

get|SPG:  
**SARANA PENYEDIA JASA SPG ONLINE**  
**DI JABODETABEK**

<sup>1</sup>*Bagus Prabowo*

<sup>1</sup>*Program Studi Teknik Informatika ,FTI, Institut Teknologi Budi Utomo Jakarta,*

[bagus@itbu.ac.id](mailto:bagus@itbu.ac.id)

**Abstrak**

Industri Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition (MICE) yang berkembang pesat di Indonesia membuka peluang bagi pelaku usaha untuk berkompetisi dalam merebut konsumen sebanyak-banyaknya, dan oleh karena itu pelaku usaha perlu melakukan promosi agar informasi tentang produk mereka diterima oleh konsumen. Salah satu cara untuk melakukan promosi adalah dengan teknik Personal Selling yang melibatkan Sales Promotion Girl (SPG). Pelaku usaha merasa agak kesulitan dalam menemukan SPG yang tepat untuk merepresentasikan produk mereka. Proses pemesanan SPG yang cukup lama juga agak mengganggu perencanaan mereka akan event yang mereka buat. Bagi SPG, lamanya proses pemesanan juga berdampak kepada lama waktu bagi mereka untuk mendapatkan job baru.

get|SPG hadir untuk membantu mendapatkan SPG maupun job yang diinginkan dengan lebih cepat. Menggunakan sistem informasi yang terintegrasi, informasi akan SPG dan event dapat diakses dengan mudah. Waktu pemesanan maupun rekrutmen SPG dapat dipersingkat berkat teknologi yang dapat membuat berbagai proses yang diperlukan dapat dipersingkat, dibuat bersamaan, bahkan dihilangkan.

Secara keseluruhan, get|SPG merupakan suatu model bisnis yang menarik dengan waktu pengembalian modal antara 2-3 tahun. Ekspektasi pertumbuhan adalah 52-76% per tahun dengan jumlah modal awal yang dibutuhkan sebanyak Rp 750,000,000.

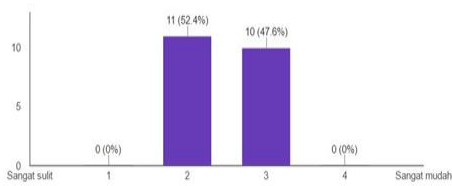
**Kata kunci** : SPG, MICE, Event, Sistem Informasi, Promosi

**1. PENDAHULUAN**

Indonesia adalah sebuah negara dengan pangsa pasar yang sangat besar dengan jumlah penduduk mencapai 254.5 juta jiwa (World Bank, 2015). Dengan pertumbuhan ekonomi sebesar 4.7% pada 2015, di mana angka ini lebih tinggi dari negara besar lain seperti Amerika Serikat (Central Intelligence Agency, 2016) dan proporsi masyarakat berpendapatan menengah yang semakin besar, di mana diprediksi jumlahnya meningkat 2 kali lipat pada 2020 (Nielsen, 2014), potensi pasar Indonesia bagi berbagai jenis produk menjadi sangat lebar. Hal ini juga ditambah dengan dimulainya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang membebaskan semua negara ASEAN untuk dapat berpartisipasi secara ekonomi ke negara ASEAN lainnya, menjadikan pasar Indonesia menarik perhatian dari pelaku bisnis negara-negara ASEAN lain dan semakin meramaikan pasar Indonesia secara keseluruhan (ASEAN, 2015).

Seperti dijelaskan sebelumnya, adanya MEA dan jumlah UMKM yang semakin meningkat setiap tahunnya menunjukkan bahwa pemain baru dalam berbagai jenis industri semakin besar (Deloitte, 2015). Menurut hasil survei yang telah dilakukan kepada pengguna jasa SPG, survei yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kebanyakan pemenuhan kebutuhan akan jasa SPG pada saat ini hanya dipenuhi dengan penyaluran jasa melalui agensi. Hal ini menyebabkan lambatnya pemenuhan kebutuhan SPG yang dianggap mengganggu kegiatan bisnis para pengguna jasa SPG karena proses seleksi dan pencocokan SPG terhadap kebutuhan pengguna jasa SPG akan tergantung dari persediaan dan kemampuan dari agensi tersebut, seperti terlihat pada Gambar 1.1.

