

Analisis Model Bisnis pada PT TMDR dengan Pendekatan *Business Model Canvas*

Tri Nanta Paramudya Putra¹⁾, Ni Wayan Deriani²⁾, Riza Wulandari³⁾

Program Studi Bisnis Digital¹⁾, Program Studi Sistem Informasi^{2),3)}

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: 210050047@stikom-bali.ac.id¹⁾, deriani@stikom-bali.ac.id²⁾, rizawulandari@stikom-bali.ac.id³⁾

Abstrak

PT TMDR merupakan perusahaan IT yang didirikan pada tahun 2014 oleh pengusaha Jepang di Bali, Indonesia. Persaingan yang ketat serta relevansi layanan di era teknologi yang cepat berkembang menjadi tantangan terhadap TMDR. Pemetaan strategis diperlukan untuk mengatasi tantangan dalam pengelolaan elemen-elemen model bisnis perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan prinsip induktif. Data diperoleh melalui analisis dokumen internal, studi literatur, dan observasi proses bisnis. Analisis SWOT dilakukan untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi operasional perusahaan. Hasil analisis menunjukkan beberapa kelemahan pada elemen-elemen tertentu seperti jangkauan pasar yang terbatas, tantangan pada manajemen sumber daya dan biaya operasional yang tinggi memengaruhi proses bisnis perusahaan. Penelitian ini menghasilkan rancangan BMC yang memberikan rekomendasi bagi perusahaan untuk memperkuat elemen-elemen tertentu dalam model bisnis seperti memberikan fokus pada penguatan kemitraan strategis, diversifikasi layanan, dan efisiensi operasional. Kesimpulan penelitian ini menjabarkan usulan mengenai rancangan BMC yang mampu membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja dan relevansi bisnis di tengah dinamika pasar.

Kata kunci: *Business Model Canvas, Analisis SWOT, Model Bisnis, Studi Kasus, Perusahaan IT.*

1. Pendahuluan

Industri teknologi informasi dan digital di Indonesia telah mencatat pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh digitalisasi bisnis, peningkatan penetrasi internet, dan kemajuan teknologi[1]. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari pendidikan hingga kesehatan, yang menjadikan teknologi ini sebagai elemen penting dalam kehidupan sehari-hari[2]. Transformasi menuju ekonomi digital telah mempertegas peran strategis sektor teknologi dalam mendukung aktivitas ekonomi dengan menggantikan model bisnis tradisional melalui pendekatan berbasis teknologi dan inovasi[3]. Digitalisasi tidak hanya memengaruhi produk dan layanan, tetapi juga membawa perubahan mendasar dalam model bisnis, operasional, serta pola kemitraan[4]. Perkembangan dalam inovasi teknologi menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital[5]. Meski demikian, industri ini dihadapkan pada persaingan yang ketat dan perubahan teknologi yang cepat, sehingga pemahaman mendalam terhadap model bisnis menjadi kunci untuk merespons tantangan tersebut[6].

Model bisnis yang inovatif dan fleksibel sangat penting untuk menghadapi dinamika pasar. *Business Model Canvas* (BMC) merupakan kerangka sistematis untuk merancang dan mengevaluasi elemen kunci dari model bisnis perusahaan. BMC menjadi relevan bagi PT TMDR, sebuah perusahaan yang menyediakan solusi teknologi informasi seperti pengembangan situs web, aplikasi seluler, sistem custom (POS, ERP, CRM), hingga integrasi AI. Namun, tantangan seperti kurang optimalnya sinergi antar elemen masih menjadi kendala yang perlu diatasi. Analisis SWOT digunakan untuk meninjau posisi strategis PT TMDR sebelum membahas model bisnisnya melalui kerangka *Business Model Canvas* (BMC), guna mengenali potensi yang dapat dikembangkan dan tantangan yang harus diatasi. Hasil analisis SWOT memberikan gambaran menyeluruh yang menjadi landasan untuk mengembangkan strategi bisnis yang relevan dan merancang model bisnis yang lebih adaptif terhadap perubahan pasar[7]. Dengan menggabungkan analisis SWOT dan BMC, perusahaan dapat melakukan penilaian yang lebih terarah berdasarkan evaluasi kapabilitasnya serta potensi pengembangan bisnis di masa depan[8].

