

**ANALISIS STRATEGI DAN MODEL BISNIS SEOULINBOX
DITINJAU DARI PENDEKATAN BMC (*BUSINESS MODEL
CANVAS*), SWOT, DAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

Disusun oleh:
Selvi Wildatul Hamidah
NIM. 212105020023

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
EKONOMI SYARIAH
NOVEMBER 2024**

**ANALISIS STRATEGI DAN MODEL BISNIS SEOULINBOX
DITINJAU DARI PENDEKATAN BMC (*BUSINESS MODEL
CANVAS*), SWOT, DAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disusun oleh:
Selvi Wildatul Hamidah
NIM. 212105020023

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
EKONOMI SYARIAH
NOVEMBER 2024**

**ANALISIS STRATEGI DAN MODEL BISNIS SEOULINBOX
DITINJAU DARI PENDEKATAN BMC (*BUSINESS MODEL
CANVAS*), SWOT, DAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:
Selvi Wildatul Hamidah
NIM : 212105020023

Disetujui Pembimbing



Dr. Sofiah, M.E

NIP. 199105152019032005

**ANALISIS STRATEGI DAN MODEL BISNIS SEOULINBOX
DITINJAU DARI PENDEKATAN BMC (*BUSINESS MODEL
CANVAS*), SWOT, DAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Senin
Tanggal: 9 Desember 2024

Tim Penguji

Ketua



Nadia Azalia Putri, M.M
NIP. 199403042019032019

Anggota:

1. Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami, S. Sos., M. Si. (
2. Dr. Sofiah, M.E.)

Sekretaris



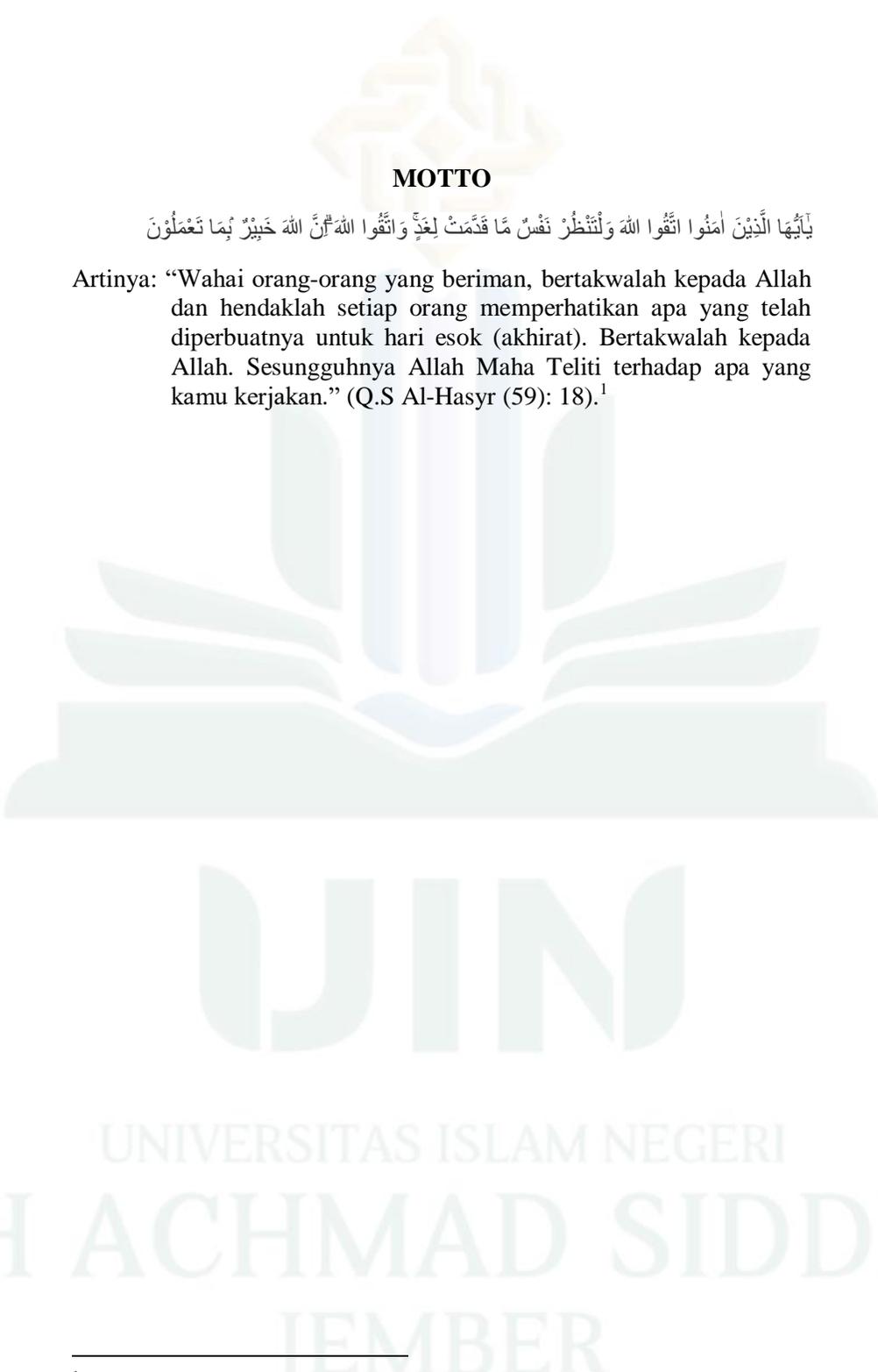
Zulfa Ahmad Kurniawan, M.E
NIP. 199408042020121004

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. H. Ubaidillah, M., Ag.
NIP. 196812261996031001



MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتِظِرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (Q.S Al-Hasyr (59): 18).¹

¹ Al-Quran Kemenag, Surah Al-Hasyr Ayat 18

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah rabbil ‘alamin segala puji dan rahmat yang telah Allah SWT limpahkan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir atau skripsi ini. Kedua kalinya sholawat serta salam tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang ini.

Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti cinta dan sayang yang tiada tara. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Papa saya tercinta Alm. H. Abdul Hamid, saya yakin dan percaya perbedaan alam tidak membuatnya berhenti berdo'a untuk kesuksesan dan cita-cita penulis. Semoga Almarhum ditempatkan ditempat yang terbaik disisi Allah SWT. Aamiin.
2. Ibu saya tercinta Hj. Umi Nadifah yang sangat penulis hormati dan sayangi. Yang tidak pernah berhenti mendoakan, memberikan kasih sayang, memberikan semangat, membimbing, dan tidak pernah berhenti mendukung tanpa mengeluh demi mewujudkan pendidikan putrinya untuk meraih gelar sarjana.

3. Kakak perempuan saya Khoirotin Nisa' yang telah memberikan semangat, arahan, serta motivasi kepada saya selama menjalani perkuliahan.
4. Kedua keponakan kecil saya Bilqis Naira Misya dan Yumna Az-Zahra yang selalu memeberikan senyuman dan tawa ketika lelah dirasa saat pulang ke rumah.
5. Teman-teman dekat saya Wardah, Luluk, Amel, Nayla, Faizah, Nikent, Melvin, dan Makkiyah yang selalu mensupport saya selama di bangku kuliah serta menjadi teman baik yang saling menyemangati satu sama lain.
6. Group musik Treasure dengan lagu-lagu mereka yang memotivasi saya untuk terus semangat menjalani perkuliahan ini hingga selesai.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT. Karena berkat limpahan rahmat dan hidayahnya serta ridhonya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian tugas akhir ini dapat dijalani dengan lancar.

Penyelesaian skripsi ini dapat dicapai akrena dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M. CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M., Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami, S. Sos., M. Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Bapak Prof. Dr. Moch. Chotib, S. Ag, M.M selaku dosen pembimbing akademik saya.
6. Ibu Dr. Sofiah, M.E selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan

arahan kepada saya sejak memulai mengerjakan sampai menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh Staf dan Dosen FEBI yang telah memberikan jasa pelayanan dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
8. Almamater saya Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan mendapatkan balasan yang baik dari Allah SWT. Aamiin Yaa Rabbal A'lamiin.

Jember, 25 November 2024

Penulis

UIN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ABSTRAK

Selvi Wildatul Hamidah, 2024: *Analisis Strategi Dan Model Rancangan Bisnis Usaha Group order Menggunakan Pendekatan BMC (Business Model Canvas) Dan Analisis SWOT Pada Usaha GO Seoulinbox Dalam Perspektif Ekonomi Islam.*

Kata kunci: Business Model Canvas (BMC), Analisis SWOT, Ekonomi Islam.

Fenomena Korean Pop saat ini sering menjadi bahan pembahasan. Banyak dari penggemar Kpop yang sampai suka mengoleksi merchandise idol Kpop kesukaan mereka. Sebagian besar penggemar lebih memilih menggunakan jasa *Group order* dalam pembelian merchandise Kpop karena dianggap lebih mudah daripada membeli sendiri secara mandiri. *Group order* juga sering jadi perbincangan penggemar Kpop di media sosial karena mudah dalam membangun dan mengembangkan usaha tersebut. Namun, *Group order* Seoulinbox memiliki cara pengembangan usaha yang cukup kompleks.

Fokus penelitian dalam skripsi ini ialah: 1) Bagaimana model rancangan bisnis yang dikembangkan oleh GO Seoulinbox melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC)? 2) Bagaimana strategi bisnis yang digunakan oleh GO Seoulinbox melalui pendekatan analisis SWOT? 3) Bagaimana rancangan dan strategi bisnis pada GO Seoulinbox dalam perspektif ekonomi Islam?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui model rancangan bisnis yang dikembangkan oleh usaha GO Seoulinbox dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas. 2) Untuk mengetahui strategi bisnis yang digunakan oleh usaha GO Seoulinbox dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. 3) Untuk mengetahui rancangan dan strategi bisnis pada GO Seoulinbox dalam perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis netnografi. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian, teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis Model Miles and Huberman dengan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Penelitian ini sampai pada simpulan bahwa 1) dengan menggunakan Business Model Canvas GO Seoulinbox sudah memiliki model rancangan pengembangan usaha menggunakan 9 indikator berupa *Key Partnerships, Key Activities, Value Propositions, Customer Relationship, Customer Segment, Key Resources, Channel, Cost*

Structure, Revenue Streams. 2) dari hasil analisis SWOT GO Seoulinbox memiliki 4 strategi alternative yang dapat digunakan yakni strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T. 3) dari model rancangan dan strategi bisnis tersebut dalam tinjauan perspektif ekeonomi Islam telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang meliputi prinsip Tauhid, Akhlak, Kebebasan Individu, Keseimbangan, dan Keadilan.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Definisi istilah	14
F. Sistematika Pembahasan	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
A. Penelitian Terdahulu	19
B. Kajian Teori.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	46
B. Lokasi Penelitian	47
C. Subyek Penelitian	47
D. Teknik Pengumpulan Data.....	48
E. Analisis Data.....	51

F. Keabsahan Data.....	53
G. Tahap-tahap Penelitian	54
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	57
A. . Gambaran Obyek Penelitian	57
B. . Penyajian dan Analisis Data.....	62
C. . Pembahasan Temuan	93
BAB V PENUTUP.....	72
A. . Kesimpulan	72
B. . Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2. Pembagian Jobdesk Admin GO Seoulinbox	59
Tabel 3. Jejak Digital Customer GO Seoulinbox.....	76
Tabel 4. Matriks Analisis SWOT.....	83
Tabel 5. Business Model Canvas (BMC).....	101
Tabel 6. Matriks Penelitian.....	124



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Group order</i> Seoulinbox	58
Gambar 2. Dokumentasi wawancara admin	131
Gambar 3. Dokumentasi wawancara customer	131
Gambar 4. Akun Instagram dan Twitter GO Seoulinbox	132
Gambar 5. Dokumentasi sistem pelunasan	132
Gambar 6. Dokumentasi Penjualan POB dengan sistem war	133
Gambar 7. Rekap update status barang	133
Gambar 8. Akun Shoppe GO Seoulinbox	134
Gambar 9. Jejak digital customer GO Seoulinbox	134
Gambar 10. Akun Tiktok GO Seoulinbox	135
Gambar 11. Dokumentasi sikap responsif admin GO Seoulinbox.....	135



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Fenomena *Korean Wave* saat ini sangat sering menjadi pembahasan. Salah satu *Korean Wave* yang sering menjadi perbincangan adalah Kpop (*Korean Pop*). Kpop menjadi topik yang banyak diminati oleh kalangan remaja di Indonesia. Banyak media yang mengangkat tema Kpop untuk menjadi bahan berita atau konten mereka. Dari hal tersebut banyak para remaja yang mulai terobsesi dengan semua hal yang berbau dengan Kpop. Mereka akan menciptakan kreativitas simbolik hasil konsumsi dari media. Mereka juga menciptakan gaya-gaya pakaian, penggunaan, gaya bicara dan senda gurau, serta menghias kamar mereka sesuai dengan *style* grup Kpop yang mereka minati.²

Dalam Islam tidak ada larangan khusus dalam menyukai suatu budaya ataupun seorang idol tertentu. Namun Islam juga memiliki batasannya sendiri untuk umatnya agar tidak terlalu jauh dalam menyukai atau mengagumi secara berlebihan. Hal ini sesuai dengan

² Eka Wenats Wuryanta, "Di Antara Pusaran Gelombang Korea (Menyimak Fenomena K-Pop Di Indonesia)," *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (2012): 79–94.

firman Allah SWT dalam Al-Quran surah Al-Maidah ayat 77 yang berbunyi:³

قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لَا تَغْلُوا فِي دِينِكُمْ غَيْرَ الْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعُوا أَهْوَاءَ قَوْمٍ قَدْ ضَلُّوا مِنْ قَبْلُ وَأَضَلُّوا كَثِيرًا وَضَلُّوا عَنْ سَوَاءِ السَّبِيلِ

“Katakanlah: “Hai Ahli Kitab, janganlah kamu berlebih-lebihan (melampaui batas) dengan cara tidak benar dalam agamamu. Dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang-orang yang telah sesat dahulunya (sebelum kedatangan Muhammad) dan mereka telah menyesatkan kebanyakan (manusia), dan mereka tersesat dari jalan yang lurus”

“Janganlah kamu berlebih-lebihan (melampaui batas) dengan cara tidak benar dalam agamamu”. Kata larangan tersebut dinyatakan dengan tegas oleh Allah SWT dalam ayat tersebut. Menyukai atau menggemari sesuatu hal haruslah pada proporsi yang tepat, yakni tidak terlalu berlebihan. Sama halnya dengan menyukai budaya Korea ataupun menyukai Kpop yang harus memiliki batasan sendiri. Jangan sampai pada tahap mengikuti semua yang mereka lakukan seperti mengikuti gaya penampilannya, hingga pada ideologinya yang menyebabkan penggemar tersebut semakin jauh dari agama Islam dan lebih mengikuti pada perbuatan, sikap, serta seorang idol Kpop tersebut.⁴

³ Sofiah, Ana Pratiwi, & Nadia Azalia. (2020). *Konsep Uang Dalam Al-Qur'an: Telaah Tafsir Kontemporer dan Tafsir Klasik*. Media Sains Indonesia. 20

⁴ Banowati Azelia Putri Yulianan and Ganjar Eka Subakti, “Pengaruh Fenomena Korean Wave (k-Pop Dan k-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam,” *Jurnal Penelitian Keislaman* 18, no. 1 (2022): 35–48.

Namun dari data yang diperoleh, penggemar Kpop (Korean Pop) dalam ruang lingkup Negara Indonesia masih pada tahap suka akan mengoleksi berbagai merchandise idol Kpop yang mereka gemari. Banyak dari penggemar Kpop menghias kamar mereka dengan berbagai macam koleksi *merchandise* dari idol Kpop yang mereka gemari. Mulai dari album, *photocard*, poster, dan perintilan Kpop lainnya. Mengoleksi *merchandise* Kpop sudah menjadi hal biasa bagi mereka. Di sudut kamar mereka akan diberikan ruang khusus untuk menyimpan semua koleksi yang mereka punya. Hal ini juga menjadi ajang konten pada media sosial bagaimana mereka menghias sisi ruang khusus untuk *merchandise* Kpop yang mereka koleksi. Ada dua tipe penggemar dalam membeli *merchandise* Kpop, yakni ada yang melakukan pembelian secara mandiri langsung pada *website seller* Korea dan ada yang meminta bantuan pada jasa *Group order*. Namun, sebagian besar penggemar lebih memilih menggunakan jasa *Group order* dalam pembelian *merchandise* Kpop karena dianggap lebih mudah.⁵

Group order merupakan sebuah grup di media sosial terkhusus *WhatsApp* yang di dalamnya terjadi transaksi jual beli *merchandise*.

⁵ Dita Fadhilah Riady, "Tinjauan Praktik Transaksi Jasa Titip Beli Online Pada Grup Order Aeri Merch Menurut Fikih Muamalah," 2022.

GO diatur oleh penggemar yang menjadi *Group order Manager* (GOM), mulai dari pembayaran, pengemasan sampai pengiriman agar barang yang dikirim dari Korea Selatan tiba di rumah para penggemar tanpa ada kerusakan sedikitpun.⁶ Membangun sebuah *Group order* menjadi hal yang sering diperbincangkan oleh para penggemar karena dirasa mudah dalam mengembangkan bisnis GO tersebut dan dapat menghasilkan profit yang cukup tinggi. Data tersebut diambil dari sebuah artikel yang ditulis dari hasil wawancara penulis dengan seorang mahasiswa bernama Nabila Rizqy yang sudah sukses membangun usaha bisnis GO dengan profit yang tinggi. Hanya bermodal nol rupiah mahasiswa tersebut bisa menghasilkan keuntungan puluhan juta dengan sistem *pre order*.⁷

Namun dalam membangun suatu bisnis pasti dibutuhkannya rancangan bisnis untuk dikembangkan dan terdapat strategi yang digunakan untuk mengembangkan bisnis tersebut. Hal tersebut juga

⁶ Kevina Florensia, "Fetisisme Komoditas Penggemar Budaya Populer Korean Pop (K-Pop): Studi Kasus Tren Koleksi Photocard Pada Kelompok CARATs Di *Group order* (GO)" (B.S. thesis, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas ..., n.d.).

⁷ Angela Ranitta, "Nabila Rizky: Sukses Berbisnis GO K-Pop, Dapatkan Belasan Juta Dengan Modal Nol Rupiah!," *Girls Beyond* (blog), January 16, 2023, <https://girlsbeyond.com/2023/01/16/categories/real-stories/nabila-rizky-sukses-berbisnis-go-k-pop-dapatkan-belasan-juta-dengan-modal-nol-rupiah/>.

tertuang dalam firman Allah SWT pada surah Al-Hasyr ayat 18 yang berbunyi:⁸

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَتَنظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah seseorang melihat apa yang dipersiapkannya untuk esok hari, dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”

Abu Muhammad bin Hasan berpendapat dalam menafsirkan ayat tersebut, yakni manusia dianjurkan untuk mengingat serta mengulang kembali apa yang mereka rencanakan dalam menjalankan hidup untuk menghadap Allah SWT di akhirat kelak. Kalimat “hendaklah seseorang melihat apa yang dipersiapkannya untuk esok hari” juga ditafsirkan bahwasanya manusia diperintahkan untuk membuat suatu perencanaan untuk menjalankan hari esok. Sehingga apa yang mereka kerjakan tidak menjadi suatu hal yang sia-sia dan merugikan bagi mereka. Begitu pula dengan sebuah bisnis, untuk tidak terjadi sebuah kerugian yang besar tentu saja

⁸ Sofiah & Devi Hardianti Rukmana, Tafsir Ayat Ekonomi (2024), 36.

diperlukan sebuah perencanaan atau rancangan bisnis yang matang untuk mencapai tujuan yang diinginkan.⁹

Untuk mengembangkan perencanaan atau rancangan bisnis tersebut, pasti di perlukannya sebuah strategi pengembangan bisnis yang tepat. Secara tersirat strategi bisnis dapat ditemukan dalam tafsiran beberapa potongan ayat dari surah Al-Quraisy mulai dari ayat 1-4. Salah satunya yakni lafadz “*al-shita’i wa al-saif*” yang memiliki arti musim dingin dan musim panas. Lafadz tersebut ditafsirkan mengenai keahlian kaum Quraisy dalam melakukan segmentasi pasar. Mereka sangat ahli dalam mengidentifikasi iklim dalam melakukan perdagangan yang dalam istilah marketing atau ekonominya yakni Segmentasi Geografis.¹⁰ Segmentasi geografis merupakan strategi pemasaran yang digunakan untuk menargetkan produk atau layanan pada orang-orang yang tinggal atau berbelanja di lokasi tertentu.¹¹ Dengan adanya hal tersebut, peneliti akan menganalisis model rancangan bisnis dan juga strategi pada sebuah *Group order* agar rancangan bisnis yang telah ditentukan di awal bisa dikembangkan dengan baik. Analisis tersebut juga diseleraskan

⁹ Asnil Aidah Ritonga et al., “Planning Dalam Al-Qur’an,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 3 (2021): 602.

¹⁰ Muhamad Nurois Amin, “Strategi Bisnis Yang Tersirat Dalam Surat Al-Quraisy Ayat 1–4,” *Taqorrub: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah* 1, no. 1 (2020): 1–12.

¹¹ Mumuh Mulyana, “Segmentasi Pasar, Penargetan Pasar Dan Pemosisian,” 2019,

dengan perspektif ekonomi Islam yang berlandaskan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dan untuk *Group order* yang dijadikan subyek penelitian oleh peneliti yakni *Group order* Seoulinbox.

