

## ANALISIS OPTIMASI MODEL BISNIS PERUSAHAAN FINTECH BERBASIS EQUITY CROWDFUNDING MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS

**Teuku Ghalib Muadzan, Bernardus Yulianto Nugroho**

Magister Ilmu Administrasi dan Kebijakan Bisnis, Universitas Indonesia (UI) Depok Jawa Barat, Indonesia

Email: teukughalib@gmail.com, nugroho\_yulianto@gmail.com

### **Abstract**

*Along with the development of technology and the internet, the fundraising process becomes more modern with a larger scope known as crowdfunding. Especially with the emergence of companies that focus on financial technology and increasing investment interest in millennials, crowdfunding, especially investment-based, is one of the attractive investment objectives. Santara as the first equity crowdfunding company licensed by OJK seeks to create an investment platform with the aim of developing SMEs in Indonesia. This research aims to find out the picture of Santara's current business model with Business Model Canvas and provide recommendations for new Business Model Canvas to be offered to Santara. This research method uses mixed methods with concurrent embedded design models. Qualitative data collection techniques by conducting interviews with 5 sources and quantitative by disseminating questionnaires to 8 speakers in Santara. Data analysis techniques using reduction, display data, conclusion as well as SWOT analysis of questionnaire results using The Likert Scale. The results of this study showed that out of the nine blocks of Business Model Canvas there are seven blocks of Business Model Canvas, namely customer segment, value proposition, channel, customer relationship, key activity, key partnership and cost structure that are added to the building blocks respectively.*

**Keywords:** *equity crowdfunding; financial technology; model bisnis; business model canvas*

### **Abstrak**

Seiring dengan perkembangan teknologi dan internet, proses pengumpulan dana menjadi lebih modern dengan ruang lingkup yang lebih besar yang dikenal dengan istilah *crowdfunding*. Terlebih dengan munculnya perusahaan-perusahaan yang fokus pada *financial technology* dan meningkatnya minat investasi pada generasi millennial, *crowdfunding* khususnya yang berbasis investasi menjadi salah satu tujuan investasi yang menarik. Santara sebagai perusahaan *equity crowdfunding* pertama berizin OJK berusaha membuat *platform* investasi dengan tujuan pengembangan UKM yang ada di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran model bisnis Santara saat ini dengan *Business Model Canvas* dan memberikan rekomendasi *Business Model Canvas* yang baru untuk ditawarkan

ke Santara. Metode penelitian ini menggunakan *mixed methods* dengan model desain *concurrent embedded*. Teknik pengumpulan data kualitatif dengan melakukan wawancara dengan 5 narasumber dan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 8 narasumber di Santara. Teknik analisis data menggunakan *reduction*, *data display*, *conclusion* serta analisis SWOT dari hasil kuesioner dengan menggunakan *Skala Likert*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari sembilan blok *Business Model Canvas* ada tujuh blok *Business Model Canvas* yaitu *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *key activity*, *key partnership* dan *cost structure* yang ada penambahan pada blok bangunan masing-masing.

**Kata Kunci:** *equity crowdfunding; financial technology; model bisnis; business model canvas*

## Pendahuluan

Gotong royong telah menjadi filosofi turun-temurun yang dikenal oleh masyarakat Indonesia. Salah satu kegiatan yang menganut prinsip tersebut adalah pengumpulan dana. Pengumpulan dana atau pendanaan menjadi salah satu faktor penting untuk tercapainya suatu kegiatan komersial maupun sosial. Awalnya pengumpulan dana dilakukan dengan cara tradisional, di ruang lingkup yang kecil dan pengelolaannya dijalankan oleh satu atau beberapa orang yang diberikan tanggung jawab untuk mengelola dana (Tirdanatan, Georgiana, & Sun, 2014). Namun seiring dengan perkembangan teknologi dan penggunaan internet yang semakin global, muncul istilah baru dalam pengumpulan dana yang disebut dengan *Crowdfunding* (Febriani, 2017).

*Crowdfunding* adalah kegiatan pengumpulan dana dari individu maupun kelompok dalam jumlah kecil atau besar untuk pendanaan suatu kegiatan atau usaha yang dilakukan dengan menggunakan fasilitas internet (Prasetyawati, 2017). *Crowdfunding* memiliki 4 tipe yaitu: a). *Lending Based Crowdfunding* yang mempunyai sistem kerja sama dengan pinjam-meminjam pada umumnya dimana seseorang meminjam dana untuk sebuah kegiatan dengan bermaksud memperoleh dana tersebut kembali dengan keuntungan tertentu; b). *Equity Based Crowdfunding* memiliki kemiripan dengan kegiatan investasi dimana seseorang mendapatkan hak milik dari satu entitas untuk imbalan atas dana yang diberikan; c). *Reward Based Crowdfunding* dilakukan dimana individu akan memperoleh hadiah disesuaikan dengan kontribusi yang diberikan dan d). *Donation Based Crowdfunding* merupakan contoh *crowdfunding* berbentuk pemberian dana dengan tujuan berdonasi pada sebuah kegiatan tanpa adanya harapan dana kembali dari donasi yang telah diberikan (Tirdanatan et al., 2014).

