



Model Bisnis sebagai Mekanisme Penciptaan Nilai: Pendekatan Konseptual dan Implikasinya bagi Strategi Perusahaan

Noer Aida Fitriani

Universitas Islam Malang

Jeni Susyanti

Universitas Islam Malang

Alamat: Jalan Mayjen Haryono No.193, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144

Korespondensi penulis: noerff8@gmail.com

Abstrak. *This research aims to examine the role of business models as a value creation mechanism and its implications for corporate strategy. Using a conceptual approach, this study analyses relevant literature related to the key elements of business models, innovation, and the relationship between business models and strategic advantage. The results show that a business model not only describes the way a company generates revenue, but also serves as a strategic tool in designing, delivering, and capturing value. Innovation in business models enables companies to adapt to market dynamics and strengthen competitiveness. The integration of business models into the strategic planning process is important to achieve sustainability and long-term competitive advantage. This research provides a conceptual contribution to the development of value-based business strategies in an era of dynamic competition.*

Keywords: *business model; value creation; innovation; corporate strategy.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran model bisnis sebagai mekanisme penciptaan nilai dan implikasinya terhadap strategi perusahaan. Menggunakan pendekatan konseptual, studi ini menganalisis literatur relevan terkait elemen-elemen kunci model bisnis, inovasi, serta hubungan antara model bisnis dan keunggulan strategis. Hasil kajian menunjukkan bahwa model bisnis tidak hanya menggambarkan cara perusahaan menghasilkan pendapatan, tetapi juga berfungsi sebagai alat strategis dalam merancang, menyampaikan, dan menangkap nilai. Inovasi dalam model bisnis memungkinkan perusahaan beradaptasi terhadap dinamika pasar dan memperkuat daya saing. Integrasi model bisnis ke dalam proses perencanaan strategis menjadi penting untuk mencapai keberlanjutan dan keunggulan kompetitif jangka panjang. Penelitian ini memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan strategi bisnis berbasis nilai di era persaingan dinamis.

Kata Kunci: *model bisnis; penciptaan nilai; inovasi; strategi perusahaan.*

PENDAHULUAN

Dalam era transformasi digital dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya. Model bisnis menjadi instrumen strategis yang tidak hanya menggambarkan cara perusahaan menghasilkan pendapatan, tetapi juga bagaimana mereka menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai secara efektif. Menurut dewayanto model bisnis berfungsi sebagai arsitektur nilai yang menjelaskan mekanisme penciptaan, penyampaian, dan penangkapan nilai oleh perusahaan.

Penciptaan nilai tidak hanya berkaitan dengan produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga mencakup inovasi dalam proses bisnis, hubungan dengan pelanggan, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Ada salah satu studi yang menunjukkan bahwa inovasi model bisnis, terutama yang berbasis digital, memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Yogyakarta. Hal ini menegaskan pentingnya perusahaan

untuk terus mengevaluasi dan mengadaptasi model bisnis mereka agar tetap relevan dengan dinamika pasar.

Namun, meskipun banyak penelitian telah membahas pentingnya inovasi dan strategi bisnis, masih terdapat kesenjangan dalam memahami bagaimana model bisnis secara langsung berkontribusi terhadap proses penciptaan nilai. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran model bisnis sebagai mekanisme penciptaan nilai dalam konteks strategis perusahaan.

KAJIAN TEORI

Pengertian model bisnis

Model bisnis merupakan kerangka kerja konseptual yang menjelaskan bagaimana organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai, model bisnis menggambarkan sistem aktivitas yang dilakukan perusahaan dan pihak lain yang terlibat, serta bagaimana aktivitas tersebut saling berhubungan untuk menciptakan nilai. Dalam konteks ini, model bisnis bukan hanya strategi atau struktur organisasi, melainkan sistem terpadu yang membentuk keunggulan bersaing.

Elemen-elemen utama model bisnis

Osterwalder dan Pigneur memperkenalkan kerangka kerja Business Model Canvas yang terdiri dari sembilan elemen kunci: proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya. Setiap elemen tersebut berkontribusi terhadap penciptaan dan penangkapan nilai yang berkelanjutan.

Penciptaan nilai dalam model bisnis

Penciptaan nilai dalam model bisnis terjadi ketika perusahaan dapat memberikan manfaat yang dirasakan lebih besar oleh pelanggan dibandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan. penciptaan nilai merupakan fungsi utama dari model bisnis, yang bertumpu pada kombinasi antara inovasi, efisiensi, dan keunikan proposisi nilai. Juga disebutkan bahwa inovasi model bisnis yang berfokus pada fleksibilitas dan adaptabilitas terhadap pasar sangat krusial dalam proses penciptaan nilai. Hal ini menjadi lebih penting di tengah perubahan preferensi pelanggan dan disrupsi digital yang mengharuskan organisasi untuk terus bertransformasi.