Usaha bisnis *Group order* ini memiliki beberapa jenis, terdapat *Group order* yang hanya menjual satu jenis merchandise dan ada yang menjual berbagai macam merchandise. *Group order* Seoulinbox ini merupakan jenis *Group order* yang menjual berbagai macam jenis merchandise. Selain GO Seoulinbox juga terdapat GO Sugar Cookies yang juga menjual berbagai macam merchandise Kpop. GO Sugar Cookies sering dipilih oleh para penggemar Kpop yang berdomisili di Jawa Timur khususnya Malang. Hal ini dikarenakan tempat packing serta pengirimannya dari GO Sugar Cookies ini berlokasi di Malang. Ruang lingkup *Group order* ini tidak terlalu luas karena sebagian besar anggota *Group order* (customernya) masih sekitar Jawa Timur saja. GO Sugar Cookies ini memiliki *warehouse* mereka sendiri yang berlokasi di Korea Selatan, sehingga mereka tidak membutuhkan jasa *warehouse* Korea seperti halnya GO Seoulinbox. Namun dalam menjangkau customernya GO Seoulinbox tidak menggunakan saluran media Twitter yang mana dalam media sosial Twitter tersebut banyak base dan fanbase para penggemar Kpop yang sering mencari informasi pembelian

merchandise Kpop. GO Sugar Cookies hanya menggunakan media sosial Tiktok dan Instagram untuk media promosinya.¹²

Hal ini berbeda dengan GO Seoulinbox dalam waktu kurang lebih satu tahun ini sudah memiliki 713 anggota *Group order* di *WhatsApp* dan mendapatkan *review* baik oleh para pelanggannya di media sosial. Terbukti dengan rating GO Seoulinbox di Shopee mencapai 5.0/5.0 dengan pengikut sebanyak 1,9 ribu. Saat ini GO Seoulinbox sudah memiliki 1.094 anggota di *WhatsApp*, 4.474 pengikut di *Twitter*, serta 2.528 pengikut di *Tiktok*. GO Seoulinbox menjual beberapa *merchandise* Kpop seperti, album, photocard, magazine, lightstick, bahkan sampai membership kit dan semuanya merupakan *merchandise official*. Sistem penjualannya berupa *pre order* dengan membuka *pre order* dari *seller* Korea Selatan dan juga Jepang. GO Seoulinbox terkenal oleh para pelanggannya di media sosial karena pengirimannya yang cepat dibandingkan beberapa GO yang lain, melihat barang yang diorder berasal dari luar negeri dan sudah *arrived* Indonesia dua atau tiga minggu dari waktu *close PO*.¹³

Untuk menganalisis strategi yang digunakan, peneliti menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan upaya

¹² Observasi, tanggal 14 Desember 2024.

¹³ Observasi, tanggal 14 Desember 2024.

untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan sebuah strategi pada perusahaan. Dimana analisis ini mengikuti logika bahwa dapat memaksimalkan Kekuatan (*Strength*) dan Peluang (*Opportunity*), namun juga dapat meminimalisir Kelemahan (*Weakness*) dan Ancaman (*Threat*).¹⁴ Sedangkan untuk menganalisis model bisnis yang dikembangkan menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*. *Model Business Canvas* merupakan sebuah model rancangan bisnis yang terdiri dari 9 komponen yakni, *Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships*.¹⁵ Tujuan dari penggunaan Analisis SWOT dan *Business Model Canvas* ialah untuk memudahkan dalam menjabarkan strategi dan model bisnis pada GO Seoulinbox. Dimana mengetahui rancangan strategi dan model bisnis pada GO Seoulinbox merupakan tujuan utama dalam penelitian ini yang nantinya akan dikaitkan serta dilakukannya analisis menurut perspektif ekonomi islam. Dari latar belakang di atas peneliti ingin

¹⁴ Ranila Suciati, Kery Utami, and Belardo Prasetya Mega Jaya, "Analisa SWOT Strategi Digitalisasi Pada Era New Normal Untuk Pertumbuhan Ekonomi Di Sumatera, Indonesia," *Jurnal Ilmiah Aset* 23, no. 1 (2021): 63–83.

¹⁵ Eius Solihah, Aida Vitayala S. Hubeis, and Agus Maulana, "Analisis Model Bisnis Pada KNM Fish Farm Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC)," *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 9, no. 2 (2014).

mengkaji serta menjabarkan mengenai strategi dan model bisnis yang dilakukan oleh usaha GO (*Group order*) yang ditinjau menggunakan perspektif ekonomi Islam.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana model rancangan bisnis yang dikembangkan oleh GO Seoulinbox melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC)?
2. Bagaimana strategi bisnis yang digunakan oleh GO Seoulinbox melalui pendekatan analisis SWOT?
3. Bagaimana rancangan dan strategi bisnis pada GO Seoulinbox dalam perspektif ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui model rancangan bisnis yang dikembangkan oleh usaha GO Seoulinbox dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas.
2. Untuk mengetahui strategi bisnis yang digunakan oleh usaha GO Seoulinbox dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT.
3. Untuk mengetahui rancangan dan strategi bisnis pada GO Seoulinbox dalam perspektif ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

1. Bagi SeoulInbox

- a) Memberikan wawasan mengenai kekuatan dan kelemahan strategi bisnis yang diterapkan saat ini, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dan efisien.
- b) Memberikan rekomendasi pengembangan model bisnis yang lebih terstruktur melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT, guna memperbaiki posisi bisnis di pasar.
- c) Membantu SeoulInbox dalam memahami penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam pada operasional bisnis mereka sehingga dapat meningkatkan nilai etika dan keberkahan dalam menjalankan bisnis.

2. Bagi Pelaku Bisnis

- a) Memberikan inspirasi bagi pelaku usaha yang bergerak di sektor serupa mengenai cara mengintegrasikan BMC, SWOT, dan nilai-nilai ekonomi Islam dalam membangun dan mengembangkan bisnis.

- b) Memberikan panduan praktis dalam merancang strategi bisnis yang sesuai dengan nilai syariah untuk mencapai keberlanjutan usaha.

3. Bagi Konsumen

- a) Memberikan rasa kepercayaan dan kenyamanan dalam bertransaksi karena bisnis yang ditawarkan menggunakan prinsip-prinsip syariah yang transparan dan berkeadilan.
- b) Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penyempurnaan model bisnis yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen.

b. Manfaat Teoritis

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan.

- a) Menambah khazanah literatur dan penelitian mengenai penerapan Business Model Canvas (BMC) dalam bisnis berbasis ekonomi Islam, yang masih tergolong belum banyak dieksplorasi.
- b) Memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan praktik pengelolaan bisnis berbasis nilai syariah dalam konteks ekonomi modern.

- c) Memperkaya pemahaman tentang sinergi antara strategi bisnis konvensional seperti BMC dan SWOT dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.
2. Sebagai Referensi Akademik.
- a) Memberikan landasan teoretis bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji implementasi model bisnis pada sektor usaha dengan pendekatan ekonomi Islam.
 - b) Menjadi bahan rujukan untuk pengembangan studi kasus bisnis halal yang dapat diadaptasi oleh berbagai entitas usaha lainnya.
3. Peningkatan Pemahaman dalam Studi Ekonomi Islam.
- a) Menjadi contoh konkret bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat diterapkan dalam pengelolaan bisnis modern.
 - b) Mendorong pengembangan kerangka analisis yang mengintegrasikan instrumen modern (seperti BMC dan SWOT) dengan nilai-nilai syariah, sehingga membuka peluang inovasi baru dalam penelitian ekonomi Islam.

E. Definisi Istilah

1. *Group order*

Group order merupakan sebuah grup yang berisi penggemar Kpop yang akan melakukan pembelian merchandise Official Kpop mulai dari album, lightstick, hingga photocard. Pembelian merchandise Official Kpop melalui *Group order* atau yang sering disebut GO sering dipilih oleh penggemar. Hal ini dikarenakan penggemar tidak perlu lagi memikirkan pembayaran pajak dari barang yang berasal dari luar negeri. Semuanya sudah diatur oleh admin GO tersebut, penggemar hanya tinggal menunggu barang yang dipesan sampai ke tangan mereka. Dan keuntungan yang didapatkan oleh admin GO berasal dari *fee* admin atau biaya yang dibayarkan kepada admin karena sudah memberikan jasanya untuk mengurus semua administrasi pembelian merchandise Kpop.¹⁶

2. Kpop (*Korean Pop*).

Kpop (*Korean Pop*) merupakan *genre* yang berasal dari Korea Selatan terdiri dari pop, dance, electropop, hip hop, rock, R&B, EDM (*electronic dance music*), dan cukup 14 variabel saat

¹⁶ Riady, "Tinjauan Praktik Transaksi Jasa Titip Beli Online Pada Grup Order Aeri Merch Menurut Fikih Muamalah." (Skripsi, Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, 2022), 50.

ini dikalangan remaja di Indonesia. Kpop muncul sebagai pusat baru untuk produksi budaya pop transnasional, mengekspor berbagai produk budaya ke kawasan Asia Timur, Asia Tenggara, Timur Tengah, Afrika, Eropa, dan Amerika.¹⁷

Dalam dunia Kpop, banyak penggemar yang mengambil sisi positif selama mereka menyukai semua hal yang berbau Kpop. Banyak dari penggemar Kpop sukses menempuh karier mereka menjadi *content creator*, penulis, pembisnis, dan masih banyak lainnya.¹⁸ Pada penelitian ini, peneliti ingin menjabarkan mengenai penggemar Kpop yang sukses dalam membangun suatu usaha GO (*Group order*), bagaimana penggemar tersebut bisa mengembangkan bisnis tersebut yang hanya bermula pada hobi dan kesukaan yang dia punya.

3. BMC (Business Model Canvas)

BMC yang merupakan singkatan dari *Business Model Canvas* merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran mengenai bagaimana suatu perusahaan atau organisasi bisa menyerahkan, menciptakan, dan dan menangkap

¹⁷ Yemima Cikita, "Kuasa Simbolik Musik KPop Di Indonesia: Perspektif Pierre Bourdieu" (PhD Thesis, Universitas Kristen Indonesia, 2019). 8.

¹⁸ Faradiena Yasmin, "Motivasi Penulis Serta Peran Media Baca Online Dalam Publikasi Tulisan Remaja Pada Penggemar Kpop" (Phd Thesis, Universitas Yarsi, 2021), 10.

sebuah nilai. Menurut Osterwalder dan Pigneur, *Business Model Canvas* merupakan sebuah konsep untuk menggambarkan dan memanipulasi model bisnis sebagai alternative strategi yang baru.¹⁹ *Business Model Canvas* memiliki sembilan item yang digunakan yakni, *Key Partnerships, Key Activities, Value Propositions, Customer Relationship, Customer Segment, Key Resources, Channel, Cost Structure, Revenue Streams*.

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode yang sangat kompleks untuk mengevaluasi dan menggambarkan suatu permasalahan melalui identifikasi faktor internal dan eksternal, yakni *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman).²⁰ Identifikasi faktor internal meliputi *Strength* (Kekuatan) dan *Weaknesses* (Kelemahan). Dan Identifikasi eksternal meliputi *Opportunity* (Peluang) dan *Threat* (Ancaman). Analisis SWOT dapat menghasilkan empat strategi 16variable16ve yang dapat dilakukan oleh pemilik bisnis pertimbangan sebagai dasar

¹⁹ Aji Hermawan and Rachel Jessica Pravitasari, "Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis)," *Akselerasi. Id*, 2013, 1–23.

²⁰ Rizki Adityaji, "Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Analisis Swot: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya," *Jurnal Pariwisata Pesona* 3, no. 1 (2018): 19–32.

penilaian, diantaranya yakni strategi SO (*Strength- Opportunity*), strategi WO (*Weakness- Opportunity*), strategi ST (*Strength- Threat*), dan strategi WT (*Weaknesses- Threat*).²¹

F. Sistematika Pembahasan.

Dalam pembahasannya peneliti membagi menjadi beberapa BAB untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian milik peneliti. Pembahasan tersebut meliputi:

a) Bab I: Pendahuluan

Pendahuluan berisi latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

b) Bab II: Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori.

Tinjauan pustaka berisi penjelasan mengenai penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yang akan dilakukan. Dasar teori juga disajikan dari buku dan beberapa jurnal penelitian yang berkaitan BMC dan Analisis SWOT .

²¹ Siti Indah Purwaning Yuwana dan Isti Fadah, “*SWOT Analysis: Marketing Strategy of Apotek Sawojajar Mas to Increase Sales and Competitiveness*”, *Journal of Management and Business Innovations*, no. 02 (2022): 73-80

c) Bab III: Metode Penelitian.

Metode penelitian merupakan tahapan yang dilaksanakan dari permulaan penelitian sampai akhir yang merujuk pada kesimpulan akhir dan saran.

d) Bab IV: Penyajian Data dan Analisis

Pada bab ini akan dijabarkan semua hasil temuan dari peneliti serta dianalisis dan dikaitkan dengan penelitian terdahulu yang ada pada Bab II.

e) Bab V: Penutup

Pada bagian penutup akan dijelaskan mengenai simpulan yang ditarik dari keseluruhan pembahasan untuk menjawab masalah penelitian. Dan juga saran yang diberikan oleh peneliti yang mengacu pada temuan penelitian, pembahasan, dan simpulan akhir hasil penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi sumber untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitiannya serta membantu dalam menentukan langkah langkah yang harus dilakukan secara sistematis untuk menyusun sebuah penelitian berdasarkan teori dan konsep, diantaranya yakni:

1. Penelitian milik Zakka Ugih Rizqi tahun 2019 dengan judul “Penentuan strategi pengembangan bisnis menggunakan Analisis Swot Dan Business Model Canvas”. Dari Hasil penelitian ditemukan lima strategi melalui analisis SWOT. Setelah dilakukan pembobotan, strategi yang memiliki prioritas tertinggi adalah meningkatkan produksi sesuai pesanan pada musim pembelian masyarakat serta memanfaatkan tenaga kerja yang ada. Selanjutnya, bisnis divisualisasikan menggunakan elemen yakni *Customer Relationships, Key Partners, Value Propositions, Customer Segments, Channel, Revenue Stream,*

*Key Resource, Key Activities dan Cost Structure.*²² Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti yakni sama menganalisis strategi pengembangan bisnis pada suatu usaha dan sama menggunakan pendekatan analisis SWOT dan Business Model Canvas. Dan untuk perbedaannya yakni obyek penelitian yang berbeda yakni bukan usaha *Group order* dan tidak adanya kajian keislaman.

2. Penelitian milik Fakhri Almi dkk yang dilakukan pada tahun 2021 dengan judul “Perancangan Model Bisnis dengan Pendekatan Business Model Canvas pada Usaha Lightmos”. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa usaha Lightmos hanya menjalankan 8 elemen dari 9 elemen pada Business Model Canvas, dan diharapkan bisa mengembangkan ke 9 elemen *Business Model Canvas* yang disarankan oleh peneliti.²³ Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti yakni sama membahas mengenai perancangan model bisnis melalui pendekatan Business Model Canvas dan sama mengkaji pada

²² Zakka Ugih Rizqi, Reno Dias Anggara Purba, and Rino Rahmawanto Nugroho, “Penentuan Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Business Model Canvas” (IENACO (Industrial Engineering National Conference) 7 2019, 2019),

²³ Fakhri Almi, Budi Praptono, and Rosad Ma’ali El Hadi, “Perancangan Model Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Usaha Lightmos,” *eProceedings of Engineering* 8, no. 5 (2021)

usaha bisnis yang bergerak dibidang jasa dan online. Dan untuk perbedaannya yakni tidak membahas lebih detail mengenai strategi yang harus dilakukan melalui analisis SWOT, tidak megkaji pada usaha bisnis *group order*, dan tidak menggunakan kajian keislaman yang digunakan dalam penelitian.

3. Penelitian milik Muhammad Andika yang dilakukan pada tahun 2021 dengan judul “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT. Al Mucthar Tour dan Travel dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Dari hasil penelitian tersebut dinyatakan bahwasanya startegi dalam mengembangkan usaha haruslah berlandaskan prinsip shiddi, kreatif, berani percaya diri, tabligh dan istiqomah seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW.²⁴ Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti yakni sama mengkaji mengenai startegi pengembangan usaha bisnis dengan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT dan sama menggunakan kajian keislaman dalam penelitian yakni dalam perspektif ekeonomi islam. Dan untuk perbedaannya yakni tidak membahas lebih detail mengenai rancangan model usaha dan obyek penelitian yang berbeda.

²⁴ Muhammad Andika, “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT. Al Mucthar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (PhD Thesis, UIN Ar-Raniry, 2021)

4. Penelitian milik Bima Pratama Saputro yang dilakukan pada tahun 2021 dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil dengan Pendekatan Business Model Canvas Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konveksi Sablon Razz Apparel Di Bandar Lampung)”. Dari hasil penelitian mengungkapkan bahwa melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT, dapat dijelaskan kekuatan dan kelemahan implementasi elemen-elemen BMC serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal perusahaan. Berdasarkan analisis Business Model Canvas dengan Matriks Internal Eksternal, terlihat bahwa strategi yang paling tepat untuk diterapkan di Razz Apparel adalah strategi pertumbuhan (agresif). Namun, model bisnis Razz Apparel saat ini masih memiliki beberapa kelemahan, sehingga perlu dilakukan perbaikan pada Business Model Canvas untuk menciptakan strategi yang lebih efektif.²⁵ Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti yakni sama mengkaji mengenai strategi pengembangan usaha bisnis dengan *Business Model Canvas*

²⁵ Pratama Saputro Bima, “Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil dengan Pendekatan Business Model Canvas Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konveksi Sablon Razz Apparel Di Bandar Lampung)” (PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021).

dan analisis SWOT dan sama menggunakan kajian keislaman dalam penelitian yakni dalam perspektif ekonomi islam. Dan untuk perbedaannya yakni tidak membahas lebih detail mengenai rancangan model usaha dan obyek penelitian yang berbeda.

5. Penelitian milik Fenty Krista Septyani yang dilakukan pada tahun 2022 dengan judul “Pengembangan Strategi Alternatif Usaha Pada Bisnis K-Pop Merchandise Myjoelan_ Menggunakan Analisis SWOT”. Dari analisis SWOT yang dilakukan, diketahui strategi alternative usaha pada usaha Myjoelan_ yakni meliputi, pemasangan iklan, promosi berbayar, dukungan dari influencer terkenal atau biasa disebut dengan endorsement, Menambah variasi produk dari idol grup lainnya, Meningkatkan kepercayaan konsumen baru dengan memberikan beberapa review dari pembeli sebelumnya dengan memposting ulang bukti review pelanggan sebelumnya, dan menggunakan akses ke web Korea secara langsung tanpa jasa checkout untuk menimilisir harga agar dapat bersaing dengan usaha yang sama.²⁶ Persamaan penelitian ini dengan milik

²⁶ Septyani, “Pengembangan Strategi Alternatif Usaha Pada Bisnis K-Pop Merchandise Myjoelan_ Menggunakan Analisis Swot.” PhD Thesis, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang, 2022, <https://repository.unika.ac.id/id/eprint/29504>.

peneliti yakni subjek penelitian yang sama, yakni usaha *group order*, objek penelitian yang sama membahas mengenai strategi suatu bisnis, dan alat analisis yang sama berupa pendekatan menggunakan analisis SWOT. Dan untuk perbedaannya yakni pada penelitian tersebut tidak membahas atau menganalisis model bisnis dari usaha Myjoelan_, sistem analisis SWOT yang menggunakan data hasil pengisian koesioner, sedangkan pada penelitian ini menggunakan sistem wawancara dan pengamatan pada media sosial, dan tidak adanya kajian keislaman.

6. Penelitian milik Kevin Ananda Aries Siswanto yang dilakukan pada tahun 2022 dengan judul “Analisis Swot Pada Usaha Online Goods Place_Id”. Dari hasil analisis SWOT didapatkan strategi usaha yang memiliki rating tinggi yakni dengan memperbesar market share melalui teknologi dan membuka toko offline di lokasi usaha saat ini.²⁷ Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti yakni sama melakukan analisis mengenai strategi usaha pada *group order* dan sama menggunakan pendekatan analisis SWOT. Dan untuk perbedaannya yakni tidak membahas dan mengkaji mengenai model bisnis hanya

²⁷ Kevin Ananda Aries Siswanto, “Analisis Swot Pada Usaha Online Goods PLACE_ID” (PhD Thesis, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang, 2022), <http://repository.unika.ac.id/29497/>.

berfokus pada strategi usaha saja dan tidak adanya kajian keislaman.

7. Penelitian milik Siti Indah Purwaning Yuwana dan Isti Fadah tahun 2022 dengan judul “Analisis SWOT: Strategi Pemasaran Apotek Sawojajar Mas Untuk Meningkatkan Penjualan dan Daya Saing”. Dari hasil penelitian ditemukan bahwasanya Analisis SWOT menunjukkan bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan yang dimiliki oleh Apotek Sawojajar Mas, dan faktor peluang juga lebih besar dibandingkan dengan faktor ancaman. Oleh karena itu, kondisi Apotek Sawojajar Mas harus mampu bersaing dengan lain di bidang yang sama. Untuk hasil analisis SWOT, Apotek Sawojajar Mas berada pada kuadran 1 yang berarti mempunyai strategi agresif. Keadaan ini sangat menguntungkan bagi perusahaan karena mempunyai kekuatan dan peluang untuk memanfaatkan peluang dan pertumbuhan yang ada untuk terus meningkatkan penjualan produk.²⁸ Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti yakni sama melakukan analisis mengenai strategi usaha dan sama menggunakan pendekatan analisis

²⁸ Siti Indah Purwaning Yuwana and Isti Fadah, “SWOT Analysis: Marketing Strategy of Apotek Sawojajar Mas to Increase Sales And Competitiveness,” *Journal of Management and Business Innovations* 4, no. 02 (2022): 73–80.

SWOT. Dan untuk perbedaannya yakni tidak membahas dan mengkaji mengenai model bisnis hanya berfokus pada strategi usaha saja, tidak adanya kajian keislaman, dan byek penelitian yang berbeda.