*Crowdfunding* memiliki kaitan erat dengan *financial technology (fintech)* dimana *Crowdfunding* masuk ke dalam bagian *financial inclusion* yang merupakan salah satu dari empat bagian dalam teknologi finansial dan regulasinya diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan. Menurut (Ansori, 2019), *Financial Technology* atau disingkat *Fintech* adalah penggabungan antara teknologi serta fitur keuangan atau dapat disebut

inovasi dengan sentuhan teknologi modern pada sektor finansial. Menurut (Ansori, 2019), *fintech* memiliki tiga tipe yaitu: 1). *Third-party payment systems* atau sistem pembayaran melalui pihak ketiga; 2). *Peer-to-Peer (P2P) Lending* sebagai platform yang menghubungkan pemberi pinjaman dan peminjam melalui internet dan 3). *Crowdfunding*.

Berbicara tentang *fintech* maka tidak akan lepas dari perusahaan *startup fintech* yang memberikan kemudahan untuk masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan dengan mudah dimanapun dan kapanpun (Rahayu, 2018) sehingga industri *fintech* berkembang pesat selain juga karena faktor perkembangan teknologi dan segmentasi generasi millennial (DBS, 2018). Terlebih salah satu dari tipe *crowdfunding* yaitu *Equity Crowdfunding* dinilai sebagai salah satu dari tiga jenis investasi yang paling cocok bagi generasi millennial selain *peer-to-peer lending* dan emas (Muamar, 2020). Selain itu perkembangan *fintech* saat ini juga membuka peluang bagi *startup* dan UKM untuk mendapatkan pendanaan melalui *equity crowdfunding* sehingga tidak terbebani kewajiban pembayaran bunga dan pokok pinjaman (Listyorini, 2020).

Sistem *Equity crowdfunding* mirip dengan investasi di pasar modal. Ada penerbit (perusahaan yang menawarkan saham perusahaannya), penyelenggara layanan urun dana, dan pemodal (investor). Perbedaannya, penawaran saham dengan sistem *Equity crowdfunding* dilakukan oleh penerbit untuk menjual saham secara langsung kepada pemodal melalui sistem elektronik secara *online*, lalu yang diberikan kucuran dana atau selanjutnya disebut penerbit adalah perusahaan rintisan maupun UKM dengan jumlah modal tidak lebih dari Rp 30 miliar dan harus berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan bukan perusahaan yang dikendalikan baik langsung maupun tidak langsung oleh suatu kelompok usaha atau konglomerasi. Penerbit akan melakukan penawaran saham perusahaannya melalui penyelenggara layanan urun dana. Setelah itu pemodal dapat membeli saham perusahaan yang saat itu ditawarkan (Listyorini, 2020). Peraturan terkait pengaturan *platform*, investor, hingga besaran uang yang boleh dikumpulkan dari penawaran saham yang dilakukan ada di POJK Nomor 37/POJK.04/2018 (Ryza, 2020).

Berdasarkan POJK Nomor 37/POJK.04/2018 tentang Layanan Urun Dana Melalui Penawaran Saham Berbasis Teknologi Informasi (*Equity Crowdfunding*), OJK menyampaikan ada 3 perusahaan penyelenggara yang sudah mendapat izin OJK per 31 Desember 2019 yaitu Santara, Bizhare dan Crowddana (Ryza, 2020). Berdasarkan jumlah investasi, total investor yang terdaftar dan bisnis yang terdanai, perbandingan antara ketiga *platform crowdfunding* diatas adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Perbandingan Platform Equity Crowdfunding di Indonesia**

<i>Platform</i>	Asal Kota	Total Investasi	Total Investor Terdaftar	Bisnis Terdanai
Santara	Yogyakarta	67.8 Miliar	184.201	51
Bizhare	Jakarta	28 Miliar	42.000	31

Crowddana	Jakarta	21.4 Miliar	282	4
-----------	---------	-------------	-----	---

Sumber: Olahan Peneliti per 3 Juli 2020

Berdasarkan data di atas, Santara memiliki total investasi, investor serta bisnis terdani yang lebih besar dibandingkan platform lainnya. Hal ini bisa terjadi karena *platform* tersebut telah berdiri pada tahun 2012 dan mendapatkan izin terlebih dahulu dari OJK per tanggal 6 September 2019. Selain itu Santara menyediakan layanan urun dana dengan bermacam-macam usaha seperti makanan, peternakan domba, peternakan bebek, perkebunan papaya, durian dan lain-lain.

