Business Model Canvas

Alasan menggunakan BMC

Sejak munculnya praktik *e-commerce,* model bisnis menjadi salah satu konsep yang paling menonjol di antara konsep-konsep manajemen yang lain.

Hadirnya *e-commerce* membuat para praktisi bisnis mengubah total model bisnis lama menjadi model bisnis baru yang lebih sesuai.

Penyebab utama kepopuleran model bisnis adalah karena ditengarai banyak organisasi yang tumbuh pesat karena kemampuannya menciptakan model bisnis yang tepat.

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On:

Iteration:

Key Partners

Who are our Key Partners?
Who are our key suppliers?
Which Key Resources are we acquiring from partners?
Which Key Activities do partners perform?

Key Activities

What Key Activities do our Value Propositions require?
Our Distribution Channels?
Customer Relationships?
Revenue streams?

Key Resources

What Key Resources do our Value Propositions require?
Our Distribution Channels? Customer Relationships?
Revenue Streams?

Value Propositions

What value do we deliver to the customer?
Which one of our customer's problems are we helping to solve?
What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment?
Which customer needs are we satisfying?

Customer Relationships

What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them?
Which ones have we established?
How are they integrated with the rest of our business model?
How costly are they?

Channels

Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?
How are we reaching them now?
How are our Channels integrated?
Which ones work best?
Which ones are most cost-efficient?
How are we integrating them with customer routines?

Customer Segments

For whom are we creating value?
Who are our most important customers?

Cost Structure

What are the most important costs inherent in our business model?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?

Revenue Streams

For what value are our customers really willing to pay?
For what do they currently pay?
How are they currently paying?
How would they prefer to pay?
How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?

www.businessmodelgeneration.com

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.
To view a copy of this license, visit http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/ or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

1. Customer Segment : Mengetahui Pelanggan

- Mengetahui dengan persis siapa calon pelanggan Anda ? Jawablah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini :
- Berapa umur mereka ?
- Apa jenis kelamin mereka ?
- Dimana mereka tinggal ?
- **Apa yang menjadi kebutuhan mereka** ?
- Berapa pengeluaran mereka perbulan ?
- Jika Anda bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas berarti Anda sudah siap menjawab pertanyaan penting berikut : **produk** atau **layanan apa** yang akan Anda sediakan bagi calon pelanggan Anda ?
- Kesalahan yang biasa dilakukan oleh pebisnis pemula adalah langsung menentukan bisnis dan baru memutuskan apa yang bisa dijual.

2. Value Proposition : Apa yang ditawarkan ?

- Inilah hal utama yang Anda tawarkan kepada pelanggan Anda di atas. Tentukan bisnis Anda untuk menjawab masalah yang dihadapi konsumen. Jenis usaha apa yang bisa menjawab kebutuhan di atas ?
- Jika pelanggan memerlukan makanan, Anda bisa membuka restaurant. Jika pelanggan memerlukan berita, Anda bisa membuka bisnis media. Jika pelanggan sangat peduli dengan pendidikan anaknya dan orangtuanya sibuk, Anda bisa membuka bisnis kursus privat.
- Yang terpenting *Value* apa yang ditawarkan shg menarik.

3. Channel : Saluran Distribusi

- Apapun bisnis yang diputuskan, harus ditentukan saluran penjualan, bagaimana cara agar produk/layanan Anda sampai ke pelanggan Anda.
- Apakah akan dibangun tim penjualan sendiri ? Atau akan memberikan bagian penjualan kepada orang lain seperti distributor/reseller ? Apakah Anda akan membuka toko sendiri ? Atau membuka counter kecil di dalam toko besar seperti Matahari dan di PS ? Apakah Anda akan menjual secara **online** contoh **niaga.com** atau membuka toko ?
- Dianalisa kelebihan dan kekurangan dari setiap pilihan di atas, lalu pilih yag terbaik

4. Customer Relationship : Marketing

- Sebuah bisnis baru harus diketahui oleh calon pelanggan kita, karena itu perlu “menyuarakannya kepada publik”.
- Berbagai cara bisa dilakukan, baik **online** maupun **offline**. Kegiatan offline adalah kegiatan yang bersifat fisik, misalnya mengadakan event atau gathering, membagikan brosur, memasang spanduk atau baliho di jalan.
- Saat ini kegiatan **marketing online** adalah kegiatan favorit para pemula bisnis, karena budget yang relatif kecil bahkan seringkali gratis.
- Kegiatan marketing online antara lain adalah membuat blog, menggunakan facebook atau twitter, hingga memasang iklan di Google Adwords.