8. Penelitian milik Nurul Setianingrum dkk yang dilakukan pada tahun 2023 dengan judul “Strategi Pengembangan Tabungan Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Bank Syariah Indonesia”. Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti yakni sama menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Dan untuk perbedaannya yakni tidak adanya analisis SWOT, tidak adanya kajian keislaman, dan obyek penelitian yang berbeda.²⁹

9. Penelitian milik Nur Ika Mauliyah dan Warga Baroka Sugiarto yang dilakukan pada tahun 2023 dengan judul “Studi Netnografi Tinjauan Efektivitas Konsultasi Keuangan dan Akuntansi pada Aplikasi Quora bagi Para Pelaku UMKM”. Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti yakni Sama menggunakan jenis penelitian netnografi. Dan untuk

²⁹ Nurul Setianingrum, M. F Hidayatullah, and Ana Pratiwi, “Strategi Pengembangan Tabungan Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Bank Syariah Indonesia” *Indonesian Scientific Journal Of Islamic Finance*, 2 no. 3 (2023): 67-83.

perbedaannya yakni obyek serta pembahasan penelitian yang berbeda.³⁰

10. Penelitian milik Valencia Griselda yang dilakukan pada tahun 2023 dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Gristuff Store Dengan Pendekatan Business Model Canvas”. Pada hasil penelitian dinyatakan bahwasanya bisnis Gristuff Store sudah berhasil menerapkan dan mengembangkan Business Model Canvas yang telah dibuat dengan mengembangkan strategi hasil dari analisis SWOT.³¹ Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti yakni sama membahas mengenai bisnis *group order* dan sama menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT. Dan untuk perbedaannya yakni berbeda dari segi jenis *group order* yang diteliti, pembahasan yang lebih merujuk pada strategi pengembangan bukan strategi usaha yang dibuat, dan tidak adanya kajian keislaman.

³⁰ Nur Ika Mauliyah and Wargah Baroka Sugiarto, Studi Netnografi Tinjauan Efektivitas Konsultasi Keuangan dan Akuntansi pada Aplikasi Quora bagi Para Pelaku UMKM”, *Wacana Equilibrium: Jurnal Pemikiran & Penelitian Ekonomi*, Vol. 11, No.01 (2023): 2654-3869.

³¹ Valencia Griselda, “Strategi Pengembangan Bisnis Gristuff Store Dengan Pendekatan Business Model Canvas” (PhD Thesis, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang, 2023), <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/30984>.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Zakka Ugih Rizqi	Penentuan strategi pengembangan bisnis menggunakan Analisis Swot Dan Business Model Canvas (2019)	<p>a. Sama menganalisis strategi pengembangan bisnis pada suatu usaha.</p> <p>b. Sama menggunakan pendekatan analisis SWOT dan Business Model Canvas.</p>	<p>a. Obyek penelitian yang berbeda yakni bukan usaha <i>Group order</i>.</p> <p>b. Tidak adanya kajian keislaman.</p>
2.	Fakhri Almi dkk	Perancangan Model Bisnis dengan Pendekatan Business Model Canvas pada Usaha Lightmos (2021)	<p>a. Sama membahas mengenai perancangan model bisnis melalui pendekatan Business Model Canvas.</p> <p>b. Sama mengkaji pada usaha bisnis yang bergerak dibidang jasa dan online.</p>	<p>a. Tidak membahas lebih detail mengenai strategi yang harus dilakukan melalui analisis SWOT.</p> <p>b. Tidak megkaji pada usaha bisnis <i>group order</i>.</p> <p>c. Tidak menggunakan kajian keislaman yang digunakan dalam penelitian.</p>
3.	Muhammad Andika	Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT. Al Muchtar Tour dan Travel dalam Perspektif	<p>a. Sama mengkaji mengenai starteги pengembangan usaha bisnis dengan analisis SWOT.</p>	<p>a. Tidak membahas lebih detail mengenai starteги usaha atau bisnis.</p>

		Ekonomi Islam (2021)	b. Sama menggunakan kajian keislaman dalam penelitian yakni dalam perspektif ekonomi islam.	b. Obyek penelitian yang berbeda.
4.	Bima Pratama Saputro	Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil dengan Pendekatan Business Model Canvas Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konveksi Sablon Razz Apparel Di Bandar Lampung) (2021)	a. Sama mengkaji mengenai startegi pengembangan usaha bisnis dengan Business Model Canvas dan analisis SWOT.. b. Sama menggunakan kajian keislaman dalam penelitian yakni dalam perspektif ekonomi islam.	a. Tidak membahas lebih detail mengenai rancangan model usaha. b. Obyek penelitian yang berbeda.
5.	Fenty Krista Septyani	Pengembangan Strategi Alternatif Usaha Pada Bisnis K-Pop Merchandise Myjoelan_ Menggunakan Analisis Swot (2022)	a. Subjek penelitian yang sama, yakni usaha <i>group order</i> . b. Objek penelitian yang sama membahas mengenai strategi suatu bisnis. c. Alat analisis yang sama berupa pendekatan	a. Pada penelitian tersebut tidak membahas atau menganalisis model bisnis dari usaha Myjoelan_ b. Sistem analisis SWOT yang menggunakan data hasil pengisian koesioner, sedangkan pada penelitian ini menggunakan

			menggunakan analisis SWOT.	sistem wawancara dan pengamatan pada media sosial. c. Tidak adanya kajian keislaman.
6.	Kevin Ananda Aries Siswanto	Analisis Swot Pada Usaha Online Goods Place_Id (2022)	a. Sama melakukan analisis mengenai strategi usaha pada <i>group order</i> . b. Sama menggunakan pendekatan analisis SWOT	a. Tidak membahas dan mengkaji mengenai model bisnis hanya berfokus pada strategi usaha saja. b. Tidak adanya kajian keislaman.
7.	Siti Indah Purwaning Yuwana dan Isti Fadah	Analisis SWOT: Strategi Pemasaran Apotek Sawojajar Mas Untuk Meningkatkan Penjualan dan Daya Saing (2022)	a. Sama melakukan analisis mengenai strategi usaha. b. Sama menggunakan pendekatan analisis SWOT	a. Tidak membahas dan mengkaji mengenai model bisnis hanya berfokus pada strategi usaha saja. b. Tidak adanya kajian keislaman. c. Obyek peneltian yang berbeda.
8.	Nurul Setianingrum dkk	Strategi Pengembangan Tabungan Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Bank Syariah Indonesia (2023)”	Sama menggunakan pendekatan Business model canvas	a. Tidak adanya analisis SWOT. b. Tidak adanya kajian keislaman. c. Obyek peneltian yang berbeda.

9.	Nur Ika Mauliyah dan Warga Baroka Sugiarto	Studi Netnografi Tinjauan Efektivitas Konsultasi Keuangan dan Akuntansi pada Aplikasi Quora bagi Para Pelaku UMKM (2023)	Sama menggunakan jenis penelitian netnografi.	Obyek serta pembahasaan penelitian yang berbeda.
10.	Valencia Griselda	Strategi Pengembangan Bisnis Gristuff Store Dengan Pendekatan Business Model Canvas (2023)	a. Sama membahas mengenai bisnis <i>group order</i> . b. Sama menggunakan pendekatan Business Model Canvas dan Analisis SWOT	a. Berbeda dari segi jenis <i>group order</i> yang diteliti. b. Pembahasan yang lebih merujuk pada strategi pengembangan bukan strategi usaha yang dibuat. c. Tidak adanya kajian keislaman.

Sumber data: Diolah oleh peneliti.

Tabel diatas berisi beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian milik peneliti. Dijelaskan juga mengenai persamaan dan perbedaan antara beberapa penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian milik peneliti.

Dalam beberapa penelitian terdahulu tersebut dapat dilihat bahwa membutuhkan semua 9 indikator Business Model Canvas untuk bisa mengembangkan model rancangan bisnis yang baik.

Serta dalam usaha bisnis *Group order* juga terdapat beberapa

strategi alternative yang dapat digunakan menyesuaikan dengan keadaan internal dan eksternal dari *Group order* itu sendiri. Dan model rancangan serta strategi alternative suatu usaha bisnis dapat direlevansikan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

B. Kajian Teori

a. BMC (*Business Model Canvas*)

BMC yang merupakan singkatan dari *Business Model Canvas* merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran mengenai bagaimana suatu perusahaan atau organisasi bisa menyerahkan, menciptakan, dan menangkap sebuah nilai. Menurut Osterwalder dan Pigneur, *Business Model Canvas* merupakan sebuah konsep untuk menggambarkan dan memanipulasi model bisnis sebagai alternatif strategi yang baru.³² Chesbrough dan Rosenbloom mengemukakan bahwa dalam *Business Model Canvas* menganalisis beberapa variable,³³ diantaranya yakni:

³² Aji Hermawan and Rachel Jessica Pravitasari, "Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis)," *Akselerasi. Id*, 2013, 1–23.

³³ Suwatno, *Manajemen Kewirausahaan* (Jakarta: Kencana, 2021), 60.

1. Proporsi nilai yang ditawarkan ke pasar.
2. Segmentasi pelanggan sasaran yang ditangani oleh proporsi nilai.
3. Saluran distribusi dan komunikasi yang menjangkau pelanggan dan mempromosikan proporsi nilai.
4. Hubungan yang terjalin dengan pelanggan.
5. Kapasitas inti yang dibutuhkan untuk memungkinkan model bisnis.
6. Konfigurasi aktivitas untuk mengimplementasikan model bisnis.
7. Mitra dan motivasi untuk bersama-sama mewujudkan model bisnis.
8. Aliran pendapatan yang dihasilkan oleh model bisnis yang merupakan model pendapatan.
9. Struktur biaya yang dihasilkan dari model bisnis.

Dari beberapa variable di atas, *Business Model Canvas* ini menggunakan sembilan indikator yakni, *Key Partnerships, Key Activities, Value Propositions, Customer Relationship, Customer Segment, Key Resources, Channel, Cost Structure, Revenue Streams*.

a) *Key Partnership.*

Key Partnership menggambarkan jaringan pemasok atau mitra yang membuat model bisnis tersebut berfungsi. Suatu usaha bisnis menjalin kemitraan karena banyak alasan dan kemitraan menjadi landasan banyak model bisnis. Suatu usaha bisnis membuat aliansi untuk mengoptimalkan model bisnis mereka dan mengurangi risiko bisnis.³⁴

b) *Key Activities.*

Key Activities menjelaskan hal terpenting yang harus dilakukan suatu usaha bisnis agar model bisnisnya berhasil. Setiap model bisnis memerlukan sejumlah aktivitas utama. Hal ini merupakan tindakan terpenting yang harus dilakukan suatu usaha bisnis agar dapat beroperasi dengan sukses. Aktivitas utama ini diperlukan untuk membuat dan menawarkan proporsi nilai, menjangkau pasar,

³⁴ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, *Business Model Generation* (Singapore: Markono Print Media, 2010), 8.

memelihara hubungan pelanggan, dan memperoleh pendapatan.³⁵

c) *Value Propositions.*

Value Propositions (Proporsi Nilai) menggambarkan kumpulan produk atau layanan yang memberikan proporsi nilai yang bersifat positif kepada pelanggannya. Nilai tersebut yang menjadi alasan pelanggan untuk memilih suatu usaha bisnis tersebut daripada usaha bisnis yang lain. Baik nilai tersebut memecahkan masalah pelanggan atau memenuhi kebutuhan pelanggan.³⁶

d) *Customer Relationship.*

Customer Relationship menggambarkan jenis hubungan seperti apa yang akan dibangun oleh suatu usaha terhadap konsumennya. Hubungan pelanggan ini sering berkaitan dengan nilai-nilai usaha serta bagaimana suatu usaha tersebut bekerja dalam praktiknya. Salah satu bentuknya yakni melakukan sebuah kreasi atau inovasi pada produk

³⁵ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, *Business Model Generation* (Singapore: Markono Print Media, 2010), 8.

³⁶ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 9

atau jasa yang ditawarkan serta mendengarkan masukan dari pelanggan sebagai *feedback*.³⁷

e) *Customer Segment*.

Customer Segment mendefinisikan berbagai kelompok orang atau organisasi yang ingin dijangkau dan dilayani oleh suatu usaha bisnis. Pelanggan merupakan jantung dari setiap model bisnis, tanpa pelanggan (yang menguntungkan) tidak ada usaha bisnis yang bertahan lama. Untuk lebih memuaskan pelanggan, suatu usaha bisnis dapat mengelompokkan mereka ke dalam segmen-segmen berbeda sesuai dengan kebutuhan, perilaku, atau atribut lain yang sama.³⁸

f) *Key Resources*.

Key Resources menjelaskan asset terpenting yang diperlukan untuk membuat model bisnis berfungsi. Sumber daya ini memungkinkan suatu usaha untuk membuat dan menawarkan proporsi

³⁷ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 10

³⁸ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 11

nilai, menjangkau pasar, menjaga hubungan dengan pelanggan, dan memperoleh pendapatan.³⁹

g) *Channel*.

Channel menjelaskan bagaimana suatu usaha bisnis berkomunikasi dan menjangkau segmen pelanggannya untuk memberikan proporsi nilai komunikasi, distribusi, dan penjualan. Saluran merupakan titik sentuh pelanggan yang memainkan peran penting dalam pengalaman pelanggan.⁴⁰

h) *Cost Structure*.

Cost Structure menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis. Menciptakan dan memberikan nilai, menjaga hubungan pelanggan, dan menghasilkan pendapatan semuanya memerlukan biaya. Biaya tersebut dapat dihitung relative mudah setelah mendefinisikan sumber daya utama, aktivitas utama, dan kemitraan utama.⁴¹

³⁹ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 12

⁴⁰ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 13

⁴¹ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 14

i) *Revenue Streams*.

Revenue Streams mewakili uang tunai yang dihasilkan suatu usaha bisnis dari setiap segmen pelanggan. Jika pelanggan merupakan jantung dari model bisnis maka *Revenue Streams* adalah nadinya. Suatu usaha dimungkinkan mendapatkan satu atau lebih *Revenue Streams* dari setiap segmen pelanggan.⁴²

b. Analisis SWOT

Analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang ada dilingkungan internal serta mengidentifikasi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang ada dilingkungan eksternal.⁴³

a. Internal.

- a) Kekuatan (*strength*) adalah kemampuan utama yang mempunyai nilai lebih dari perusahaan dibandingkan kemampuan pesaing.

⁴² Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 15

⁴³ Ais Zakiyudin, Manajemen Bisnis (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 172.

b) Kelemahan (weakness) adalah faktor yang dapat mengurangi kemampuan operasi suatu usaha. ini harus diminimalisir agar tidak mengganggu jalannya usaha bisnis.

b. Eksternal.

a) Peluang (opportunity) merupakan kesempatan-kesempatan yang ada, yang tentunya memiliki potensi menghasilkan keuntungan melalui usaha-usaha yang diarahkan untuk memanfaatkan kesempatan-kesempatan tersebut.

b) Ancaman (threat) adalah sesuatu yang sangat mungkin terjadi atas beroperasinya suatu usaha dan berpotensi kerugian bagi usaha bisnis.⁴⁴

Analisis dilakukan untuk membangun, mempertahankan, serta memanfaatkan kekuatan, memperbaiki dan menghentikan kelemahan, mengoptimalkan peluang, dan meminimalisir ancaman pada suatu usaha. Dengan melakukan analisis SWOT suatu usaha dapat menentukan strategi yang tepat untuk masa

⁴⁴ Ais Zakiyudin, 134.

depan usahanya. Hal ini dikarenakan hasil dari analisis SWOT akan meringkas keadaan dari usaha tersebut saat, dengan demikian strategi bisa disusun dengan tepat.⁴⁵ Analisis SWOT dapat menghasilkan empat strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik bisnis pertimbangan sebagai dasar penilaian :

1. Strategi SO (Kekuatan-Peluang).

Pada strategi ini menggunakan kekuatan internal usaha bisnis untuk memanfaatkan peluang eksternal. Suatu usaha bisnis memiliki keunggulan untuk pesaing dan memiliki peluang untuk mengembangkan usaha bisnisnya, sehingga kesempatan ini harus dimaksimalkan guna mencapai tujuan dari usaha bisnis tersebut.⁴⁶

2. Strategi WO (Kelemahan-Peluang).

Strategi ini digunakan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki. Tidak sedikit ditemukan

⁴⁵ Slamet Riyanto, Muh N. L. Azis, and Andi R. Putera, Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), 115

⁴⁶ Slamet Riyanto, 124

bahwa usaha bisnis memiliki peluang baik akan tetapi menghadapi masalah internal berupa kelemahan yang dimilikinya. Kondisi seperti ini tentunya sangat merugikan usaha bisnis karena kehilangan kesempatan yang baik untuk mengembangkan bisnisnya. Untuk selanjutnya, usaha bisnis harus memiliki kebijakan strategis untuk meminimalisir kelemahan yang dimiliki.⁴⁷

3. Strategi ST (Kekuatan-Ancaman).

Strategi ini menggunakan kekuatan usaha bisnis untuk menghindari atau mengurangi adanya ancaman eksternal. Ancaman eksternal lebih banyak berasal dari pesaing potensi yang memiliki inovasi secara besar-besaran, sedangkan usaha bisnis tersebut tidak merespon dengan strategi yang sama.⁴⁸

4. Strategi WT (Kelemahan-Ancaman).

Strategi ini lebih dikenal dengan strategi bertahan atau defensive yang menekankan pada

⁴⁷ Slamet Riyanto, 125

⁴⁸ Slamet Riyanto, 126

tindakan untuk pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.⁴⁹

c. Ekonomi Islam.

Ekonomi Islam merupakan kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhannya yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Nilai-nilai filosofis yang ada dalam ekonomi Islam merupakan fondasi dari munculnya prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menjadi acuan dalam seluruh aktivitas ekonomi dalam Islam. Hakikat dari ekonomi Islam merupakan penerapan syariat dalam aktivitas ekonomi. Pengertian ini sangat tepat untuk dipakai dalam menganalisis persoalan-persoalan aktivitas ekonomi di tengah masyarakat.⁵⁰ Berikut adalah prinsip-prinsip ekonomi Islam:

1. Tauhid.

Prinsip tauhid ini dikembangkan dari adanya keyakinan, bahwa seluruh sumber daya yang ada di bumi adalah ciptaan dan milik Allah SWT, sedangkan manusia hanya diberi amanah untuk memiliki, mengelola, dan memanfaatkannya untuk

⁴⁹ Slamet Riyanto, 127

⁵⁰ Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), 2

sementara. Prinsip ini juga dikembangkan dari keyakinan, bahwa seluruh aktivitas manusia termasuk aktivitas ekonominya diawasi oleh Allah SWT dan akan dipertanggungjawabkan dihadapan Allah SWT.⁵¹

2. Akhlak.

Prinsip ini merupakan bentuk dari pengamalan sifat-sifat utama yang dimiliki oleh nabi dan rasul-Nya dalam seluruh kegiatan ekonomi, yaitu Shiddiq (benar), tabligh (menyampaikan kebenaran, amanah (dapat dipercaya), dan fathanah (intelektual). Semua sifat ini dipopulerkan dengan istilah STAF.⁵²

3. Keseimbangan.

Prinsip keseimbangan ini tidak hanya diarahkan untuk dunia dan akhirat saja, tetapi juga berkaitan dengan kepentingan perorangan dan kepentingan umum serta antara hak dan kewajibannya. Selanjutnya, azas ini juga berhubungan erat dengan pengaturan hak milik individu, hak milik kelompok yang didalamnya

⁵¹ Rozalinda, 134.

⁵² Rozalinda, 135.

terdapat keseimbangan antara kepentingan masyarakat dan kepentingan individu.⁵³

4. Kebebasan Individu.

Kebebasan ekonomi adalah tiang utama dalam struktur ekonomi Islam, karena kebebasan ekonomi bagi setiap individu akan menciptakan mekanisme pasar dalam perekonomian yang bersendikan keadilan. Kebebasan dalam ekonomi merupakan implikasi dari prinsip tanggung jawab individu terhadap aktivitas kehidupannya termasuk aktivitas ekonomi. Karena tanpa adanya kebebasan tersebut seorang Muslim tidak dapat melaksanakan hak dan kewajibannya.⁵⁴

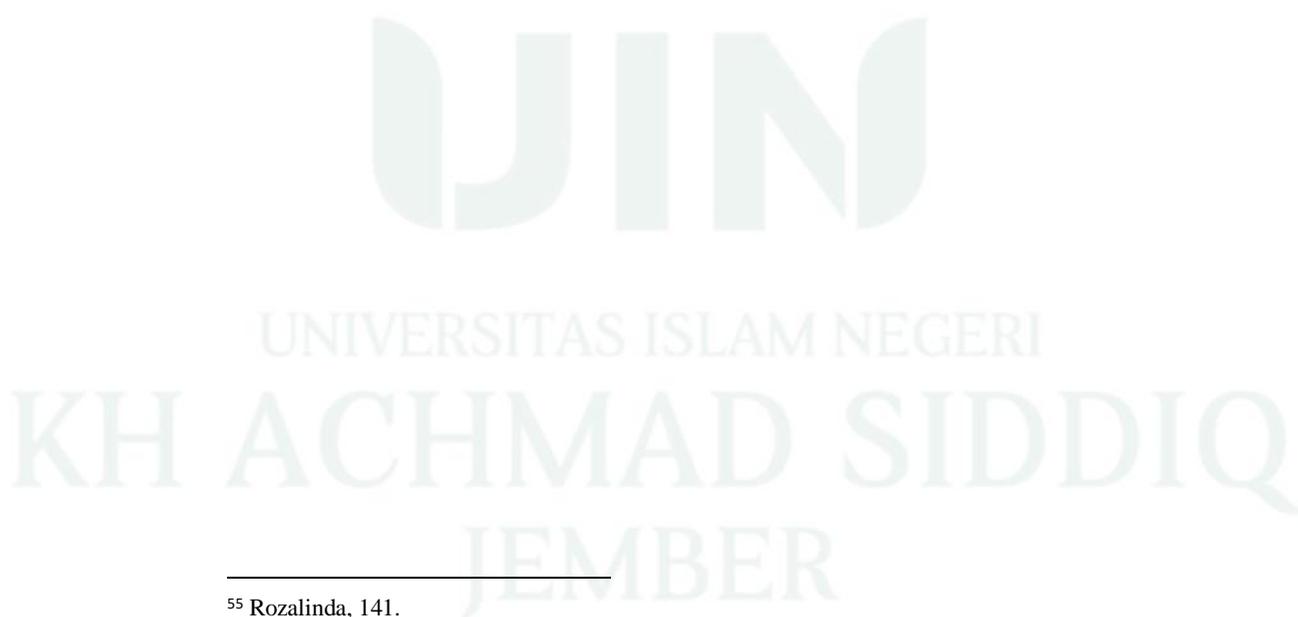
5. Keadilan.