Pada Santara ada tiga pihak yang dilibatkan, yakni pemodal, penerbit atau UKM, dan penyelenggara. Pemodal memberi investasi ke Santara, lantas Santara akan mengirimkan uang kepada penerbit untuk mengembangkan usahanya. Namun sebelum saham sebuah usaha bisa diperdagangkan, Santara telah melakukan seleksi yang meliputi perhitungan risiko bisnis, reputasi, dan faktor lainnya. Selain itu, UKM yang ingin menjual saham di Santara harus berbentuk Perusahaan Terbatas (PT) dan total dana yang dapat dihimpun melalui *equity crowdfunding* mencapai Rp 10 miliar. Selain itu Santara memastikan bahwa pemilik UKM tetap bertindak sebagai pemegang saham mayoritas sehingga jumlah saham maksimal yang dapat dilepas ke publik maksimal 49 persen (Radar Jogja, 2019).

Dengan adanya aturan POJK Nomor 37/POJK.04/2018, akan muncul pemain baru dalam pasar ini dikarenakan bisnis ini adalah bisnis untuk jangka Panjang (Qolbi, 2019). Oleh karena itu perusahaan *fintech* seperti Santara harus memiliki model bisnis yang baik agar mampu bertahan dalam pasar sehingga membantu keberlangsungan banyak bisnis UKM di Indonesia.

Salah satu model bisnis yang saat ini banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan adalah model bisnis kanvas atau biasa disebut *business model canvas*. *Business Model Canvas* yang terdiri oleh sembilan elemen yaitu *Customer Segment* (Segmentasi Pelanggan), *Value Proposition* (Proposisi Nilai), *Channel* (Saluran), *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan), *Revenue Streams* (Arus Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key Partnership* (Kemitraan Kunci), dan *Cost Structure* (Struktur Biaya) menunjukkan bagaimana perusahaan mendapatkan hasil yang diinginkan (Bilqis, 2017).

Dengan semakin berkembangnya teknologi maka tantangan yang dihadapi akan semakin banyak. Oleh karenanya perlu ada model bisnis yang tepat agar perusahaan tetap bertahan dan bahkan berkembang. Santara memerlukan evaluasi dari model bisnis yang ada dan setelahnya menerapkan model bisnis baru yang mampu menjawab tantangan yang akan dihadapi agar lebih unggul dibandingkan kompetitor. Penelitian ini sendiri bertujuan untuk menganalisis bagaimana model bisnis perusahaan *fintech* seperti Santara menggunakan *business model canvas* dan bagaimana evaluasi dari model bisnis tersebut serta bagaimana rekomendasi model bisnis yang dapat diterapkan oleh Santara pada masa yang akan datang. Alasan dipilihnya judul dan tema ini adalah karena pembahasan *crowdfunding* yang menarik dan sangat cocok untuk dibahas terutama karena perkembangan teknologi dan munculnya perusahaan berbasis *fintech* dan

*Crowdfunding* di masa yang mendatang bisa jadi solusi untuk permasalahan pendanaan sosial maupun modal komersial.

Sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang terkait dengan penguatan dan inovasi pada *Business Model Canvas* yaitu (Noviarto & Sulistijono, 2016) dan (Putri & Alfianur, 2014). Dalam (Noviarto & Sulistijono, 2016), hasil penelitian adalah terkait penguatan model bisnis yang baru, dimana Esgotado sebagai tempat penelitian disarankan untuk menambah *market place* baru, menggunakan teknologi informasi dalam kegiatannya, membuat dan memperbarui database pelanggan, serta melihat nilai dari para pesaing. Esgotado harus memberikan nilai pada pelanggan, serta menambah channel media online baru. Selain itu karena adanya penambahan biaya operasional maka harus ada penambahan arus pendapatan dari produk baru. Sedangkan pada (Putri & Alfianur, 2014) hasil dari penelitian adalah adanya ancaman pada channel yaitu website yang penting bagi Bebek Garang. Bebek garang harus membuat sistem pengantaran secara efisien. Bebek garang harus meningkatkan *value propositions* kepada pelanggan dengan memberikan kenyamanan supaya pelanggan tidak pindah kepada kompetitor, karena itu adalah ancaman yang akan datang bagi bebek garang. Kedua penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian ini dimana menggunakan *business model canvas* untuk melihat sejauh mana model bisnis dijalankan dan melakukan optimalisasi pada model bisnis dengan menggunakan *business model canvas*. Namun yang berbeda pada penelitian ini, peneliti ingin fokus pada perusahaan *financial technology* berbasis *investment-based crowdfunding*. Pada penelitian ini, peneliti ingin melakukan analisa pada model bisnis perusahaan Santara dengan *business model canvas*, melakukan evaluasi pada model bisnis dengan analisis SWOT dan memberikan rekomendasi model bisnis Santara dengan *business model canvas*.

