

# THE Business Model **Canvas**



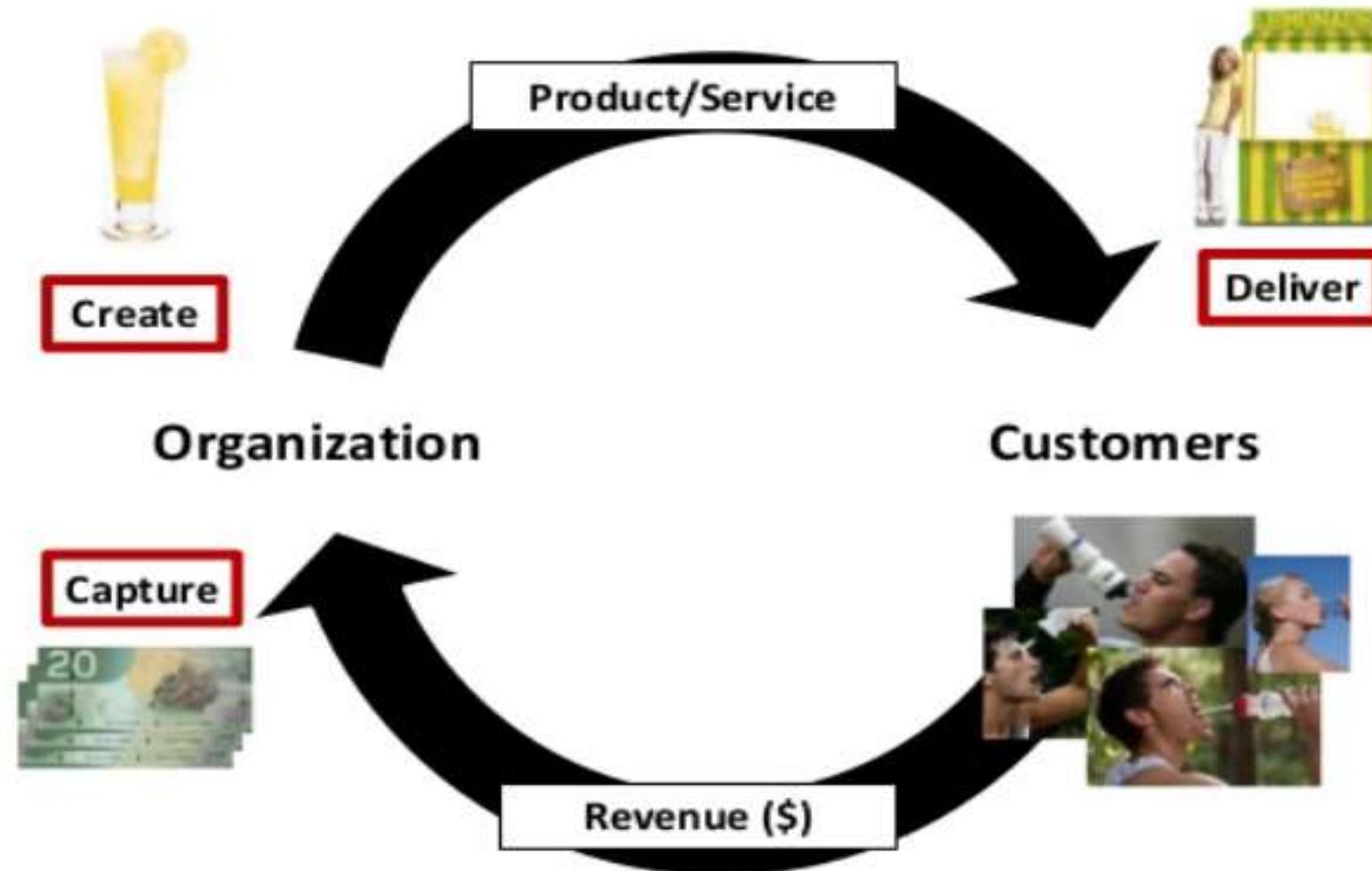
<https://www.slideshare.net/esaife/business-model-canvas-101>

# business model



“A business model describes the rationale of how an organization **creates, delivers, and captures value**”

# BUSINESS MODEL

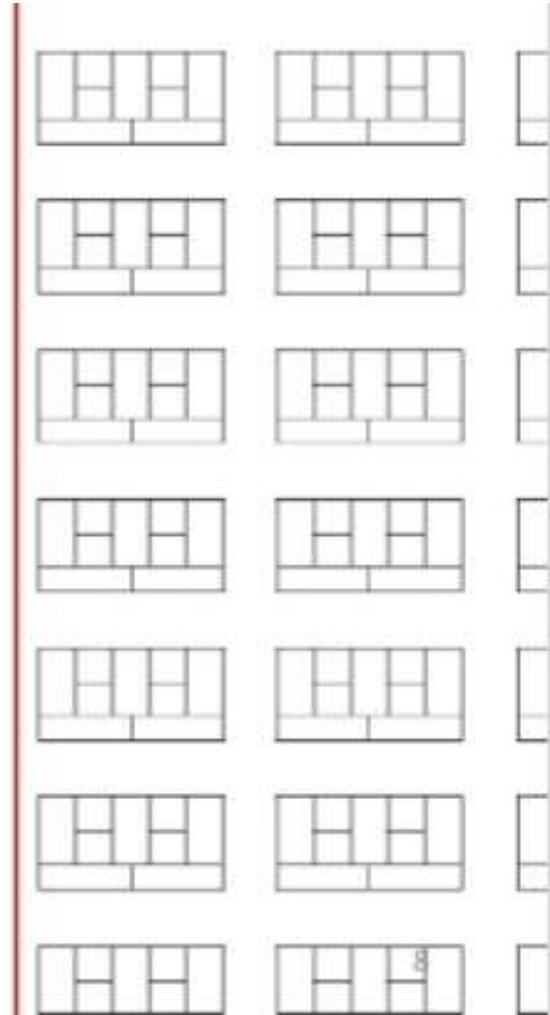


business  
model  
canvas

?

