Provide Excellent Ecosystem for local ICT Player*

1.2.3 Program Kerja

Program Kerja

1. Indigo Creative, merupakan program gabungan dari program *Indigo Fellowship* (kompetisi), *Indigo Venture* (pendanaan suatu bisnis) dan *Co-Working Space*. Program ini bertujuan untuk memberikan apresiasi kepada startup/*entrepreneur* yang dinilai berhasil membuat ide, produk maupun bisnis inovatif digital yang diinginkan pelanggan serta mendorong tumbuhnya digitalpreneur baru dalam industri digital.

2. Daily Event, memiliki beberapa kegiatan rutin yang dilaksanakan setiap minggu yaitu wiRABusaha, event berkala di hari Rabu yang akan membahas aspek bisnis dari startup dan di hari kamis membahas tentang teknis Technical Event Sharing. (Bandung Digital Valley, 2017)

1.2.4 Startup yang telah di hasilkan BDV di tahun 2016

Contoh startup telah di haslkan BDV di tahun 2016

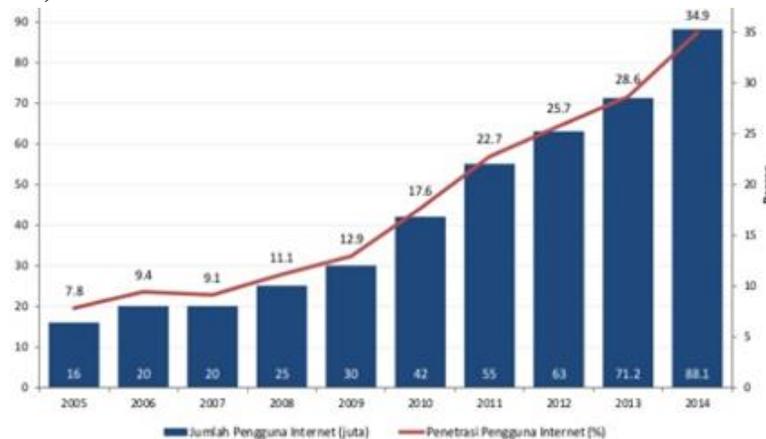
Ripple Indonesia : sebuah platform pembayaran online yang memudahkan *user* untuk mengirim uang ke user lain atau ketika ingin berbelanja online.

Zwaste : aplikasi mobile yang berfungsi untuk membantu memilah sampah – sampah yang ada di tempat tinggal kita. Cara kerjanya adalah kita memilah sampah sesuai dengan kategori yang ada dalam aplikasi, lalu petugas zwaste akan mengambil sampah yang telah di pilah oleh *user*. Petugas akan mendapatkan upah berupa tabungan yang dapat di lihat di aplikasi tersebut.(Bandung Digital Valley, 2017)

1.1 Latar belakang

Teknologi adalah ilmu pengetahuan terapan untuk menyediakan barang yang di perlukan oleh masyarakat untuk mencapai tujuan praktis (KBBI). Zaman sekarang perkembangan teknologi cukup pesat. Salah satu manfaat yang dapat kita rasakan adalah teknologi mempermudah pekerjaan keseharian kita. Bahkan, kebanyakan orang sekarang bergantung dalam teknologi untuk pekerjaan sehari – hari karena dianggap lebih efisien dan efektif.. Pada saat ini teknologi yang cukup berkembang pesat adalah teknologi informasi.

Tabel 1.1 , 2005-2014



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2014

Teknologi Informasi adalah manajemen pengembangan sistem informasi yang berbasis digital, seperti aplikasi. Dengan menggunakan sitem komputasi dan komunikasi berkecepatan tinggi, Teknologi informasi membantu manusia dalam mengubah, menyimpan, dan menyebarkan informasi secara online melalui internet. (Teknologi Informasi, Wikipedia, 2017)

Salah satu contoh teknologi informasi adalah *e-commerce*. *E-commerce* merupakan pergabungan dari teknologi dan proses bisnis yang berfungsi sebagai proses transaksi bisnis yang di lakukan secara elektronik melalui media elektronik. konsumen dengan konsumen, atau perusahaan dengan perusahaan

dapat saling terhubung untuk berdagang barang, jasa, dan informasi (David Baum (1999, pp. 36-34) yang di terjemahkan oleh Onno. W. Purbo).