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, maka tujuan penelitian adalah menganalisis model bisnis Santara dengan pendekatan *business model canvas*; Menganalisis evaluasi model bisnis Santara dengan menggunakan analisis SWOT; Menganalisis rekomendasi model bisnis Santara dengan pendekatan *Business Model Canvas*.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini akan menggabungkan metode penelitian kualitatif sebagai metode primer dan penelitian kuantitatif sebagai penguat data sehingga penelitian ini memakai *mixed methods* dengan model desain *concurrent embedded* dimana bobot kualitatif lebih besar dibandingkan kuantitatif (Sugiyono, 2012). Metode pengambilan data primer adalah dengan wawancara langsung dan kuesioner yang ditujukan kepada pejabat penting maupun karyawan di Santara. Teknik pengumpulan data untuk penelitian kualitatif peneliti dengan melakukan wawancara dengan 5 narasumber dan penelitian kuantitatif menyebarkan kuesioner kepada 8 narasumber di Santara. Sedangkan data sekunder melalui dokumen atau literatur. Teknik analisis data menggunakan *reduction, data display, conclusion* serta analisis SWOT dari hasil kuesioner dengan menggunakan

skala *Likert*. Untuk analisis SWOT disusun kriteria penilaian untuk setiap kategori pernyataan berdasarkan nilai kontinum untuk kemudian dibuat garis kontinum.

## Hasil dan Pembahasan

### A. Karakteristik Narasumber

Narasumber ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Berikut adalah tabel 1.2 yang berisi daftar karakteristik narasumber dalam penelitian ini.

**Tabel 2**  
**Karakteristik Narasumber**

No	Narasumber	Jabatan	Wawancara/Kuesioner
1	Krishna Wijaya	<i>Chief Business Officer</i>	W&K
2	Kartika Eka Putri	<i>Partnership Leader</i>	W&K
3	Ridha	<i>Customer Support</i>	W&K
4	Asep Permana	<i>Head of Digital Marketing</i>	W&K
5	Aditya Putri	<i>Human Capital Manager</i>	W&K
6	Gagas Agung Baskara	<i>IT Support</i>	K
7	Hadi Saputra	<i>Production Support</i>	K
8	Christella Suryo Kusumastuti	<i>HC Recruitment</i>	K

Narasumber pada tabel 2 dipilih karena mewakili setiap jabatan yang dianggap memahami kondisi mengenai Santara yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Narasumber 1 dipilih karena merupakan orang yang mengetahui seluk beluk bisnis dari Santara. Narasumber 2 dipilih karena mewakili data terkait kemitraan. Narasumber 3 dipilih karena mewakili data terkait pelanggan. Narasumber 4 dipilih karena mewakili data terkait *channel* dan salah satu proses *marketing* di Santara. Narasumber 5 dipilih karena mewakili data terkait salah satu *key resource* yaitu SDM. Setiap narasumber memiliki peran penting bagi Santara. Narasumber 6, 7 dan 8 sebagai tambahan data dengan pengumpulan data memakai kuesioner.

### B. Business Model Canvas Santara Saat Ini

Berdasarkan wawancara dari lima narasumber diperoleh hasil penelitian terkait business model canvas Santara saat ini yang telah dirangkum dalam sembilan blok secara berurutan sesuai dengan operasional variabel yang telah ditentukan.

**Tabel 3**  
**Business Model Canvas Santara Saat Ini**

<i>Key Partnership</i>	<i>Key Activity</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segment</i>
KSEI Bank	<b>Penerbit:</b> Kerjasama untuk dapat list penerbit	<b>Penerbit:</b> Tanpa agunan, tanpa denda,	<b>Penerbit:</b> Workshop Guideline laporan	<b>Penerbit:</b> Pelaku UKM Kelompok

Analisis Optimasi Model Bisnis Perusahaan Fintech Berbasis Equity Crowdfunding  
Menggunakan Business Model Canvas

