

Memahami Apa Makna Model Bisnis

Nur Afia^{1*}, Mega Firdaus¹, Nur Asitah¹, Elsa Rosyidah¹, & Agung Purnomo²

¹Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

²Universitas Bina Nusantara

*nurafia.pbi2019@unusida.ac.id

I. Pendahuluan

Model bisnis (*business model*) di Indonesia pada umumnya mulai dikenal secara nasional sejak terbitnya buku *Business Model Generation* pada tahun 2010 (Osterwalder & Pigneur, 2010) dan diterjemahkan dalam bahasa Indonesia pada tahun 2012. Sesungguhnya, konsep model bisnis telah mendapatkan popularitas di tingkat global selama ledakan bisnis dotcom pada tahun 1990-an khususnya di negara Amerika Serikat yang mendorong adanya kajian yang dinamis dan beragam. Mekanisme pendapatan baru yang inovatif diperkenalkan selama ledakan bisnis *e-commerce*. Pengetahuan model bisnis pada awalnya dipakai guna menyampaikan suatu gagasan bisnis dan wirausaha yang detail dan rumit dalam jangka waktu yang cepat untuk calon pemodal (Zott et al., 2011). Kemudian, konsep model bisnis makin dikembangkan sebagai metode guna komunikasi, perencanaan, dan analisis sistem bisnis dari penyusunan dan aplikasi pada tunggal atau beberapa unit bisnis dan lingkungan bisnis guna menyelesaikan kompleksitas organisasi bisnis (Doleski, 2015), serta aset fungsional produktif guna mencapai performa perusahaan bisnis dan keunggulan kompetitif dan (Casadesus-Masanell & Ricart, 2010). Model bisnis menjadi salah satu alat analisis yang andal bagi manajemen, bisnis dan wirausaha (Hastuti et al., 2020). Riset terkait model bisnis dari tahun ke tahun memperlihatkan kecenderungan pertumbuhan pada tingkat global (Purnomo et al., 2021).

II. Pengertian Model Bisnis

Ada beberapa variasi makna pada istilah model bisnis. Ada peran penting suatu nilai dalam sebagian besar definisi model bisnis, yaitu proposisi nilai, kreasi dan

distribusi nilai, dan penangkapan nilai, serta jaringan nilai (Richardson, 2008; Zott & Amit, 2010). Beberapa pengertian dari model bisnis dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Makna Model Bisnis

Peneliti	Makna Model Bisnis
(Timmers, 1998)	“Model bisnis adalah arsitektur aliran produk, layanan, dan informasi, termasuk deskripsi berbagai pelaku usaha dan perannya; gambaran potensi manfaat bagi berbagai pelaku usaha; dan penjelasan tentang sumber pendapatan.”
(zu Knyphausen-Aufseß & Meinhardt, 2002)	“Model bisnis adalah representasi yang disederhanakan dari usaha yang bertujuan laba dan terdiri dari elemen-elemen penting dan interkoneksinya.”
(Richardson, 2008)	“Model bisnis adalah kerangka kerja konseptual yang membantu menghubungkan strategi perusahaan, atau teori tentang cara bersaing, dengan aktivitasnya, atau pelaksanaan strategi. Kerangka model bisnis dapat membantu untuk berpikir secara strategis tentang detail cara perusahaan menjalankan bisnis. Tiga komponen utama dari kerangka kerja adalah proposisi nilai, penciptaan nilai dan sistem pengiriman, dan nilai yang ditangkap mencerminkan logika pemikiran strategis tentang nilai. Inti dari strategi adalah menciptakan nilai superior bagi pelanggan dan menangkap nilai tersebut dalam jumlah yang lebih besar daripada pesaing.”
(Doganova & Eyquem-Renault, 2009)	“Model bisnis adalah perangkat naratif dan kalkulatif yang memungkinkan pengusaha untuk menjelajahi pasar dan memainkan peran performatif dengan berkontribusi pada pembangunan jaringan tekno-ekonomi suatu inovasi.”
(Baden-Fuller & Morgan, 2010)	“Model bisnis memiliki karakter multivalen sebagai model. Model bisnis dapat ditemukan sebagai model peran contoh yang dapat disalin atau disajikan sebagai deskripsi singkat dari organisasi bisnis yang disederhanakan, deskripsi singkat yang setara dengan model skala. Model bisnis tidak hanya sebagai menangkap karakteristik jenis yang diamati di dunia dalam taksonomi. Tetapi juga, sebagai tipe ideal abstrak dalam tipologi.”
(Osterwalder & Pigneur, 2010)	“Model bisnis adalah gambaran alasan bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai.”
(Teece, 2010)	“Model bisnis adalah artikulasi logika, data dan bukti lain yang mendukung proposisi nilai bagi pelanggan, dan struktur