# YOU CAN .....

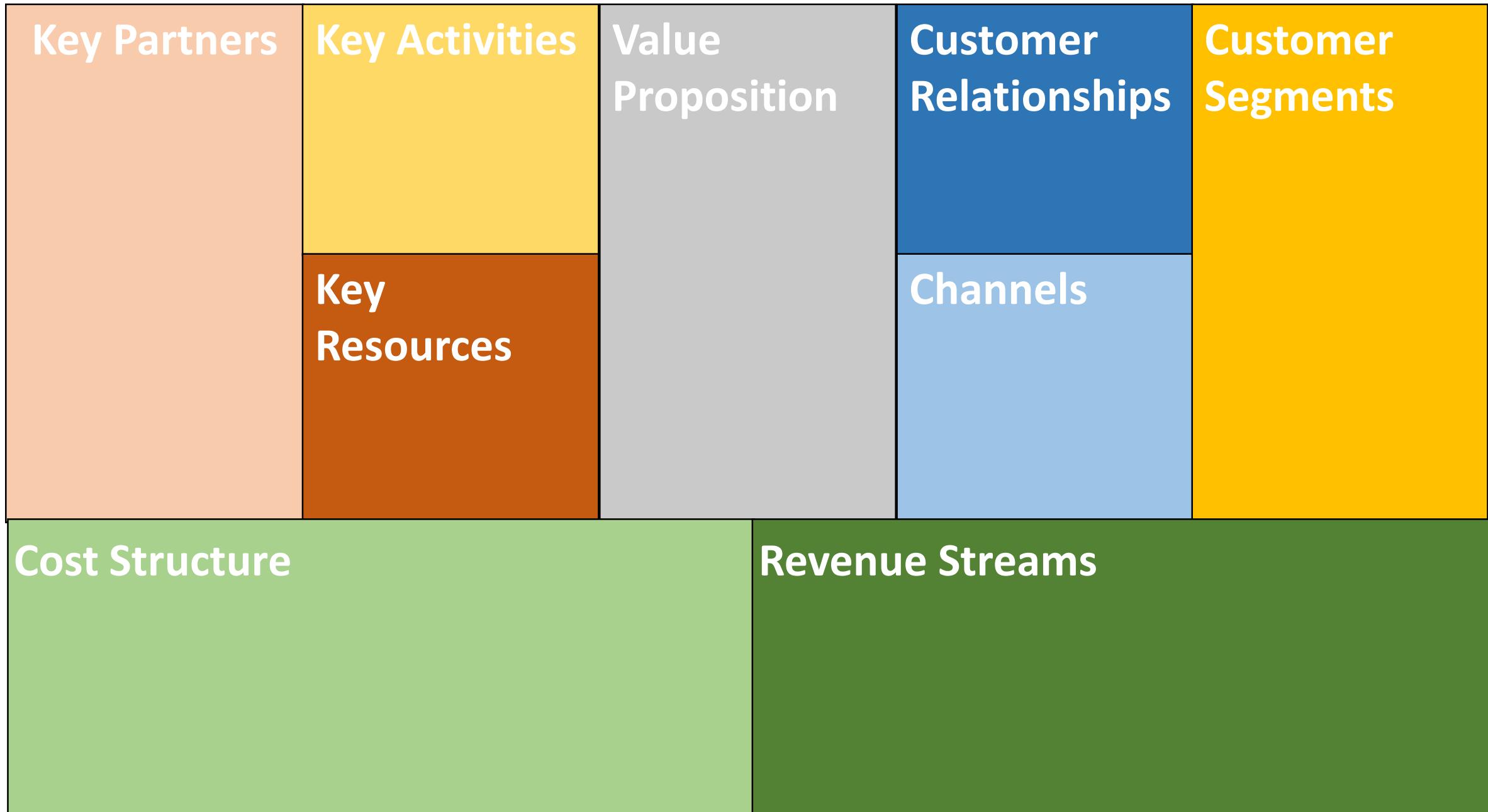
- Create new business models easily
- Analyze & update your existing business model