5. Revenue Stream : Sumber Pendapatan

- Sejak awal, tentukan jenis-jenis pendapatan Anda.
- Apakah akan membuat media online dan mendapatkan pendapatan dari iklan ?
- Apakah akan membuat toko dan mendapatkan penghasilan dari volume penjualan ?
- Apakah akan membuat *perusahaan design* lalu mendapatkan fee design ?
- Putuskan dan tentukan target pendapatan per bulan.
- Jangan pernah membuat bisnis tanpa memikirkan rencana pendapatan dan berpikir : “lihat saja nanti dapat duit dari mana”

6. Key Partner : Mitra Utama

- Sukses berbisnis tidak bisa sendirian, harus bekerjasama dengan banyak pihak lainnya.
- Tentukan dari awal apakah bisnis Anda memerlukan investor untuk permodalan atau tidak. Apakah Anda perlu mengadakan perjanjian kerjasama khusus dengan distributor ? Apakah “selebriti” dan memberikan persentase saham kepada selebriti tersebut ?.
- Menggandeng partner yang melengkapi kemampuan yang kita miliki akan meningkatkan peluang keberhasilan bisnis.
- Misalnya, Anda sangat ahli membuat makanan yang enak, cari partner yang bisa menjual makanan Anda (marketing). Misalnya Anda kenal distributor suatu produk yang lebih murah, cari partner yang bisa membuat website, untuk dijual *online*. Pikirkan untuk menjalin kolaborasi dengan partner.