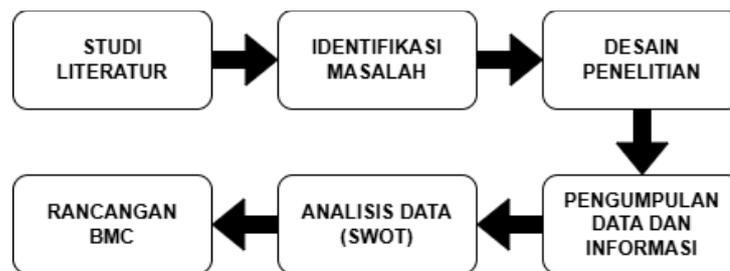
Pengkajian bisnis sangat penting bagi sebuah usaha dalam menghadapi perubahan dan ketidakpastian. Kondisi yang dialami oleh PT TMDR menegaskan pentingnya keberadaan model bisnis[9].

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis PT TMDR menggunakan pendekatan BMC. Model bisnis ini tidak hanya berfungsi sebagai alat perencanaan perusahaan, tetapi juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan dan merumuskan solusi di berbagai bidang, terutama yang berkaitan dengan kualitas layanan atau produk, baik dari aspek internal maupun eksternal bisnis[10]. Dengan analisis mendalam, diharapkan dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan, sekaligus merumuskan strategi perbaikan model bisnis yang lebih adaptif. Hasil penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran kondisi bisnis saat ini, tetapi juga menawarkan rekomendasi praktis untuk mendukung daya saing dan pertumbuhan berkelanjutan PT TMDR di industri teknologi yang kompetitif.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan studi kasus dengan prinsip induktif, yang difokuskan pada pengolahan data spesifik dari PT TMDR untuk merumuskan rekomendasi strategis. Metodologi penelitian melibatkan pengumpulan data melalui analisis dokumen internal perusahaan seperti laporan keuangan dan portofolio proyek, observasi langsung terhadap proses bisnis, serta studi literatur terkait model bisnis dan strategi.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT yang bertujuan untuk menggali kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi perusahaan. Temuan dari analisis tersebut kemudian menjadi dasar dalam merancang *Business Model Canvas* (BMC) yang sesuai dengan kondisi aktual sekaligus mendukung kebutuhan strategis perusahaan. Alur penelitian mencakup berbagai tahapan dalam memberikan usulan rancangan BMC, dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Alur Penelitian

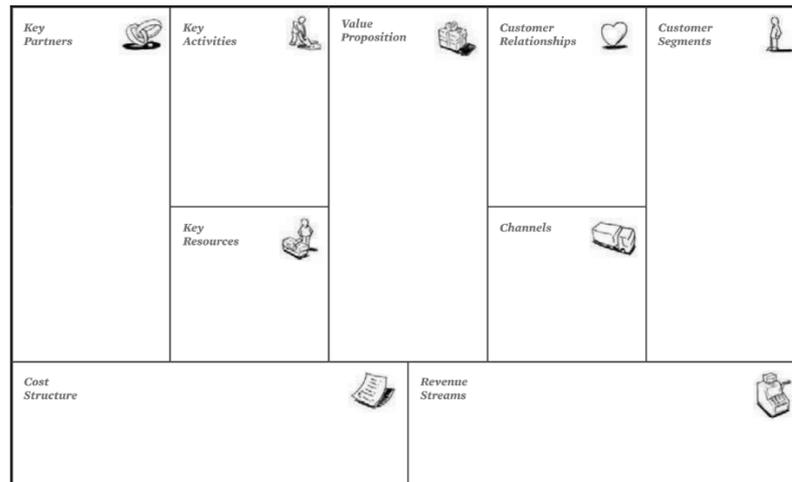
2.1. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode untuk menilai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi posisi kompetitif perusahaan, yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kekuatan mencakup aspek internal yang memberikan keunggulan, sementara kelemahan adalah hambatan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Peluang mencakup faktor eksternal yang bisa meningkatkan posisi pasar, dan ancaman berpotensi menghambat keberhasilan perusahaan. Dikembangkan oleh Albert Humphrey pada 1960-an, analisis SWOT kini menjadi alat populer dalam perencanaan strategis[11].