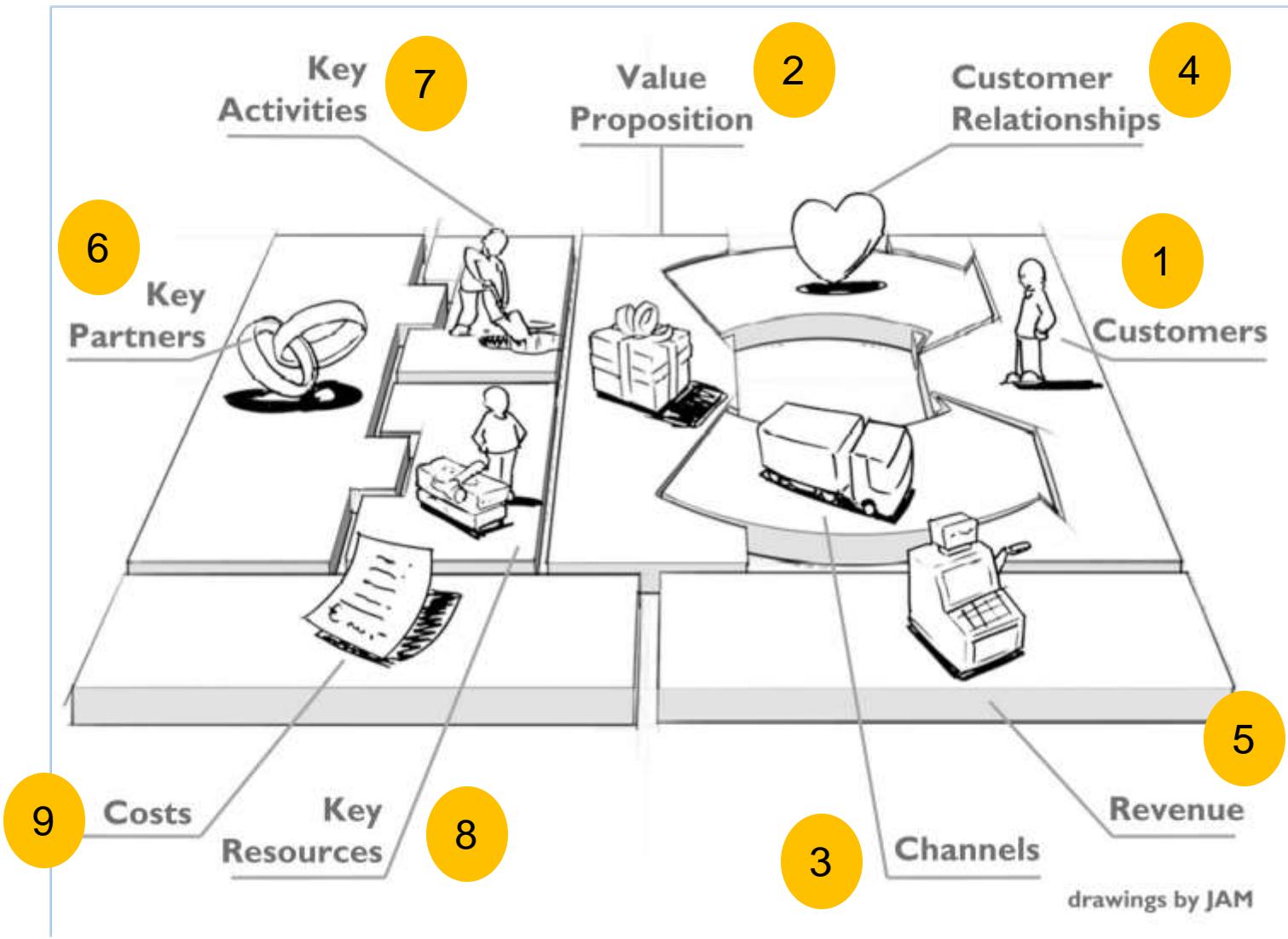
- *Business model* adalah acuan dalam menjalankan kegiatan bisnis. Acuan ini digunakan untuk memikirkan cara agar bisnis yang dijalankan mendapatkan keuntungan. Seiring perkembangan zaman ada suatu inovasi dalam membuat *business model*, hal ini disebut dengan *Business Model Innovation* (BMI).
- Ada banyak *business model*, salah satu yang bisa digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC) oleh Pigneur dan Osterwalder. *Canvas* merupakan sebuah *strategic management* yang baik untuk digunakan dalam *start up business* ataupun mengembangkan *existing business*. *Business Model Canvas* merupakan alat bantu untuk mendeskripsikan, menganalisis dan merancang model bisnis (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Dalam *Business Model Canvas* terdapat 9 blok area aktivitas bisnis yang memiliki tujuan memetakan strategi untuk membangun bisnis yang kuat dan bisa memenangkan persaingan dalam jangka panjang.

9

building  
blocks

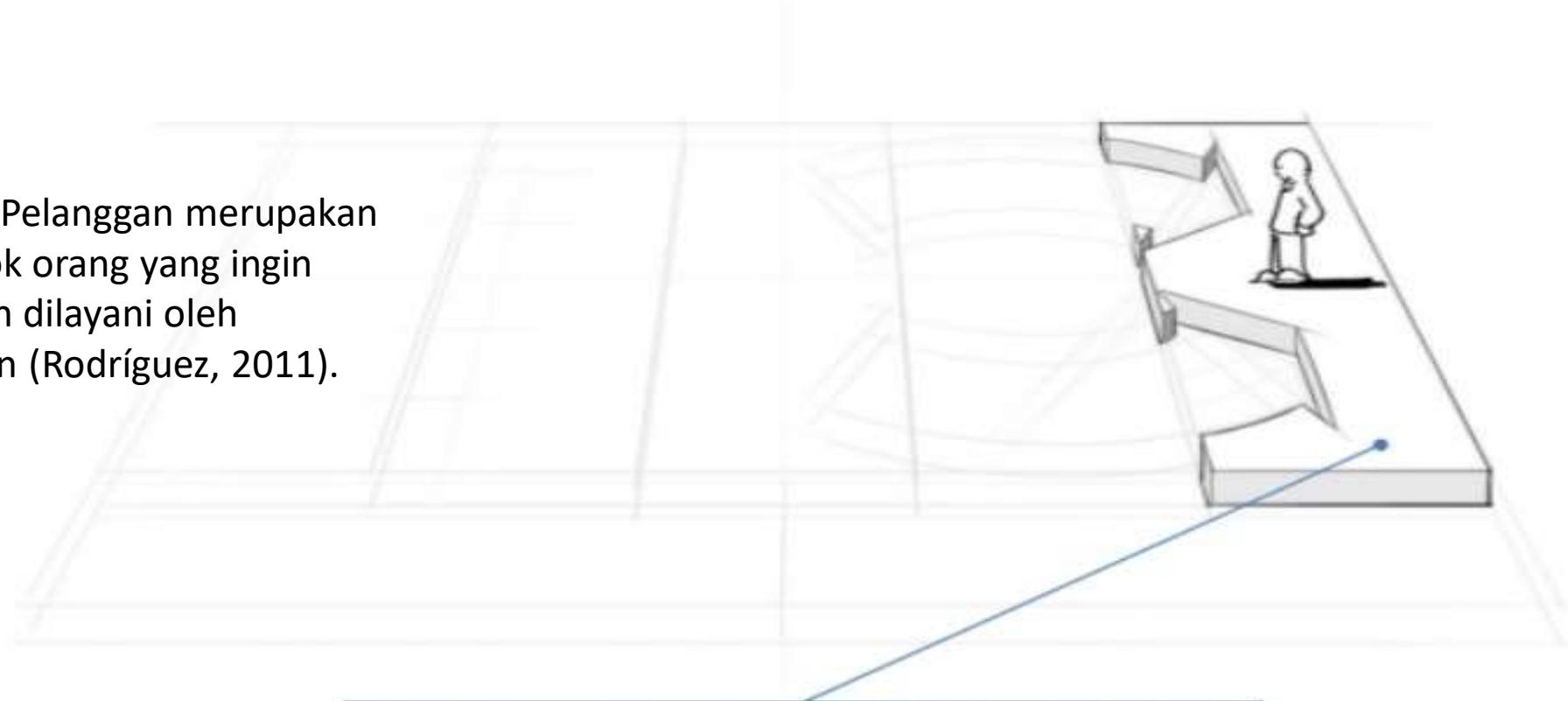


# 9 LANGKAH MEMBUAT BUSINESS MODEL



# CUSTOMER SEGMENTS

Customer, Pelanggan merupakan sekelompok orang yang ingin dicapai dan dilayani oleh perusahaan (Rodríguez, 2011).



which customers and users are you serving?  
which jobs do they really want to get done?