7. Key Activities : Kegiatan Bisnis

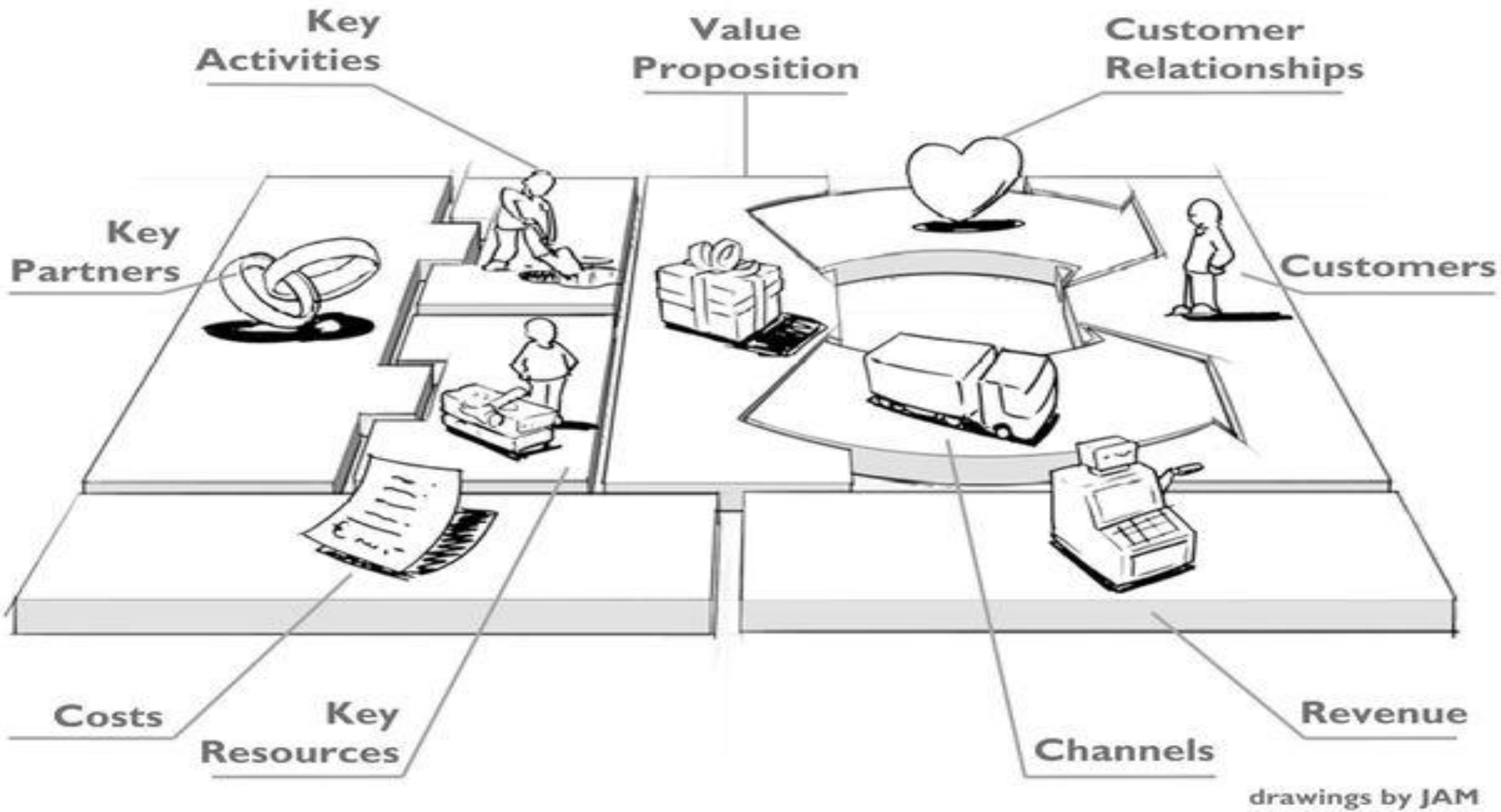
- Kegiatan-kagiatan apa saja yang akan Anda lakukan tergantung pada apa (produk atau jasa) yang akan ditawarkan kepada konsumen.
- Sebagai contoh Usaha Kursus Bahasa Inggris dengan Value Propositionnya Pengajaran Yang Menyenangkan dan Materi Pengajaran Berkualias maka Kegiatan Bisnisnya adalah Promosi, Training Guru, dan Materi Yang Selalu Diperbaharui.
- Kegiatan – kegiatan bisnis diuraikan secara detail dan logis.

8. Key Resources : Sumberdaya Utama

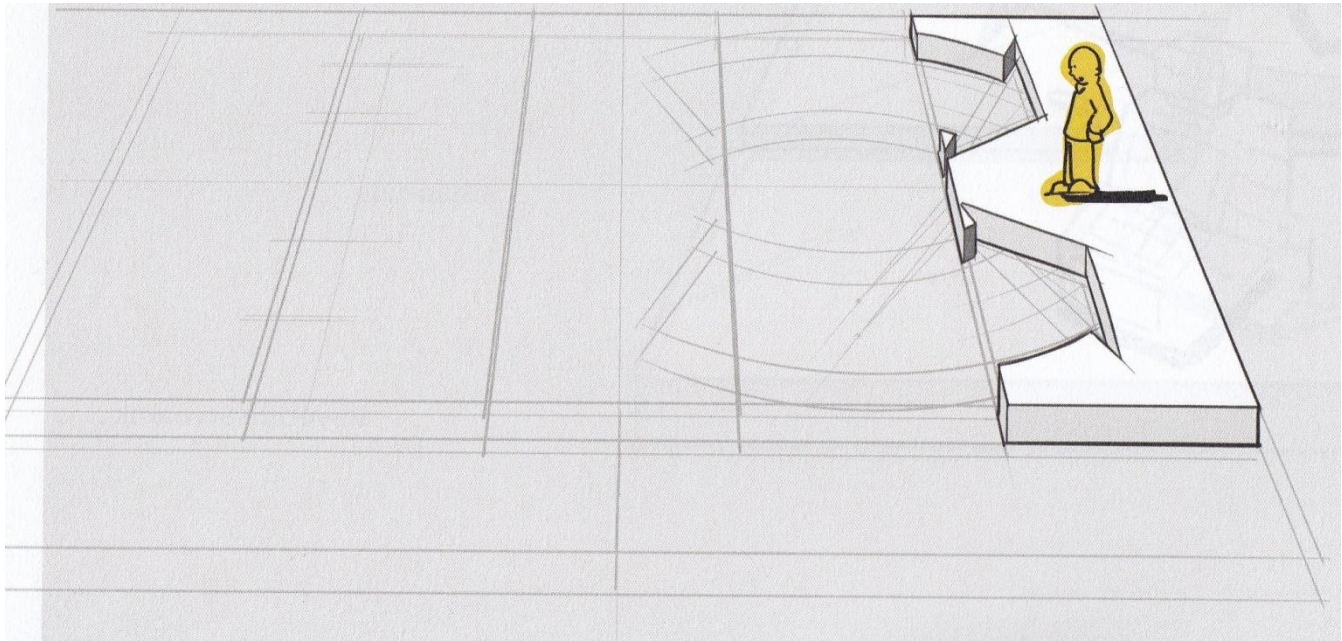
- Menjalankan bisnis **umumnya tidak** bisa sendirian. Anda memerlukan staff. Sejak awal tentukan berapa banyak dan jenis keahlian apa yang diperlukan oleh karyawan Anda ?
- Misalnya dalam sebuah toko: berapa banyak tenaga sales diperlukan ? Berapa banyak tenaga kasir diperlukan ? Berapa banyak tenaga administrasi seperti accounting diperlukan ?.
- Selain staff/SDM, juga memerlukan sumber daya non manusia. Berapa sewa toko/kantor perbulan ? Berapa komputer dan berapa harga totalnya ? Apakah Anda perlu membuat meja counter atau display untuk penjualan.