2.2. Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) merupakan kerangka kerja yang menggambarkan komponen utama dalam operasional bisnis yang terintegrasi untuk menciptakan nilai. Model bisnis ini pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder pada tahun 2008 sebagai alat untuk memudahkan pemahaman tentang bagaimana suatu organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Osterwalder menyarankan penggunaan BMC sebagai alat strategis yang dapat membantu perusahaan merumuskan dan mengkomunikasikan model bisnis mereka dengan jelas[12].

BMC terdiri atas sembilan elemen utama yang dikenal dengan *Nine Building Blocks*, yaitu *value propositions*, *customer segments*, *customer relationships*, *channels*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, *cost structure*, dan *revenue streams*. Setiap elemen saling berkaitan dalam menjelaskan bagaimana perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai secara efektif. Kombinasi dari sembilan elemen ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai model bisnis yang digunakan oleh perusahaan[13]. Kesembilan elemen utama pada BMC dapat dilihat pada gambar 2.

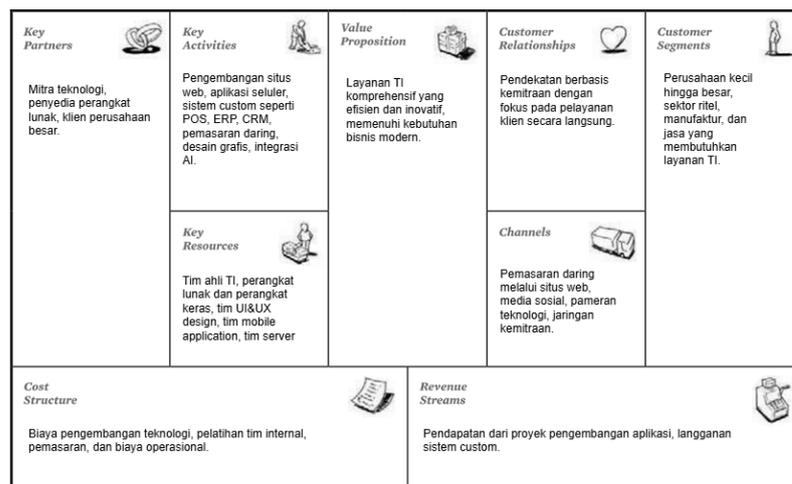


Gambar 2. *Nine Building Blocks*
 Sumber: Osterwalder dan Pigneur (2010).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Kondisi *Existing Model* Bisnis PT TMDR

Pengidentifikasi model bisnis pada perusahaan PT TMDR dilakukan untuk mengetahui proses bisnis yang sudah berjalan sebagaimana pada Gambar 3.



Gambar 3. Rancangan BMC Terdahulu

Dari hasil identifikasi rancangan BMC yang sudah ada sebelumnya dapat ditemukan beberapa masalah seperti:

- Terbatasnya kolaborasi dengan mitra internasional, sehingga peluang ekspansi ke pasar global kurang optimal.
- Belum adanya layanan yang fokus pada keamanan siber, padahal ancaman keamanan data semakin meningkat. Selain itu, integrasi AI belum dimaksimalkan untuk berbagai sektor.
- Kurangnya diferensiasi layanan unggulan, seperti solusi AI dan keamanan siber, sehingga nilai yang ditawarkan belum optimal dalam menghadapi persaingan yang ketat.
- Saluran distribusi hanya fokus pada pemasaran daring dan pameran teknologi.
- Fokus utama hanya pada pasar lokal dan belum menjangkau segmen pasar internasional, terutama di kawasan Asia Tenggara yang memiliki potensi besar.
- Infrastruktur *cloud* dan sumber daya manusia yang belum sepenuhnya dirancang untuk mendukung layanan keamanan data atau pengembangan AI secara masif.

