



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



INOVASI MODEL BISNIS PLATFORM KENALLEBIH

KAYLAH ZIYADAH IMANA



PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Inovasi Model Bisnis Platform Kenallebih” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026



Kaylah Ziyadah Imana
K1401221092

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

KAYLAH ZIYADAH IMANA. Inovasi Model Bisnis Platform Kenallebih. Dibimbing oleh ASEP TARYANA.

Platform *freemium* kartu percakapan digital Kenallebih menghadapi kendala rendahnya efisiensi konversi transaksi di tengah viralitas TikTok yang tinggi mencapai 2,2 juta tayangan. Penelitian ini bertujuan memetakan model bisnis saat ini menggunakan kerangka *Business Model Canvas* awal (BMC 0), mendiagnosis hambatan konversi pada saluran pemasaran, dan merumuskan model bisnis usulan berupa *Business Model Canvas* pengembangan (BMC 1). Metode penelitian menggunakan studi kasus kualitatif melalui wawancara mendalam terhadap lima informan kunci (CEO, pengguna premium, pengguna gratis, pakar psikologi, dan praktisi digital) periode Februari–Mei 2026 serta observasi analitik data performa digital (November 2025–Februari 2026). Hasil penelitian mendeteksi hambatan konversi dengan rasio transaksi akhir sangat rendah sebesar 0,15% yang dipicu oleh faktor psikologis berupa persepsi kecukupan fitur gratis. Melalui Matriks *Threats, Opportunities, Weaknesses, Strengths* (TOWS), model bisnis usulan (BMC 1) merumuskan integrasi fitur pelacakan riwayat pertanyaan, skema transaksi mikro (*micro-pricing*), dan diversifikasi produk fisik. Implikasi manajerial menekankan pentingnya penguatan *social proof* di Instagram dan pembangunan basis pendapatan stabil guna mengurangi ketergantungan pada viralitas organik TikTok.

Kata kunci: AIDA, BMC, Matriks TOWS, model bisnis *freemium*, VPC.

ABSTRACT

KAYLAH ZIYADAH IMANA. Business Model Innovation for Kenallebih Platform. Supervised by ASEP TARYANA.

The *freemium* digital conversation card platform Kenallebih faces low conversion efficiency despite high TikTok virality reaching 2.2 million views. This research aims to map the business model currently used by the platform using the initial Business Model Canvas (BMC 0), diagnose conversion barriers in marketing channels, and formulate a proposed business model in the form of a developed Business Model Canvas (BMC 1). This study employs a qualitative case study method involving in-depth interviews with five key informants (CEO, premium users, free users, a psychologist, and a digital practitioner) from February to May 2026 and digital performance analytics observation (November 2025–February 2026). Results show a final conversion rate of 0.15% due to the psychological perception of free features' sufficiency, leading to a proposed business model (BMC 1) formulated through the Threats, Opportunities, Weaknesses, Strengths (TOWS) Matrix that integrates a question history tracking feature, a micro-pricing scheme, and physical product diversification. Managerial implications emphasize the necessity of strengthening social proof on Instagram and building a stable revenue base to reduce dependency on TikTok's organic virality.

Keywords: AIDA, BMC, *freemium* business model, TOWS Matrix, VPC.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



INOVASI MODEL BISNIS PLATFORM KENALLEBIH

KAYLAH ZIYADAH IMANA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Ir. Rr. Heny Kuswanti Suwarsinah, M.Ec.
- 2 Dr. Raden Trizaldi Prima Alamsyah, S.Agr., M.Agr.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

IPB University
Bogor Indonesia

Perpustakaan IPB University

Judul Skripsi : Inovasi Model Bisnis Platform Kenallebih
Nama : Kaylah Ziyadah Imana
NIM : K1401221092