Kustodian Notaris OJK Bank Indonesia Asosiasi Fintech Moka Pos Komunitas Bisnis UKM Indonesia Enesia	<b>Pemodal:</b> Edukasi Interaksi Promosi <i>Customer Handling</i>	tanpa bunga. Mendorong perusahaan untuk scale up. Kecepatan funding.  <b>Pemodal:</b> Penerbit yang PAS ( <i>Profitable, Accountable, Sustainable</i> ). Yield investasi lebih besar dari instrument investasi lainnya. ECF pertama berizin OJK. Kemudahan dalam transaksi. Akuntabilitas dalam laporan. Pembagian dividen yang adil.	bisnis  <b>Pemodal:</b> Edukasi investasi FGD Kuis berhadiah Giveaway Update info listing baru via email/whatsapp/ap likasi Laporan investasi via whatsapp  <hr/> <b>Channel</b>  <b>Offline:</b> Kerjasama third party (Moka Pos) Event-event fair  <b>Online:</b> Media sosial Facebook Instagram Youtube Website dan aplikasi Whatsapp dan Telegram	Usaha Daerah  <b>Pemodal:</b> Usia produktif (25-35 tahun) Pra pensiun (50 tahun ke atas) Investor dalam negeri Ekspatriat di luar negeri
<b>Key Resource</b>				
	SDM Tools Marketing Server Tools IT			
<b>Cost Structure</b>		<b>Revenue Stream</b>		
Biaya SDM Penyediaan Kode, aplikasi dan pembelian lisensi Pengadaan server database dan Maintenance IT Biaya Iklan Biaya pelaksanaan forum offline Biaya produksi konten dan biaya talent Kerjasama pihak ketiga		Service Fee per listing (5-10%) Biaya administrasi tahunan Withdraw Dividen		

Gambaran *Business Model Canvas* Santara saat ini dapat terlihat dengan melihat setiap blok pada gambar 1.1 yang telah memiliki karakteristik masing-masing, adapun penjelasan dari sembilan blok *Business Model Canvas* yaitu *customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resource, key activity, key partnership, cost structure*.

1. *Customer Segment*

Segmen Pelanggan menggambarkan pangsa pasar yang diambil oleh Santara untuk penerbit adalah pelaku UKM dan kelompok usaha daerah. Sedangkan untuk pemodal target segmentasi Santara yaitu orang-orang dengan usia produktif (25-35 tahun) dan pra pensiun (50 tahun ke atas). Selain itu untuk wilayah yang disasar adalah dalam negeri dan juga sebagian kecil ekspatriat di luar negeri.

2. *Value Proposition*

Santara memberikan nilai kepada pelanggan khususnya penerbit adalah kenyamanan menawarkan bisnis tanpa agunan, tanpa bunga dan tanpa denda dan juga Santara mendorong perusahaan untuk bisa *scale up*. Selain itu kecepatan funding menjadi nilai tersendiri untuk penerbit. Bagi pemodal nilai yang ditawarkan Santara adalah penerbit yang PAS (*Profitable, Accountability, Sustainability*) dengan yield investasi yang lebih besar dari instrumen investasi lainnya. Selain itu kemudahan transaksi, akuntabilitas dalam laporan serta transparansi dalam listing dan pembagian dividen juga menjadi nilai demi menjaga kepercayaan pemodal.

3. *Channel*

Saluran yang digunakan oleh Santara terbagi ke dalam saluran *offline* dan *online*. Untuk saluran *offline* melalui kerjasama dan kolaborasi dengan *third party* seperti Moka Pos. Untuk *online* dengan menggunakan *website*, aplikasi, media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube dan Whatsapp dan Telegram.

4. *Customer Relationship*

Hubungan antara Santara dengan penerbit adalah dengan memberikan *guideline* terkait laporan keuangan/bisnis dan legal serta membantu perusahaan untuk *scale up* dengan mengadakan workshop. Untuk pemodal adalah dengan memberikan edukasi investasi, informasi penawaran baru, kegiatan di Santara dan laporan berkala melalui email, *website*, aplikasi dan whatsapp. Selain itu ada kuis berhadiah dan *give away* yang dilakukan untuk *branding* Santara.

5. *Revenue Stream*

Arus pendapatan dari Santara didapat melalui *service fee* sebesar 5-10% berdasarkan resiko dari bisnis yang akan dilisting dan biaya administrasi tahunan sebesar Rp 2 juta rupiah dari penerbit yang listing di Santara. Dari pemodal hanya ada biaya *withdraw* dividen sebesar Rp 25.000.

6. *Key Resource*

Sumber daya utama yang dimiliki oleh Santara adalah SDM yang terbagi di kantor Yogyakarta, Jakarta dan Surabaya. Selain itu ada sumber daya non fisik seperti tools marketing, server dan tools IT.

7. *Key Activity*

Aktivitas utama yang dilakukan oleh Santara adalah berperan sebagai *two sided platform* yaitu mempertemukan pemodal dan penerbit untuk tujuan investasi. Selain itu Santara memberikan edukasi investasi kepada pemodal,



melakukan interaksi aktif seperti memberitahu penawaran baru, memberikan update investasi berkala dan juga promosi melalui iklan atau kegiatan *offline* seperti forum diskusi dengan investor. Selain itu kolaborasi dengan pihak ketiga seperti Moka Pos untuk mendapatkan list penerbit yang PAS (*Profitable, Accountability, Sustainability*).