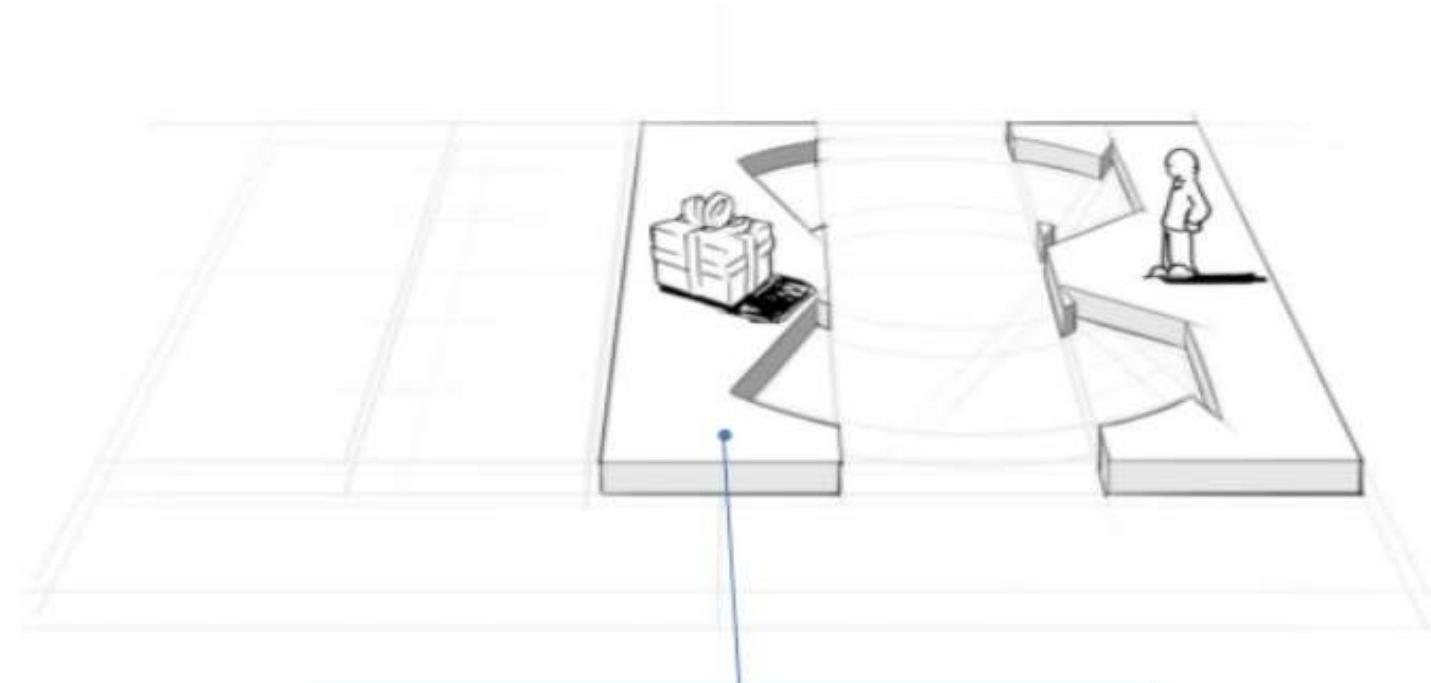
drawings by JAM

# 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.

# VALUE PROPOSITION

Value, Rangkuman alasan utama kenapa pelanggan atau user membayar untuk menggunakan sejumlah layanan (Rodríguez, 2011).