Seberapa sulit Anda mencari SPG untuk memenuhi kebutuhan Anda?  
(21 responses)



Gambar 1.1 Tingkat Kesulitan Pengguna Jasa SPG dalam Mencari SPG  
Sumber : Penelitian Mandiri

## 2. METODOLOGI

### 2.1. GARIS BESAR BUSINESS MODEL CANVAS

Sebuah model bisnis harus menjelaskan secara mendasar bagaimana sebuah organisasi membuat, membawa, dan menangkap sebuah nilai. Lebih lanjut, langkah awal untuk setiap diskusi mengenai inovasi model bisnis seharusnya dimulai dengan memiliki pengertian yang sama tentang model bisnis tersebut. Sebuah konsep yang dapat memberikan pemahaman yang sama bagi setiap orang adalah dengan membuat 9 building blocks, yang juga dikenal sebagai Business Model Canvas. (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2010)

Secara umum, Business Model Canvas untuk pembuatan platform get|SPG adalah sebagai berikut.

<b>Key Partners</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pengguna jasa SPG</li> <li>• Online Advertiser</li> <li>• Provider SPG</li> <li>• Bank</li> </ul>	<b>Key Activities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Platform                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rekrutmen dan penawaran SPG</li> </ul> </li> <li>• Problem Solving                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyelesaian proyek event dari pengguna jasa SPG</li> </ul> </li> </ul>	<b>Value Propositions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyebarkan informasi job dan SPG</li> <li>• Memperbaiki proses pemesanan SPG</li> <li>• Mempermudah pencarian pekerjaan bagi SPG</li> <li>• Menghubungkan SPG dan pengguna jasa SPG</li> </ul>	<b>Customer Relationships</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistensi pengguna jasa SPG terhadap proyek dengan menunjuk Project Manager</li> <li>• Website</li> <li>• Customer Service</li> </ul>	<b>Customer Segments</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• B2B/B2C Marketing manager</li> <li>• Event Organizer</li> <li>• Pelaku bisnis</li> <li>• Advertising agency</li> </ul>
<b>Key Resources</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendanaan (funding)</li> <li>• Data SPG</li> <li>• Data pengguna jasa SPG</li> <li>• Sumber daya manusia</li> <li>• Sistem informasi</li> </ul>		<b>Channels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplikasi</li> <li>• Search engine</li> <li>• Website</li> <li>• Social media</li> </ul>		
<b>Cost Structure</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sewa kantor</li> <li>• Operasional</li> <li>• Upan SPG &amp; gaji karyawan</li> <li>• Biaya iklan</li> </ul>		<b>Revenue Streams</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembayaran proyek</li> <li>• Kontrak kerja keemasan</li> </ul>		

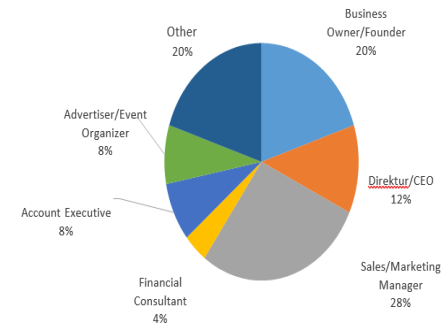
Gambar 2.1 Business Model Canvas  
Sumber : Penelitian Mandiri

### 2.2. CUSTOMER SEGMENTS

Survei yang dilakukan terhadap pengguna jasa SPG menunjukkan

bahwa responden survei memiliki jenis pekerjaan seperti terlihat pada gambar di bawah.

Apa posisi Anda di perusahaan tempat Anda bekerja?



Gambar 2.2 Sebaran Jenis Pekerjaan Pengguna Jasa SPG Berdasarkan Survei  
Sumber : Penelitian Mandiri

Dari gambar tersebut, dapat dilihat bahwa beberapa jenis pekerjaan yang dapat dianggap sebagai segmentasi pelanggan bagi get|SPG, yaitu:

- **Sales & Marketing Manager**  
Karyawan karyawan dari perusahaan besar yang akan mengikuti pameran atau mengadakan sebuah event akan membutuhkan tim penjualan untuk mempromosikan/peluncuran produk mereka, get|SPG dapat menyediakan tim penjualan tersebut dengan media SPG.
- **Jasa Event Organizer**  
Peserta-peserta pameran mereka yang membutuhkan jasa SPG dapat menggunakan aplikasi get|SPG ini sebagai pemenuhan kebutuhannya. Di sisi lain, seperti yang telah dijelaskan pada bagian 1.4, jasa event organizer juga mencakup penempatan SPG seperti yang didapatkan pada hasil survei kepada pengguna jasa SPG.
- **Pelaku Bisnis**  
Pelaku bisnis di Jabodetabek yang membutuhkan jasa SPG untuk melakukan penjualan produk mereka

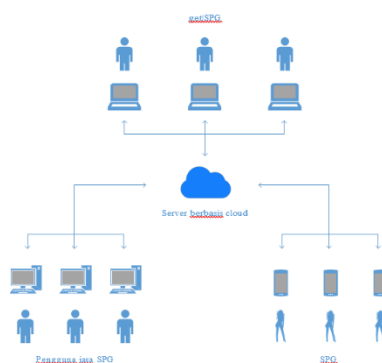
pada saat pameran atau acara tertentu maupun untuk penjualan mereka.

