

1.1 RUMUSAN DAN FOKUS

Penulis merumuskan masalah ini dengan bagaimana penerapan keberlanjutan bisnis DuRent Support sebagai layanan *production support* dalam industri film? .Penulis berfokuskan kepada tiga elemen *Business Model Canvas* yaitu, *Key partnership*, *Cost Structure*, dan *Revenue Stream*. Penulis memilih tiga elemen karena mempengaruhi keberlanjutan bisnis di *financial* dan *operational* DuRent Support. Untuk mendukung analisis, penulis menggunakan analisis SWOT yang telah dibatasi untuk mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan internal, sebagai layanan *one stop production support rental* dalam industri film dengan berbasis website.

1.2 TUJUAN PENCIPTAAN

Tujuan penciptaan ini adalah menghasilkan *platform website* berbasis *mobile and desktop* sebagai layanan *one stop production support rental* yang terintegrasi. Platform ini dirancang untuk mendukung keberlanjutan bisnis DuRent Support dengan digitalisasi layanan. Konsep berkelanjutan bisnis dalam penelitian ini difokuskan pada untuk menjaga stabilitas *revenue streams*, meningkatkan efisiensi *cost structure* menekankan kebutuhan investasi aset, dan kemampuan bisnis agar tetap beroperasi secara adaptif meskipun memiliki keterbatasan modal internal.

2. LANDASAN PENCIPTAAN

2.1 *Revenue Stream, Key Partnership, Cost Structure*

BMC adalah kerangka pemodelan bisnis yang menjelaskan cara suatu perusahaan membangun, memberikan, dan memperoleh nilai (Harsa Wardana & Sitania, 2023). BMC merupakan konsep yang diperkenalkan oleh Osterwalder dan Pigneur (2013) yang menjelaskan bahwa suatu model bisnis tersusun dari sembilan elemen utama. Bagian penawaran mencakup nilai yang diberikan kepada pelanggan (*value proposition*). Bagian pelanggan terdiri dari hubungan dengan pelanggan (*customer relationship*), saluran distribusi (*channels*), serta segmen pelanggan (*customer segments*). Sementara itu, infrastruktur mencakup kemitraan utama (*key*

partnersip), aktivitas inti (*key activities*), dan sumber daya utama (*key resources*). Aspek keuangan terdiri atas struktur biaya (*cost structure*) dan (*revenue streams*) sumber pendapatan (Suwarni & Handayani, 2020).

Revenue Streams adalah arus pendapatan dihasilkan dari proporsi nilai dengan sukses ditawarkan kepada pelanggan (Osterwalder & Pigneur, 2013). *Revenue Streams* merupakan satu elemen yang terdapat di BMC, yang menjelaskan mekanisme perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dari setiap segmen pelanggan, baik melalui penjualan produk, penyediaan jasa, penetapan harga tertentu. Komponen ini menguraikan sumber aliran pemasukan yang menjadi dasar keberlanjutan finansial bagi pelaku bisnis (Yuliani dkk., 2022). Model bisnis melibatkan dua jenis arus pendapatan, pertama pendapatan transaksi yang dihasilkan dari satu kali pembayaran, kedua pendapatan berulang yang dihasilkan pembayaran berkelanjutan baik untuk memberikan proporsi nilai kepada pelanggan maupun menyediakan dukungan pelanggan pasca pembelian (Osterwalder & Pigneur, 2013)

Beberapa cara untuk mendapatkan arus pendapatan yaitu penjualan aset, biaya penggunaan, biaya berlangganan, pinjaman atau penyewaan, lisensi (Osterwalder & Pigneur, 2013). *Revenue Streams* DuRent Support merupakan dari penyewaan barang aset, layanan lainnya dan pembagian komisi melalui kerja sama dengan mitra. Penyewaan menurut Osterwalder & Pigneur (2013) merupakan arus pendapatan tercipta untuk memberi hak ekslusif sementara untuk menggunakan aset tertentu pada periode tertentu sebagai ganti atas biaya yang tertarik. Untuk yang meminjamkan, cara ini memberikan keunggulan dalam pengembalian pendapatan. Di sisi lain, penyewa menikmati keuntungan karena tidak perlu mengeluarkan uang untuk menanggung biaya penuh atas kepemilikan. Biaya komisi merupakan arus pendapatan bersumber dari layanan perantara yang dilakukan dengan kedua pihak atau lebih, setiap pendapatan dengan mengambil persentase dari setiap transaksi penjualan yang dilakukan antara pemilik barang dan pelanggan (Osterwalder & Pigneur, 2013).