- g. Pendapatan utama masih bergantung pada proyek pengembangan aplikasi dan langganan sistem *custom*, sehingga diversifikasi pendapatan belum optimal.

3.2. Analisis SWOT

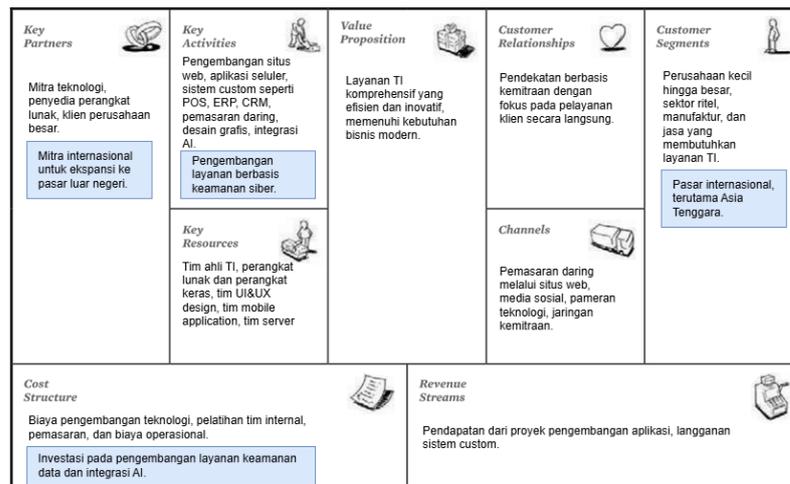
Analisis SWOT dilakukan dengan merujuk pada data yang dikumpulkan dari observasi langsung dan dokumen internal terkait dengan proses bisnis perusahaan. Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan empat faktor utama yang memengaruhi bisnis PT TMDR, yakni *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Berikut adalah hasil analisis SWOT untuk PT TMDR yang dihasilkan dari kajian pustaka:

Tabel 1. Analisis SWOT

Faktor SWOT	Penjelasan
<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<p>Menyediakan berbagai solusi TI mulai dari pengembangan situs web, aplikasi seluler, hingga integrasi sistem AI.</p> <p>Memiliki reputasi <i>solid</i> di pasar lokal berkat kualitas layanan yang terbukti dan portofolio yang luas.</p> <p>Memiliki keahlian dalam merancang dan mengimplementasikan sistem TI <i>custom</i> (POS, ERP, CRM) sesuai dengan kebutuhan bisnis pelanggan.</p> <p>Memiliki tim pengembang dan profesional TI yang berpengalaman.</p>
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	<p>Pendapatan sangat bergantung pada sejumlah proyek besar.</p> <p>Biaya pengembangan solusi TI yang kompleks dan operasional yang tidak fleksibel.</p> <p>Fokus utama pada pasar domestik Indonesia, dengan ekspansi internasional yang masih terbatas.</p> <p>Meningkatnya permintaan layanan dengan fitur dan kompleksitas lebih tinggi.</p>
<i>Opportunities</i> (Peluang)	<p>Adopsi teknologi yang semakin berkembang membuka peluang bagi PT TMDR untuk meraih lebih banyak klien di sektor teknologi dan bisnis.</p> <p>Banyak perusahaan yang beralih ke <i>cloud</i>, membuka peluang bagi PT TMDR untuk menawarkan solusi <i>cloud</i> dan pengelolaan data.</p> <p>Peningkatan permintaan solusi berbasis AI dan machine learning membuka peluang bagi PT TMDR untuk memperkenalkan layanan baru.</p> <p>Potensi untuk memperluas pasar di luar Indonesia, terutama di negara-negara Asia Tenggara yang sedang berkembang pesat dalam teknologi.</p>
<i>Threats</i> (Ancaman)	<p>Industri TI sangat kompetitif dengan banyaknya pemain lokal dan internasional yang menawarkan produk dan layanan serupa.</p> <p>Perubahan regulasi pemerintah terkait teknologi, privasi data, dan ketenagakerjaan dapat mempengaruhi operasi dan kebijakan internal perusahaan.</p> <p>Kecepatan perkembangan teknologi baru dapat memaksa PT TMDR untuk beradaptasi secara cepat agar tetap relevan.</p> <p>Ketidakpastian ekonomi global dapat berdampak pada permintaan layanan TI dan anggaran belanja teknologi perusahaan.</p>

3.3. Rancangan *Business Model Canvas* (BMC)

Berdasarkan analisis SWOT, disusun perancangan model bisnis industri PT TMDR menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dengan memodifikasi sesuai dengan analisis yang telah dilakukan sebagaimana Gambar 4.