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP. 19771262008122001



Tanggal Ujian:
1 Juli 2026

Tanggal Lulus:
22 Juli 2026

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul Inovasi Model Bisnis Platform Kenallebih. Dalam penulisan karya ilmiah ini banyak kesulitan yang ditemui, namun berkat bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya karya ilmiah ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M sebagai ketua komisi pembimbing yang telah membantu memberikan bimbingan dan saran dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Wahyu Suprayogi dan Ibu Irma Indah Triyanti, serta ketiga adik penulis, Lathifah, Yazid, dan Najma, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Kak Raihana Eka Putri, S.E., selaku expert judgement dan narasumber penelitian yang telah memberikan masukan, arahan, serta dukungan dalam penyusunan penelitian ini.
4. Ibu Elizabeth Toth Santosa, S.Psi., M.Psi., selaku narasumber penelitian yang telah memberikan wawasan, saran, dan masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Dzakwan selaku tim Kenallebih yang telah membantu dan mendukung proses penelitian serta pengembangan penelitian ini.
6. Teman-teman penulis selama masa perkuliahan, yaitu Wullan, Qori, Bingah, Syfa, Naila, dan Fatimah, yang telah menemani, memberikan dukungan, serta berbagi cerita dan pengalaman selama proses perkuliahan.
7. Teman-teman IPB Outscro yang telah menemani penulis berproses selama satu tahun terakhir di kampus, serta teman-teman lomba dan berbagai aktivitas kampus lainnya yang turut memberikan pengalaman, dukungan, dan semangat kepada penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026



Kaylah Ziyadah Imana

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Business Model Canvas</i>	7
2.2 <i>Value Proposition Canvas</i>	9
2.3 Model Bisnis <i>Freemium</i>	11
2.4 <i>Digital Marketing Funnel</i>	12
2.5 Analisis SWOT dan Matriks TOWS	14
2.6 Psikologi Komunikasi Interpersonal	15
2.7 Gamifikasi Digital dan Pengalaman Pengguna	16
2.8 Penelitian Terdahulu	17
2.9 Kerangka Pemikiran	18
III METODE	19
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.2 Tahapan Penelitian	19
3.3 Data dan Instrumen Penelitian	20
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum Platform Kenallebih	24
4.2 Pemetaan Model Bisnis Saat Ini (BMC 0)	25
4.3 Analisis Corong Pemasaran Digital (AIDA)	28
4.4 Analisis <i>Value Proposition Canvas</i>	32
4.5 Formulasi Strategi Inovasi	35
4.6 Perumusan Inovasi Model Bisnis (BMC 1)	41
4.7 Implikasi Manajerial	44
4.8 Rekomendasi Strategis	44
V SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Simpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	51
RIWAYAT HIDUP	61

DAFTAR TABEL

1	Ringkasan penelitian terdahulu	17
2	Jenis dan sumber data penelitian	20
3	Karakteristik informan wawancara mendalam	21
4	Template pemetaan elemen BMC ke dalam matriks SWOT	23
5	Performa AIDA Kenallebih (November 2025–Februari 2026)	28
6	Kompilasi testimoni pengguna berdasarkan wawancara mendalam	34
7	Hasil pemetaan evaluasi elemen BMC 0 pada matriks SWOT	36
8	Hasil analisis matriks TOWS untuk perumusan inovasi strategi	39

DAFTAR GAMBAR

1	Pertumbuhan tingkat penetrasi internet di Indonesia tahun 2018-2025	1
2	Tren mingguan rasio konversi konten TikTok terhadap transaksi premium Kenallebih	4
3	Sembilan blok <i>business model canvas</i>	7
4	Skema <i>value proposition canvas</i>	9
5	Bagan alur <i>digital marketing funnel</i> (AIDA)	13
6	Kerangka pemikiran penelitian	18
7	Bagan alir tahapan penelitian	20
8	Kerangka matriks TOWS untuk formulasi strategi	23
9	Tampilan antarmuka situs web Kenallebih	24
10	Visualisasi paket layanan gratis dan premium (Sultan) Kenallebih	25
11	<i>Business Model Canvas</i> saat ini (BMC 0) Kenallebih	26
12	<i>Value Proposition Canvas</i> (VPC) Kenallebih	32
13	<i>Business Model Canvas</i> inovasi (BMC 1) Kenallebih	41

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Pedoman Wawancara Mendalam dengan Pengelola/Pemilik Kenallebih (INF-01)	52
2	Lampiran 2 Pedoman Wawancara Mendalam dengan Pengguna (INF-02 & INF-03)	54
3	Lampiran 3 Pedoman Wawancara Mendalam dengan Pakar Psikologi Interpersonal (INF-04)	56
4	Lampiran 4 Pedoman Wawancara Mendalam dengan Praktisi Konten & Produk Digital (INF-05)	59