Key partnership adalah kemitraan utama, beberapa aktivitas di *outsource* dan beberapa sumber daya diperoleh dari luar perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2013). *Key partnersip* merupakan satu elemen yang terdapat di BMC, untuk

meningkatkan efektivitas operasional serta meminimalkan berbagai risiko, perusahaan atau organisasi umumnya membangun hubungan kemitraan antara pihak pembeli dan pemasok. *Key Partnerships* merujuk pada pihak-pihak mitra strategis yang bekerja sama dan berperan dalam mendukung jalannya operasional bisnis perusahaan (Yuliani dkk., 2022).

Kemitraan dapat membantu risiko dalam lingkungan kompetitif yang bercirikan ketidakpastian, bentuk paling mendasar dari kemitraan atau hubungan antara pembeli dan pemasok dirancang untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya dan aktivitas. Hanya sedikit perusahaan yang memiliki semua sumber daya atau melakukan semua aktivitas yang terdapat di model bisnisnya, tidak logis bagi perusahaan memiliki sumber daya atau mengerjakan semua aktivitasnya sendiri. Kemitraan dibuat untuk mengurangi biaya, dan pemanfaatan infrastruktur bersama.(Osterwalder & Pigneur, 2013).

Perusahaan harus melibatkan mitra yang relevan untuk mendukung sumber daya, aktivitas dan kemampuan dan kompetisi yang diperlukan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan. Keterlibatan mitra ini harus lancar dalam memberikan pengalaman tanpa hambatan bagi pelanggan. Perusahaan perlu memastikan platformnya mudah dijangkau, fleksibel dan kompatibel serta memiliki kontrol kelola yang kuat (Kotler dkk., 2023). Menurut Kotler dkk (2023) perlu membangun jaringan untuk menemukan mitra yang kompatibel untuk saling melengkapi keunggulan untuk membangun jaringan dengan berbagai pihak termasuk pesaing dalam satu ekosistem bisnis. Perusahaan bisa berkolaborasi dengan menjadi ekosistem *platform* atau menjadi penyedia platform, mengundang mitra lain untuk bergabung dalam *platform*. Dengan, kolaborasi perusahaan akan memiliki kemampuan manajemen produk yang lebih baik dan dapat menjangkau pelanggan secara lebih masif.

Cost Structure adalah elemen – elemen model bisnis berpengaruh pada struktur biaya (Osterwalder & Pigneur, 2013). *Cost Structure* merupakan satu elemen yang terdapat di BMC, menggambarkan seluruh biaya atau pengeluaran yang diperlukan untuk menjalankan suatu bisnis. Perhitungan biaya ini dapat dilakukan dengan lebih mudah setelah perusahaan menetapkan *key resources*, *key*

activities, dan *key partners*. Dengan demikian, *Cost Structure* memberikan gambaran menyeluruh mengenai seluruh beban biaya yang timbul selama operasional model bisnis berlangsung (Yuliani dkk., 2022).

2.2 Berkelanjutan Bisnis

Menurut laporan World Economic Forum (2019) dikutip melalui Kusumawati & Susyanti (2025) perusahaan yang mengadopsi berkelanjutan dalam model bisnis mereka tidak hanya menarik konsumen tetapi juga meningkatkan efisiensi dan mengurangi risiko. Integrasi berkelanjutan dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan jika diterapkan dengan tepat. Pengintegrasian teknologi digital dalam operasional bisnis bukan hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga menjadi katalis dalam penciptaan nilai baru yang berkelanjutan (Harto dkk., 2023).

Strategi keberlanjutan bisnis adalah pendekatan seluruh perusahaan yang menjamin jangka panjang kelangsungan operasional. Hal ini dilakukan dengan mengantisipasi dan mengatasi berbagai tantangan, termasuk perubahan lingkungan eksternal, krisis internal, atau pergeseran tren pasar. Ini Strateginya mencakup manajemen risiko, diversifikasi sumber pendapatan, adaptasi inovasi teknologi, dan kelestarian sosial dan lingkungan. (Kusumawati & Susyanti, 2025). Keberlanjutan bisnis juga menciptakan kebijakan yang memastikan perusahaan dapat bertahan dalam situasi sulit. Perusahaan yang yang melaksanakan strategi berkelanjutan bisnis secara efektif memiliki rencana darurat dan pengambilan keputusan yang cepat dan fleksibel untuk merespon perubahan yang tak terduga.