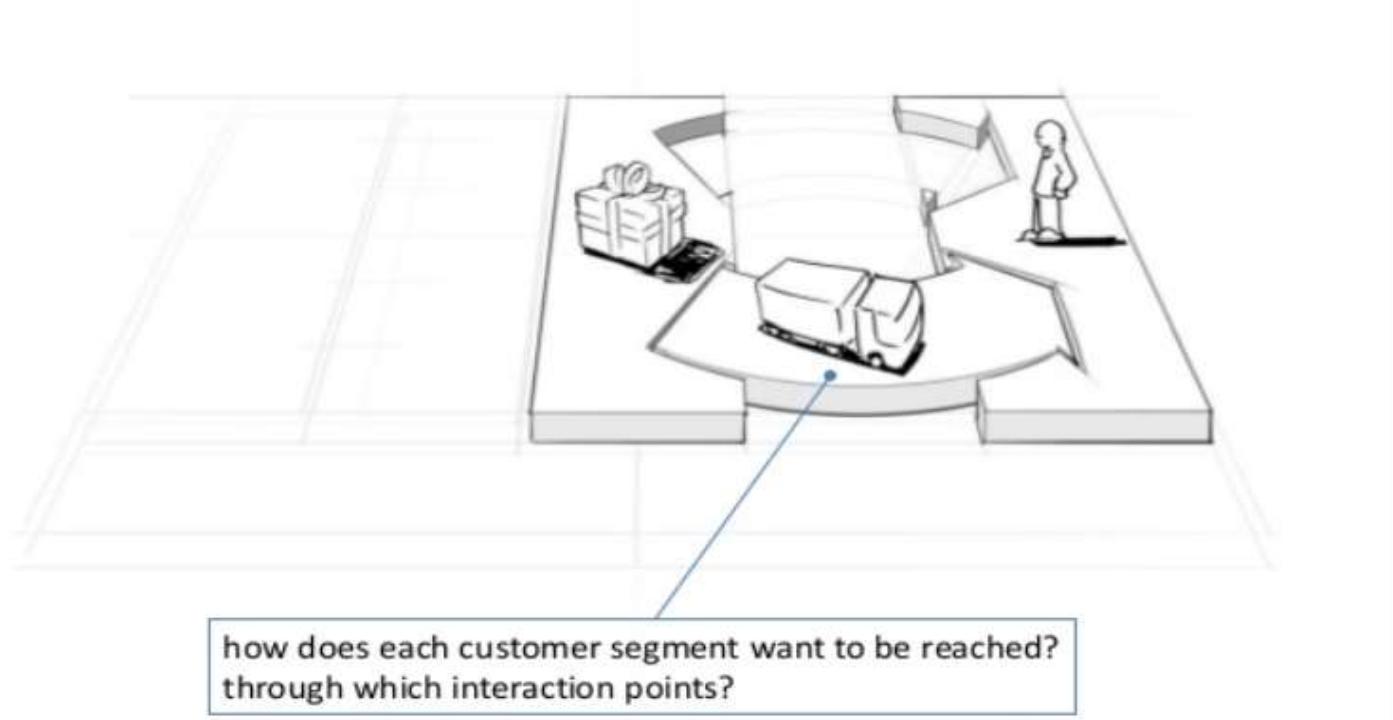


## Value Proposition : Apa yang ditawarkan ?

- 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.**

# CHANNELS

*Channel*, Menurut Osterwalder dan Pigneur (2013), proposisi nilai sampai ke pelanggan melalui komunikasi, distribusi, dan saluran penjualan. Saluran penjualan di mana pembeli dan penjual menyepakati transaksi

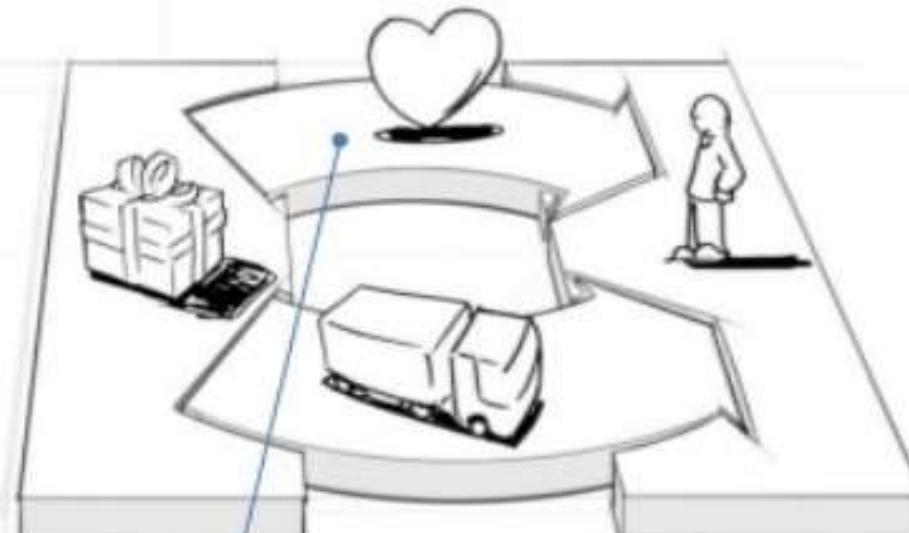


### 3. Channel : Saluran Distribusi

- 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 yang terbaik

# CUSTOMER RELATIONSHIPS

*Relation*, Pada blok ini merupakan deskripsi apa jenis hubungan pelanggan harapkan dan bagaimana membangun dan memeliharanya (Fritscher dan Pigneur, 2011).



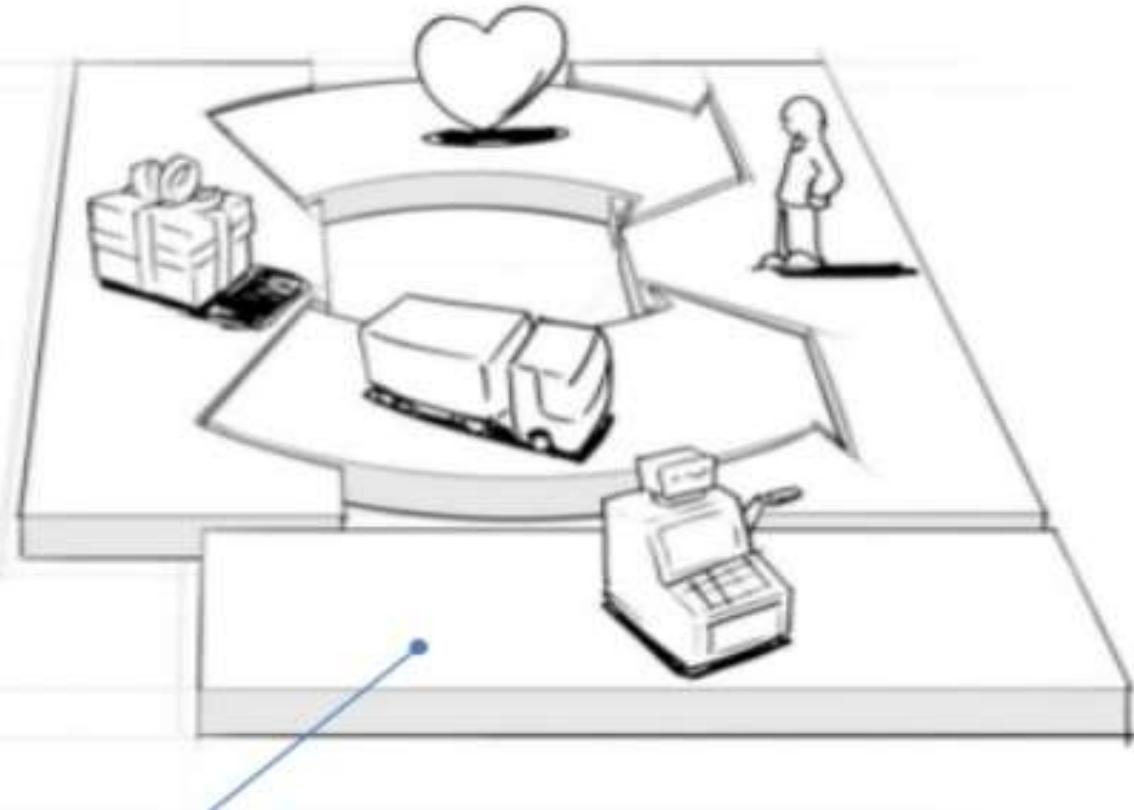
what relationships are you establishing with each segment?  
personal? automated? acquisitive? retentive?

# 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.

# REVENUE STREAMS

*Revenue stream*, Arus pendapatan dihasilkan dari proposisi nilai yang dengan sukses ditawarkan kepada pelanggan (Rodríguez, 2016).



