

ABSTRAK

Salah satu upaya yang dilakukan Telkom untuk menguatkan kembali porsi *market share*-nya adalah dengan mengembangkan produk inovasi bernama IndiHome Freedom yang menasar segmen pasar milenial. Milenial kini menjadi target yang sangat potensial dalam bisnis digital. Berdasarkan survei, jumlah pengguna layanan internet di Indonesia didominasi oleh segmen ini. Meski potensial, milenial memiliki standar ekspektasi yang cukup tinggi terhadap kualitas layanan digital. Agar produk IndiHome Freedom memenangkan segmen pasar ini, dibutuhkan suatu rancangan model bisnis yang terencana dan dapat dijadikan acuan strategis bagi Telkom.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapat rancangan bisnis yang komprehensif bagi Telkom dalam memenangkan pasar milenial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi manajemen perusahaan dalam melakukan pengambilan keputusan strategis untuk mengembangkan produk inovasi IndoHome Freedom.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan konsep *business model canvas*. Penentuan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dan metode pengumpulan data yang digunakan meliputi teknik observasi, wawancara mendalam, *focus group discussion*, dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian, ditemukan adanya *gap* di blok elemen *value propositions* dan *customer relationships*. Kesenjangan pada blok elemen ini memberikan peluang bagi perusahaan dalam melakukan pengembangan produk sesuai persepsi konsumen. Sehingga desain kanvas yang dihasilkan tidak hanya dapat diaplikasikan dalam jangka pendek untuk memenangkan pasar, namun juga dapat menjadi acuan jangka panjang perusahaan ketika melakukan pengembangan produk inovasi lainnya.

Kata kunci: model bisnis kanvas, strategi bisnis, keunggulan kompetitif

ABSTRACT

One of Telkom's efforts to strengthen its market share portion is to develop an innovative product called IndiHome Freedom that targets the millennial market segment. The millennials now become very potential in digital business. Based on the survey, the number of internet service users in Indonesia is dominated by this segment. Despite its potential, millennial has high expectations on the quality of digital services. To make IndiHome Freedom products win this market segment, Telkom needs a business model design that can be used as a strategic reference.

The aim of this study is to obtain a comprehensive business plan for Telkom in winning the millennial market. The canvas design resulted in this study is expected to provide an overview for company management in making strategic decisions for developing IndoHome Freedom.

This study uses a qualitative approach with the concept of a business model canvas. The determination of informants was done by using purposive sampling technique. Then, data collection methods used included observation techniques, in-depth interviews, focus group discussions, and documentation.

From the results of the study, it was identified that there were gaps in the elements of value propositions and customer relationships. This element gap provides opportunities for companies to develop products according to consumer perceptions. So that canvas design resulted can not only be applied in the short term for market penetration but can also be a long-term reference for the company when developing other innovative products.

Keywords: business model canvas, business, business strategy, competitive advantage