Bandung Digital Valley (BDV) adalah tempat inkubasi bisnis di bidang ICT. Masyarakat yang memiliki ide – ide kreatif untuk membuat/mengembangkan sebuah aplikasi dapat berkerja sama dengan BDV dimana BDV dapat di jadikan jembatan bagi pengusaha – pengusaha yang ingin memanfaatkan perkembangan teknologi atau biasa di sebut dengan *technopreneur* dengan pasar industry tersebut.(Bandung Digital Valley, 2014)

Tapi ternyata masih cukup banyak pemuda Bandung yang belum mengetahui BDV tersebut, padahal BDV dapat menjadi sarana untuk berbisnis berbasis e-commerce. Peneliti melakukan wawancara secara langsung terhadap 30 teman yang pernah menjadi pelaku bisnis usaha online atau juga pelaku bisnis tradisional tentang pengetahuan mereka terhadap Bandung Digital Valley (BDV). Hasil wawancara yang didapat mengatakan bahwa seluruh teman peneliti tidak mengetahui tentang BDV, bahkan baru pertama kali mendengar tentang BDV. Dasar pemikiran ini di perkuat oleh peneliti terdahulu bahwa pengembangan usaha kecil masih dihadapkan pada berbagai masalah, yang disebabkan oleh rendahnya akses mereka terhadap berbagai sumber kemajuan usaha, seperti: pemasaran, permodalan, teknologi, informasi, manajemen, dan kemitraan usaha.

Indonesia yang jumlah penduduknya terbanyak ke-empat sedunia hanya memiliki pelaku usaha yang masih terbilang di bawah rata – rata yaitu 1,65%. Jauh berbeda dengan Singapura yang jumlah penduduk jauh lebih sedikit dari Indonesia memiliki pelaku usaha mencapai 7%, Malaysia 5%, dan Thailand 3%, (Bahlil Lahladia, 2016).

Jumlah pelaku bisnis di Kota Bandung juga masih terbilang kurang. berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik), jumlah pelaku bisnis di Kota Bandung saat ini kurang lebih hanya 4 persen dari jumlah penduduk atau sekitar 90 ribu. Idealnya, jumlah pelaku usaha di kota Bandung adalah 8 persen dari jumlah penduduk sebagai kota jasa, jumlah pelaku usaha di Kota Bandung mencapai 8 persen jumlah penduduk (Deden, Kadin Kota Bandung (2011-2016))

Indonesia adalah negara yang memiliki pangsa e-commerce terbesar di wilayah asia pasifik 30 persen dari jumlah penduduk Indonesia atau sekitar 82 juta orang adalah pengguna aktif internet. Indonesia memiliki konsumen – konsumen aktif untuk berbelanja online. Terbukti dengan total jumlah transaksi yang fantastis pada tahun 2013 yaitu mencapai Rp.130triliun. Potensi perusahaan untuk melakukan bisnis *e-commerce* pun terbilang besar di lihat dari estimasi penjualan B2C karena pesatnya perkembangan negara Indonesia saat ini (Matthew Driver, 2014)

Berdasarkan data – data di atas, peneliti ingin mengangkat judul “Formulasi Pengembangan Strategi Bandung Digital Valley Menggunakan Metode Business Model Canvas”

1.3 Rumusan masalah

E-commerce merupakan sarana praktis untuk menjalankan bisnis. Jaringan internet yang biasa di akses kapan saja dan dimana saja oleh masyarakat membuat pasar dalam *e-commerce* semakin luas. Konsumen Indonesia yang sangat besar dalam akses internet membuat peluang besar untuk para startup menjual produknya. Namun, masih banyak masyarakat Indonesia yang belum sadar tentang berapa besarnya kesempatan untuk terjun ke dalam bisnis *e-commerce*. (www.kompasiana.com)

Kurangnya akses startup terhadap kemajuan usaha seperti teknologi dan informasi membuat pengembangan usaha mereka terhambat dan kurangnya kepercayaan masyarakat dalam ketepatan fungsi suatu aplikasi. (www.kompasiana.com)