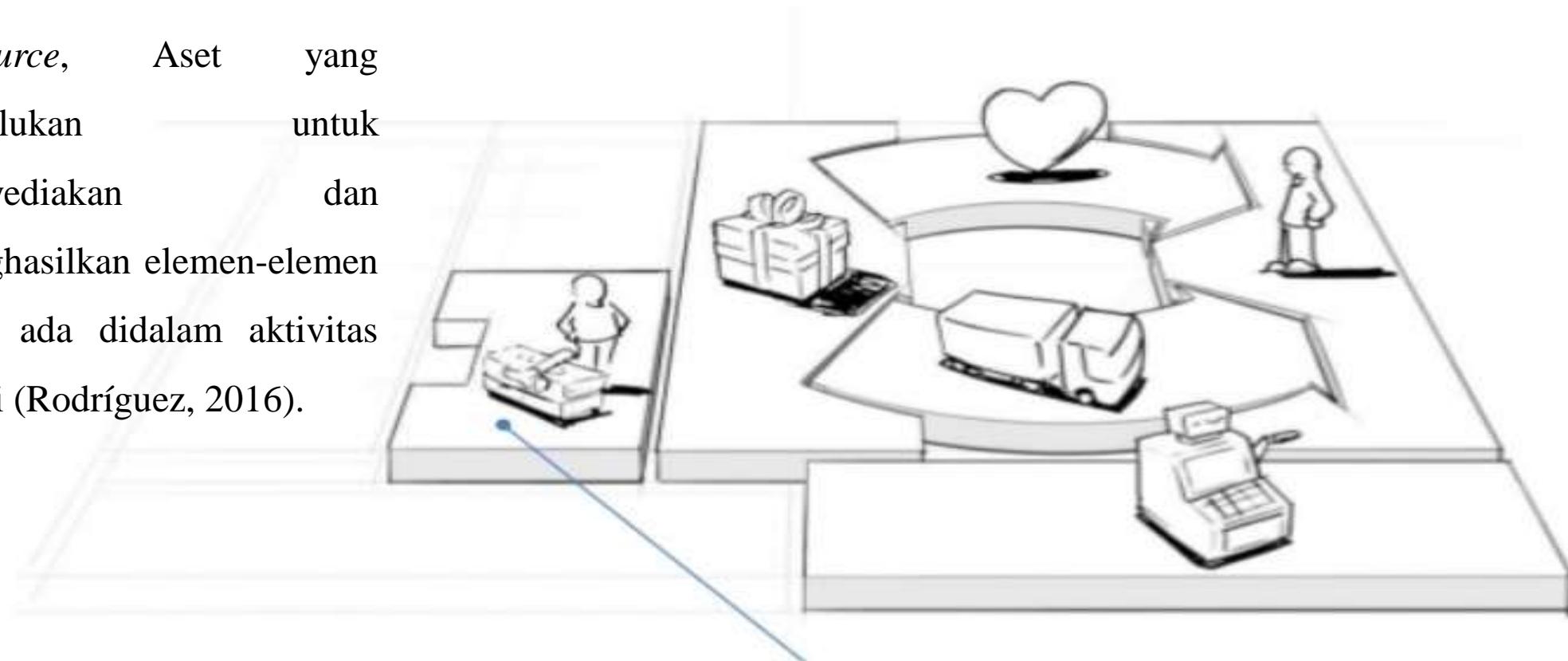
what are customers really willing to pay for? how?  
are you generating transactional or recurring revenues?

# 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”

# KEY RESOURCES

*Resource*, Aset yang diperlukan untuk menyediakan dan menghasilkan elemen-elemen yang ada didalam aktivitas kunci (Rodríguez, 2016).



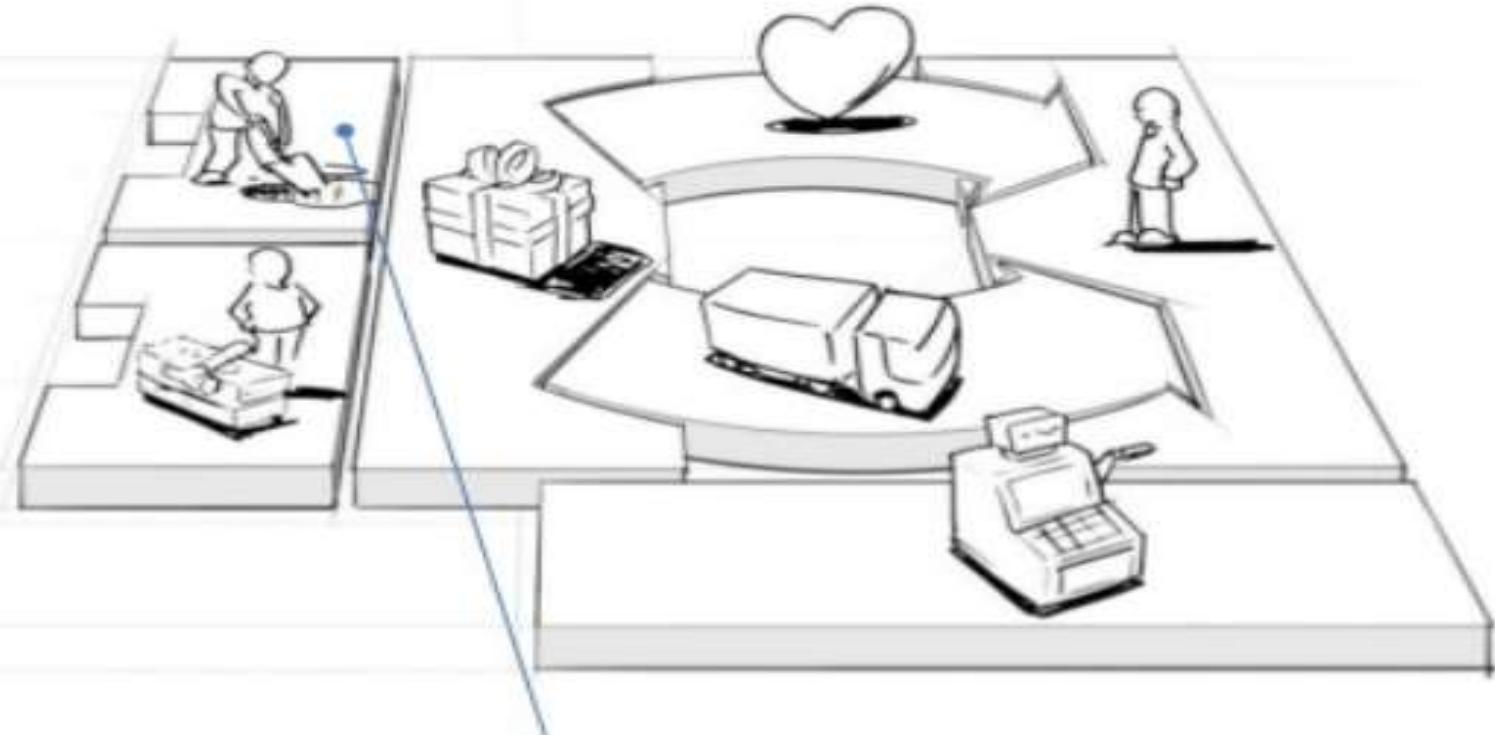
which resources underpin your business model?  
which assets are essential?