Prinsip keadilan ini dengan tegas telah ditetapkan dan dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam perdagangan dan berbagai jenis transaksi lainnya. Rasulullah SAW melegitimasi semua bentuk perdagangan yang berdemensi keadilan dan persamaan bagi semua pihak dan melarang semua bentuk

⁵³ Rozalinda, 136.

⁵⁴ Rozalinda, 137.

perdagangan yang tidak adil yang memicu pertengkaran dan keributan. Seperti jual beli yang mengandung tipuan (bai' al-gharar), menimbun bahan makanan, serta memonopoli harga barang yang menjadi kebutuhan pokok masyarakat.⁵⁵



⁵⁵ Rozalinda, 141.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan pada kondisi alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci dengan analisis data yang bersifat induktif atau kualitatif.⁵⁶

Untuk jenis penelitian yang digunakan ialah jenis penelitian netrografi. Jenis penelitian netrografi ialah gabungan dari etnografi dan internet. Dimana etnografi ini merupakan sebuah metode untuk mempelajari budaya dari suatu kelompok atau komunitas tertentu. Netrografi ini ialah penerapan metode etnografi dengan memahami budaya dari kehidupan internet (media sosial).⁵⁷ Jenis penelitian ini dipilih karena sesuai dengan objek penelitian dimana GO sendiri merupakan suatu bidang usaha bisnis yang bergerak di media sosial. Hal ini akan memudahkan peneliti dalam mendapatkan dan mengumpulkan data.

⁵⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2017), 9-10.

⁵⁷ Eriyanto, Metode Netnografi (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2021), 2.

B. Lokasi Penelitian.

Karena jenis penelitian kualitatif yang digunakan berupa metode netnografi, maka penelitian dilakukan pada media sosial milik GO Seoulinbox dengan melakukan pengamatan pada setiap media sosial GO Seoulinbox, berupa WhatsApp, Instagram, Tiktok, dan Twitter.

C. Subyek Penelitian.

Dalam menentukan subyek penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu tertentu bisa berupa seseorang yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan peneliti. Teknik ini dipilih oleh peneliti dikarenakan keakuratan data yang yang diperoleh dari informan dapat dipercaya. Hal ini dikarenakan peneliti sudah menyesuaikan kriteria informan yang tahu mengenai 9 indikator BMC serta 4 indikator awal dari analisis SWOT pada GO Seoulinbox. Peneliti memilih subyek penelitian yakni kedua admin GO Seoulinbox serta beberapa pelanggan GO Seoulinbox untuk menguatkan pendapat dari kedua admin. Untuk pemilihan pelanggan GO Seoulinbox sebagai narasumber dilakukan dengan

cara memilih pelanggan yang sering melakukan interaksi di *Group order* Seoulinbox.

D. Teknik Pengumpulan Data.

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang berupa perilaku dari sumber data yang berupa peristiwa, aktivitas, perilaku, tempat atau lokasi dan benda serta rekamangambar melalui pengamatan langsung. Dalam observasi netnografi, peneliti melakukan observasinya melalui layar computer. Peneliti mengamati percakapan, perilaku, diskusi, dan interaksi subtek penelitian yang hadir melalui ruang jejaring sosial maya, *chatroom*, *wiki*, atau forum internet yang diamati. Untuk jenis observasi yang dipilih yakni observasi non-partisipan, dimana peneliti hanya mengamati segala hal yang terjadi di dalam komunitas yang menjadi subyek penelitian.⁵⁸

Pada penelitian ini, peneliti mejadi bagian dari anggota *Group order* GO Seoulinbox, namun peneliti tidak terlibat dalam percakapan yang terjadi di chatroom GO Seoulinbox

⁵⁸ Bayu Indra Pratama, *Etnografi Dunia Maya Internet* (Malang: UB Press, 2017), 166-167.

yang dapat mengembangkan dan mengarahkan luasnya interaksi percakapan yang terjadi. Peneliti juga melakukan pengamatan melalui saluran media GO Seoulinbox yang lain seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dan juga Shoppe terhadap fenomena yang masih berkaitan dengan penelitian. Cara ini juga digunakan untuk mengetahui *feedback* dari para pelanggan dan juga beberapa dokumentasi promosi pada postingan media sosial GO Seoulinbox.

Sesuai dengan salah satu elemen dari metode netnografi yakni jejak digital, dimana jejak digital sendiri memiliki berbagai macam bentuk seperti postingan di media sosial, komentar di forum belanja, apa yang dicari di mesin pencarian, komentar di forum online, dan lain sebagainya.⁵⁹

2. Wawancara.

Wawancara merupakan salah satu teknik mendapatkan data dengan cara mengadakan percakapan secara langsung antara pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan pihak yang diwawancarai (*interviewee*).⁶⁰

Dalam jenis penelitian netnografi, wawancara dilakukan

⁵⁹ Eriyanto, Metode Netnografi (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2021), 7.

⁶⁰ Djamal, Pradigma Penelitian Kualitatif (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 75.

secara *online* yang memanfaatkan fasilitas *e-mail*, *instant messaging*, *Voic on Internet Protocol (VoIP)*, dan *video call*.⁶¹

Untuk jenis wawancara yang dipilih yakni wawancaram semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur adalah metode penelitian kualitatif yang menggunakan pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya, tetapi juga memberikan fleksibilitas untuk mengeksplorasi topik secara lebih mendalam.⁶² Jenis wawancara ini dipilih karena memudahkan peneliti dalam menyesuaikan arah jawaban informan. Peneliti sudah menentukan beberapa pertanyaan yang tertulis, dan memiliki fleksibilitas topik sesuai dengan arah pembicaraan informan.

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan melalui *instant messaging* dengan menggunakan *Whatsapps*, dengan mewawancarai kedua admin dan karena data yang ingin diperoleh peneliti yakni berupa indikator komponen pada BMC yang dirancang oleh GO Seoulinbox dan juga faktor internal dan eksternal sebagai data analisis SWOT. Peneliti

⁶¹ Bayu Indra Pratama, *Etnografi Dunia Maya Internet* (Malang: UB Press, 2017), 175.

⁶² Djamal, 79.

juga mewawancarai beberapa pelanggan GO Seoulinbox sebagai penguat data yang disampaikan oleh narasumber pertama (kedua admin GO Seoulinbox).

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁶³ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi berupa berbentuk gambar. Gambar dari beberapa hasil ulasan *customer* GO Seoulinbox, bukti transaksi, dan lain sebagainya yang berguna untuk penguat dari hasil data wawancara dan observasi.

E. Analisis Data.

Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum turun lapangan, selama di lapangan, dan setelah di lapangan. Dengan hal itu Nasution (1988) menyatakan bahwa analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Namun,

⁶³ Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2017), 124.

pada penelitian kualitatif lebih difokuskan pada analisis data selama proses di lapangan berlangsung. Berikut tahapan analisis data yang dilakukan oleh peneliti :

a) Tahap analisis sebelum di lapangan.

Pada tahapan ini peneliti melakukan analisis pada data sekunder atau data hasil penelitian terdahulu dan juga fenomena – fenomena yang sering menjadi bahan pembicaraan saat ini untuk menentukan fokus penelitian. Namun, fokus penelitian tersebut masih bersifat sementara dan dapat berubah ataupun dikembangkan. Pada penelitian ini peneliti melakukan analisis pada tahap ini melalui fenomena yang sering trending topik di media sosial yakni usaha *Group order merchandise* Kpop.

b) Tahap analisis data di lapangan Model Miles and Huberman.

Menurut Miles and Huberman (1984), aktivitas dalam analisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas analisis yang dilakukan yakni reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Data yang

diperoleh oleh peneliti selama melakukan observasi dan wawancara begitu banyak, sehingga dibutuhkan pemilahan data yang memfokuskan pada hal-hal yang penting untuk penelitian (reduksi data). Kemudian, data akan disajikan dalam bentuk uraian dan mengenai model rancangan bisnis beserta strateginya (penyajian data). Dan yang terakhir ialah membuat kesimpulan yang dikuatkan dengan bukti-bukti yang berada di lapangan dan juga dari hasil penelitian terdahulu (verifikasi data).

F. Keabsahan Data.

Ada beberapa cara untuk pengujian keabsahan data, dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara pengujian kredibilitas dengan teknik Triangulasi. Teknik Triangulasi dilakukan dengan cara pengecekan dari berbagai sumber, dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Maka dengan itu terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara dan observasi dalam waktu atau

situasi yang berbeda.⁶⁴ Dan triangulasi yang digunakan yakni triangulasi teknik dan triangulasi sumber dengan narasumber 2 orang admin dan 2 orang customer GO Seoulinbox.

G. Tahap-tahap Penelitian.

Pada penelitian ini tahapan-tahapan penelitian dimulai dari tahap pendahuluan, tahap penentuan rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, tahap pengumpulan data, tahap analisis, tahap pembahasan, tahap penarikan kesimpulan, dan tahap pembuatan laporan.

a. Tahap Pendahuluan

Penelitian ini diawali dengan pencarian beberapa pustaka yang berkaitan dengan penelitian berupa penelitian terdahulu yang telah menemukan hasil untuk dijadikan dasar teori. Pada tahap ini juga dilakukan wawancara dan identifikasi masalah. Topik yang dibahas dalam wawancara ialah rancangan model bisnis yang dibuat dan strategi untuk mengembangkannya dan meminimalisir ancaman dan kelemahan bisnis.

⁶⁴ Sugiyono, 98.

b. Tahap Penentuan Masalah dan Tujuan.

Selanjutnya dilakukan tahap untuk menentukan rumusan masalah yang ditemukan pada hasil wawancara dan tujuan yang akan dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang ditentukan.

c. Tahap pengumpulan data.

Pada tahap ini peneliti akan mengumpulkan data melalui tiga metode, yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi.

d. Tahap Analisis dan Pembahasan.

Tahap analisis dilakukan untuk mengevaluasi beberapa ancaman dan kelemahan bisnis pada sebuah *Group order*. Lalu kemudian pada tahap pembahasan akan membahas mengenai bagaimana seorang admin GO tersebut meminimalisir ancaman dan kelemahan bisnis tersebut dan dapat mengembangkan model rancangan bisnis yang telah dibuat dan mengkaitkannya dengan sudut pandang ekonomi Islam.

e. Penarikan Kesimpulan.

Kegiatan utama dalam tahap ini, ditarik kesimpulan dari semua hasil analisis dan pembahasan

mengenai model bisnis yang dirancang oleh GO Seoulinbox dan strategi yang digunakan dalam mengembangkan usaha bisnis GO. Serta hasil dari pengkajian mengenai rancangan dan steategi bisnis usaha *Group order* dalam perpsektif ekonomi Islam.

f. Tahap Penulisan Laporan.

Setelah beberapa tahap sebelumnya dilakukan, tahap terakhir dilakukan yakni penulisan laporan. Hal ini dilakukan untuk melihat semua hasil penelitian dengan dideskripsikan berbentuk narasi, tabel, dan gambar.

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian.

1. Sejarah *Group order* Seoulinbox

GO Seoulinbox sudah ada sejak 2018, namun penjualan pada saat itu hanya berfokus pada merchandise unofficial saja seperti halnya fankit, banner slogan, dan lain-lain. *Group order* ini dirintis oleh Aby yang mengajak teman SMA nya sebagai partner yakni Elma. GO Seoulinbox bisa dibilang sebuah *Group order* yang cukup terkenal dikalangan penggemar Kpop, terlihat dari adanya pesanan (buyer) yang berasal dari luar negeri seperti Malaysia, Thailand dan China. Dan seiring berjalannya waktu, Aby selaku admin GO tersebut memiliki pemikiran untuk membesarkan usaha *Group order*nya dengan membuka pesanan merchandise official. Dan pada tahun 2020 GO Seoulinbox sudah menjual merchandise official meskipun pada saat itu masih bersifat sharing.⁶⁵

Peluang yang dipertimbangkan oleh Aby dalam membuka usaha *Group order* Seoulinbox ini yakni berawal dari hobinya

⁶⁵ Abyan, diwawancarai oleh penulis, 16 Oktober 2024.

yang menyukai para idol Kpop dan suka mengoleksi merchandise mereka. Peluang itu dijadikan motivasi untuknya membuka sebuah usaha *Group order* dengan bantuan beberapa relasi yang memiliki hobi yang sama untuk mengembangkan usaha bisnisnya. Dan peluang tersebut juga terus berkembang, melihat perkembangan industri musik Kpop yang masuk ke Indonesia terus meningkat yang mengakibatkan jumlah penggemar Kpop pun bertambah banyak. Hal itu dijadikan peluang besar oleh Aby untuk memperbesar target pasarnya dan mengembangkan usaha bisnis *Group order* Seoulinbox tersebut.⁶⁶



Gambar 1. Tampilan *Group order* Seoulinbox

⁶⁶ Abyan, diwawancarai oleh penulis, 16 Oktober 2024.

2. Jobdesk Admin *Group order* Seoulinbox.

Group order Seoulinbox hanya memiliki 2 admin GO saja yang mengelola GO tersebut. Admin tersebut terdiri dari admin Abyan dan admin Elma. Semua kegiatan pengelolaan GO Seoulinbox dilakukan bersama dengan pembagian jobdesk yang telah dilakukan. Berikut pembagian jobdesk GO Seoulinbox:

Tabel 2. Pembagian Jobdesk Admin GO Seoulinbox

Nama	Jobdesk
Admin Abyan	a. Keuangan, membuat laporan keuangan dengan mencatat pendapatan yang diperoleh dan pengeluaran yang dikeluarkan. b. <i>Customer Service</i> , memberikan respon kepada para customer baik menjawab pertanyaan customer serta menanggapi request <i>Pre Order</i> merchandise para customer.
Admin Elma	a. Transaksi, mengurus transaksi <i>Pre Order</i> dan pelunasan para customer. Serta mengurus transaksi pembelian merchandise di webseller Korea. b. Shipping, mengurus pengiriman barang

	pesanan customer baik pengiriman Korea-Indonesia serta pengiriman barang pesanan ke rumah customer.
–	Packing pesanan para customer dilakukan bersama oleh 2 admin <i>Group order</i> .

Sumber data: Wawancara oleh peneliti, 12 November 2024.

Tabel diatas menunjukkan pembagian *Jobdesk* 2 admin GO Seoulinbox. Dimana admin Abyan memiliki tugas untuk mengelola bagian keuangan serta *Customer Service*, dan admin Elma bertugas untuk mengelola bagian transaksi dan *shipping* (pengiriman). Sedangkan untuk *packing* pesanan para customer dilakukan secara bersama.

c. Perkembangan Usaha *Group order* Seoulinbox.

Layaknya seperti usaha bisnis pada umumnya, usaha GO Seoulinbox juga mengalami perkembangan baik dalam jumlah anggota grup yang bertambah banyak serta orderan merchandise yang meningkat. Menurut data dari hasil wawancara dengan admin GO Seoulinbox anggota *Group order* Seoulinbox diawal merintis pada tahun 2018 berjumlah 172 anggota dan usaha *Group order* masih menggunakan aplikasi LINE bukan Whatapps seperti sekarang. Dan semakin meningkat pada akhir tahun 2019 mencapai

368 anggota. Kemudian dalam rentang tahun 2020-2021 anggota buyer GO Seoulinbox meningkat sebanyak 549 anggota. Untuk tahun 2022 anggota buyer GO Seoulinbox menyentuh angka 600 dan terus meningkat pada pertengahan tahun 2023 menjadi 713 anggota. Akhir tahun 2023 anggota buyer GO Seoulinbox sudah sebanyak 896 anggota. Bahkan di awal tahun 2024 anggota buyer GO Seoulinbox menyentuh angka 1024 yang mengharuskan admin GO Seoulinbox mengadakan pembersihan beberapa nomor yang sudah tidak memiliki pesanan di GO Seoulinbox untuk dikeluarkan dari *Group order* di Whatapps. Pembersihan ini dilakukan karena banyaknya anggota baru yang ingin bergabung dengan *Group order* Seoulinbox untuk melakukan pemesanan merchandise Kpop.⁶⁷

Di awal usahanya GO Seoulinbox mendapatkan omset kisaran 2-5 juta dan seiring berkembangnya usaha GO Seoulinbox ini, omset yang dihasilkan bisa mencapai kurang lebih 10 juta dengan orderan terbanyaknya pada rentang tahun 2022-2023 yang mencapai 20 jenis pre order merchandise dengan masing-masingnya berjumlah lebih dari 1.000 orderan. Saat ini GO Seoulinbox sudah membuka pre

⁶⁷ Elma, diwawancarai oleh penulis, 12 November 2024.

order merchandise sebanyak 321 orderan yang dihitung sejak tahun awal GO menjual merchandise official.⁶⁸

B. Penyajian dan Analisis Data.

a. Model Rancangan Bisnis Usaha GO Seoulinbox Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas.

Dalam menentukan model rancangan bisnis dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas, tentunya diperlukan identifikasi 9 indikator yang terdapat pada Business Model Canvas yang diantaranya yakni, *Key Partnerships* (Kemitraan Utama), *Key Activities* (Aktivitas Utama), *Value Propositions* (Proposisi Nilai), *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan), *Customer Segment* (Segmen Pelanggan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Channel* (Saluran), *Cost Structure* (Struktur Biaya), *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan). Untuk mengidentifikasi 9 indikator tersebut, peneliti telah melakukan wawancara dengan admin GO Seoulinbox .

⁶⁸ Elma, diwawancarai oleh penulis, 12 November 2024.

1. *Customer Segment* (Segmen Pelanggan).

GO Seoulinbox ini merupakan suatu usaha yang memiliki pasar konsumen yang jelas yakni para penggemar Kpop. Melihat usaha ini memberikan jasa dalam transaksi jual beli merchandise Kpop. Namun dari hasil wawancara yang dilakukan dengan admin GO Seoulinbox, usaha *Group order* ini memiliki beberapa target konsumen yang diinginkan.

“Target awalku itu lebih ke teume, stay, carat, army kak. Terus sekarang yang paling ramai itu teume, jadi aku sekarang lebih fokus ke teume dan fandom lain kurang sering sharing jajanan merchandise”⁶⁹

Dari pernyataan tersebut bisa dilihat bahwa admin GO Seoulinbox memiliki target customer atau mengelompokkan customernya menjadi 4 yakni teume (penggemar grup Kpop “Treasure”), stay (penggemar grup Kpop “Straykidz”), carat (penggemar grup Kpop Seventeen), dan army (penggemar grup Kpop BTS). Namun, dikarenakan peluang lebih didapatkan pada customer teume (penggemar grup Kpop “Treasure”) membuat admin GO Seoulinbox lebih menfokuskan untuk

⁶⁹ Abyan, diwawancarai oleh penulis, 16 Oktober 2024.

lebih sering membuka Open Order untuk merchandise grup Kpop Treasure karena lebih sering dicari oleh customer. Meskipun demikian, admin GO Seoulinbox masih tetap membuka Open Order merchandise idol Kpop yang lain.

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti juga menunjukkan terdapat beberapa penggemar idol Kpop yang berbeda dalam *Group order* tersebut. Dan orderan dari masing-masing penggemar dibedakan dan di data menggunakan *google spreadsheet* menyesuaikan dengan jenis pesanan. Dan dari hasil observasi juga didapatkan bahwasanya GO Seoulinbox telah menambah *Customer Segment* yakni Nctzen (penggemar grup Kpop “NCT”) dan Montiez (penggemar grup Kpop “Babymonster”).⁷⁰

2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai).

Setiap usaha pasti memiliki ciri khasnya sendiri yang menjadi nilai positif bagi para customernya, begitu pula GO Seoulinbox. Dalam wawancaranya admin GO Seoulinbox mengungkapkan,

⁷⁰ Observasi, tanggal 14 Desember 2024.

“Untuk keunggulan atau cirikhas dari GO Seoulinbox sendiri itu *fast shipping, fast packing, fast response*, customer harus selalu dinomor satukan”⁷¹

Berdasarkan pernyataan dari admin GO Seoulinbox tersebut, nilai utama yang ditawarkan adalah pengiriman barang yang cepat, pengemasan barang customer yang cepat, pelayanan kepada konsumen yang sigap, serta selalu memberikan respon baik terhadap customer selama melakukan pemesanan merchandise di GO Seoulinbox.

Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan salah satu customer GO Seoulinbox bernama Made Dwi berusia 23 tahun,

“kakak adminnya ramah-ramah sama pengirimannya cepet banget, *sat set* udah sampai merch pesenan aku”⁷²

Dari pernyataan tersebut menguatkan pendapat dari admin GO Seoulinbox bahwa, *Group order*-nya tersebut memiliki nilai positi berupa pengiriman barang pesanan yang cepat serta perilaku admin GO Seoulinbox yang ramah.

⁷¹ Abyan, diwawancarai oleh penulis, 16 Oktober 2024.

⁷² Made Dwi, diwawancarai oleh penulis, 12 November 2024.

Hal ini juga diperkuat dengan hasil observasi peneliti yang menunjukkan bahwa GO Seoulinbox memberikan respon yang cepat dan baik pada setiap customernya. Tidak jarang juga admin GO Seoulinbox menawarkan kepada customernya untuk menghubungi secara pribadi apabila customer tersebut sedikit merasa malu untuk berinteraksi di dalam grup chat.⁷³

3. *Channel (Saluran).*

Untuk menjangkau para calon pelanggan maupun yang sudah mejadi pelanggan tetap, pasti dibutuhkan saluran media sebagai perantaranya. Hal ini dilakukan untuk berjalan dan berkembangnya suatu usaha tersebut. Dalam wawancaranya admin GO Seoulinbox menjelaskan terdapat beberapa saluran yang digunakan GO Seoulinbox dalam menjalankan dan mengembangkan usaha *Group order*-nya.