Menurut Bocken & Gerdts (2020) dikutip melalui jurnal Harto dkk., (2023) keberlanjutan bisnis semakin memperoleh perhatian luas, tidak hanya diliat dari lingkungan saja, tetapi juga dari aspek ekonomi dan sosial. Kondisi ini menegaskan urgensi pengembangan model operasional yang berkelanjutan dan mampu mendukung kinerja bisnis secara berkelanjutan. Menjaga keberlangsungan bisnis industri film, kelayakan ekonomi memastikan para pembuat film, produser, dan pemangku kepentingan lainnya tetap terdorong untuk berinvestasi dalam proyek-proyek baru. Keuntungan yang diperoleh membuat kondisi finansial industri tetap

stabil sehingga memungkinkan lahirnya produksi film berikutnya (Singh & Asthana, 2025).

Menurut Kotler dkk. (2023) sebuah perusahaan harus secara proaktif bertindak sebagai penunjuk arah yang terpercaya bagi pelanggan ini dengan menyediakan *platform* fisik dan digital. Platform ini dapat digunakan pelanggan sebagai alat untuk mengidentifikasi masalah mereka dan menemukan solusi. Pelanggan dapat langsung memahami semua fitur platform tersebut, relevan dan mudah digunakan. Melalui *platform* ini perusahaan harus menyediakan solusi lengkap untuk membebaskan para pelanggan dari masalah dengan memberikan pemahaman cara menggunakan *platform* ini dengan menghasilkan solusi yang bisa menyelesaikan masalah dari inti pelanggan melalui pengubahsuaian dan personalisasi. Didalam *platform*, dengan menyediakan layanan pendukung dengan bertujuan untuk memberikan jaminan kepada pelanggan dan dapat diakses, perusahaan harus menerima panggilan atau pesan dari pelanggan kapan saja untuk memastikan layanan pendukung dapat memperkuat keterlibatan dengan pelanggan dan kolaborasi.

2.3 *Strength & Weakness*

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2013), BMC juga berfungsi sebagai instrumen untuk memberikan rekomendasi dalam merancang suatu model bisnis. Salah satu pendekatan yang efektif adalah melakukan evaluasi melalui metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Penilaian menyeluruh terhadap model bisnis dapat dilakukan dengan mengintegrasikan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman tersebut dengan sembilan elemen utama yang terdapat dalam BMC.

SWOT Menurut Kotler dkk. (2023) setiap perusahaan memiliki tantangan dan kekuatan internal dan sering di analisis dengan faktor eksternal. Analisis ini sering disebut sebagai SWOT, kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), ancaman (*Threat*). Faktor eksternal berfungsi untuk mengamati kondisi lingkungan, baik pada tingkat mikro maupun makro ekonomi, melalui identifikasi peluang dan ancaman (*opportunities* dan *threats*) yang

berkaitan dengan kegiatan bisnis. Sementara itu, faktor internal meliputi *strengths* untuk meninjau serta menilai kekuatan perusahaan, dan *weakness* untuk mengevaluasi kelemahannya.

Menurut Gürel & Tat (2017) dikutip melalui Muktarom dkk. (2022) Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu perusahaan. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan, perusahaan dapat mengenali peluang serta ancaman yang ada saat ini maupun di masa mendatang. Semakin mendalam pemahaman terhadap *strength* dan *weakness*, maka semakin besar peluang untuk memanfaatkan *opportunity* secara maksimal. Peluang yang tepat dapat digunakan untuk menghadapi ancaman, sementara kelemahan dapat diminimalkan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan.

Analisis SWOT merupakan proses pengidentifikasi faktor-faktor penting secara terstruktur untuk menyusun strategi perusahaan. Metode ini digunakan dalam perencanaan strategis untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan suatu proyek atau kegiatan bisnis. Keempat aspek tersebut menjadi dasar terbentuknya akronim (SWOT) *strengths*, *weakness*, *opportunities*, *threats* (Nurjannah, 2020). Para pengambil keputusan strategis dalam sebuah perusahaan kerap memanfaatkan analisis SWOT untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki serta memanfaatkan peluang yang tersedia bagi organisasi. Di sisi lain, analisis ini juga berfungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi dan mengurangi berbagai kelemahan internal, sekaligus merancang strategi yang mampu mengatasi ancaman eksternal yang mungkin muncul. (Harjiyanto dkk., 2025).

Kekuatan (*Strengths*) merupakan berbagai sumber daya, kemampuan, atau keunggulan yang dimiliki perusahaan dibandingkan para pesaingnya, serta faktor-faktor yang memungkinkan perusahaan memenuhi kebutuhan pasar secara lebih efektif (Muktarom dkk., 2022). Menurut Barney & Hesterly (2019) dikutip dari Harjiyanto dkk. (2025) Analisis SWOT merupakan alat strategis yang digunakan untuk menilai kondisi internal dan eksternal suatu organisasi. Salah satu elemen pentingnya adalah kelemahan (*Weakness*), yang berfungsi untuk mengungkap