# 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.

# KEY ACTIVITIES

*Activities*, Sejumlah aktivitas kunci pada blok bangunan ini menjelaskan proses kunci yang diperlukan untuk aktivitas bersama sumber yang ditawarkan oleh mitra untuk memberikan proposisi nilai, mengelola saluran dan hubungan, dan menghasilkan pendapatan (Mars, 2012).



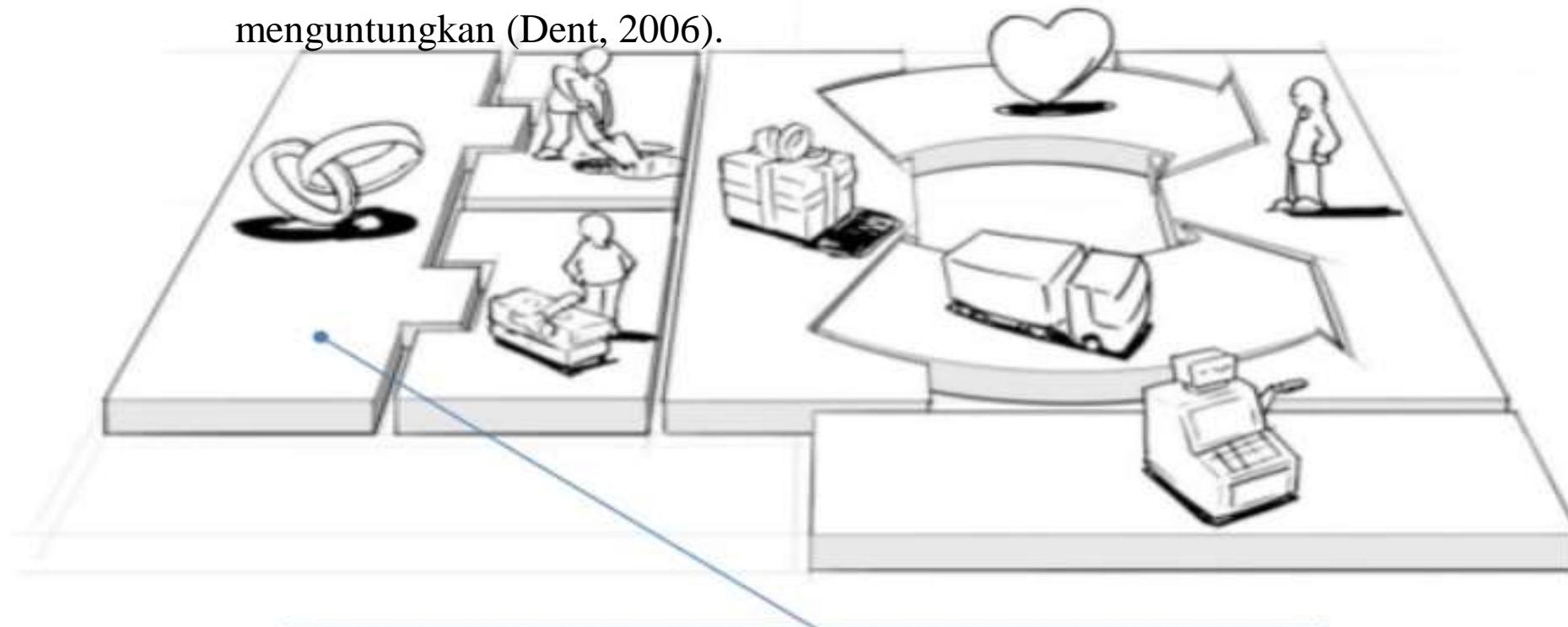
which activities do you need to perform well in your business model? what is crucial?

# 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 Berkualitas maka Kegiatan Bisnisnya adalah Promosi, Training Guru, dan Materi Yang Selalu Diperbaharui.
- Kegiatan – kegiatan bisnis diuraikan secara detail dan logis.

# KEY PARTNERS

*Partner*, Kemitraan adalah dimana dua atau lebih orang yang bekerja bersama-sana untuk mencapai tujuan sambil membangun kepercayaan dan hubungan yang saling menguntungkan (Dent, 2006).