- Advertising Agency  
 Agensi iklan dapat menggunakan jasa SPG untuk kebutuhan proyek pengiklanan maupun promosi produk yang sedang mereka kerjakan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. PERENCANAAN TEKNOLOGI

get|SPG berencana menggunakan teknologi berbasis web untuk melayani pengguna jasa SPG dan aplikasi mobile untuk memantau para SPG yang sedang berada dalam acara yang digelar pengguna jasa SPG. Semua teknologi ini dihubungkan dengan bantuan server berbasis cloud yang juga terkoneksi dengan manajemen get|SPG dan digunakan untuk mengendalikan sistem operasional.



Gambar 3.1 Skema Teknologi yang Digunakan get|SPG

Sumber : Penelitian Mandiri

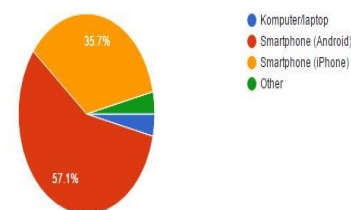
Penggunaan website bagi pengguna jasa SPG dipilih dengan pertimbangan pengguna jasa SPG dapat secara fleksibel mengakses get|SPG selama dibutuhkan di mana saja, dengan target perangkat yang didukung seluas mungkin. Selain itu, penggunaan website akan membantu fungsi-fungsi operasional yang mungkin dibutuhkan pengguna jasa SPG namun agak sulit dilakukan menggunakan aplikasi mobile, seperti pencetakan

tagihan (invoice) maupun bukti pembayaran.

Dari sisi SPG, akan diberikan suatu aplikasi mobile yang dapat digunakan agar SPG dapat mengecek status absensi maupun pembayaran honor mereka dengan

cepat. Selain itu, aplikasi mobile mampu membantu dibuatnya fitur yang dapat meningkatkan produktivitas bagi SPG, seperti reminder untuk event yang akan datang. Sebagai tambahan, pembuatan aplikasi ini juga sejalan dengan hasil survei kepada para SPG di mana hampir semuanya menggunakan perangkat mobile untuk mengetahui informasi job, dan mayoritas dari mereka menggunakan Android dan iOS.

Dengan perangkat apakah Anda biasanya melakukan pencarian job?



Gambar 3.2 Sebaran Perangkat yang Digunakan SPG Dalam Pencarian Job  
 Sumber : Penelitian Mandiri

#### 3.2. PERENCANAAN KEUANGAN

Untuk mengembangkan bisnis get|SPG, diperlukan biaya investasi awal sebesar Rp.750.000.000. Dana akan berasal dari modal pribadi para pemegang saham get|SPG yang akan dialokasikan dengan rincian sebagai berikut:

Sewa Kantor	Rp. 70.000.000
Investasi Infrastruktur Awal	Rp. 115.000.000 +
<b>Total Biaya Investasi</b>	<b>  Rp. 185.000.000</b>

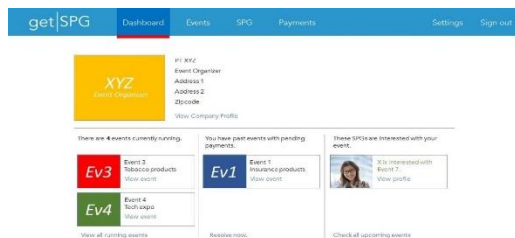
Sisa dana modal awal akan dipergunakan untuk biaya pengembangan aplikasi yang akan

dilakukan secara in-house oleh get|SPG serta untuk pendanaan modal kerja tahun pertama get|SPG. Adapun pengalokasian dana untuk investasi kedepannya akan dilakukan secara bertahap mengikuti dengan perkembangan bisnis get|SPG.