9. Cost Structure : Struktur Biaya

- Semua hal yang dilakukan dari langkah 6 hingga 8 memerlukan biaya,
- Tentukan semua komponen biaya secara rinci, benar dan logis.
- Lakukan *analisis finansial* secara seksama, lalu putuskan apakah rencana-rencana bisnis Anda menguntungkan dan layak?


Key Activities
Value Proposition
Customer Relationships
Key Partners
Customers
Costs
Key Resources
Channels
Revenue
drawings by JAM

Customer Segments (CS)



Berbagai kelompok orang atau organisasi yang dapat dijangkau atau dilayani oleh perusahaan

Type of Market

- **Mass market**
- **Niche market**
- **Segmented**
- **Diversified**
- **Multi-sided Markets**

Kategori Customer Segment

Mass Market : segmen pasar luas dengan jenis kebutuhan dan masalah yang sama.

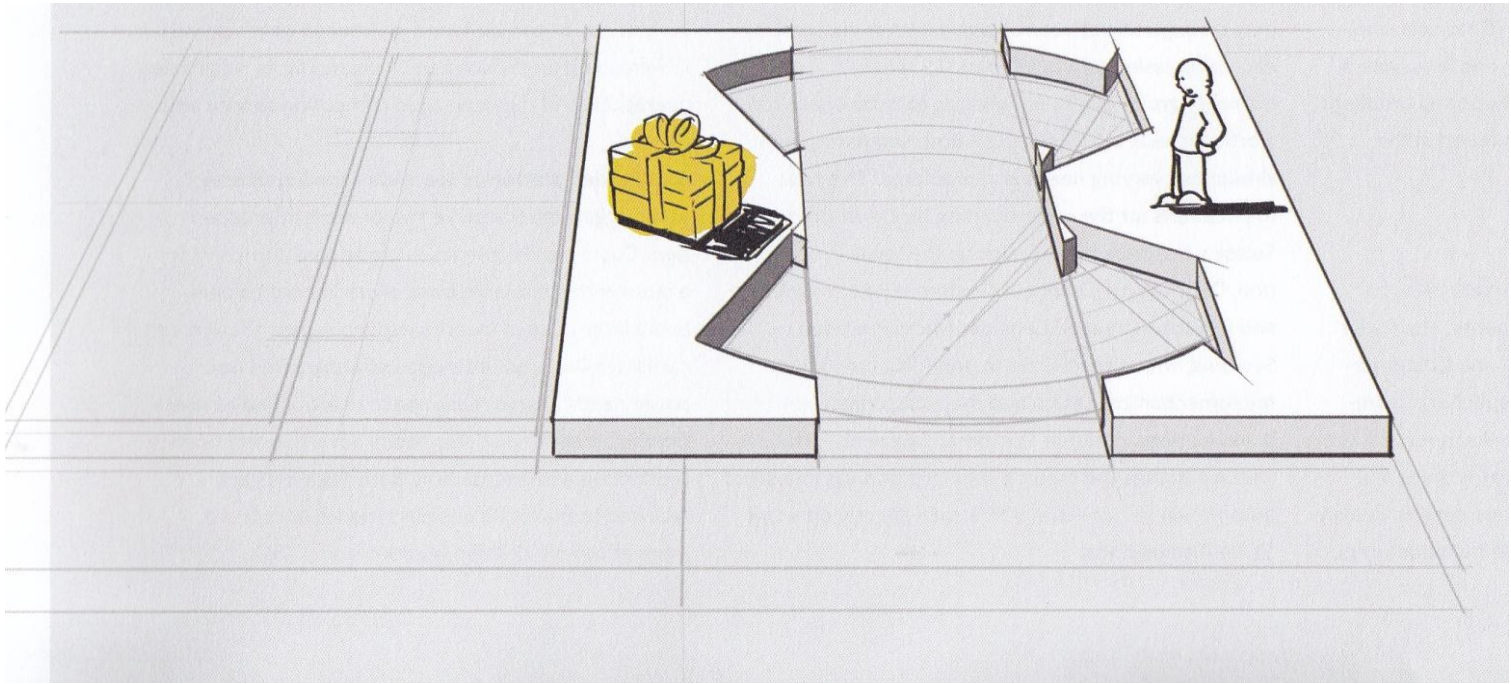
Niche Market : segmen pasar yang spesifik.

Segmented: segmen pasar yang memiliki kebutuhan berbeda tetapi dalam satu kategori.

Diversified : segmen pasar yang memiliki kebutuhan atau masalah yang sangat berbeda.

Multi-sided Platform : melayani 2 atau lebih pasar segmen pasar yang saling tergantung

Value Proposition (VP)



The ***Value Propositions*** building block describes the *bundle of product services that create value* of a specific Customer Segment

What Value do
We Deliver to The Customers?

- **Newness**
- **Performance**
- **Customization**
- **“Getting the job done”**
- **Design**
- **Brand/status**
- **Price**
- **Cost reduction**
- **Risk reduction**
- **Accessibility**
- **Convenience/usability**

Kategori Value Proposition

- **Newness** : produk / jasa yang baru yang belum pernah ditawarkan sebelumnya biasanya banyak ditemukan di dunia teknologi.
- **Performance**: produk / jasa yang ditawarkan meningkatkan kinerja customer agar menjadi lebih efisien / lebih efektif.
- **Customization**: produk / jasa yang ditawarkan berbeda / ada pilihan untuk setiap segmen yang memiliki kebutuhan yang beragam/berbeda.
- **Getting the Job Done** : dengan membeli barang tersebut akan membantu customer menyelesaikan sesuatu.
- **Desain (Design)** : menawarkan nilai artistik lebih dr sekedar fungsional.

Status (Brand) : merk yang high class memberi social status kepada pembelinya.

Harga (Price) : menawarkan harga yang bersaing atau sesuai dengan ciri customer segmennya.

Hemat (Cost reduction) : produk / jasa yang ditawarkan membantu customer untuk melakukan efiensi berdasarkan atas biaya pemakaian.

Meminimasi Resiko (Risk reduction) : menawarkan produk / jasa yang meminimalkan risiko yang ditanggung customer seperti garansi.