“Tentu saluran yang paling penting itu WhatsApp karena semua informasi PO, pelunasan, atau jajanan merch lain aku share disitu. Terus Instagram sama Twitter, Instagram ini sering dibuat buyer aku netag GO Seoulinbox kalau barang mereka udah sampai. Kalau Twitter aku sering ngereplay twett akun fanbase idol tertentu atau akun base yang khusus buat para Kpopers jajan merch

⁷³ Observasi, tanggal 14 Desember 2024.

dan dari sana juga aku sering dapat *buyer* baru. Sama ada tiktok juga buat bikin video unboxing merch yang udah *ready* ina, karena jangkauan tiktok itu luas banget jadi aku juga sering dapet *buyer* baru dari tiktok”⁷⁴

GO Seoulinbox menjangkau konsumen baru dengan sering mereplay akun fanbase atau base di Twitter dan juga menggunakan media sosial tiktok untuk memposting video beberapa merchandise pesanan customer yang sudah *ready*. GO Seoulinbox juga menggunakan saluran media Instagram dan sering digunakan oleh customer GO untuk mengtag akun GO Seoulinbox ketika barang pesanan customer tersebut telah sampai. Dan juga yang paling penting yakni saluran media WhatsApp karena di saluran tersebut GO Seoulinbox berjalan dan semua informasi mengenai PO dan pelunasan merchandise disampaikan oleh admin *Group order*.

Namun dari hasil observasi peneliti pada saluran media GO Seoulinbox juga menggunakan Shopee dalam menjalankan usahanya. Dimana setiap customer yang akan melakukan pelunasan akan diarahkan CO (*Check Out*)

⁷⁴ Abyan, diwawancarai oleh penulis, 16 Oktober 2024.

barang pesanan mereka di Shopee. Terkadang pula para customer melakukan CO (*Check Out*) barang pesanan mereka di Shopee ketika terdapat event tanggal cantik atau semacamnya untuk mendapatkan diskon dari Shopee.⁷⁵

4. *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan).

Setelah mendapatkan pelanggan yang diinginkan, tentunya suatu usaha bisnis perlu menjalin atau membuat suatu hubungan dengan pelanggannya untuk kelangsungan usaha bisnis tersebut. Dari hasil wawancara admin GO Seoulinbox menyatakan,

“Buat pertahanin hubungan sama *buyer* itu aku sebisa mungkin ngasih respon yang baik buat *buyer* aku, selalu ngerespon setiap mereka tanya dan juga selalu ngasih perhatian by chat kalau memang ada hal yang sekiranya itu ngasih efek gak nyaman sama *buyer* aku”⁷⁶

Penjelasan lain,

“Maaf, Tolong, Terima kasih juga harus dilakuin baik ke *buyer* maupun ke sesama admin”⁷⁷

Dari pernyataan tersebut terlihat bahwa GO Seoulinbox mempertahankan hubungan dengan konsumen

⁷⁵ Observasi, tanggal 14 Desember 2024.

⁷⁶ Aryan, diwawancarai oleh penulis, 16 Oktober 2024.

⁷⁷ Elma, diwawancarai oleh penulis, 30 Oktober 2024.

melalui sikap responsive terhadap konsumen yang sigap dan ramah. Dalam wawancaranya admin GO Seoulinbox mengatakan bahwa kata maaf, tolong, dan terimakasih juga harus dilakukan kepada konsumen ataupun pada sesama admin. Hal ini dapat membangun rasa nyaman dan percaya pada GO Seoulinbox selama melakukan pemesanan.

Hal ini juga langsung dirasakan oleh peneliti yang juga merupakan anggota *Group order* Seoulinbox akan sikap ramah dan responsive kedua admin dalam melayani customernya. Karena Mempertahankan pelanggan lama lebih sulit daripada mendapatkan konsumen baru. Dari hal tersebut juga dapat memberikan peluang untuk menarik customer baru melalui customer lama.⁷⁸

5. *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan).

Pendapatan atau keuntungan menjadi suatu poin yang penting dalam suatu usaha bisnis. Maka dengan hal itu suatu usaha bisnis harus bisa menentukan aliran pendapatannyasecara jelas. Dalam wawancaranya admin GO Seoulinbox memaparkan,

⁷⁸ Observasi, 14 Desember 2024.

“Kalau pendapatan pasti semua GO sama ya, pendapatannya dari fee admin kak”⁷⁹

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa GO Seoulinbox mendapatkan pendapatan utama dari fee admin yang ditetapkan pada setiap pemesanan yang dilakukan oleh konsumen. Namun peneliti menemukan dalam observasinya sebagai anggota *Group order* Seoulinbox bahwa keuntungan juga didapatkan dari penjualan POB (Pre Order Benefit) yang didapatkan dari bonus setiap pembelian dengan jumlah banyak di web seller Korea. Salah satunya yakni ketika pemesanan album REBOOT Treasure yang banyak sehingga POB yang didapatkan juga lebih. Sehingga GO Seoulinbox menjualnya kembali dengan sistem war melalui live Shopee.

6. *Key Activities* (Aktivitas Utama).

Dalam menjalankan dan mengembang usaha bisnis tentunya perlu melakukan kegiatan atau aktivitas utama yang menjadi kunci berjalan dan berkembangnya usaha

⁷⁹ Abyan, diwawancarai oleh penulis, 16 Oktober 2024.

bisnis tersebut. Admin GO Seoulinbox menjelaskan dalam wawancaranya,

“Aktivitas ngejalanin GO ini pasti yang utama itu ngikutin update an agensi buat penjualan merch gitu, kayak misal treasure lagi comeback atau ngadain tour gitu pasti YG update jualan merch-merch gitu, dan pasti aku tanyain dulu kak buyer aku minat gak kalau aku buka PO merch ini, kalau banyak yang minat aku bakal buka PO merch nya”⁸⁰

Penjelasan lainnya,

“Sama ngasih update status barang ke buyer itu penting kak buat dilakuin”⁸¹

Dari hasil wawancara tersebut bisa dilihat aktivitas utama GO Seoulinbox mencakup selalu memantau update penjualan merchandise idol Kpop yang menjadi sasaran GO Seoulinbox untuk menambah atau membuka Pre Order baru. Kegiatan utama lainnya yakni mengawasi update status barang pesanan para customer dan merekapnya. Dan hasil observasi pada *Group order* Seoulinbox di WhatsApp menunjukkan update-an status barang pesanan customer direkap kedalam *Google Spreadsheets* yang linknya di share kepada para customer GO Seoulinbox. Link tersebut dicantumkan pada bio *Group order* Seoulinbox. Dari hasil

⁸⁰ Abyan, diwawancarai oleh penulis, 16 Oktober 2024.

⁸¹ Elma, diwawancarai oleh penulis, 30 Oktober 2024.

observasi pada *Group order* Seoulinbox di WhatsApp juga didapatkan bahwasanya kegiatan kunci lainnya yang dilakukan oleh GO Seoulinbox yakni berinteraksi dengan para anggota *Group order* Seoulinbox dengan menawarkan beberapa jajanan merchandise yang nantinya dilakukan sistem war (sistem siapa cepat dia dapat).⁸²

7. *Key Resources* (Sumber Daya Utama).

Dari data hasil wawancara ada beberapa sumber daya yang diperlukan oleh sebuah usaha *Group order* bukan hanya GO Seoulinbox.

“Buat ngejalanin usaha GO ini pasti yang paling penting itu ya butuh admin ya buat ngelolanya, kayak yang ngerekap pesenan, ngatur keuangannya, sama packing juga. Sama yang penting itu dari segi keuangannya, kakak tau kan kalau GO ini sistemnya itu Pre Order otomatis aku perlu nyediain uang yang cukup buat nombokin kurangnya dari uang PO buyer aku”⁸³

Dari hasil wawancara tersebut bisa dilihat bahwa sumber daya utama GO Seoulinbox mencakup sumber daya manusia sebagai admin *Group order* yang bertugas untuk

⁸² Observasi, tanggal 14 Desember 2024.

⁸³ Elma, diwawancarai oleh penulis, 30 Oktober 2024.

mengelola jalan dan berkembangnya usaha GO Seoulinbox dan juga sumber daya dari sisi keuangan.

8. *Key Partnerships* (Kemitraan Utama).

Kemitraan dengan pihak eksternal sangat penting untuk kelangsungan usaha. Dalam wawancaranya admin GO Seoulinbox menjelaskan,

“Kalau kemitraan GO aku ini bekerja sama warehouse Korea kak, tapi aku gak bisa sebut nama ya, jadi buat barang pesanan itu langsung dikirim ke rumah aku gak perlu ke whina dulu”⁸⁴

Dari hasil wawancara tersebut GO Seoulinbox bekerja sama dengan wirehouse Korea, hal ini menguntungkan GO Seoulinbox dalam pengiriman barang pesanan yang lebih cepat karena langsung dikirim ke rumah admin tanpa perlu transit di wirehouse Indonesia.

9. *Cost Structure* (Struktur Biaya).

Dalam mengoperasikan model bisnis pasti diperlukannya biaya. Dan dari hasil wawancara dengan admin GO Seoulinbox menjelaskan,

“Buat biaya yang dikeluarin yang pasti itu kayak yang jelasin tadi biaya buat nombokin kurangnya

⁸⁴ Elma, diwawancarai oleh penulis, 30 Oktober 2024.

uang PO buyer aku, juga biaya yang aku keluarkan buat bahan *packing* sama *freebies*. Aku ngasih *freebies* ke para buyer aku itu bentuk terimakasih aku udah percaya jajan merch di Seoulinbox”⁸⁵

Dari hasil wawancara tersebut, GO Seoulinbox berusaha menekan biaya tetap, seperti biaya yang dikeluarkan setiap pembuakan PO (*Pre Order*), serta biaya yang mencakup pembelian bahan *packing*, *freebies* dan pelengkap lainnya. Dan hal itu sesuai dengan data yang ditemukan oleh peneliti saat observasi. Melihat rekaman status update barang pesanan, disana admin GO Seoulinbox mencatat biaya DP yang dibayar dan berapa jumlah uang yang harus dibayar saat pelunasan. GO Seoulinbox juga memberikan *freebies* kepada para customernya sebagai ucapan terimakasih.⁸⁶

b. Strategi Bisnis Pada Usaha GO Seoulinbox Dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT.

Dalam melakukan analisis SWOT, langkah awal yang perlu dilakukan yakni mengidentifikasi *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman) pada usaha GO Seoulinbox.

⁸⁵ Elma, diwawancarai oleh penulis, 30 Oktober 2024.

⁸⁶ Observasi, tanggal 14 Desember 2024.

1. *Strength* (Kekuatan)

Suatu usaha bisnis harus memiliki poin kekuatan yang nantinya menjadi solusi untuk menangani kekurangan dari usaha bisnis tersebut. Dalam wawancara dengan admin GO Seoulinbox dinyatakan bahwa,

“Untuk keunggulan atau cirikhas dari GO Seoulinbox sendiri itu fast shipping, fast packing, fast response, customer harus selalu dinomor satukan“

Dari hasil wawancara tersebut usaha GO Seoulinbox memiliki nilai istimewa berupa pengiriman serta pempackingan pesanan yang cepat serta respon admin yang ramah terhadap konsumen. Hal ini diperkuat dengan hasil observasi berupa jejak digital yang ditinggalkan oleh para customer GO Seoulinbox yang memberikan testimoni yang baik selama mereka melakukan pemesanan di GO Seoulinbox.

Tabel 3. Jejak Digital Customer GO Seoulinbox

Username	Keterangan
@haruachi	GO ter the best kalau buat PO album, merch dan truzz mana sampainya cepet banget, adminnya ramah pol.
@xamelieJ_	GO paling bagus, adminnya ramah, mana cepet sampainya lagi.
@dahliadu	GO ter thebest sih menurutku, adminnya juga baik banget.
@kyujunkyu_	Kedua kalinya jajan truzz di GO Seoulinbox yang super satset, tiba-tiba udah bisa di CO 9.9, ini diluar event pun bisa di CO dan gak ada sehari udah sampai ke aku padahal pakai reguler, cinta banget satsetnya.
@sokapplau	Adminnya ramah dan fast repon.
@jieokie	Adminnya baik-baik dan cepet juga.
@nnaifahhh	Adminnya fast respond dan sangat helpful.
@whxatpjwt_	For the first time purchase md di GO Seoulinbox mantep parah, adminnya ramah dan informatif banget dan ini datangnya lumayan cepet dan terpercaya. Kayaknya udah pasti bakal repurchase disini lagi deh.
@_harunaby	Trusted dan cepat.
@adindapratiwirl	Udah beberapa kali PO disini, dan sampainya juga cepet dibanding beberapa tempat lain.
@sukkiely	Suka banget sama servicenya, terus adminnya juga baik.

@halimatus16682	Kakaknya ramah banget bintang 100. Intinya GO seoulinbox ter the best, kayaknya bakal langganan jajan disini.
@breenziey	Aku repeated order di GO Seoulinbox, mesennya gak ribet, dan yang paling penting barangnya cepet banget sampainya.

Sumber data: Observasi pada akun Twitter milik GO Seoulinbox.

Tabel diatas menunjukkan beberapa komentar para customer GO Seoulinbox pada akun Twitter GO Seoulinbox. Mereka memberikan testimonya serta sedikit menceritakan pengalaman baik mereka selama melakukan pemesanan merchandise di GO Seoulinbox.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Bukan hanya memiliki kekuatan, suatu usaha bisnis juga pasti memiliki sisi kelemahannya sendiri. Admin GO Seoulinbox menyatakan dalam wawancaranya,

“Adminnya itu cuma 2 sedangkan seringnya kalau open po itu barangnya bisa >100 atau bahkan pernah hampir 2000 item buat 1 batch po, jadinya kalau co itu numpuk semua dan gak bisa diselesain dalam satu hari, yang case nya ribuan item itu, pernah dikirim sampe 4 hari soalnya bergilir packing dan kirimnya”⁸⁷

⁸⁷ Abyan, diwawancarai oleh penulis, 16 Oktober 2024.

Dari hasil wawancara tersebut sangat terlihat bahwa GO Seoulinbox sangat membutuhkan sumber daya manusia yang lebih karena pemesanan pre order bisa sampai berjumlah ribuan item. Dengan kinerja 2 orang admin dalam menangani pesanan dengan jumlah ribuan akan membuat kinerja usaha GO Seoulinbox sedikit terhambat.

Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Jihan salah satu customer GO Seoulinbox yang menyatakan,

“Mungkin untuk kekurangannya itu telat pengiriman kerumah beberapa anak GO, temen aku contohnya. GO ini emang cepet di Shipping Korea-Indonesia tapi ada beberapa keterlambatan di pengiriman ke rumah anak-anak GO. Tapi lepas dari itu GO Seoulinbox masih jadi yang paling best dari GO yang pernah aku ikutin sebelumnya.”⁸⁸

Pernyataan tersebut menguatkan argument admin GO Seoulinbox bahwa mereka memang kekurangan dalam segi sumber daya manusia sebagai admin yang mengelola GO tersebut. Dari data yang ditemukan oleh peneliti saat observasi juga terdapat beberapa keluhan customer mengenai keterlambatan pengiriman barang

⁸⁸ Jihan, diwawancarai oleh penulis, 12 November 2024.

pesanan mereka. Dan hal ini terjadi saat terdapat banyak merchandise yang di buka pemesanan *Pre Order*.⁸⁹

3. *Opportunity* (Peluang)

Setiap usaha bisnis tentunya memiliki peluangnya sendiri yang disesuaikan dengan pasar yang telah ditetapkan. Dalam wawancaranya admin GO Seoulinbox menyatakan,

“Sebelum ngejalanin GO ini aku dari sebelumnya juga udah ada background bisnis dengan partner yang sama. tahun 2018-an itu pas jaman wannaone dan lagi hype-hypenya konser Kpop di indo kan. Dulu aku manfaatin peluang buat bikin custom kit fanmade sama slogan custom dan alhamdulillah laris banget itu dulu sampai pernah dibeli sama buyer luar negeri. Itu aku sama partner aku juga yang nyetak, motong, ngedit, bikin design, segala macam deh. Nah terus karena sampe sekarang pun hobi aku masih sama, dan mutual maupun relasi aku rata-rata orang-orang kpopers semua, jadi aku mikir lagi buat ngededein bisnisnya buat jual official merch juga.”⁹⁰

Pernyataan lain juga disampaikan,

“Kalau peluang lainnya, bisa kita sama-sama liat juga yaa industri kpop ini kan di indonesia melejit banget dari tahun ke tahun. apalagi pas pandemi itu orang-orang gila-gilanya sama koleksi merch kpop kan. Bahkan sampai sekarangpun orang-orang masih suka juga kan collect merch”⁹¹

⁸⁹ Observasi, tanggal 14 Desember 2024

⁹⁰ Elma, diwawancarai oleh penulis, 30 Oktober 2024.

⁹¹ Abyan, diwawancarai oleh penulis, 16 Oktober 2024.

Dari wawancara tersebut, admin GO Seoulinbox sedikit menceritakan bahwa perkembangan usaha GO Seoulinbox yang awalnya hanya menjual merchandise unofficial seperti fankit, bisa berkembang menjadi sebuah usaha *Group order* yang menjual merchandise official berkat peluang dari hobi dan relasi yang dimiliki. Peluang lain juga tersapat di perkembangan industri Kpop yang terus meningkat dan juga kegemaran penggemar Kpop yang masih suka mengoleksi merchandise Kpop.

Dari hasil data observasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan perkembangan banyaknya penggemar Kpop semakin tinggi. Melihat banyaknya event Korea ataupun lokal yang diselenggarakan di Indonesia, begitu pula banyak produk lokal yang melakukan kolaborasi dengan beberapa idol Kpop seperti halnya Indomie yang berkolaborasi dengan idol Kpop Newjeans, Nabati yang berkolaborasi dengan idol Kpop Enhypen dan Aespa, dan juga Chitato yang berkolaborasi

dengan idol Kpop Seventeen. Hal ini menunjukkan besarnya peluang bagi usaha bisnis *Group order* ini.⁹²

4. *Threat* (Ancaman)

Dari data hasil wawancara admin GO Seoulinbox menyatakan,

“GO aku ini mostly sistemnya PO dan bayar dp kan. dp di aku itu seringnya 50% dari harga bersih ina. dan seringnya ada aja buyer yang gak mau lunasin atau bahkan gak bisa dihubungin buat pelunasan. jadinya aku harus nombokin 50% nya lagi. Terus juga ancaman lainnya, tax becuk yg kadang-kadang gak pasti. jadi emang harus serba teliti pas sebelum ngirim dari wirehouse Korenya.”⁹³

Pernyataan lain juga disampaikan,

“Ada juga buyer yang kurang ngertiin kondisi barang perihal damage di pengiriman kr-ina”⁹⁴

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa penghambat dari perkembangan GO Seoulinbox ini ialah adanya costumer yang tidak bertanggung jawab dalam melunasi penulasan pesanannya, tax bea cukai yang tidak menentu, serta adanya customer yang tidak bisa mengerti apabila ada sedikit cacat pada barang yang di pesan dikarenakan pengiriman yang jauh.

⁹² Observasi, tanggal 15 Desember 2024.

⁹³ Abyan, diwawancarai oleh penulis, 16 Oktober 2024.

⁹⁴ Elma, diwawancarai oleh penulis, 30 Oktober 2024.

Hal ini diperkuat dengan data hasil temuan peneliti pada saat observasi, dimana beberapa kali terjadi perubahan harga atau biaya pada saat pelunasan barang pesanan tiba. Hal ini dikarenakan adanya kenaikan bea cukai yang berdampak pada harga barang pesanan customer. Dan juga beberapa terjadi admin GO Seoulinbox memperingati para customernya untuk melakukan pelunasan sesuai jangka waktu yang sudah ditentukan. Bahkan sering kali admin GO Seoulinbox memberikan kesempatan pada para customernya untuk melakukan pelunasan pada saat event tanggal cantic karena terdapat banyak diskon pada saat itu.⁹⁵

Dari identifikasi faktor internal dan eksternal dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha GO Seoulinbox, dapat dihasilkan empat pilihan strategi alternative yakni Strategi SO (Strength – Opportunities) yakni startegi yang memanfaatkan kekuatan GO Seoulinbox untuk menangkap peluang eksternal, Strategi WO (Weakness – Opportunities) yakni startegi dengan meminimalkan kelemahan untuk

⁹⁵ Observasi, tanggal 14 Desember 2024.

memanfaatkan peluang, Strategi ST (Strength – Threats) yakni strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, dan Strategi WT (Weakness – Threats) yakni strategi dengan mengurangi kelemahan sekaligus menghindari ancaman eksternal.

Tabel 4. Matriks Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">SW</p> <p style="text-align: center;">OT</p>	<p>Kekuatan (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengiriman dan pengemasan pesanan yang cepat 2. Fast response terhadap customer. 3. Memberikan pelayanan yang baik kepada customer. 	<p>Kelemahan (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya SDM yang membantu sebagai admin.
<p>Peluang (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan industri Kpop di Indonesia yang terus meningkat. 2. Banyaknya penggemar yang suka mengeloksi merchandise idol Kpop. 3. Relasi yang dimiliki admin 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas target customer (memperluas sasaran fandom). 2. Melakukan kerja sama dengan admin promotor yang lebih paham mengenai arti atau idol Kpop 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka rekrutmen untuk admin baru yang diposting di media sosial GO Seoulinbox. 2. Menambah SDM (Sumber Daya Manusia) untuk dijadikan admin tambahan

antar sesama penggemar Kpop untuk mengembangkan usaha bisnis GO Seoulinbox.	bahkan yang akan menjadi sasaran konsumen.	dengan bantuanin relasi yang ada.
<p>Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan sistem transaksi adalah PO (Pre Order) dapat memberikan celah customer yang tidak bertanggung jawab. 2. Tax bea cukai yang tidak menentu yang mengakibatkan perubahan biaya pada saat pelunasan. 3. Karena perjalanan yang jauh mengakibatkan pesananan terdapat demage (kerusakan kecil) 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka penjualan merchandise dengan status barang ready stock. 2. Meningkatkan ketelitian dalam pengecekan pengiriman dari Korea ke Indonesia. 3. Meningkatkan kualitas packing pada pengiriman Korea ke Indonesia dengan bantuan pihak wirehouse Korea. 	<p>Startegi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kinerja admin yang ada. 2. Merekrut admin baru dengan kopetensi kemampuan dalam mengelola <i>Group order</i> yang baik.