#### 8. *Key Partnership*

Mitra utama dari Santara ada KSEI, Bank Kustodian dan Notaris untuk model bisnis yang dijalankan. Untuk KSEI dan Bank Kustodian dapat membantu mengatur instrumen pendukung seperti pencatatan saham, peraturan jual beli hingga frekuensi jual-beli saham sekunder. Selain itu dengan pihak ketiga ada Moka Pos dan komunitas bisnis seperti UKM Indonesia. Terkait *stakeholder* ada OJK sebagai regulator, BI dan asosiasi *fintech*.

#### 9. *Cost Structure*

Struktur biaya yang dikeluarkan oleh Santara terdiri dari biaya terkait SDM; biaya kerjasama dengan pihak ketiga seperti penyediaan kode, penyediaan aplikasi dan pembelian lisensi sesuai standar ISO; biaya promosi seperti biaya iklan, *maintenance tools*, biaya langganan tools tertentu, biaya produksi seperti alat untuk membuat konten, membiayai *talent* dan juga biaya IT seperti pengadaan *server database*. Selain itu ada biaya yang diperlukan apabila mengadakan acara atau forum diskusi untuk menarik penerbit dan pemodal.

### C. Kesimpulan Hasil Kuesioner dengan Analisis SWOT

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa masing-masing blok memiliki karakteristik berbeda. Di *Customer Segment* kekuatan Santara sangat tinggi dan kelemahan tinggi, ini menunjukkan segmen pelanggan tersegmentasi dengan baik walaupun ada yang perlu diperbaiki. Peluang sangat tinggi dan ancaman cukup, ancaman khususnya dari pesaing dapat diminimalisir dengan Santara melayani segmen pelanggan yang baru. Di *Value Proposition* kekuatan sangat tinggi karena Santara memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan pembagian dividen yang adil dan kemudahan bertransaksi. Kelemahan rendah karena Santara mampu memenuhi permintaan dan keluhan pelanggan. Peluang sangat tinggi karena Santara mampu meningkatkan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan. Ancaman cukup karena ada kemungkinan pesaing memiliki nilai yang sama. Di *Channel* kekuatan tinggi karena saluran Santara efektif dan efisien dan kelemahan cukup. Peluang tinggi karena ada peluang Santara dapat mengintegrasikan saluran dengan lebih baik. Ancaman cukup karena ada kemungkinan pesaing memiliki saluran yang lebih baik. Di *Customer Relationship* kekuatan sangat tinggi dan kelemahan cukup dan ini menunjukkan hubungan Santara dengan pelanggan sudah sangat kuat. Peluang tinggi dan ancaman cukup, ini menunjukkan bahwa peluang menjadi besar jika Santara dapat meningkatkan personalisasi dengan pelanggan. Di *Revenue Stream* kekuatan tinggi, ini mengindikasikan cara yang digunakan untuk meraih pendapatan

sudah berjalan dengan lancar. Kelemahan cukup ini menunjukkan bahwa cara Santara untuk mendapatkan pendapatan sudah dengan mekanisme yang jelas. Peluang tinggi dan ancaman cukup, namun Santara harus tetap meningkatkan sistem arus pendapatan agar tidak terancam oleh pesaing. Di *Key Resource* kekuatan sangat tinggi dan kelemahan Santara cukup, hal ini menjelaskan bahwa Santara menggunakan sumber daya utama dalam jumlah yang tepat dan pada saat yang tepat. Peluang Santara tinggi dan ancaman rendah, karena Santara memiliki sumber daya yang sesuai dengan klasifikasi Santara. Di *Key Activity* kekuatan Santara tinggi dan kelemahan cukup karena kualitas pelaksanaan Santara sudah bagus dan efisien. Peluang sangat tinggi dan ancaman cukup, hal ini dilakukan Santara dengan merawat *website* lebih baik lagi jika model bisnis bekerja dengan lebih baik. Di *Key Partnership* kekuatan sangat tinggi dan kelemahan rendah karena Santara memiliki hubungan yang baik dengan mitra Santara. Peluang sangat tinggi dan ancaman cukup, hal tersebut menjelaskan bahwa ada peluang untuk mitra dan Santara saling melengkapi untuk mencapai proporsi nilai. Di *Cost Structure* kekuatan tinggi, hal tersebut mengindikasikan biaya yang dikeluarkan Santara sudah sistematis. Kelemahan rendah, hal tersebut menunjukkan bahwa struktur biaya Santara sudah efisien. Peluang sangat tinggi untuk mengurangi biaya yang sudah dirasa tidak dibutuhkan lagi. Ancaman cukup, mengindikasikan bahwa terdapat biaya yang mengancam dan tidak dapat diprediksi, maka dari itu Santara diharapkan dapat mengantisipasi dengan memaksimalkan nilai kepada pelanggan.

