

ABSTRAK

STRATEGI BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA LAMPUNG POST DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

NANDA YUSTIZAR RAMDANI

Perkembangan bisnis media cetak semakin mengalami kemunduran. Beberapa perusahaan yang bergerak di bidang media cetak bahkan harus gulung tikar. Lampung Post merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang media cetak. Ini yang mendasari penelitian ini dilakukan di Lampung Post. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi bisnis yang lebih baik untuk Lampung Post dengan pendekatan *Business Model Canvas*.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner. Kemudian dianalisis dengan menggunakan *Business Model Canvas* yang setiap elemennya dianalisis dengan SWOT, juga dianalisis dengan Matrik IFE dan EFE, Matrik IE, Matrik SWOT, dan *Blue Ocean Strategy* yang digabungkan dengan *Business Model Canvas*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran model bisnis Lampung Post saat ini berada pada tahap posisi mempertahankan dan memelihara (*Hold and Maintain*) ditinjau dari aspek-aspek *Business Model Canvas* yang dianalisis menggunakan Matrik IFE dan Matrik EFE menghasilkan Matrik IE yang terletak pada kuadran V, alternatif strategi yang tepat digunakan pada kuadran ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Hasil analisis Matrik SWOT dan *Blue Ocean Strategy* adalah Lampung Post sebaiknya meningkatkan *customer segments* dengan merambah ke Warga Negara Asing. Pada *value proposition* Lampung Post perlu melakukan variasi desain dan memberikan fitur *offline*. Mengoptimalkan media sosial dan menciptakan saluran televisi pada elemen *channels*. Penghapusan surat pembaca, mendirikan perpustakaan, dan pemberian *reward* bagi pelanggan koran cetak pada elemen *customer relationship*. Untuk *revenue streams* Lampung Post dapat melakukan inovasi mencetak majalah. Kemudian pada elemen *key resources* perlu peningkatan pada peralatan dan perlengkapan jurnalistik serta SDM yang perusahaan miliki. Untuk elemen *key activities* Lampung Post perlu mengurangi anggaran sumber daya yang digunakan untuk melakukan proses produksi koran cetak, lebih masif lagi dalam melakukan promosi dan distribusi melalui media *online*, serta pengadaan pelatihan rutin bagi SDM yang dimiliki. Perlu melakukan kerjasama dengan *influencer* dalam elemen *key partnership*. Pada *cost structure* biaya bahan baku dan BBM sebaiknya dikurangi, biaya *marketing* sebaiknya ditingkatkan, dan penciptaan biaya baru yaitu biaya komisi untuk *influencer*.

Kata kunci : Strategy Business, Business Model Canvas, Matrik IFE, Matrik EFE, Matrik IE, Matrik SWOT, Blue Ocean Strategy, Lampung Post

ABSTRACT

BUSINESS STRATEGY WITH BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) APPROACH AT LAMPUNG POST IN BANDAR LAMPUNG

By

NANDA YUSTIZAR RAMDANI

The development of the print media business is on a retreat. Some company that moving up the print media business area. Lampung Post is one of them. Based on this case, this reaserch was to be done. The goal of this reseach is to find a better business strategy than before for Lampung Post by Business Model Canvas method.

The type of this research is a qualitative descriptive. Method of data collection is done with the interview and share questionnaires. Then, analyzed by Business Model Canvas which every its elements analyzed by SWOT analysis, IFE and EFE Matrix, IE Matrix, SWOT Matrix, and Blue Ocean Strategy that combined with Business Model Canvas.

Research's result indicates that recent business model of Lampung Post is Hold and Maintain-stage reviewed from aspects of Business Model Canvas which

analyzed by IFE and EFE Matrix that produced IE Matrix at Lampung Post on V quadrant, proper alternative strategy to be used on this quadrant is market penetration strategy and product development. SWOT Matrix and Blue Ocean Strategy analysis result are that Lampung should be rise costumer segments element by spilled over to foreigners. At value proposition element, Lampung Post should be modify the design in order to not boring and give an offline feature. Optimize social media and create a television channel for channels element. Eliminate reader letter, build a library, and give reward for newspaper costumer at costumer relationship element. For revenue streams, Lampung Post should be rise newspaper selling by print magazine. And then, at key resources element Lampung Post should be rise its journalistic equipment and human resources. For key activities element, Lampung Post should reduce resources budgeting that use to newspaper production process, promote and distribute massively by online media, and give a routine training for its human resources. Should be cooperation with influencer in key partnership element. Last, at cost structure element, staple and fuel budgeting should be reduce, marketing budgeting should be rise, and create a comission budgeting for influencer.

Key words: Strategy Business, Business Model Canvas, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, SWOT Matrix, Blue Ocean Strategy, Lampung Post