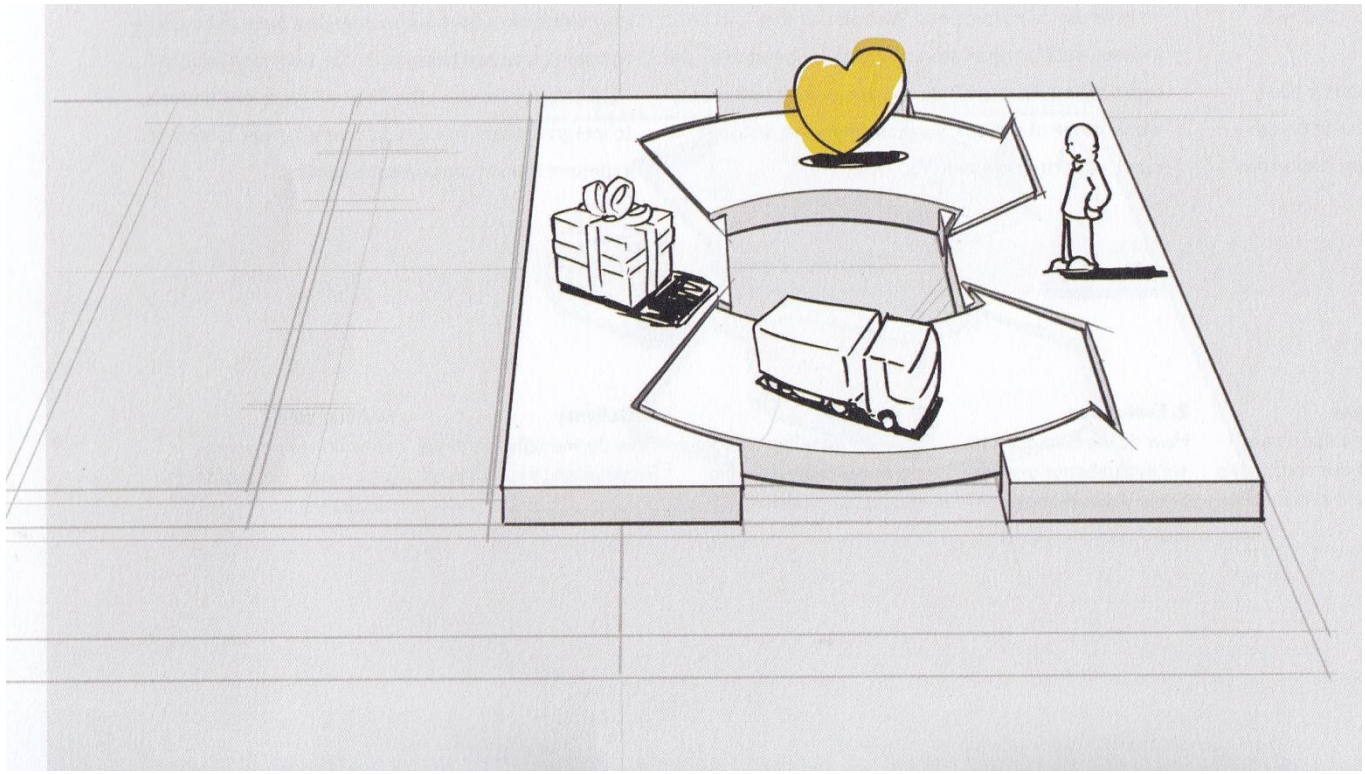
Akses (Accessibility) : mempermudah akses customer terhadap produk / jasa yang ditawarkan.

Kenyamanan (Convenience/usability) : menawarkan produk / jasa yang nyaman dan cenderung mempermudah customer.