1.4 Literatur Studi

No	Judul, Penulis, Nama Jurnal, (beserta no Volume/Edisi dan halaman jika ada) Tahun dan penerbit	Perumusan Masalah	Metode/Terori yang digunakan	Variabel dependen dan Variabel Independen	Hasil atau jawaban dari Penelitian (Perumusan Masalah)	Persamaan dan erbedaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan	Perbedaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan
1	Impact of e-environment on SMEs business development : Riga, Latvia. 19th International Scientific Conference; Economics and Management 2014, Volume 156, Halaman 409-413. 23-25 April 2014	Bagaimana dampak yang di berikan oleh e-environment tools pada perusahaan	Kualitatif dimana peneliti melakukan perbandingan pada e-environment tools of menggunakan data grouping, data processing, dan metode inductive-deductive data analysis untuk mengetahui kebutuhan bisnis	-	e-environment membuat perusahaan lebih efektif dalam sumber daya dan pengembangan perusahaan dalam jangka panjang.	Persamaan ya adalah sama-sama meneliti bisnis yang berbasis digital menggunakan metode kualitatif.	e-nvironment adalah bisnis digital berbasis lingkungan hidup, sedangkan Bandung Digital Valley berbasis e-commerce
2	Representing Service Business Models with the Service Business Model Canvas - The Case of a Mobile Payment Service in the Retail Industry	Dapatkah layanan model bisnis kanvas meningkatkan representasi dari model bisnis layanan?	Kualitatif, dimana data di kumpulkan melalui metode pengamatan studi kasus untuk menunjukkan utilitas, kualitas dan khasiat dalam lingkungan bisnis.	-	Layanan Bisnis Model Canvas dapat meningkatkan kualitas ilustrasi dari model bisnis. Layanan ini menawarkan alat yang membantu peneliti untuk menganalisis, menggambarkan, dan layanan desain model bisnis. Lebih pentingnya lagi, konsep ini dapat menambah penelitian pada sifat dari nilai layanan dalam bisnis jasa	Menggunakan layanan BMC untuk mengemban strategi dalam melakukan pendekatan dan pelayanan terhadap konsumen	Layanan BMC di gunakan untuk meningkatkan pendekatan dan pelayanan terhadap konsumen pada E-payment, sedangkan peneliti menggunakan BMC untuk menjangkau konsumen pada Bandung Digital Village
3	Organizational dynamism and adaptive business model innovation: The triple paradox configuration, Francesca Ricciardi, Alessandro Zardini, Cecilia Rossignoli. Journal of Business Research 69 (2016)	Apa aspek yang dibutuhkan untuk menyelaraskan harapan perusahaan dengan lingkungan di	Kuantitatif dimana peneliti memberikan kuisioner kepada 100 perusahaan tentang paradox manajemen yang paling cocok untuk		Dari 100 kuisioner yang diberikan, 35 diantaranya memberikan respon. Hasil kuisioner tersebut menunjukan bahwa paradox management of rules adalah strategi yang paling efektif	Persamaan ya adalah sama-sama meneliti bagaimana cara mengemban strategi manajemen yang paling	Peneliti menggunakan konfigurasi tiga paradoks manajemen untuk menentukan strategi yang efektif.