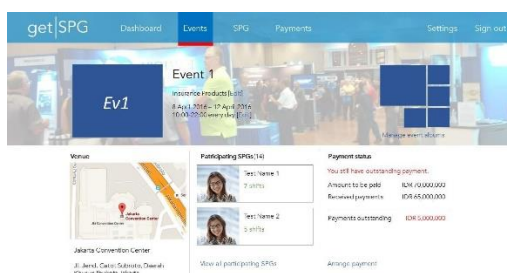
Perencanaan keuangan akan diproyeksikan selama 5 tahun kedepan di mana akan dibuat tiga skenario yang berpotensi menjadi keadaan industri yang akan dialami oleh get|SPG, yaitu skenario optimis, skenario rata-rata dan skenario pesimis. Perbedaan dari ketiga skenario tersebut adalah dalam hal penguasaan pasar dari get|SPG, banyaknya jasa SPG yang disalurkan melalui sarana get|SPG serta strategi bisnis yang diterapkan pada tiap-tiap skenario.

Untuk mengatur kondisi keuangan dan menerapkan strategi keuangan yang tepat untuk masa depan, get|SPG menggunakan metode Internal Rate of Return (IRR), metode Payback Period dan metode Net Present Value.

### 3.3. TAMPILAN WEBSITE GET|SPG BAGI PENGGUNA JASA SPG



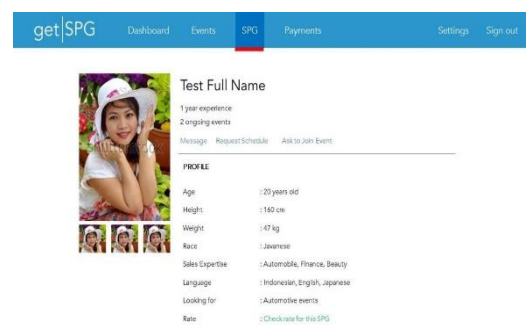
Gambar 3.3 Halaman Utama Setelah Pengguna Jasa Melakukan Login  
Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 3.4 Halaman Event  
Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 3.5 Halaman Event dengan Menu Event yang Ditampilkan  
Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 3.6 Halaman View SPG  
Sumber : Penelitian Mandiri

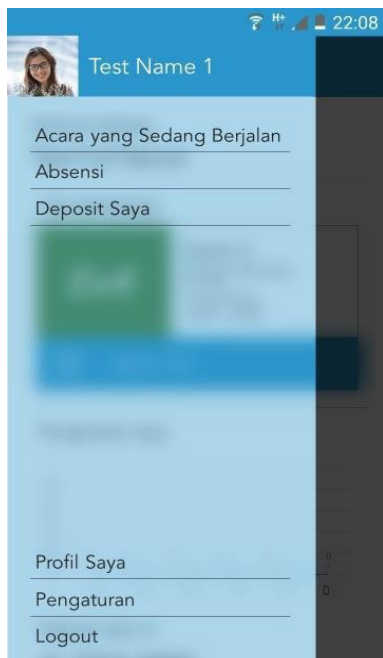


Gambar 3.7 Halaman View SPG Menu SPG yang Ditampilkan  
Sumber : Penelitian Mandiri

### 3.4 TAMPILAN WEBSITE GET|SPG BAGI SPG



Gambar 3.8 Halaman Utama Setelah SPG Melakukan Login (Android)  
Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 3.9 Menu Utama (Android)  
Sumber : Penelitian Mandiri

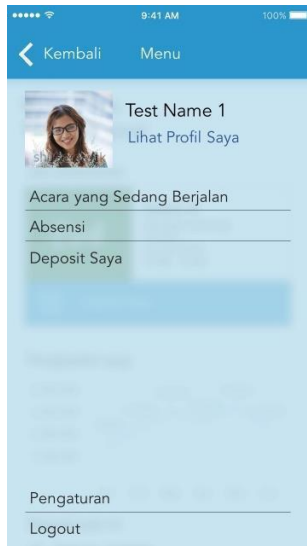


Gambar 3.10 Halaman Event (Android)  
Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 3.11 Halaman Utama Setelah SPG Melakukan Login (iOS)  
Sumber : Penelitian Mandiri





Gambar 3.12 Menu Utama (iOS)  
Sumber : Penelitian Mandiri



Gambar 3.13 Halaman Event (iOS)  
Sumber : Penelitian Mandiri

## 4. KESIMPULAN

### 4.1 KELAYAKAN MODEL BISNIS

#### 4.1.1 DESIRABILITY

Produk yang ditawarkan get|SPG sesuai dengan ekspektasi dan permintaan yang ada pada pasar.