Sumber: Hasil wawancara dan observasi.

Tabel diatas menunjukkan hasil analisis matriks analisis SWOT pada GO Seoulinbox. Dari matriks analisis SWOT tersebut, dapat dilihat terdapat beberapa strategi yang dapat dijadikan alternatif untuk GO seoulinbox mengembangkan usahanya.

1. Strategi S-O, diantaranya yakni:
 - a) Memperluas target customer (memperluas sasaran fandom).
 - b) Melakukan kerja sama dengan admin promotor yang lebih paham mengenai artis atau idol Kpop bahkan yang akan menjadi sasaran konsumen.
2. Strategi W-O, diantaranya yakni:
 - a) Membuka rekrutmen untuk admin baru yang diposting di media sosial GO Seoulinbox.
 - b) Menambah SDM (Sumber Daya Manusia) untuk dijadikan admin tambahan dengan bantuan relasi yang ada.
3. Strategi S-T, diantaranya yakni:
 - a) Membuka penjualan merchandise dengan status barang ready stock.
 - b) Meningkatkan ketelitian dalam pengecekan pengiriman dari Korea ke Indonesia.
 - c) Meningkatkan kualitas packing pada pengiriman Korea ke Indonesia dengan bantuan pihak wirehouse Korea.
4. Strategi W-T, diantaranya yakni:
 - a) Meningkatkan kinerja admin yang ada.
 - b) Merekrut admin baru dengan kompetensi kemampuan dalam mengelola *Group order* yang baik.

c. Rancangan Dan Strategi Bisnis Pada GO Seoulinbox Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Dalam filosofisnya ekonomi Islam memiliki beberapa prinsip yang diantaranya yakni prinsip tauhid, akhlak, keseimbangan, kebebasan individu dan keadilan. Dan pada rancangan dan strategi bisnis pada GO Seoulinbox ini akan ditinjau menurut perspektif ekonomi Islam yang nantinya mengacu pada prinsip-prinsip ekonomi Islam.

1. Prinsip Tauhid.

Prinsip tauhid ini dikembangkan dari adanya keyakinan, bahwa seluruh sumber daya yang ada di bumi adalah ciptaan dan milik Allah SWT, sedangkan manusia hanya diberi amanah untuk memiliki, mengelola, dan memanfaatkannya untuk sementara. Dalam wawancaranya admin GO Seoulinbox menyatakan,

“Aku sama admin Aby itu beda keyakinan kaa.. jadi kita gak pernah mengikut sertakan masalah agama ke bisnis kita, tapi aku yakin kalau setiap usaha yang kita lakukan itu gak luput dari campur tangan Tuhan kak”⁹⁶

⁹⁶ Elma, diwawancarai oleh penulis, 3 November 2024.

Dari pernyataan dalam wawancara tersebut menunjukkan bahwa dalam menjalankan usaha GO Seoulinbox meskipun adanya perbedaan keyakinan antara dua admin tersebut, akan tetapi admin memiliki keyakinan bahwa berjalan dan berkembangnya usaha *Group order* tersebut tidak semata-mata dalam kendalinya. Namun terdapat campur tangan Tuhan didalamnya. Hal ini menunjukkan terdapat sisi dari prinsip tauhid yang diterapkan.

2. Prinsip Akhlak

Prinsip ini diambil dari sifat para nabi dan rasul berupa sikap Shiddiq (benar), tabligh (menyampaikan kebenaran), amanah (dapat dipercaya), dan fathanah (intelektual). Admin GO Seoulinbox menjelaskan dalam wawancaranya,

“Dengan bersikap amanah, jujur, dan selalu menyampaikan suatu hal yang semestinya aku bisa dapat kepercayaan buyer aku yang jadi kunci utama kesuksesan bisnis GO aku ini kak, secara kan GO ini sistem PO apalagi PO nya jauh jadi menjaga kepercayaan buyer buat jajan di GO seoulinbox itu penting banget”⁹⁷

⁹⁷ Elma, diwawancarai oleh penulis, 3 November 2024.

Kemudian diperkuat oleh pendapat salah satu customer

GO Seoulinbox yang menyatakan bahwa,

“Menurut aku GO ini sudah menerapkan sikap amanah, jujur, dan selalu menyampaikan suatu hal yang semestinya. Dilihat dari sikap kaka adminnya yang responsive dan selalu ngasih update an startus barang kita udah sampai mana”⁹⁸

Admin GO Seoulinbox juga menyatakan bahwa,

“Karena usaha GO ini urusannya ke Korea, Jepang kadang Thailand juga, kalau gak pintar komunikasi dan berinteraksi sama orang-orang yang memang berurusan sama hal per GO an ini bisa-bisa nanti kena tipu kak. Sama pengalaman juga itu di perlukan banget, buat bisa tau ngurus co merch di web seller Korea Jepang sama ngurusin bea cukai juga kalau gak ada pengalaman susah kak”⁹⁹

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa GO Seoulinbox telah menerapkan prinsip akhlak. Dimana dalam menjalankan dan mengembangkan GO Seoulinbox tersebut diperlukan sikap jujur, amanah, menyampaikan suatu dengan semestinya, serta ilmu dan pengalaman yang memadai. Data hasil observasi juga menunjukkan bahwa GO Seoulinbox melakukan pembelian atau *checkout* merchandise secara mandiri di *web seller* Korea. Dimana

⁹⁸ Jihan, diwawancarai oleh penulis, 12 November 2024.

⁹⁹ Elma, diwawancarai oleh penulis, 3 November 2024.

hal ini diperlukan pengalaman dan pengetahuan mengingat bahasa dan tata cara di *web seller* Korea sangat berbeda dengan *web seller* di Indonesia. GO Seoulinbox juga selalu melakukan update status barang pesanan milik customernya berbentuk link google spreadsheets yang dapat diakses oleh semua customer GO Seoulinbox.¹⁰⁰

3. Prinsip Keseimbangan.

Prinsip keseimbangan ini tidak hanya diarahkan untuk dunia dan akhirat saja, tetapi juga berkaitan dengan kepentingan perorangan dan kepentingan umum serta antara hak dan kewajibannya. Dalam wawancaranya admin GO Seoulinbox menyatakan,

“GO ini bukan cuma buat kepentingan aku atau admin Aby aja kak, disini juga GO seoulinbox bantu kopers buat bisa jajan merch dengan mudah, gak perlu lagi kopers bingung mau jajan masih mikir urusan bea cukai dan lain sebagainya. Mereka tinggal isi form di GO seoulinbox nanti masalah co dan bea cukai jadi urusan GO seoulinbox”¹⁰¹

Dari hasil wawancara ini menunjukkan bahwa GO Seoulinbox telah menerapkan prinsip keseimbangan. Bukan hanya untuk kepentingan individu saja tapi juga untuk

¹⁰⁰ Observasi, tanggal 14 Desember 2024.

¹⁰¹ Elma, diwawancarai oleh penulis, 3 November 2024.

kepentingan kelompok yakni membantu para kopers untuk bisa membeli merchandise idol Kpop yang mereka gemari dengan mudah. Dari data hasil observasi juga ditemukan bahwa GO Seoulinbox sering menuruti setiap permintaan para customernya untuk membuka *pre order* suatu merchandise. Beberapa kali GO Seoulinbox memberikan kesempatan customernya untuk melakukan pemesanan mandiri (tidak pesan bersama dengan customer lain) karena merchandise yang diinginkan berbeda dengan customer lain. Dan apabila customer baru bertanya mengenai cara pemesanan merchandise di GO Seoulinbox dengan ramah admin GO Seoulinbox mengarahkan customernya untuk mengisi link google form yang sudah disediakan.¹⁰²

4. Prinsip Kebebasan Individu.

. Kebebasan dalam ekonomi merupakan implikasi dari prinsip tanggung jawab individu terhadap aktivitas kehidupannya termasuk aktivitas ekonomi. Dalam implikasinya yakni berupa prinsip tanggung jawab. Dalam wawancaranya admin GO Seoulinbox meyakinkan,

¹⁰² Observasi, tanggal 14 Desember 2024.

“Rasa tanggung jawab itu memang harus di tanam dari awal buka usaha kak, itu juga yang jadi komitmen aku sama admin Aby sebelum buka usaha GO ini, harus punya rasa tanggung jawab dari awal kita mulai sampai ngejalaninnya dan kembangin usaha ini”¹⁰³

Hal ini jga diperkuat oleh pendapat salah satu customer GO Seoulinbox yang mengungkapkan bahwa,

“Dilihat dari aku udah beberapa kali jajan di GO ini dan selalu sesuai sama apa yang aku pengenin itu udah nunjukin sikap tanggung jawab dari GO Seoulinbox ini”¹⁰⁴

Dari hasil wawancara tersebut terlihat bahwa GO Seoulinbox juga menerapkan prinsip kebebasan individu yang pada implikasinya yakni prinsip tanggung jawab. Hal ini juga diperkuat dengan hasil observasi peneliti yang menunjukkan GO Seoulinbox

5. Prinsip Keadilan.

Rasulullah SAW melegitimasi semua bentuk perdagangan yang berdemensi keadilan dan persamaan bagi semua pihak dan melarang semua bentuk perdagangan yang tidak adil yang memicu pertengkaran dan keributan. Dalam wawancaranya admin GO Seoulinbox menyatakan,

¹⁰³ Elma, diwawancarai oleh penulis, 3 November 2024.

¹⁰⁴ Made Dwi, diwawancarai oleh penulis, 12 November 2024

“Kalau nentuin harga ituu pasti kita harus tau nominal rupiahnya itu berapa, nanti ada range sendiri dari GO aku buat harga final nya yang udah termasuk biaya packing sama tax. kalau merch lain yaa liat dari harga pasarannya aja sih kak, biasanya aku ngikutin harga pasaran di negara lain juga”¹⁰⁵

Hal ini diperkuat dengan penjelasan salah satu pelanggan GO Seoulinbox,

“Harga merch di GO Seoulinbox menurut aku masih normal ngikutin harga pasarannya, bahkan gak jarang adminnya nyari seller korea yang nejual merch dengan harga yang murah”¹⁰⁶

Dilihat dari hasil wawancara tersebut GO Seoulinbox sudah menerapkan prinsip keadilan yang mana adil dalam penentuan harga yang disesuaikan dengan harga pasar negara lain. Dari data hasil temuan observasi yang dilakukan peneliti juga didapatkan beberapa kali GO Seoulinbox berusaha untuk mencari dan mengecek harga merchandise yang di inginkan oleh customernya. Tidak jarang juga GO Seoulinbox mencari *seller* Korea yang menjual harga merchandise yang lebih murah. Hal ini dikarenakan sering terjadi para *seller* menjual dengan harga

¹⁰⁵ Elma, diwawancarai oleh penulis, 3 November 2024.

¹⁰⁶ Jihan, diwawancarai oleh penulis, 12 November 2024.

over price pada saat merchandise tersebut menjadi para incaran penggemar Kpop.

C. Pembahasan Temuan.

Pembahasan temuan ini merupakan gagasan peneliti mengenai data temuan-temuan di lapangan. Data-data berikut dibahas dan dikaitkan dengan teori yang ada, berikut pembahasannya tentang Analisis strategi dan model rancangan bisnis usaha *group order* menggunakan pendekatan BMC (Business Model Canvas) dan analisis SWOT pada usaha GO Seoulinbox dalam perspektif ekonomi Islam

a. Model Rancangan Bisnis Pada GO Seoulinbox melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC).

BMC yang merupakan singkatan dari *Business Model Canvas* merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran mengenai bagaimana suatu perusahaan atau organisasi bisa menyerahkan, menciptakan, dan dan menangkap sebuah nilai. Menurut Osterwalder dan Pigneur, *Business Model Canvas* merupakan sebuah konsep untuk

menggambarkan dan memanipulasi model bisnis sebagai alternative strategi yang baru.¹⁰⁷

Menurut Suwatno pada bukunya yang berjudul “Manajemen Kewirausahaan” menyatakan bahwa *Business Model Canvas* ini menggunakan sembilan indikator yakni, *Key Partnerships, Key Activities, Value Propositions, Customer Relationship, Customer Segment, Key Resources, Channel, Cost Structure, Revenue Streams*.¹⁰⁸

Dari hasil data wawancara dan observasi dengan melakukan identifikasi 9 indikator Business Model Canvas pada GO Seoulinbox, ditemukan bahwasanya GO Seoulinbox sudah menerapkan 9 indikator Business Model Canvas untuk model rancangan bisnis yang digunakan sebagai pengembangan usaha GO Seoulinbox tersebut. Sembilan indikator tersebut diantaranya:

1) *Key Partnership*.

Key Partnership menggambarkan jaringan pemasok atau mitra yang membuat model bisnis tersebut berfungsi. Suatu usaha bisnis menjalin

¹⁰⁷ Aji Hermawan and Rachel Jessica Pravitasari, “Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis),” *Akselerasi. Id*, 2013, 1–23.

¹⁰⁸ Suwatno, *Manajemen Kewirausahaan* (Jakarta: Kencana, 2021), 60.

kemitraan karena banyak alasan dan kemitraan menjadi landasan banyak model bisnis. Suatu usaha bisnis membuat aliansi untuk mengoptimalkan model bisnis mereka dan mengurangi risiko bisnis.¹⁰⁹ Dari identifikasi yang dilakukan, GO Seoulinbox bekerja sama dengan pihak wirehouse Korea. Sumber daya yang diperoleh yakni GO Seoulinbox tidak membutuhkan waktu lama untuk barang pesanan para customer sampai di rumah admin. Karena barang pesanan GO Seoulinbox langsung dikirim ke rumah admin tidak perlu transit di wirehouse Indonesia. Hal ini menguntungkan GO Seoulinbox dalam mendapatkan ketertarikan, loyalitas, serta kepercayaan dari para customernya.

2) *Key Activities.*

Key Activities menjelaskan hal terpenting yang harus dilakukan suatu usaha bisnis agar model bisnisnya berhasil. Setiap model bisnis memerlukan sejumlah aktivitas utama. Hal ini merupakan tindakan

¹⁰⁹ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, *Business Model Generation* (Singapore: Markono Print Media, 2010), 8.

terpenting yang harus dilakukan suatu usaha bisnis agar dapat beroperasi dengan sukses. Aktivitas utama ini diperlukan untuk membuat dan menawarkan proporsi nilai, menjangkau pasar, memelihara hubungan pelanggan, dan memperoleh pendapatan.¹¹⁰ Kegiatan utama GO Seoulinbox yakni memantau update penjualan merchandise idol Kpop yang menjadi sasaran GO Seoulinbox untuk menambah atau membuka Pre Order baru. Hal ini dilakukan bertujuan untuk mengembangkan jangkauan customer GO Seoulinbox dan juga terus meningkatkan pendapatan. Kegiatan kunci lainnya yakni berinteraksi dengan para anggota *Group order* Seoulinbox dengan menawarkan beberapa jajanan merchandise yang nantinya dilakukan sistem war (sistem siapa cepat dia dapat). Hal ini dilakukan untuk menambah jalur pendapatan GO Seoulinbox.

3) *Value Propositions*

Value Propositions (Proporsi Nilai)

menggambarkan kumpulan produk atau layanan yang

¹¹⁰ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 9

meberikan proporsi nilai yang bersifat positif kepada pelanggannya. Nilai tersebut yang menjadi alasan pelanggan untuk memilih suatu usaha bisnis tersebut daripada usaha bisnis yang lain. Baik nilai tersebut memecahkan masalah pelanggan atau memenuhi kebutuhan pelanggan.¹¹¹ Keunggulan yang dimiliki GO Souelinbox yakni pengiriman dan pengemasan barang customer yang cepat, pelayanan kepada konsumen yang sigap, serta selalu memberikan respon baik terhadap customer selama melakukan pemesanan.

4) *Customer Relationship*

Customer Relationship menggambarkan jenis hubungan seperti apa yang akan dibangun oleh suatu usaha terhadap konsumennya. Hubungan pelanggan ini sering berkaitan dengan nilai-nilai usaha serta bagaimana suatu usaha tersebut bekerja dalam praktiknya.¹¹² Hubungan yang dibangun oleh GO Souelinbox dengan para customernya yakni sikap responsive terhadap konsumen yang sigap dan ramah.

¹¹¹ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 10

¹¹² Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 11

Hal ini dilakukan untuk memberikan rasa nyaman yang menumbuhkan loyalitas konsumen terhadap GO Seoulinbox.

5) *Customer Segment*.

Customer Segment mendefinisikan berbagai kelompok orang atau organisasi yang ingin dijangkau dan dilayani oleh suatu usaha bisnis. Untuk lebih memuaskan pelanggan, suatu usaha bisnis dapat mengelompokkan mereka ke dalam segmen-segmen berbeda sesuai dengan kebutuhan, perilaku, atau atribut lain yang sama.¹¹³ Usaha GO Seoulinbox mengelompokkan customernya sesuai dengan fandom (julukan untuk penggemar idol Kpop tertentu) yang mereka ikuti atau lebih jelasnya sesuai dengan idol Kpop yang mereka suka. Untuk saat ini GO Seoulinbox mengelompokkan konsumennya menjadi 4 yakni teume (penggemar grup Kpop “Treasure”), stay (penggemar grup Kpop “Straykidz”), carat (penggemar grup Kpop Seventeen), dan army (penggemar grup Kpop BTS).

¹¹³ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 12

6) *Key Resources.*

Key Resources menjelaskan asset terpenting yang diperlukan untuk membuat model bisnis berfungsi. Sumber daya ini memungkinkan suatu usaha untuk membuat dan menawarkan proporsi nilai, menjangkau pasar, menjaga hubungan dengan pelanggan, dan memperoleh pendapatan.¹¹⁴ Sumber daya yang diperlukan oleh GO Seouinbox yakni sumber daya manusia sebagai admin yang mengelola dan juga sumber daya dari segi keuangan, karena sistem usaha GO Seouinbox merupakan sistem PO (Pre Order) tentunya diperlukan uang diawal yang berasal dari admin untuk melakukan pemesanan.

7) *Channel.*

Channel menjelaskan bagaimana sutau usaha bisnis berkomunikasi dan menjangkau segemn pelanggannya untuk memberikan proporsi nilai komunikasi, distribusi, dan penjualan. Saluran merupakan titik sentuh pelanggan yang memainkan

¹¹⁴ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 13

peran penting dalam pengalaman pelanggan.¹¹⁵ Alat atau media yang digunakan oleh GO Seoulinbox untuk berinteraksi dan menjangkau pelanggannya yakni media sosial yang berupa Twitter, Instagram, Tiktok, dan juga Shopee.

8) *Cost Structure*.

Cost Structure menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis.¹¹⁶ GO Seoulinbox berusaha menekan biaya tetap, seperti biaya yang dikeluarkan setiap pembelian PO (Pre Order), serta biaya variabel yang mencakup pembelian bahan packing, freebies dan pelengkap lainnya.

9) *Revenue Streams*.

Revenue Streams mewakili uang tunai yang dihasilkan suatu usaha bisnis dari setiap segemen pelanggan. Jika pelanggan merupakan jantung dari model bisnis maka *Revenue Streams* adalah nadinya.¹¹⁷ Aliran dana pada GO Seoulinbox dihasilkan dari fee

¹¹⁵ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 14

¹¹⁶ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 15

¹¹⁷ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 16

admin yang ditetapkan pada setiap pemesanan yang dilakukan oleh konsumen. Dan juga berasal dari penjualan merchandise tambahan diluar sistem PO (Pre Orde) yang dilakukan GO seoulinbox.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa GO Seoulinbox memiliki model rancangan bisnis yang dapat dikembangkan dengan 9 indikator Business Model Canvas (BMC) yang digambarkan pada table berikut:

Tabel 5. Business Model Canvas (BMC) GO Seoulinbox

Indikator	Keterangan
<i>Key Partnership</i>	Wirehouse Korea (tempat penyimpanan barang yang digunakan untuk menyimpan bahan baku, bahan setengah jadi, hingga sebuah produk jadi yang berada di Korea).
<i>Key Activities</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Memantau update penjualan merchandise idol Kpop sesuai target. b) Menambah atau membuka Pre Order merchandise baru. c) Menawarkan beberapa jajanan merchandise yang nantinya dilakukan sistem war (sistem siapa cepat dia dapat).
<i>Value Propositions</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Pengiriman dan pengemasan barang pesanan yang cepat. b) Pelayanan kepada konsumen yang sigap. c) Memberikan respon baik terhadap customer selama melakukan pemesanan.
<i>Customer Relationship</i>	Sikap responsive terhadap konsumen yang sigap dan ramah.

<i>Customer Segment</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Teume (penggemar grup Kpop “Treasure”) b) Stay (penggemar grup Kpop “Straykidz”) c) Carat (penggemar grup Kpop Seventeen) d) Army (penggemar grup Kpop BTS).
<i>Key Resources</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Sumber daya manusia sebagai admin yang mengelola. b) sumber daya dari segi keuangan.
<i>Channel</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Twitter. b) Instagram. c) Tiktok.
<i>Cost Structure</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Biaya tetap (biaya yang dikeluarkan setiap pembuatan PO (Pre Order)). b) Biaya variabel (pembelian bahan packing, freebies dan pelengkap lainnya).
<i>Revenue Streams</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Fee admin. b) Hasil penjualan merchandise tambahan.