	5487-5493	sekitarnya sebagai kunci dari sumber pendapatan perusahaan?	mengembangkan inovasi dan dinamisme model bisnis perusahaan		daripada 2 paradoks management lainnya dengan pemilihan 98%	efektif	
4	The Potential of E-commerce for SMEs in a Globalizing Business Environment, Mesut Savrula, Ahmet Incekarab, Sefer Senerb. 10th International Strategic Management Conference, Procedia - Social and Behavioral Sciences 150 (2014) 35 – 45. Published by Elsevier Ltd. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license	bagaimana potensi pengusaha menengah dalam penggunaan teknologi informasi dan operasi e-commerce ?	Kualitatif dimana peneliti menganalisis hasil statistik. dari Eurostat, Information Society Statistics, 2014. Analisis tersebut berisi tentang bagaimana pengusaha menengah melakukan pembelian melalui internet dan/atau jaringan lainnya		Hasil statistik tersebut membuktikan bahwa lebih dari 40% pengusaha menengah yang memperkerjakan 50 – 249 orang membeli barang melalui internet atau sejenisnya. Lebih dari 20% dari jumlah orang tersebut menjual barang – barang mereka pada platform yang sama..	Persamaan adalah membahas tentang potensi e-commerce untuk pengusaha menengah	Peneliti meneliti potensi e-commerce pada pengusaha menengah sedangkan saya meneliti potensi e-commerce yang besar untuk masyarakat Bandung
5	An approach to business model innovation and design for strategic sustainable development Cesar Levy França, Georan Broman, Karl-Henrik Rob ert, George Basile, Louise Trygg. Journal of Cleaner Production 140 (2017) 155-166. Elsevier Ltd. All rights reserved.	Bagaimana bisa Kerangka Strategis Pembangunan Berkelanjutan (FSSD) mendukung inovasi model bisnis dan desain untuk pembangunan strategis berkelanjutan?	Kualitatif studi kasus penelitian yang tepat untuk menyelidiki masalah yang kompleks dan sulit di ukur , serta mengidentifikasi tema, pola, konsep dan wawasan yang dibutuhkan untuk memahami masalah tersebut.		Peneliti menggunakan BMC untuk menggabungkan dengan FSSD karena dianggap cocok untuk membimbing bisnis model inovasi dan desain untuk berkelanjutan strategis.contohnya pada Kemitraan dan Integrasi Sosial: Memperluas dan lebih menjangkau bisnis pada kemitraan potensial, hubungan, kegiatan, dan integrasi seluruh grup diperbesar oleh lembaga sosial yang berguna untuk keberhasilan bisnis	Persamaan adalah menggunakan model bisnis untuk dapat mengembangkan strategi perusahaan	Penulis jurnal meneliti bisnis model yang menggunakan pergabungan antara BMC dan FSSD sedangkan peneliti menggunakan BMC saja.

Daftar Pustaka

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). Jumlah dan Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia [online] <http://www.apjii.or.id/survei> [6 maret 2017]
- Bandung Digital Valley, Admin (2017). Program dan *Current Startup* [online] www.bandungdigitalvalley.com/ [3 Maret 2017]
- Bandung Digital Valley, Admin. (2017). About dan Story Bandung Digital Valley www.facebook.com/pg/bandungdigitalvalley/about/?ref=page_internal [3 Maret 2017]
- Badan Pusat Statistik, (2016). Jumlah Pelaku Usaha di Kota Bandung. [online] <https://bandungkota.bps.go.id/Brs> [3 Maret 2017]
- Afkarina, Ana. (2016). Hambatan dan Manfaat E-commerce. [online] www.kompasiana.com/afka/hambatan-dan-manfaat-e-commerce_5715b6eed07a61420782e0bd [6 Maret 2017]
- Wikipedia. (2017). Teknologi Informasi [online] https://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi_informasi [6 Maret 2017]
- IT Governance Indonesia. (2017). E-Commerce: Definisi, Jenis, Tujuan, Manfaat, dan Ancaman menggunakan E-Commerce [online] <https://itgid.org/e-commerce-definisi-jenis-tujuan-manfaat-dan-ancaman-menggunakan-e-commerce-bagian-1/> [7 Maret 2017]
- Lahadia, Bahlil. (2016). Jumlah Pengusaha di Indonesia Baru 1,5 Persen dari Total Penduduk. www.suara.com/bisnis/2016/05/09/133306/jumlah-pengusaha-di-indonesia-baru-15-persen-dari-total-penduduk [3 Maret 2017]
- Franca, Cesar Levy, Gëoran Broman, Karl-Henrik Robert, George Basile, Louise Trygg. (2017). An approach to business model innovation and design for strategic sustainable development. *Journal of Cleaner Production* 140 (2017) 155e166
- Grabowska, Marlena. (2015). Innovativeness in business models. *Procedia Computer Science* 65 1023 – 1030.
- Ricciardi, Francesca, Alessandro Zardini, Cecilia Rossignoli. (2016). Organizational dynamism and adaptive business model innovation: The triple paradox configuration. *Journal of Business Research* 69 5487–5493.
- Savrula, Mesut, Ahmet Incekarab, Sefer Senerb (2014). The Potential of E-commerce for SMEs in a Globalizing Business Environment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 150 35 – 45.
- Zolnowski, Andreas. Christian Weiß, Tilo Böhmman. (2014). Representing Service Business Models with the Service Business Model Canvas - The Case of a Mobile Payment Service in the Retail Industry. 47th Hawaii International Conference on System Science