**D. Business Model Canvas yang ditawarkan ke Santara**

**Tabel 4**  
**Business Model Canvas yang ditawarkan ke Santara**

<i>Key Partnership</i>	<i>Key Activity</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segment</i>
	<b>Penerbit:</b>			
KSEI	Kerjasama	<b>Penerbit:</b>	<b>Penerbit:</b>	<b>Penerbit:</b>
Bank	untuk dapat	Tanpa agunan,	Workshop	Pelaku
Kustodian	list penerbit	tanpa denda,	Guideline	UKM
(KEB Hana	Kolaborasi	tanpa bunga.	laporan bisnis	Kelompok
Bank)	untuk	Mendorong		Usaha
Notaris	edukasi	perusahaan	<b>Pemodal:</b>	Daerah
OJK	investasi	untuk <i>scale up</i> .	Edukasi investasi	
Bank		Kecepatan	FGD	<b>Pemodal:</b>
Indonesia	<b>Pemodal:</b>	funding.	Kuis hadiah	Usia
Asosiasi	Edukasi	Fokus	Giveaway	produktif
Fintech	Interaksi	membantu	Update info	(25-35
Moka Pos	Promosi	UKM	listing baru via	tahun)
Komunitas	<i>Customer</i>		email/whatsapp/a	Pra pensiun
Bisnis	<i>Handling</i>	<b>Pemodal:</b>	plikasi	(50 tahun ke
		Penerbit yang	Laporan investasi	atas)

Analisis Optimasi Model Bisnis Perusahaan Fintech Berbasis Equity Crowdfunding  
Menggunakan Business Model Canvas

UKM Indonesia Bank Kustodian asing Bank BUMN Komunitas Pengusaha Muslim	<hr style="border: 0.5px solid black;"/> <p style="text-align: center;"><b>Key Resource</b></p> SDM Tools Marketing Server Tools IT Office	PAS ( <i>Profitable, Accountable, Sustainable</i> ). Yield investasi lebih besar dari instrument investasi lainnya. ECF pertama berizin OJK. Kemudahan dalam transaksi. Akuntabilitas dalam laporan. Pembagian dividen yang adil Penurunan biaya withdraw deviden	via whatsapp Percepatan pelayanan complaint <hr style="border: 0.5px solid black;"/> <p style="text-align: center;"><b>Channel</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Offline:</b></p> Kerjasama third party (Moka Pos) Event-event fair Talkshow & Seminar  <p style="text-align: center;"><b>Online:</b></p> Media sosial (Facebook, Instagram, Youtube) Website dan aplikasi Whatsapp dan Telegram
<b>Cost Structure</b>		<b>Revenue Stream</b>	
Biaya SDM Penyediaan Kode, aplikasi dan pembelian lisensi Pengadaan server database dan Maintenance IT Biaya Iklan Biaya pelaksanaan forum offline Biaya produksi konten dan biaya talent Kerjasama pihak ketiga Biaya maintenance server database tambahan		Service Fee per listing (5-10%) Biaya administrasi tahunan Withdraw Dividen	

Pada tabel 4 terdapat rekomendasi *Business Model Canvas* Santara yang telah diperbaharui terlihat dengan melihat setiap blok yang telah memiliki karakteristik masing-masing. Adapun penambahan dari sembilan blok *Business Model Canvas* ada pada tujuh blok *customer segment, value proposition, channel, customer relationship, key activity, key partnership, cost structure*.

1. *Customer Segment*

Di segmen pelanggan target segmentasi pemodal Santara yaitu orang-orang dengan usia produktif (25-35 tahun) dan pra pensiun (50 tahun ke atas) dan tambahan pada usia antara 35-50 tahun.

2. *Value Proposition*

Santara memberikan nilai kepada pelanggan khususnya penerbit dengan tambahan fokus membantu Usaha Kecil Menengah (UKM). Bagi pemodal tambahan nilai yang ditawarkan Santara adalah penurunan pada biaya *withdraw dividen* dari sebelumnya Rp 25.000 per *withdraw*.

3. *Channel*

Di Saluran ada tambahan pada saluran *offline* yaitu dengan mengadakan *talkshow* dan seminar untuk kegiatan khususnya edukasi investasi.

4. *Customer Relationship*

Pada hubungan antara Santara ada tambahan pada hubungan dengan pemodal yaitu dengan adanya percepatan pelayanan *complaint* pelanggan.

**E. Key Activity**

Pada aktivitas utama yang dilakukan oleh Santara ada tambahan terkait penerbit yaitu kolaborasi dengan para penerbit untuk edukasi investasi kepada pelanggan.

**F. Key Partnership**

Pada mitra utama dari Santara ada tambahan seperti Bank Kustodian asing, Bank BUMN dan Komunitas pengusaha muslim yang bisa menjadi mitra dan kolaborasi kemitraan dengan Santara.