Sumber data: Wawancara dan Observasi.

Table diatas menunjukkan *Business Model Canvas* pada GO Seoulinbox dengan 9 indikator yang dapat digunakan oleh GO Seoulinbox dalam emngembangkan usaha *Group order*nya.

b. Strategi Bisnis Pada Usaha GO Seoulinbox Dengan Menggunakan Analisis SWOT.

Analisis SWOT merupakan sebuah metode yang sangat kompleks untuk mengevaluasi dan menggambarkan suatu

permasalahan melalui identifikasi faktor internal dan eksternal, yakni *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman).¹¹⁸ Dengan melakukan analisis SWOT suatu usaha dapat menentukan strategi yang tepat untuk masa depan usahanya. Hal ini dikarenakan hasil dari analisis SWOT akan meringkas keadaan dari usaha tersebut saat, dengan demikian strategi bisa disusun dengan tepat.¹¹⁹

Analisis SWOT dapat menghasilkan empat strategi alternatif yang dapat dilakukan oleh pemilik bisnis pertimbangan sebagai dasar penilaian. Strategi tersebut diantaranya yakni, strategi S-O, strategi, W-O, strategi, strategi S-T, dan strategi W-T.¹²⁰

Dari hasil wawancara dan observasi didapatkan 4 strategi alternatif yang dapat digunakan oleh GO Seoulinbox dalam mengembangkan usahanya. Strategi tersebut meliputi

¹¹⁸ Rizki Adityaji, "Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Analisis Swot: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya," *Jurnal Pariwisata Pesona* 3, no. 1 (2018): 19–32.

¹¹⁹ Slamet Riyanto, Muh N. L. Azis, and Andi R. Putera, *Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), 115

¹²⁰ Siti Indah Purwaning Yuwana and Isti Fadah, "SWOT Analysis: Marketing Strategy of Apotek Sawojajar Mas to Increase Sales And Competitiveness," *Journal of Management and Business Innovations* 4, no. 02 (2022): 73–80.

strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T. Dari matriks analisis SWOT diatas, dapat dilihat terdapat beberapa strategi yang dapat dijadikan alternatif untuk GO seoulinbox mengembangkan usahanya.

1. Strategi S-O (Strength - Opportunities)

Pada strategi ini GO Seoulinbox dapat menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternalnya. Berikut beberapa strategi yang dapat dipertimbangkan oleh usaha GO Seoulinbox:

- 1) Memperluas target customer (memperluas sasaran fandom yang akan dituju). Melihat peluang bahwa industri Kpop terus berkembang dikalangan masyarakat Indonesia serta banyaknya penggemar Kpop yang memiliki hobi mengoleksi merchandise Kpop, GO Seoulinbox dapat memanfaatkan peluang tersebut dengan menambah sasaran fandom yang akan dijadikan customer. GO Seoulinbox bisa memperluas target customernya dari kalangan penggemar Kpop baru. Dengan kekuatan yang dimiliki seperti pengiriman dan pengemasan barang pesanan yang cepat serta respon admin GO yang ramah dan tanggap,

memudahkan GO Seoulinbox untuk menarik customer baru.

- 2) Melakukan kerja sama dengan admin promotor yang lebih paham mengenai arti atau idol Kpop bahkan yang akan menjadi sasaran konsumen. Dengan relasi yang dimiliki admin antar sesama penggemar Kpop, GO Seoulinbox dapat melakukan kerja sama dengan admin promotor yang sering menangani acara idol Kpop yang tentunya pasti lebih paham mengenai idol Kpop yang baru dan para penggemarnya. Hal tersebut tentunya dapat mempermudah GO Seoulinbox dalam mencari dan memahami idol Kpop yang menjadi sasaran.

2. Strategi W-O (Weakness – Opportunities).

Strategi ini digunakan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki oleh GO Seoulinbox.¹²¹ Berikut beberapa strategi yang dapat dipertimbangkan oleh usaha GO Seoulinbox:

¹²¹ Slamet Riyanto, Muh N. L. Azis, and Andi R. Putera, Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), 45.

- 1) Membuka rekrutmen untuk admin baru yang diposting di media sosial GO Seoulinbox. Dengan peluang terus meningkatnya penggemar Kpop di Indonesia, GO Seoulinbox bisa membuka rekrutmen untuk admin baru yang menargetkan para penggemar Kpop melalui media sosial. Banyak di media sosial khususnya di X para penggemar Kpop sering membuat tread tentang mencari lowongan pekerjaan. Hal ini dapat dimanfaatkan GO Seoulinbox untuk membuka rekrutmen admin untuk menambah tingkat kinerja GO Seoulinbox.
- 2) Menambah SDM (Sumber Daya Manusia) untuk dijadikan admin tambahan dengan bantuin relasi yang ada. Dengan adanya relasi yang dimiliki admin GO Seoulinbox dapat mempermudah GO Seoulinbox untuk mendapatkan admin baru. GO Seoulinbox dapat meminta saran dari para relasi tersebut untuk admin yang sesuai dengan pekerjaan yang dibutuhkan di GO Seoulinbox.

3. Strategi S-T (Strength – Threats).

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh GO Seoulinbox untuk menghindari atau mengurangi adanya ancaman eksternal.¹²² Berikut beberapa strategi yang dapat dipertimbangkan oleh usaha GO Seoulinbox:

- 1) Membuka penjualan merchandise dengan status barang ready stock. Dengan kekuatan yang dimiliki, GO Seoulinbox mendapatkan kepercayaan dari para customernya. Menjual merchandise dengan status barang yang ready stock cukup mudah untuk dilakukan. Apabila terdapat customer yang tidak bertanggung jawab telah meninggalkan pesannya tanpa membayar pelunasan, merchandise tersebut bisa dijual dengan status barang ready stock. GO Seoulinbox juga dapat mempromosikannya melalui media sosial yang dimiliki.
- 2) Meningkatkan ketelitian dalam pengecekan pengiriman dari Korea ke Indonesia. dengan nilai tax bea cukai yang sering berubah-ubah tentu menjadi

¹²² Slamet Riyanto, 46.

ancaman bagi usaha yang memiliki hubungan untuk pengiriman luar negeri. Ketelitian dalam penentuan serta pengecekan pengiriman dari Korea ke Indonesia sangat diperlukan. GO Seoulinbox juga harus pintar dalam memberikan pengertian pada customer apabila ada tambahan biaya akibat dari naiknya tax bea cukai begitupun sebaliknya.

- 3) Meningkatkan kualitas packing pada pengiriman Korea ke Indonesia dengan bantuan pihak wirehouse Korea. Perjalanan yang jauh jika tidak dibarengi dengan packaging yang aman memiliki dampak barang pesanan demage. Dengan demikian GO Seoulinbox perlu memastikan kualitas packaging yang aman. Hal ini bisa memanfaatkan kerja sama yang dilakukan dengan wirehouse korea.

4. Strategi W-T (Weakness – Threats).

Strategi ini lebih dikenal dengan strategi bertahan atau defensive yang menekankan pada tindakan untuk pengurangan kelemahan internal dan menghindari

ancaman eksternal.¹²³ Berikut beberapa strategi yang dapat dipertimbangkan oleh usaha GO Seoulinbox:

- 1) Meningkatkan kinerja admin yang ada. Dengan beberapa ancaman yang dipertimbangkan oleh GO Seoulinbox, tentunya perlu kinerja admin tersebut ditingkatkan. Mulai dari tingkat ketelitian admin, sikap responsive admin, dan juga sikap ramah admin terhadap customer. Apabila GO Seoulinbox masih sedikit kesulitan dalam mendapatkan admin baru yang sesuai, strategi ini dapat dipertimbangkan.
- 2) Merekrut admin baru dengan kompetensi kemampuan dalam mengelola *Group order* yang baik. Dengan kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) yang dimiliki dan terdapat beberapa ancaman eksternal, pastinya GO Seoulinbox membutuhkan tambahan SDM sebagai admin yang kompeten dalam mengelola sebuah usaha *Group order*. Karena hal itu merekrut admin baru harus diperhatikan kompetensi yang

¹²³ Slamet Riyanto, 47

dimiliki calon admin tersebut yang sesuai dengan tenaga kerja yang dibutuhkan.

c. Rancangan Dan Strategi Bisnis Pada GO Seoulinbox Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Fordebi dalam bukunya yang berjudul “Ekonomi dan Bisnis Islam” menyatakan bahwa ekonomi Islam merupakan kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhannya yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam.¹²⁴ Dan dipertegas oleh Dr. Rozalinda, M.Ag dalam bukunya yang berjudul “Ekonomi Islam” menyatakan bahwa hakikat ekonomi Islam itu merupakan penerapan syariat dalam aktivitas ekonomi. Pengertian ini sangat tepat untuk dipakai dalam menganalisis persoalan-persoalan aktivitas ekonomi di tengah masyarakat.

Dr. Rozalinda, M.Ag juga mengungkapkan bahwa nilai-nilai filosofis yang ada dalam ekonomi Islam merupakan fondasi dari munculnya prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menjadi acuan dalam seluruh aktivitas ekonomi dalam Islam. Prinsip-prinsip ekonomi Islam tersebut terdiri dari prinsip

¹²⁴ Fordebi, *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam* (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2016), 445.

Tauhid, Akhlak, Keseimbangan, Kebebasan Individu, dan juga Keadilan.¹²⁵

1. **Prinsip Tauhid**, dikembangkan dari keyakinan, bahwa seluruh aktivitas manusia termasuk aktivitas ekonominya diawasi oleh Allah SWT dan akan dipertanggungjawabkan dihadapan Allah SWT.¹²⁶ Prinsip ini diterapkan oleh GO Seoulinbox dengan adanya keyakinan bahwa setiap usaha yang dilakukan tidak luput dari adanya campur tangan Tuhan yang Maha Kuasa.
2. **Prinsip Akhlak**, merupakan bentuk dari pengamalan sifat-sifat utama yang dimiliki oleh nabi dan rasul-Nya dalam seluruh kegiatan ekonomi, yaitu Shiddiq (benar), tabligh (menyampaikan kebenaran, amanah (dapat dipercaya), dan fathanah (intelektual).¹²⁷ Admin GO Seoulinbox meyakini pentingnya keempat sifat tersebut dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Prinsip akhlak ini sejalan dengan model rancangan bisnis pada usaha GO Seoulinbox yakni dengan adanya indikator

¹²⁵ Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), 13

¹²⁶ Rozalinda, 134.

¹²⁷ Rozalinda, 135.

Key Activities, Value Propositions, dan Customer Relationship. Dengan Key Activities dan Value Propositions menunjukkan sikap shiddiq, amanah, dan fathanah dimana dalam pengembangannya 2 indikator dilakukan dengan menentukan kegiatan utama dan kegiatan kunci untuk menjalankan dan mengembangkan usaha GO Seoulinbox. Serta menciptakan nilai positif yang menjadi cirikhas GO Seoulinbox. Dan indikator Customer Relationship yang menunjukkan sikap tabligh dengan bersikap responsive terhadap konsumen yang sigap dan ramah. Prinsip akhlak ini juga sejalan dengan strategi alternatif hasil analisis SWOT berupa strategi S-T. Pada strategi S-T GO Seoulinbox melakukan strategi dengan membuka penjualan merchandise dengan status barang ready stock yang mengimplementasikan sikap tabligh, meningkatkan ketelitian dalam pengecekan pengiriman dari Korea ke Indonesia yang mengimplementasikan sikap fathanah, serta meningkatkan kualitas packing pada pengiriman Korea ke Indonesia dengan bantuan pihak wirehouse Korea yang mengimplementasikan sikap amanah dan shiddiq.

3. **Prinsip Keseimbangan**, dimana tidak hanya diarahkan untuk dunia dan akhirat saja, tetapi juga berkaitan dengan kepentingan perorangan dan kepentingan umum serta antara hak dan kewajibannya.¹²⁸ Admin GO Seoulinbox menyampaikan bahwa usahanya tersebut juga untuk membantu para penggemar Kpop untuk membeli merchandise dengan mudah. Prinsip keseimbangan ini sejalan dengan model rancangan bisnis pada usaha GO Seoulinbox yakni dengan adanya indikator Customer Segment dan Key Resources. Dengan indikator Customer Segment GO Seoulinbox mengelompokkan customernya sesuai dengan idol Kpop yang mereka gemari. Hal ini memudahkan customer dalam melakukan pemesanan merchandise dan juga memudahkan admin GO Seoulinbox untuk merekap pesanan customer. Dan indikator Key Resources yang dilakuakn dengan pembagian sumber daya yang jelas antara sumber daya manusia serta sumber daya dari segi keuangan. Prinsip keseimbangan ini juga sejalan dengan strategi alternatif hasil analisis SWOT berupa

¹²⁸ Rozalinda, 136.

strategi W-O. Pada strategi W-O ini GO Seoulinbox melakukan strategi berupa membuka rekrutmen untuk admin baru yang diposting di media sosial GO Seoulinbox dan menambah SDM (Sumber Daya Manusia) untuk dijadikan admin tambahan dengan bantuan relasi yang ada. Dimana keduanya memberikan sebuah peluang dan lapangan pekerjaan untuk orang sekitar GO Seoulinbox.

4. **Prinsip Kebebasan Individu**, merupakan implikasi dari prinsip tanggung jawab individu terhadap aktivitas kehidupannya termasuk aktivitas ekonomi.¹²⁹ Prinsip kebebasan individu ini sejalan dengan model rancangan bisnis pada usaha GO Seoulinbox yakni dengan adanya indikator Key Partnership dan Channel. Key Partnership dilakukan dengan bermitra bersama wirehouse Korea. Dan Channel yang digunakan oleh GO Seoulinbox beragam diantaranya yakni Twitter, Instagram, Tiktok, dan WhatsApp. Kedua indikator tersebut menunjukkan kebebasan dari admin GO Seoulinbox dalam menjalankan dan mengembangkan usaha dengan bermitra dan

¹²⁹ Rozalinda, 137.

penggunaan saluran media yang beragam. Dan hal ini dilakukan juga untuk mengemban tanggung jawab atas komitmen yang telah dibuat oleh kedua admin GO Seuolinbox. Prinsip kebebasan individu ini juga sejalan dengan strategi alternatif hasil analisis SWOT berupa strategi S-O. Pada strategi S-O GO Seuolinbox melakukan strategi dengan memperluas target customer (memperluas sasaran fandom) dan melakukan kerja sama dengan admin promotor yang lebih paham mengenai arti atau idol Kpop bahkan yang akan menjadi sasaran konsumen.

5. **Prinsip Keadilan**, prinsip ini dengan tegas telah ditetapkan dan dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam perdagangan dan berbagai jenis transaksi lainnya. Rasulullah SAW melegitimasi semua bentuk perdagangan yang berdemensi keadilan dan persamaan bagi semua pihak dan melarang semua bentuk perdagangan yang tidak adil yang memicu pertengkaran dan keributan. Seperti jual beli yang mengandung tipuan (*bai' al-gharar*), menimbun bahan makanan, serta memonopoli harga barang yang

menjadi kebutuhan pokok masyarakat.¹³⁰ Prinsip keadilan ini sejalan dengan model rancangan bisnis pada usaha GO Seoulinbox yakni dengan adanya indikator Cost Structure dan Revenue Streams. Dimana dalam 2 indikator tersebut sudah jelas biaya yang diperlukan serta arus pendapatan yang dihasilkan untuk penetapan harga yang adil. Prinsip keadilan ini juga sejalan dengan strategi alternatif hasil analisis SWOT berupa strategi W-T. yang mana strategi W-T ini dilakukan dengan meningkatkan kinerja admin yang ada dan merekrut admin baru dengan kompetensi kemampuan dalam mengelola *Group order* yang baik. hal ini dilakukan tentunya untuk mempertahankan sistem Cost Structure dan Revenue Streams yang telah dibangun sebelumnya yang sudah selaras dengan prinsip keadilan.

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam model rancangan dan strategi bisnis GO Seoulinbox ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam, sudah menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

¹³⁰ Rozalinda, 138.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC), GO Seoulinbox memiliki model rancangan bisnis lengkap dengan 9 indikator Business Model Canvas. Diantaranya yakni *Key Partnerships* dengan bekerjasama dengan wirehaouse Korea, *Key Activities* dengan melakukan kegiatan memantau update penjualan merchandise idol Kpop sesuai target, menambah atau membuka Pre Order merchandise baru, menawarkan beberapa jajanan merchandise yang nantinya dilakukan sistem war (sistem siapa cepat dia dapat), *Value Propositions* memiliki cirikhas pengiriman dan pengemasan barang pesanan yang cepat, pelayanan kepada konsumen yang sigap, memberikan respon baik terhadap customer selama melakukan pemesanan, *Customer Relationship* menjalin hubungan antara admin dan customer dengan cara bersikap responsive dan ramah, *Customer Segment* dengan membagi kategori customernya menjadi tiga, *Key Resources* membutuhkan sumber daya manusia dan keuangan, *Channel* menggunakan Twitter, Instagram, dan Tiktok, *Cost Structure*

menekankan biaya tetap dan variabel, *Revenue Streams* aliran dana yang berasal dari fee admin dan hasil penjualan merchandise lainnya.

2. Dan untuk hasil dari analisis SWOT, GO Seoulinbox memiliki empat strategi alternatif yang dapat dipilih untuk diterapkan pada usahanya. Yang pertama strategi S-O dengan memperluas target customer dan melakukan kerja sama dengan admin promotor, strategi W-O dengan membuka rekrutmen untuk admin baru dan menambah SDM (Sumber Daya Manusia) untuk dijadikan admin tambahan dengan bantuan relasi yang ada, strategi S-T dengan membuka penjualan merchandise dengan status barang ready stock, meningkatkan ketelitian dalam pengecekan pengiriman dari Korea ke Indonesia dan kualitas packing pada pengiriman Korea ke Indonesia, strategi W-T dengan meningkatkan kinerja admin yang ada dan merekrut admin baru dengan kompetensi kemampuan dalam mengelola *Group order* yang baik.
3. Model rancangan dan strategi bisnis usaha GO Seoulinbox dalam tinjauan perspektif ekonomi Islam sudah memenuhi prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Dengan keyakinan admin GO Seoulinbox akan adanya campur tangan Tuhan disetiap

usahanya yang menunjukkan prinsip Tauhid, Prinsip kebebasan individu yang meliputi strategi S-O, *Key Partnership*, dan *Channel*, prinsip akhlak yang meliputi strategi S-T, *Key Activities*, *Value Propositions*, dan *Customer Relationship*, prinsip Keseimbangan yang meliputi strategi W-O, *Customer Segment* dan *Key Resources*, prinsip keadilan yang meliputi strategi W-T, *Cost Structure* dan *Revenue Streams*.

B. Saran.

1. Diharapkan GO Seouinbox dapat mengembangkan usaha dengan model rancangan bisnis yang telah dibuat.
2. Dan diharapkan pula GO Seouinbox menerapkan salah satu strategi alternative yang telah didapatkan dari analisis SWOT.
3. Dan juga diharapkan GO Seouinbox mempertahankan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang sudah diterapkan.
4. Dan diharapkan juga adanya penelitian selanjutnya yang dapat diperluas dengan melakukan perbandingan antara model bisnis Seouinbox dengan bisnis serupa yang menggunakan pendekatan berbeda, baik yang berbasis syariah maupun konvensional.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityaji, Rizki. "Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Analisis Swot: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya." *Jurnal Pariwisata Pesona* 3, no. 1 (2018): 19–32, <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i1.2188>.
- Almi, Fakhri, Budi Praptono, and Rosad Ma'ali El Hadi. "Perancangan Model Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Usaha Lightmos." *eProceedings of Engineering* 8, no. 5 (2021).
- Amin, Muhamad Nurois. "Strategi Bisnis Yang Tersirat Dalam Surat Al-Quraisy Ayat 1–4." *Taqorrub: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah* 1, no. 1 (2020): 1–12, <https://doi.org/10.55380/taqorrub.v1i1.40>.
- Andika, Muhammad. "Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT. Al Mucthar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam." PhD Thesis, UIN Ar-Raniry, 2021.
- Bima, Pratama Saputro. "Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecildengan Pendekatan Business Model Canvas Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konveksi Sablon Razz Apparel Di Bandar Lampung)." PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.
- Cahyono, Puguh. "Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan." *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)* 1, no. 2 (2016): 10-, <https://doi.org/10.30736/jpim.v1i2.28>.
- Cikita, Yemima. "Kuasa Simbolik Musik KPop Di Indonesia: Perspektif Pierre Bourdieu." PhD Thesis, Universitas Kristen Indonesia, 2019.
- Djamal, Paradigma Penelitian Kualitatif, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, (2015).

- Eriyanto, Metode Netnografi Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2021.
- Florensia, Kevina. "Fetisisme Komoditas Penggemar Budaya Populer Korean Pop (K-Pop): Studi Kasus Tren Koleksi Photocard Pada Kelompok CARATs Di *Group order* (GO)." Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.
- Griselda, Valencia. "Strategi Pengembangan Bisnis Gristuff Store Dengan Pendekatan Business Model Canvas." PhD Thesis, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang, 2023.
- Hammam, Abdullah, and Reza Widhar Pahlevi. "Analisis Perkembangan Usaha Dandellion Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas." *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1, no. 6 (2022): 1015–26.
- Hermawan, Aji, and Rachel Jessica Pravitarsari. "Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis)." *Akselerasi*. Id, 2013, 1–23.
- Huda, Nurul. "Konsep Perencanaan Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi* 1, no. 2 (2022): 341–55, <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.79>.
- Mauliyah, N. I., & Sugiarto, W. B. "Studi Netnografi Tinjauan Efektivitas Konsultasi Keuangan dan Akuntansi pada Aplikasi Quora bagi Para Pelaku UMKM". *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 11 No.10, (2023): 29-42.
- Ostelwalder, Alexander, and Yves Pigneur. *Business Model Generation*. Singapore: Markono Print Media. 2010.
- Pratama, Bayu Indra, *Etnografi Duni Maya Intenet*, Malang: UB Perss, (2017).
- Ranitta, Angela. "Nabila Rizky: Sukses Berbisnis GO K-Pop, Dapatkan Belasan Juta Dengan Modal Nol Rupiah!" *Girls Beyond* (blog), January 16, 2023. <https://girlsbeyond.com/2023/01/16/categories/real-stories/nabila-rizky-sukses-berbisnis-go-k-pop-dapatkan-belasan-juta-dengan-modal-nol-rupiah/>.