	pendapatan dan biaya yang layak untuk perusahaan yang memberikan nilai tersebut.”
(Zott & Amit, 2010)	“Model bisnis perusahaan sebagai sistem aktivitas yang saling bergantung yang melampaui fokus perusahaan dan menjangkau batas-batasnya. Sistem aktivitas memungkinkan perusahaan, bersama dengan mitranya, untuk menciptakan nilai dan juga mengambil bagian dari nilai tersebut serta ditentukan oleh elemen desain - konten, struktur, dan tata kelola - yang menggambarkan arsitektur sistem aktivitas; dan tema desain - kebaruan, penguncian, komplementaritas, dan efisiensi yang menggambarkan sumber penciptaan nilai sistem aktivitas.”
(Schallmo, 2013)	“Model bisnis adalah logika dasar perusahaan yang menggambarkan nilai yang diciptakan untuk pelanggan dan mitranya, bagaimana nilai tersebut diciptakan, dan bagaimana nilai yang diciptakan mengalir kembali ke perusahaan sebagai pendapatan. Nilai yang diciptakan memungkinkan untuk diferensiasi dari pesaing, konsolidasi hubungan pelanggan, dan realisasi keunggulan kompetitif.”
(Geissdoerfer et al., 2016)	“Model bisnis sebagai representasi yang disederhanakan dari elemen dan interaksi antara elemen-elemen ini yang dipilih oleh unit organisasi untuk menciptakan, menyampaikan, menangkap, dan menukar nilai.”
(Wirtz et al., 2016)	“Model bisnis adalah representasi yang disederhanakan dan dikumpulkan dari aktivitas relevan perusahaan. Model bisnis menjelaskan bagaimana informasi, produk dan/atau layanan yang dapat dipasarkan dihasilkan melalui komponen nilai tambah perusahaan. Selain arsitektur penciptaan nilai, komponen strategis serta pelanggan dan pasar dipertimbangkan, untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi dalam menghasilkan, atau lebih tepatnya, mengamankan keunggulan kompetitif. Model bisnis saat ini harus selalu dilihat secara kritis dari perspektif dinamis, sehingga dalam kesadaran bahwa mungkin ada kebutuhan untuk evolusi model bisnis atau inovasi model bisnis, karena perubahan internal atau eksternal dari waktu ke waktu.”
(Massa et al., 2017)	“Model bisnis adalah deskripsi organisasi dan bagaimana organisasi itu berfungsi dalam mencapai tujuannya (misalnya, profitabilitas, pertumbuhan, dampak sosial).”
(Geissdoerfer et al., 2018)	“Model bisnis adalah representasi yang disederhanakan dari elemen-elemen dan interaksi antara elemen-elemen ini yang

	digunakan unit untuk proposisi nilai, penciptaan, penyampaian, dan penangkapan. Namun, karena ada beberapa representasi dari unit organisasi yang sama, persepsi istilah harus dipertimbangkan yang mengasumsikan konsep abstrak yang mendasari karakteristik entitas dan analog dengan kemampuan, sumber daya, atau strategi, yang dapat didokumentasikan dengan cara yang berbeda. tanpa dokumen menjadi konsep yang mendasarinya.”
(Landry, 2020)	“Model bisnis adalah dokumen atau strategi yang menguraikan bagaimana bisnis atau organisasi memberikan nilai kepada pelanggannya.”
(Kopp, 2020)	“Model bisnis adalah rencana tingkat tinggi suatu perusahaan untuk mengoperasikan bisnis secara menguntungkan di pasar tertentu. Model bisnis mengidentifikasi produk atau layanan yang akan dijual oleh bisnis, target pasar yang diidentifikasi, dan biaya yang diantisipasi.”

III. Kategorisasi Definisi Model Bisnis

Ada tiga kelompok kategori utama pemahaman istilah model bisnis, sebagaimana yang diilustrasikan pada Gambar 1 (Geissdoerfer et al., 2018).

3.1. Model

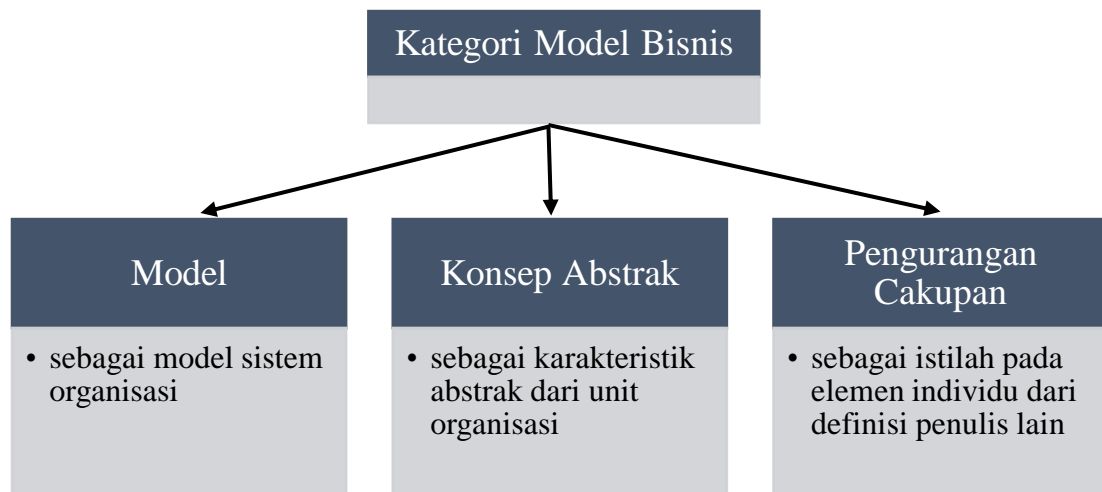
Kategori model ini memaknai model bisnis sebagai model sistem organisasi (Baden-Fuller & Morgan, 2010; zu Knyphausen-Aufseß & Meinhardt, 2002).