**G. Cost Structure**

Pada struktur biaya yang dikeluarkan oleh Santara ada tambahan seperti biaya *maintenance server database* tambahan.

**Kesimpulan**

Bentuk model bisnis Santara saat ini dengan menggunakan *business model canvas* secara garis besar dikatakan sudah cukup baik. Model bisnis yang sudah berjalan mampu memenuhi sembilan blok bangunan *business model canvas*. Hal ini bisa digambarkan dari *business model canvas* santara saat ini berdasarkan hasil wawancara dengan lima narasumber yang memiliki kaitan dengan sembilan blok bangunan *business model canvas*. Dari hasil evaluasi analisis SWOT pada sembilan blok bangunan *business model canvas* mengenai kekuatan dan kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki Santara menghasilkan kesimpulan optimasi model bisnis yang nantinya menjadi rekomendasi *business model canvas* yang ditawarkan ke Santara sehingga lebih optimal memaksimalkan model bisnis yang telah ada. Dari sembilan elemen blok bangunan pada *business model canvas* yang ada, peneliti merekomendasikan adanya penambahan yang ditujukan pada tujuh elemen yaitu *customer segment*, *value*

## Analisis Optimasi Model Bisnis Perusahaan Fintech Berbasis Equity Crowdfunding Menggunakan Business Model Canvas

*proposition, channel, customer relationship, key activity, key partnership* dan *cost structure*.

Untuk penelitian selanjutnya perlu ada kajian tambahan tentang investasi generasi millennial, perbandingan antara perusahaan *equity crowdfunding* yang telah berizin OJK, peningkatan startup khususnya *startup fintech* serta optimasi model bisnis pada keadaan *force majeure*.

## BIBLIOGRAFI

- Ansori, Miswan. (2019). Perkembangan dan Dampak Financial Technology (Fintech) terhadap Industri Keuangan Syariah di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 31–45. [Google Scholar](#)
- Bilqis, Fitriyana. (2017). *Model Bisnis Industri Rajut Pada CV Eka Jaya Mandiri Dengan Pendekatan Business Model Canvas di Binong Jati Bandung*. Perpustakaan. [Google Scholar](#)
- DBS. (2018). *Rahasia Perkembangan Fintech di Indonesia, Industri Digital yang Berkembang Pesat*.
- Febriani, Melisa. (2017). *Analisis yuridik terhadap perjanjian baku dalam praktik crowdfunding berbasis donasi berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen*. [Google Scholar](#)
- Listyorini. (2020). *Memahami Equity Crowdfunding*.
- Muamar, Y. (2020). *Ini Tiga Investasi yang Diprediksi Bakal Diminati Milenial*.
- Noviarto, Aster Prima, & Sulistijono, Sulistijono. (2016). Analisis Penguatan Model Bisnis Dengan Menggunakan Business Model Canvas (studi Kasus Pada Bisnis Tas Esgotado Tahun 2016). *EProceedings of Management*, 3(3). [Google Scholar](#)
- Prasetyawati, Puji. (2017). *Tinjauan hukum crowdfunding syariah sebagai media alternatif pembiayaan= Legal analysis of sharia crowdfunding as alternative method of financing*. [Google Scholar](#)
- Putri, Fitri Fatimah Patmana, & Alfanur, Farah. (2014). Analisis Inovasi Model Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Pada Bebek Garang Bandung Tahun 2014). *EProceedings of Management*, 1(3). [Google Scholar](#)
- Qolbi, N. (2019). *Ini tantangan fintech equity crowdfunding menurut Aftech*.
- Radar Jogja. (2019). *Santara, Ini Teknologi Finansial Asli Jogja*.
- Rahayu, N. (2018). *Beri Kemudahan Finansial, 8 Startup Fintech ini Sukses di Pasaran*.
- Ryza, P. (2020). *Mengenal Platform “Equity Crowdfunding” di Indonesia*.
- Sugiyono, P. D. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Vol. 8)*. Alfabeta. Bandung. [Google Scholar](#)
- Tirdanatan, Nia Utami, Georgiana, Vina, & Sun, Yen. (2014). Evaluasi Good Corporate Governance atas Kebutuhan Donatur pada Penerapan Crowdfunding di Indonesia: Studi Kuantitatif dan Kualitatif pada Efekrumahkaca. Net, Patungan. Net, dan

Analisis Optimasi Model Bisnis Perusahaan Fintech Berbasis Equity Crowdfunding  
Menggunakan Business Model Canvas

Wujudkan. Com. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(1), 123–135. [Google Scholar](#)

---

**Copyright holder:**

Teuku Ghalib Muadzan, Bernardus Yulianto Nugroho (2021)

**First publication right:**

Jurnal Syntax Literate

**This article is licensed under:**