Gambar 4. Modifikasi Rancangan BMC

Penyesuaian BMC dengan analisis SWOT menghasilkan model bisnis BMC yang dirancang ulang untuk mencerminkan hasil analisis SWOT. Penyesuaian ini bertujuan untuk mengoptimalkan kekuatan internal, memanfaatkan peluang eksternal, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang telah teridentifikasi. Penyesuaian tersebut antara lain: 1) Penambahan fokus pada layanan keamanan siber dan solusi AI canggih untuk menjawab tantangan dan peluang dari analisis SWOT. 2) Ekspansi ke pasar internasional sebagai respons terhadap peluang global di sektor TI. 3) Penambahan mitra strategis dari luar negeri untuk mendukung ekspansi global. 4) Investasi pada pengembangan layanan keamanan data dan integrasi AI.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model bisnis PT TMDR melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) yang dilengkapi dengan analisis SWOT guna mengidentifikasi aspek internal dan eksternal yang memengaruhi operasional perusahaan. Hasil analisis mengungkapkan bahwa PT TMDR memiliki keunggulan dalam menyediakan solusi teknologi informasi yang inovatif dan efisien, didukung oleh kemampuan dalam mengembangkan sistem *custom* seperti POS, ERP, dan CRM. Meskipun demikian, ditemukan kelemahan dalam hal diversifikasi sumber pendapatan serta minimnya layanan yang berfokus pada aspek keamanan siber. Peluang utama yang dapat dimanfaatkan meliputi perluasan pasar internasional dan pengembangan layanan berbasis kecerdasan buatan (AI), sementara ancaman dari persaingan yang ketat dan perubahan regulasi teknologi memerlukan perhatian khusus.

Rancangan BMC yang disusun berdasarkan temuan ini menawarkan berbagai penyesuaian strategis, termasuk penguatan layanan keamanan data, pemanfaatan teknologi AI, kemitraan dengan mitra internasional, serta peningkatan penetrasi pasar global. Pengintegrasian teknologi informasi dalam pemasaran dapat menciptakan inovasi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan bisnis di industri [14]. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan strategis bagi PT TMDR dalam menghadapi dinamika industri teknologi yang terus berkembang. Strategi inovasi dan optimalisasi manajemen usaha dapat mendukung pertumbuhan bisnis secara signifikan yang dimana sangat diperlukan dalam memperluas pasar [15].

Penelitian lanjutan dapat diarahkan pada evaluasi implementasi BMC yang telah dirancang, khususnya dalam mengukur dampaknya terhadap performa bisnis dan kemampuan adaptasi perusahaan terhadap perubahan eksternal. Pendekatan longitudinal juga disarankan untuk menganalisis keberlanjutan dan efektivitas strategi yang diterapkan dalam jangka panjang.

