

ABSTRAK

Dalam era Revolusi Industri 4.0, Koperasi Konsumen Giat Telkom University (TKG) menghadapi tantangan signifikan dalam adaptasi teknologi dan pengelolaan bisnis. Dengan adanya digitalisasi dan perubahan pola konsumsi, TKG perlu mengembangkan model bisnis yang lebih adaptif dan inovatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji dan memperkuat model bisnis TKG dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) Pivot.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis eksisting TKG, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan, serta mengembangkan strategi revisi model bisnis yang dapat meningkatkan keberlanjutan dan daya saing TKG di era digital. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi yang praktis dan berbasis data guna meningkatkan performa bisnis TKG.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengurus dan anggota TKG, serta observasi langsung terhadap operasional koperasi. Analisis dilakukan dengan menggunakan BMC untuk menggambarkan model bisnis saat ini, kemudian diikuti dengan metode Pivot untuk mengidentifikasi dan mengimplementasikan perubahan yang diperlukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bisnis eksisting TKG memiliki beberapa kelemahan, terutama dalam aspek pemasaran digital dan akses permodalan. Melalui analisis BMC Pivot, ditemukan bahwa adopsi teknologi digital dan restrukturisasi operasional dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing TKG. Implementasi strategi baru yang mencakup pemasaran digital, rebranding, dan kolaborasi dengan mitra strategis menjadi kunci keberhasilan.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan model bisnis koperasi di era digital, khususnya dalam konteks pendidikan tinggi. Saran yang diberikan meliputi pengembangan lebih lanjut strategi BMC sesuai dengan dinamika pasar dan teknologi, serta penelitian lebih lanjut untuk menguji implementasi dan dampak jangka panjang dari strategi yang diusulkan. Evaluasi berkala dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis sangat penting untuk keberlanjutan TKG.

Kata Kunci: Koperasi Konsumen, Business Model Canvas (BMC), Telkom University