3.2. Konsep abstrak

Konsep abstrak (*abstract concept*) memaknai model bisnis sebagai karakteristik abstrak dari unit organisasi (Osterwalder & Pigneur, 2010; Teece, 2010).

3.3. Pengurangan Cakupan

Kategori pengurangan cakupan (*reduced scope*) memaknai model bisnis dengan menyamakan istilah pada elemen individu dari definisi penulis lain atau menguranginya untuk mencapai cara tertentu (Doganova & Eyquem-Renault, 2009).



Gambar 1. Kategori Definisi Model Bisnis

IV. Penutup

Istilah model bisnis dapat dijelaskan menggunakan beberapa alternatif makna. Ada tiga kelompok kategori utama pemahaman istilah model bisnis yaitu model, konsep abstrak dan pengurangan cakupan.

References

- Baden-Fuller, C., & Morgan, M. S. (2010). Business Models as Models. *Long Range Planning*, 43(2–3), 156–171. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2010.02.005>
- Casadesus-Masanell, R., & Ricart, J. E. (2010). From Strategy to Business Models and onto Tactics. *Long Range Planning*, 43(2–3), 195–215. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2010.01.004>
- Doganova, L., & Eyquem-Renault, M. (2009). What do business models do? *Research Policy*, 38(10), 1559–1570. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2009.08.002>
- Doleski, O. D. (2015). *Integrated Business Model: Applying the St. Gallen Management Concept to Business Models*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-09698-4>
- Geissdoerfer, M., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2016). Design thinking to enhance the sustainable business modelling process – A workshop based on a value mapping process. *Journal of Cleaner Production*, 135, 1218–1232. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.07.020>
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). Sustainable business model innovation: A review. *Journal of Cleaner Production*, 198, 401–416. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.240>

- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., Tasnim, T., Sudarso, A., Soetijono, I. K., Saputra, D. H., & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Yayasan Kita Menulis. <https://kitamenulis.id/2020/03/02/kewirausahaan-dan-umkm/>
- Kopp, C. M. (2020). *What Is a Business Model?* Investopedia.Com. <https://www.investopedia.com/terms/b/businessmodel.asp>
- Landry, L. (2020). *Business Model Innovation: What It Is And Why It's Important*. Northeastern University. <https://www.northeastern.edu/graduate/blog/implementing-business-model-innovation/>
- Massa, L., Tucci, C. L., & Afuah, A. (2017). A Critical Assessment of Business Model Research. *Academy of Management Annals*, 11(1), 73–104. <https://doi.org/10.5465/annals.2014.0072>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley and Sons.
- Purnomo, A., Asitah, N., Kumalasari, R. D., Wiradimadja, R. D. D., & Thousani, H. F. (2021). A Bibliometric Publication Mapping Overview of Business Model Canvas. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.
- Richardson, J. (2008). The business model: an integrative framework for strategy execution. *Strategic Change*, 17(5–6), 133–144. <https://doi.org/10.1002/jsc.821>
- Schallmo, D. (2013). *Geschäftsmodell-Innovation*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-00245-9>
- Teece, D. J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>
- Timmers, P. (1998). Business Models for Electronic Markets. *Electronic Markets*, 8(2), 3–8. <https://doi.org/10.1080/10196789800000016>
- Wirtz, B. W., Pistoia, A., Ullrich, S., & Göttel, V. (2016). Business Models: Origin, Development and Future Research Perspectives. *Long Range Planning*, 49(1), 36–54. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.04.001>
- Zott, C., & Amit, R. (2010). Business Model Design: An Activity System Perspective. *Long Range Planning*, 43(2–3), 216–226. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.004>
- Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. *Journal of Management*, 37(4), 1019–1042. <https://doi.org/10.1177/0149206311406265>
- zu Knyphausen-Aufseß, D., & Meinhardt, Y. (2002). Revisiting Strategy: Ein Ansatz zur Systematisierung von Geschäftsmodellen. In *Zukünftige Geschäftsmodelle* (pp. 63–89). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-56048-4_4