Inovasi model bisnis dan strategi perusahaan

Inovasi model bisnis mencerminkan upaya perusahaan untuk mengubah cara beroperasi demi menangkap peluang baru dan menanggapi tantangan eksternal. Menurut Chesbrough inovasi model bisnis merupakan proses sistematis untuk mengubah logika penciptaan dan pengiriman nilai perusahaan, termasuk struktur biaya, mekanisme penawaran, dan keterlibatan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan konseptual (conceptual paper). Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis secara mendalam konsep model bisnis sebagai mekanisme penciptaan nilai dalam konteks strategi perusahaan. Fokus penelitian ini bukan pada pengumpulan data lapangan, melainkan pada penelaahan literatur

yang relevan, baik nasional maupun internasional. Sumber data dalam penelitian ini bersifat sekunder, yaitu berupa artikel jurnal ilmiah, buku referensi, dan publikasi akademik lainnya yang membahas model bisnis, penciptaan nilai, dan strategi perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Model Bisnis sebagai Kerangka Penciptaan Nilai

Hasil dari studi literatur menunjukkan bahwa model bisnis dapat dipahami sebagai sistem yang mengintegrasikan berbagai elemen organisasi untuk menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. Model bisnis tidak lagi hanya menjadi kerangka teknis tentang bagaimana perusahaan menghasilkan uang, tetapi juga sebagai mekanisme strategis yang memungkinkan perusahaan menelaraskan inovasi, proses internal, dan kebutuhan pelanggan dalam satu kesatuan nilai.

desain model bisnis yang efektif akan menciptakan nilai melalui konfigurasi aktivitas yang saling terkait secara konsisten. Penerapan elemen-elemen seperti segmentasi pelanggan, proposisi nilai, kanal distribusi, dan arus pendapatan harus dikombinasikan secara sinergis.

Komponen Kunci dalam Penciptaan Nilai

Berdasarkan kajian terhadap berbagai sumber, ditemukan bahwa komponen utama dalam penciptaan nilai melalui model bisnis meliputi: Proposisi Nilai (Value Proposition), Menjelaskan manfaat utama yang ditawarkan kepada pelanggan. Inilah inti dari penciptaan nilai. Segmentasi Pelanggan, Penyesuaian produk/jasa dengan kebutuhan pasar tertentu memastikan nilai yang lebih relevan. Struktur Biaya dan Arus Pendapatan, Efisiensi biaya dan inovasi harga dapat meningkatkan margin sekaligus memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Sumber Daya Utama dan Aktivitas Kunci, Penentuan kompetensi inti yang mendukung proses penciptaan dan pengiriman nilai.

Inovasi Model Bisnis dan Implikasi Strategis

Inovasi model bisnis terbukti menjadi pendorong penting dalam menyesuaikan diri dengan dinamika pasar. perusahaan yang mampu mendisrupsi model bisnis lama mereka—dengan memanfaatkan digitalisasi, co-creation, dan layanan berbasis platform—lebih siap menghadapi kompetisi.

Integrasi Model Bisnis dalam Perencanaan Strategis

Pembahasan juga menyoroti bahwa perusahaan tidak boleh memisahkan model bisnis dari strategi korporat. Justru, keduanya harus **berjalan paralel**. Model bisnis menjadi fondasi operasional dari strategi, dan strategi memberikan arah terhadap inovasi model bisnis yang diperlukan.

KESIMPULAN

Model bisnis merupakan mekanisme strategis yang esensial dalam menciptakan dan menangkap nilai secara berkelanjutan. Melalui pendekatan konseptual, penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan penciptaan nilai tidak hanya bergantung pada produk atau layanan, tetapi juga pada bagaimana perusahaan menyusun elemen-elemen model bisnisnya, seperti proposisi nilai, segmentasi pelanggan, dan struktur pendapatan. Inovasi model bisnis memungkinkan perusahaan merespons perubahan lingkungan bisnis dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, integrasi model bisnis dalam strategi perusahaan menjadi kunci penting dalam meningkatkan kinerja dan daya saing organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagas Aji, F., & Nursyamsiah, S. (2023). *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management Pengaruh Inovasi Model Bisnis terhadap Peningkatan Kinerja UKM di Yogyakarta*. 01(03), 38–53.
- Dewayanto, T. (2019). Model Bisnis, Penciptaan Nilai Dan Pengungkapan Modal Intelektual. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 14(2), 240–249. <https://doi.org/10.34152/fe.14.2.240-249>
- Penelitian, A. H., & Hasin, A. (2024). *Pengaruh Fleksibilitas Strategi dan Inovasi Model Bisnis terhadap Kinerja UKM*. 02(06), 224–233.