Sebagai contoh, hasil survei memperlihatkan bahwa pengguna jasa SPG menginginkan

kecepatan waktu pelayanan dan kemudahan dalam proses pemenuhan kebutuhan SPG-nya.

Di sisi lain, hasil survei juga menunjukkan bahwa para SPG juga menginginkan adanya sarana yang dapat mempermudah mereka untuk menemukan lowongan pekerjaan SPG serta kepastian dalam hal pembayaran honor jasa mereka.

#### 4.1.2 VIABILITY

Dari hasil penghitungan menggunakan metode Payback Period dan Internal Rate of Return (IRR) pada masing-masing skenario keadaan bisnis dan industri yang berpotensi akan dialami oleh get|SPG pada Bab 4, tenggat waktu paling lama yang dibutuhkan untuk bisa mendapatkan pengembalian dari investasi awal pada bisnis ini adalah selama kurun waktu 2 (dua) tahun 7 bulan pada skenario pesimis sedangkan paling cepat yaitu selama kurun waktu 2 (dua) tahun 2 (dua) bulan pada skenario Optimis.

Sedangkan penghitungan IRR menunjukkan tingkat pengembalian terhadap aliran dana dari arus kas selama lima tahun di atas 50 (lima puluh) persen untuk ketiga skenarionya, di mana tingkat pengembalian terkecil adalah sebesar 52 (lima puluh dua) persen pada skenario pesimis dan tingkat pengembalian terbesar adalah sebesar 76 (tujuh puluh enam) persen pada skenario optimis.

#### 4.1.3 FEASIBILITY

Teknologi yang akan dipergunakan untuk kegiatan bisnis get|SPG akan mendukung kegiatan operasional yang dilakukan get|SPG menjadi lebih dapat diandalkan dan maju dari bisnis penyedia jasa SPG lainnya. Penggunaan website maupun aplikasi mobile mampu menghubungkan SPG dengan pengguna jasa SPG dan menghapuskan berbagai proses yang memerlukan campur tangan agensi penyedia jasa SPG yang dapat mempercepat lama waktu yang dibutuhkan para pengguna jasa SPG dalam pemenuhan kebutuhan mereka terhadap jasa SPG secara keseluruhan.

Pada sisi lain, para SPG juga akan dipermudah untuk dapat mencari lowongan job dari event dengan dipersingkatnya waktu yang dibutuhkan melalui pencarian lewat aplikasi get|SPG.

Dengan adanya layanan dari get|SPG, diharapkan bahwa industri MICE dapat meningkat secara signifikan sesuai dengan value proposition get|SPG yaitu untuk membantu penyebaran informasi job, event, maupun SPG dengan cepat.

#### 4.2 KETERBATASAN MODEL BISNIS

Model bisnis get|SPG saat ini belum mempertimbangkan kemungkinan ekspansi yang dapat dilakukan get|SPG kepada industri sejenis hal ini menyebabkan bahwa pada saat ini revenue generator dari bisnis get|SPG sendiri bergantung kepada para SPG yang bergabung dengan get|SPG.

#### 4.3 RUANG PENGEMBANGAN SELANJUTNYA

Sejalan dengan yang dijelaskan pada 4.2, pengembangan yang dapat dilakukan kepada model bisnis ini dapat ditujukan kepada industri yang sejenis. Sebagai contoh, get|SPG dapat mengembangkan bisnis tidak hanya pada SPG saja, tetapi pada elemen penunjang bisnis MICE, seperti penyediaan jasa promosi, banner, spanduk, billboard maupun bekerja sama dengan perusahaan perusahaan venue pameran atau convention hall maupun perusahaan produk lainnya yang membutuhkan jasa promosi.

get|SPG dapat melakukan pengembangan produk baru dari layanannya setelah tahun kelima dengan pertimbangan bahwa setelah lima tahun berjalannya bisnis get|SPG telah memiliki customer base yang kuat untuk menunjang pemasaran dari produk barunya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- ASEAN. (2015). A Blueprint for Growth - ASEAN Economic Community 2015: Progress and Key Achievements. Jakarta: ASEAN. Retrieved from Association of Southeast Asian Nation: <http://www.asean.Org/asean-economic-community/>
- Nielsen. (2014, March 19). Meet the New Indonesian Consumer Class of 2020. Diambil kembali dari Nielsen: <http://www.nielsen.com/id/en/insights/news/2014/meet-the-new-indonesian-consumer-class-of-2020.html>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.