- Riady, Dita Fadhilah. "Tinjauan Praktik Transaksi Jasa Titip Beli Online Pada Grup Order Aeri Merch Menurut Fikih Muamalah," Skripsi, Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, 2022.
- Ritonga, Asnil Aidah, Hendriyal Hendriyal, Muhammad Rizki Dermawan Saragih, Faisal Faisal, and Azhar Azhar. "Planning Dalam Al-Qur'an." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 3 (2021): 10595–602.
- Rizqi, Zakka Ugih, Reno Dias Anggara Purba, and Rino Rahmawanto Nugroho. "Penentuan Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Business Model Canvas." IENACO (*Industrial Engineering National Conference*) 7 2019, 2019.
- Rozalinda, Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi, Depok: Rajawali Pers, (2017).
- Septyani, Fenty Krista. "Pengembangan Strategi Alternatif Usaha Pada Bisnis K-Pop Merchandise Myjoealan_ Menggunakan Analisis Swot." PhD Thesis, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang, 2022.
- Setianingrum, N., Lestari, I. D., Hidayatullah, M. F., & Pratiwi, A. Strategi Pengembangan Tabungan Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Bank Syariah Indonesia. *Indonesian Scientific Journal Of Islamic Finance*, 2(1), (2023): 67-83.
- Siswanto, Kevin Ananda Aries. "Analisis Swot Pada Usaha Online Goods PLACE_ID." PhD Thesis, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang, 2022.
- Slamet Riyanto, Muh N. L. Azis, and Andi R. Putera, Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi, Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, (2021)
- Solihah, Eius, Aida Vitayala S. Hubeis, and Agus Maulana. "Analisis Model Bisnis Pada KNM Fish Farm Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC)." *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 9, no. 2 (2014).

- Sofiah, Ana Pratiwi, and Nadia Azalia. "Konsep Uang Dalam Al-Qur'an: Telaah Tafsir Kontemporer dan Tafsir Klasik." *Media Sains Indonesia*. (2020).
- Sofiah, and Devi Hardianti Rukmana, Tafsir Ayat Ekonomi. (2024).
- Suciati, Ranila, Kery Utami, and Belardo Prasetya Mega Jaya. "Analisa SWOT Strategi Digitalisasi Pada Era New Normal Untuk Pertumbuhan Ekonomi Di Sumatera, Indonesia." *Jurnal Ilmiah Aset* 23, no. 1 (2021): 63–83.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta, (2017).
- Suwatno, Manajemen Kewirausahaan, Jakarta: Kencana, (2021).
- Sofiah, "Model Bisnis Pesantren Berbasis Circular Economy (Studi Pada Pesantren Bustanul Ulum Sumberwringin Kabupaten Jember)", PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024.
- Wuryanta, Eka Wenats. "Di Antara Pusaran Gelombang Korean (Menyimak Fenomena K-Pop Di Indonesia)." *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (2012): 79–94.
- Yasmin, Faradiena. "Motivasi Penulis Serta Peran Media Baca Online Dalam Publikasi Tulisan Remaja Pada Penggemar Kpop." PhD Thesis, Universitas YARSI, 2021.
- Yuliawan, Banowati Azelia Putri, and Ganjar Eka Subakti. "Pengaruh Fenomena Korean Wave (k-Pop Dan k-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam." *Jurnal Penelitian Keislaman* 18, no. 1 (2022): 35–48.
- Yuwana, Siti Indah Purwaning, and Isti Fadah. "SWOT Analysis: Marketing Strategy of Apotek Sawojajar Mas to Increase Sales And Competitiveness." *Journal of Management and Business Innovations* 4, no. 02 (2022): 73–80.
- Zakiyadun, Ais. Manajemen Bisnis. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2016.

LAMPIRAN 1

Judul	Variabel	Sub Variabel	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
<p>Analisis Strategi Model Rancangan Bisnis Usaha <i>Group Order</i> Menggunakan Pendekatan BMC (<i>Business Model Canvas</i>) Dan SWOT Pada Usaha Go Seoulinbox Dalam Perspektif Ekonomi Islam</p>	<p>1. Model rancangan bisnis pada GO (Group Order) Seoulinbox. 2. Strategi bisnis yang dilakukan GO (Group Order) Seoulinbox.</p>	<p>Rancangan dan strategi bisnis dalam perspektif ekonomi Islam.</p>	<p>1. Primer: wawancara, dan observasi, dan dokumentasi. 2. Sekunder: Studi literature.</p>	<p>1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif. 2. Jenis Penelitian: Netnografi 3. Metode Pengumpulan Data: wawancara, dan observasi, dan dokumentasi</p>	<p>1. Bagaimana rancangan model rancangan bisnis yang dikembangkan oleh GO Seoulinbox melalui pendekatan <i>Business Model Canvas</i> (BMC)? 2. Bagaimana strategi bisnis yang digunakan oleh GO Seoulinbox melalui pendekatan analisis SWOT? 3. Bagaimana rancangan dan strategi bisnis pada GO Seoulinbox dalam perspektif ekonomi Islam?</p>

LAMPIRAN 2

PEDOMAN WAWANCARA

Untuk Admin GO Seoulinbox:

1. Bagaimana awal mula kakak membangun atau membuka usaha GO Seoulinbox ini?
2. Bagaimana jobdesk pengelolaan usaha GO Seoulinbox?
3. Apa saja biaya yang perlu dikeluarkan untuk membuka usaha GO Seoulinbox ini?
4. Apa saja kegiatan atau aktivitas kakak selama menjalankan usaha GO Seoulinbox ini?
5. GO Seoulinbox ini pasti target pasarnya kpopers (penggemar kpop), apa ada target customer khusus untuk penggemarnya dari grup apa?
6. Apakah usaha GO Seoulinbox memiliki kemitraan?
7. Bagaimana arus aliran pendapatan yang didapatkan oleh GO Seoulinbox?
8. Saluran media apa saja yang digunakan oleh GO Seoulinbox?
9. Apa nilai lebih yang jadi ciri khas GO Seoulinbox ini dilihat dari sudut pandang kakak sebagai adminnya? Dan apa sisi kurangnya dari GO Seoulinbox ini?

10. Apa peluang kakak buka usaha GO Seoulinbox ini? Dan apa ada ancaman tersendiri yang bisa ngehambat usaha GO Seoulinbox ini?
11. Apakah kakak menjalankan usaha GO Seoulinbox memiliki sisi keagamaan yang diikuti sertakan?
12. Apakah menurut kakak sikap amanah, jujur, dan selalu menyampaikan suatu hal yang semestinya itu penting dalam menjalankan usaha GO Seoulinbox ini?
13. Apakah menurut kakak ilmu dan pengalaman diperlukan dalam menjalankan usaha GO Seoulinbox ini?
14. Apakah menurut kakak usaha GO Seoulinbox ini bukan hanya untuk kepentingan kakak saja tapi juga untuk kepentingan orang lain?
15. Bagaimana kakak dalam menentukan harga untuk setiap penjualan merchandise di GO kakak?

Untuk Customer GO Seoulinbox:

1. Sudah berapa lama kakak menjadi anggota *Group order* Seoulinbox?
2. Apa saja kelebihan GO Seoulinbox yang membedakan dari GO yang lain?

3. Apa saja kekurangan yang dimiliki GO Seoulinbox?
4. Apakah GO Seoulinbox sudah menerapkan sikap amanah, jujur, dan selalu menyampaikan semestinya?
5. Bagaimana menurut kakak untuk harga merchandise di GO Seoulinbox? Apakah tergolong overprice atau tidak?
6. Apakah GO Seoulinbox sudah menerapkan sikap tanggung jawab? Berikan pendapat kakak!



LAMPIRAN 3



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-1189 /Un.22/7.a/PP.00.9/10/2024 16 Oktober 2024
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
 Admin Group Order Seoulinbox
 Benda Baru, Kota Tangerang Selatan, Banten

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Selvi Wildatul Hamidah
 NIM : 212105020023
 Semester : VII (Tujuh)
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Analisis Strategi Dan Model Rancangan Bisnis Usaha Group Order Menggunakan Pendekatan BMC (Business Model Canvas) Dan Analisis SWOT Dalam Perspektif Ekonomi Islam di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



N. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu
 Nurul Widyawati Islami Rahayu



LAMPIRAN 4**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abyan Elka Revinia
Jabatan : Pemilik/admin GO Seoulinbox

Dengan ini menyatakan bahwa dibawah ini:

Nama : Selvi Wildatul Hamidah
Nim : 212105020023
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di GO Seoulinbox untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan tugas akhir yang berjudul "ANALISIS STRATEGI DAN MODEL RANCANGAN BISNIS USAHA GROUP ORDER MENGGUNAKAN PENDEKATAN BMC (BUSINESS MODEL CANVAS) DAN ANALISIS SWOT PADA USAHA GO SEOULINBOX DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Tangerang, 24 November 2024

Abyan Elka Revinia

KH

JEMBER

DIQ

LAMPIRAN 5

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

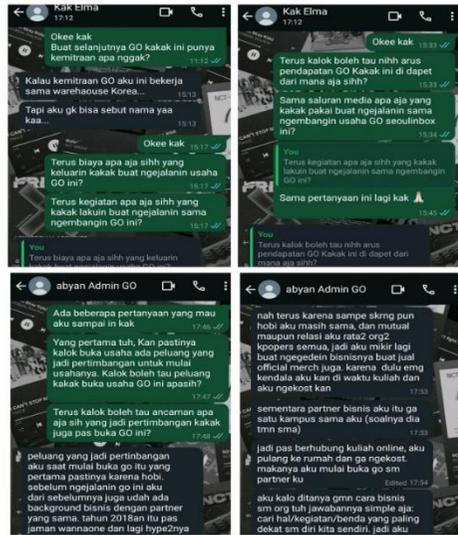
NO.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Paraf
1	16 Oktober 2024	Penyerahan surat izin penelitian dan wawancara dengan Abyan admin GO Seoulinbox.	
2	17 Oktober 2024	Observasi dan Pengambilan data di akun media sosial GO Seoulinbox.	
3	30 Oktober 2024	Wawancara dengn Elma admin GO Seoulinbox.	
4	03 November 2024	Wawancara dengan Elma admin GO Seoulinbox.	
5	12 November 2024	Wawancara dengan customer GO Seoulinbox.	
6	24 November 2024	Memita surat selesai penelitian.	

Tangerang, 24 November 2024

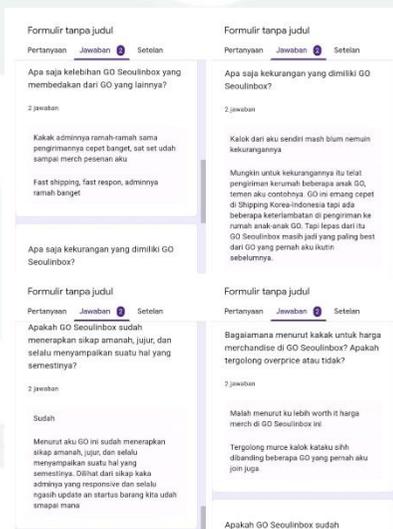


Elma Sakabila

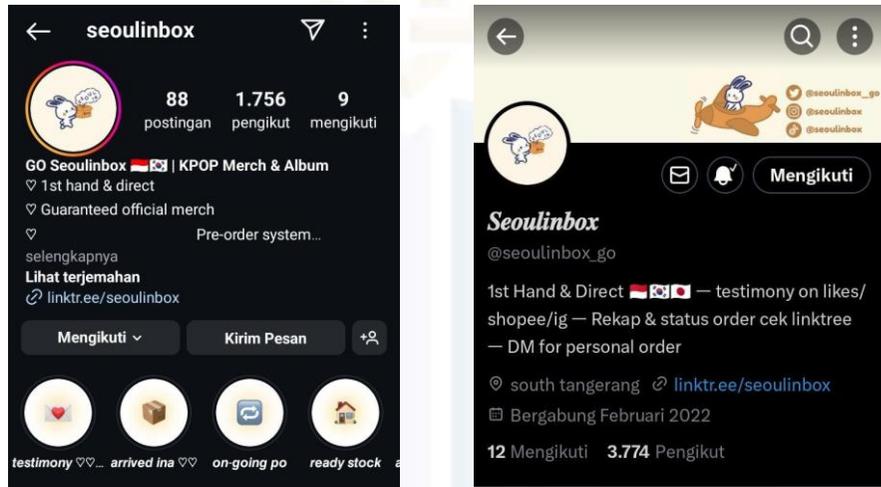
LAMPIRAN 6



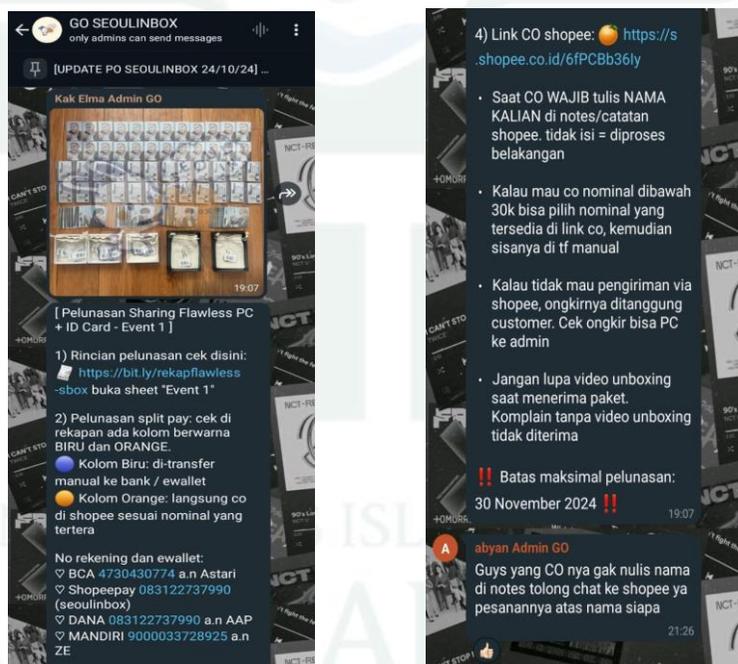
Gambar 2. Dokumentasi wawancara dengan admin GO Seulinbox.



Gambar 3. Dokumentasi wawancara dengan customer GO Seulinbox



Gambar 4. Akun Instagram dan Twitter GO Seoulinbox



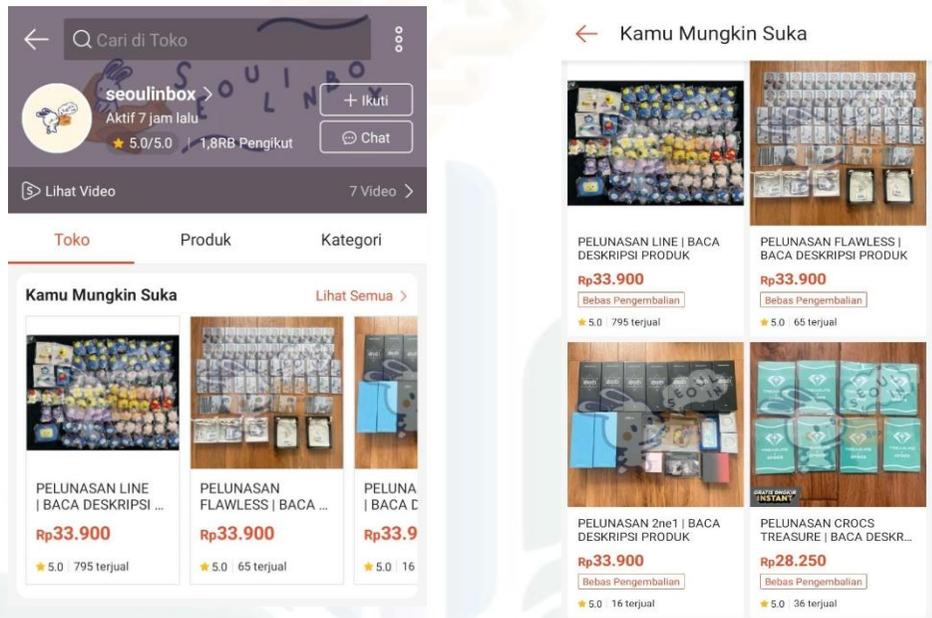
Gambar 5. Dokumentasi sistem pelunasan pesanan PO merchandise



Gambar 6. Dokumentasi penjualan POB dengan sistem war di live Shopee

1										
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										
21										
22										
23										
24										
25										
26										
27										
28										
29										
30										
31										
32										
33										
34										
35										
36										
37										
38										
39										
40										
41										
42										
43										
44										
45										
46										
47										
48										
49										
50										
51										
52										
53										
54										
55										
56										
57										
58										
59										
60										
61										
62										
63										
64										
65										
66										
67										
68										
69										
70										
71										
72										
73										
74										
75										
76										
77										
78										
79										
80										
81										
82										
83										
84										
85										
86										
87										
88										
89										
90										
91										
92										
93										
94										
95										
96										
97										
98										
99										
100										

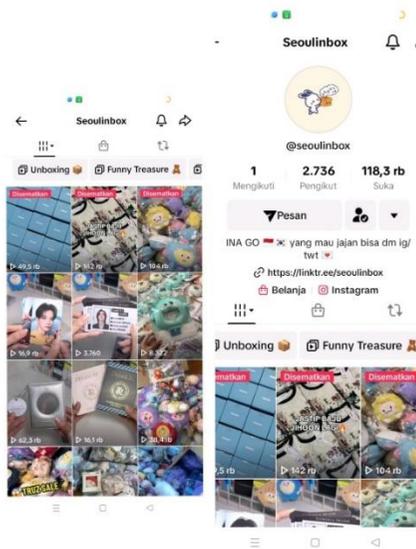
Gambar 7. Dokumentasi rekap update status barang pesanan customer GO Seulinbox



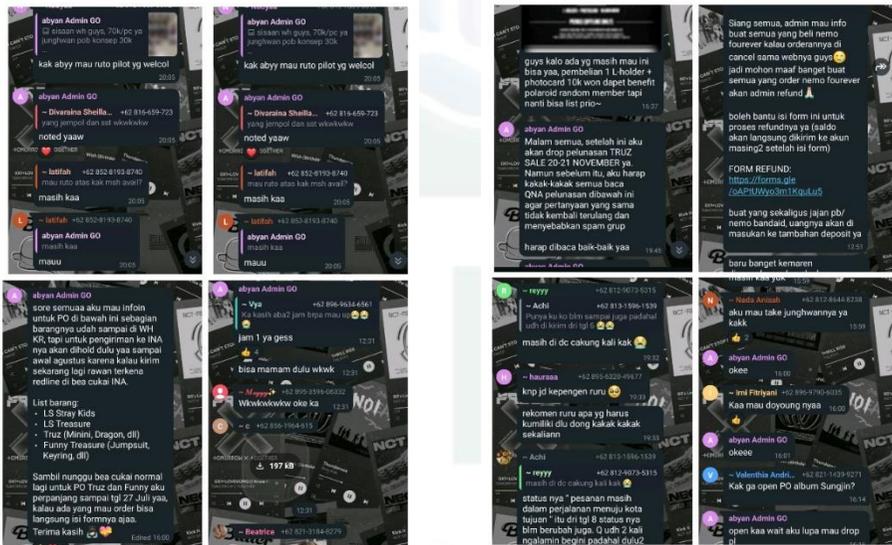
Gambar 8. Akun Shopee GO Seoulinbox sebagai media pelunasan barang PO



Gambar 9. Dokumentasi jejak digital testimoni customer GO Seoulinbox



Gambar 10. Akun Tiktok GO Seoulinbox.



Gambar 11. Dokumentasi sikap responsif admin GO Seoulinbox.

LAMPIRAN 7



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: feb@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Selvi Wildatul Hamidah
 NIM : 212105020023
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Judul : Analisis Strategi Dan Model Rancangan Bisnis Usaha Group Order Menggunakan Pendekatan BMC (Business Model Canvas) Dan Analisis SWOT Pada Usaha Go Seoulinbox Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 25 November 2024
 Operator Aplikasi DrillBit
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


 Luluk Musfiroh



LAMPIRAN 8

SURAT PERNYATAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selvi Wildatul Hamidah

NIM : 212105020023

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Analisis Strategi Dan Model Bisnis Seoulinbox Ditinjau Dari Pendekatan BMC (Business Model Canvas), SWOT, Dan Perspektif Ekonomi Islam*" ini adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 19 Desember 2024



Selvi Wildatul Hamidah

NIM.212105020023

LAMPIRAN 9



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uin khas.ac.id Website: <http://febi.uin khas.ac.id>

ISO 9001:2015 CERTIFIED
ISO 21001:2018 CERTIFIED

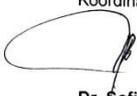
SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Selvi Wildatul Hamidah
NIM : 212105020023
Semester : VII (Tujuh)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 29 November 2024
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,


Dr. Sofiah, M. E.



CS | Harap dipegang dengan baik

BIODATA PRIBADI**Data Pribadi**

Nama : Selvi Wildatul Hamidah
Nim : 212105020023
Tempat/tanggal lahir: Jember/17 April 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Desa Karang Semanding Kec. Balung
Kab. Jember
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad
Siddiq Jember
No. Hp : 085730584013

**Riwayat Pendidikan**

1. SDN Sukorejo 02 (2009-2015)
2. SMP Nuris Jember (2015-2018)
3. SMK MHI Bangsalasari (2018-2021)
4. Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2021-Sekarang)