Contoh Value Proposition

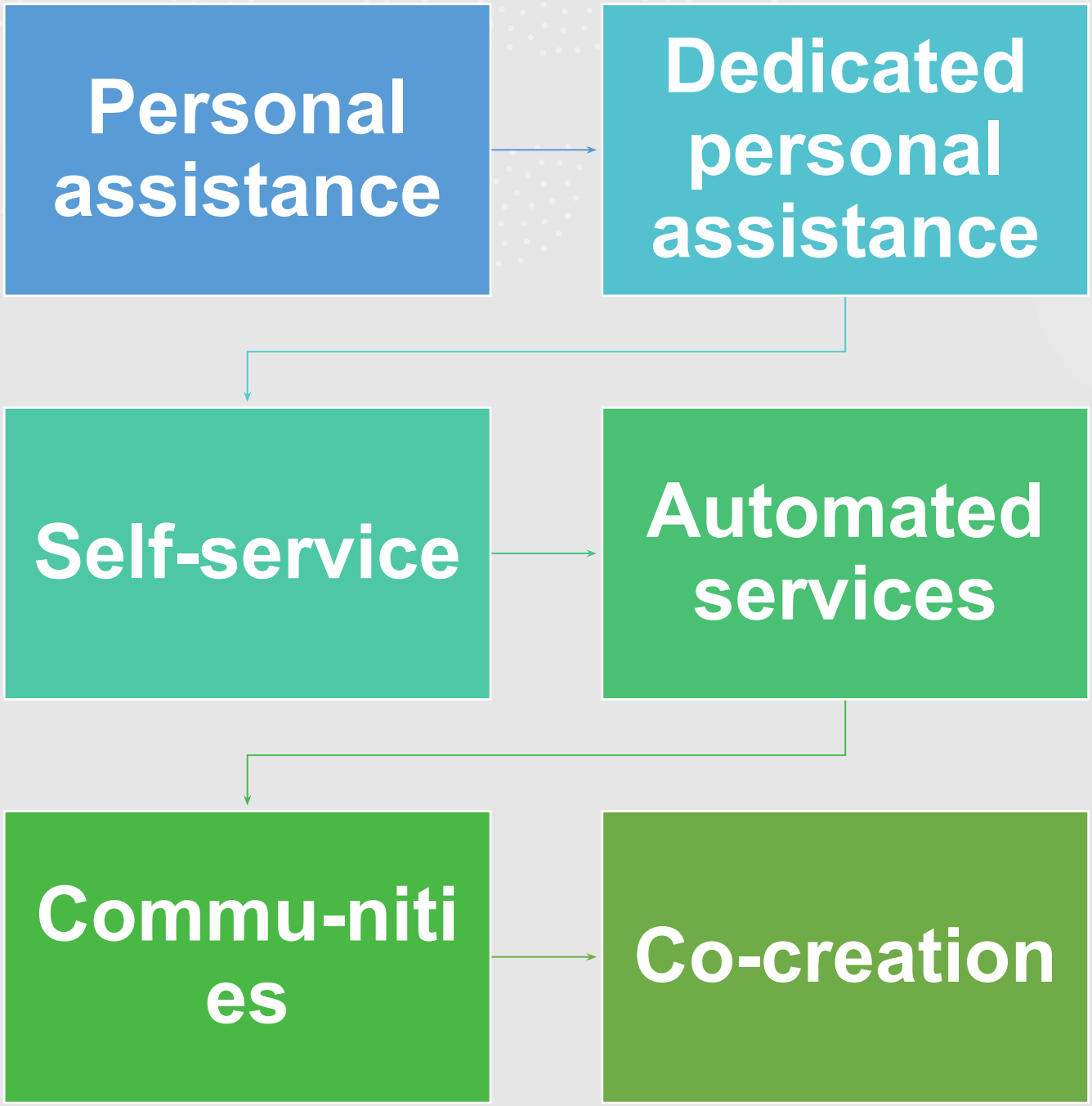
Newness		Handphone
Performance		Computers
Customization		Taylors
“Getting the job done”		Software
Design	→ Contoh	Fashion
Brand/status		Starbucks
Price		LCC
Cost reduction		Groupon
Risk reduction		Insurance
Accessibility		Mutualfunds
Convenience/usability		Ipod

Customer Relationships (CR)



Menggambarkan jenis hubungan yang ditetapkan perusahaan dengan segmen pelanggan tertentu

Tipe dari Customer Relationship



Kategori Customer Relationship

Personal Assistance: Ada sales-rep yang melayani pelanggan Anda.

Dedicated Personal Assistance: Hubungan ini melibatkan dedikasi perwakilan pelanggan
khusus untuk klien individu

Self Service: Pelanggan melayani dirinya sendiri, biasanya di bisnis retail.

Automated Service: Pelanggan bahkan tidak perlu ke toko Anda, biasanya di bisnis online.

Community: Anda menciptakan komunitas untuk pelanggan.

Co-Creation: Anda mengajak pelanggan menciptakan sesuatu untuk bisnis Anda.