Daftar Pustaka

- [1] D. Gultom, G. Stefanus, P. Hutabarat, M. Dirgantara, R. Pratama, and A. Hidayah, "DAMPAK POSITIF DIGITALISASI TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA," *Jurnal Konstanta: Ekonomi Pembangunan*, vol. 3, no. 1, pp. 107–116, Jun. 2024, doi: 10.29303/konstanta.v3i1.1078.
- [2] R. Wulandari, "Digital Lifestyle: A New Portrait of Post-Pandemic Society's Behavior (Discourse Towards Society 5.0 on Bali Island)," *Jurnal Sositologi*, vol. 22, no. 3, pp. 343–352, Dec. 2023, doi: 10.5614/sostek.itbj.2023.22.3.6.
- [3] N. N. W. Antari and R. Wulandari, "Start-up Digital: Transformation of Local Economic Behavior in Global World," *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, vol. 1, no. 2, Dec. 2019.
- [4] D. Harja, D. Games, and D. K. Sari, "PENGARUH MODEL BISNIS DIGITAL TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO DAN KECIL SEKTOR KULINER DI KOTA PADANG: Efek Mediasi dari Pembaruan Bisnis," *Journal Publicuho*, vol. 7, no. 3, pp. 1328–1342, Aug. 2024, doi: 10.35817/publicuho.v7i3.494.
- [5] A. A. Nasution, T. Neyatri Bandrang, D. M. Widiniarsih, M. Syaiful, and A. R. Munir, "Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia," *EJKEBI*, vol. 5, no. 8, p. 4224, Aug. 2024, doi: 10.47467/elmal.v5i8.4861.
- [6] M. Widagdhaprasana, A. Syahadin, and B. Dahana, "Transformasi Model Bisnis Media Di Era Digital: Dari Konvergensi ke Digitalisasi," *JIKA*, vol. 11, no. 2, pp. 57–66, Sep. 2024, doi: 10.31294/jika.
- [7] A. Ayunia Widyaningrum, D. Fitri Andini, D. Putri Wulandari, J. Nur Afiyah, L. Prastiwi, and R. Nur Azizah, "Analisis SWOT sebagai Alat Pengambilan Keputusan Bisnis di Era Digital dan Globalisasi," *JUMAKET*, vol. 1, no. 2, pp. 53–69, Jun. 2024, doi: 10.61132/jumaket.v1i2.153.
- [8] N. A. Muniroh and M. Aminah, "Business Model Canvas dan Strategi Bisnis Sekam Padi BUMD PT Gerbang NTB Emas Sebagai Bahan Co-Firing Energi Listrik Terbaru," *Manajemen IKM*, vol. 16, no. 1, pp. 38–52, Jul. 2022, doi: 10.29244/mikm.16.1.38-52.
- [9] Nurlinda, Rahmadani, and V. Novita, "Perumusan Strategi Business Model Canvas (BMC) Pada Rumah Tape Medan Tuntungan," *AMBITEK*, vol. 4, no. 1, pp. 42–50, Feb. 2024, doi: 10.56870/ambitek.v4i1.110.
- [10] R. R. Ariffianto and B. Santoso, "Pemanfaatan Business Model Canvas (BMC) Dan Analisis SWOT Dalam Mendesain Strategi Peningkatan Efektivitas UMKM Sidizert," *musyawarah*, vol. 2, no. 1, pp. 66–74, Jan. 2024, doi: 10.572349/musyawah.v2i1.1691.
- [11] A. Tyanafisyah, S. F. Fakhirah, A. Yuaziva, and W. Kuntari, "Analisis SWOT dalam Membangun Strategi Pemasaran yang Efektif pada Tagify," *JUTRABIDI*, vol. 1, no. 6, pp. 50–59, 2024, doi: 10.61132/jutrabidi.v1i6.397.
- [12] A. Osterwalder and Y. Pigneur, *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. in The Strategyzer Series. Wiley, 2010. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=fklTInjiPQAC>
- [13] Sugiarto, E. Triandini, and F. Nuryananda, "Pembuatan Bisnis Model Canvas pada Saya Tour," *widyabhakti*, vol. 4, no. 3, pp. 89–94, Jul. 2022, doi: 10.30864/widyabhakti.v4i3.332.
- [14] K. Hendrata, N. W. Deriani, and R. Wulandari, "Implementasi Strategi Pemasaran dan Multimedia Interaktif pada Akun YouTube dalam Meningkatkan Jumlah Viewer," *SPINTER*, vol. 1, no. 3, pp. 78–83, 2024.
- [15] N. W. Deriani, N. M. Astiti, and I. K. Try Adi Stanaya, "Pengembangan Usaha dan Rebranding Produk Yuki Brownies," *widyabhakti*, vol. 3, no. 1, pp. 6–12, Dec. 2020, doi: 10.30864/widyabhakti.v3i1.215.
-