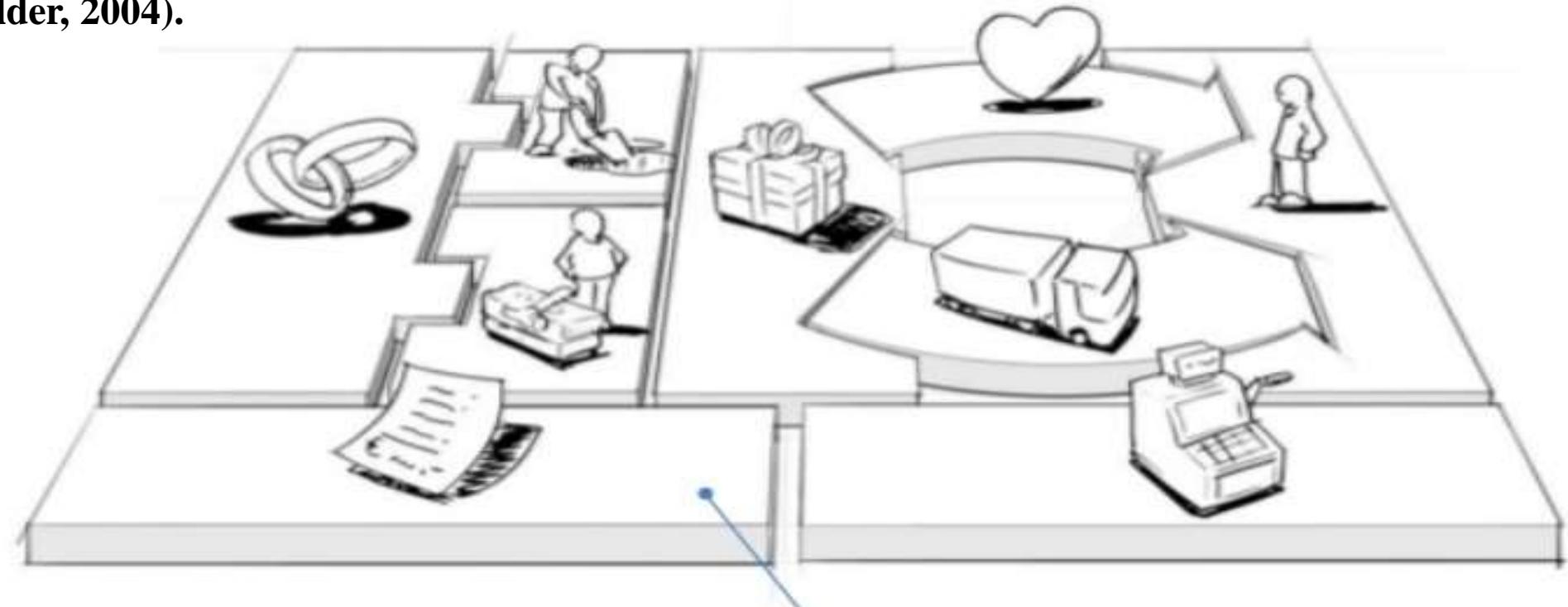
which partners and suppliers leverage your model?  
who do you need to rely on?

# 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.

Struktur biaya mempresentasikan semua uang yang digunakan di dalam model bisnis. Elemen ini mengukur semua biaya perusahaan yang ditimbulkan dalam rangka menciptakan, memasarkan dan memberikan nilai kepada pelanggan (Osterwalder, 2004).

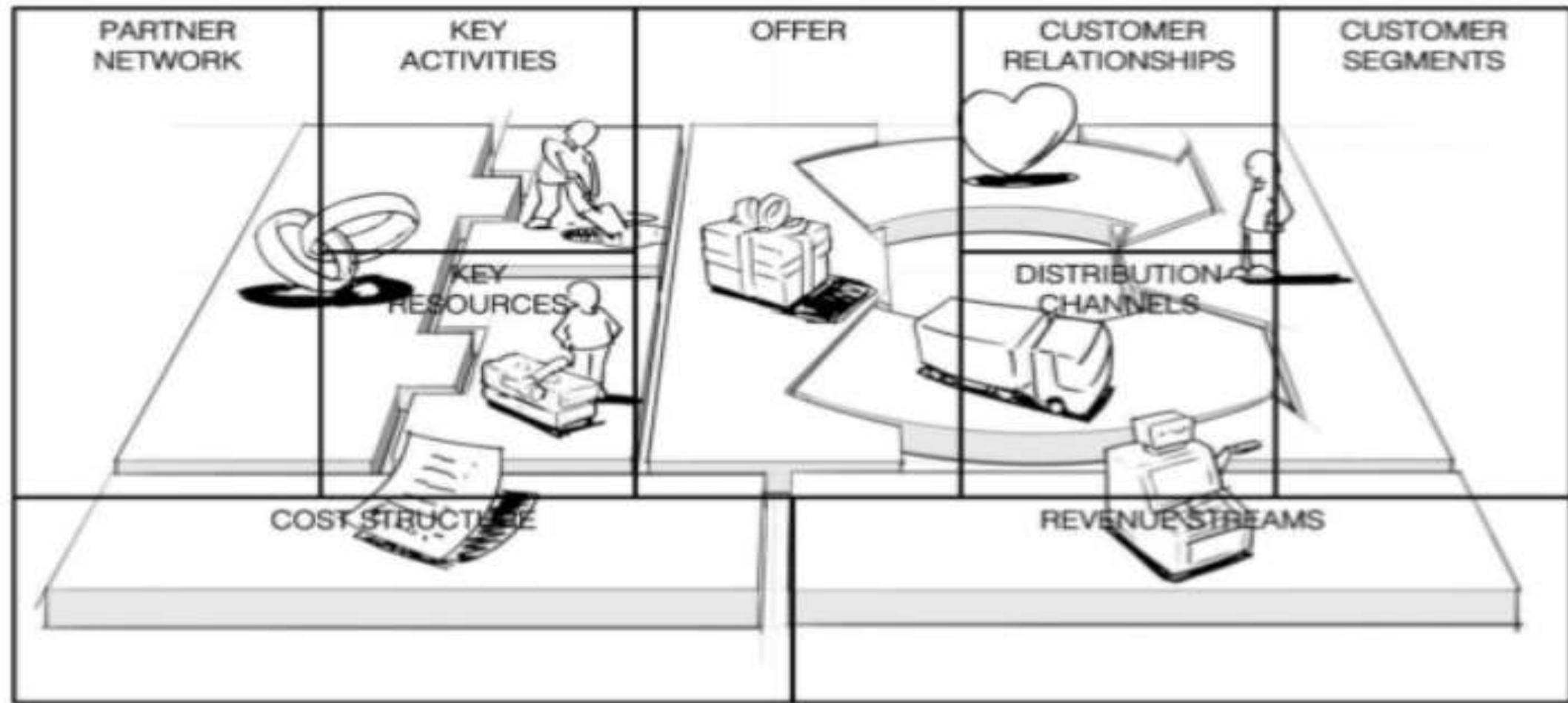
# COST STRUCTURE



# Cost Structure : Struktur Biaya

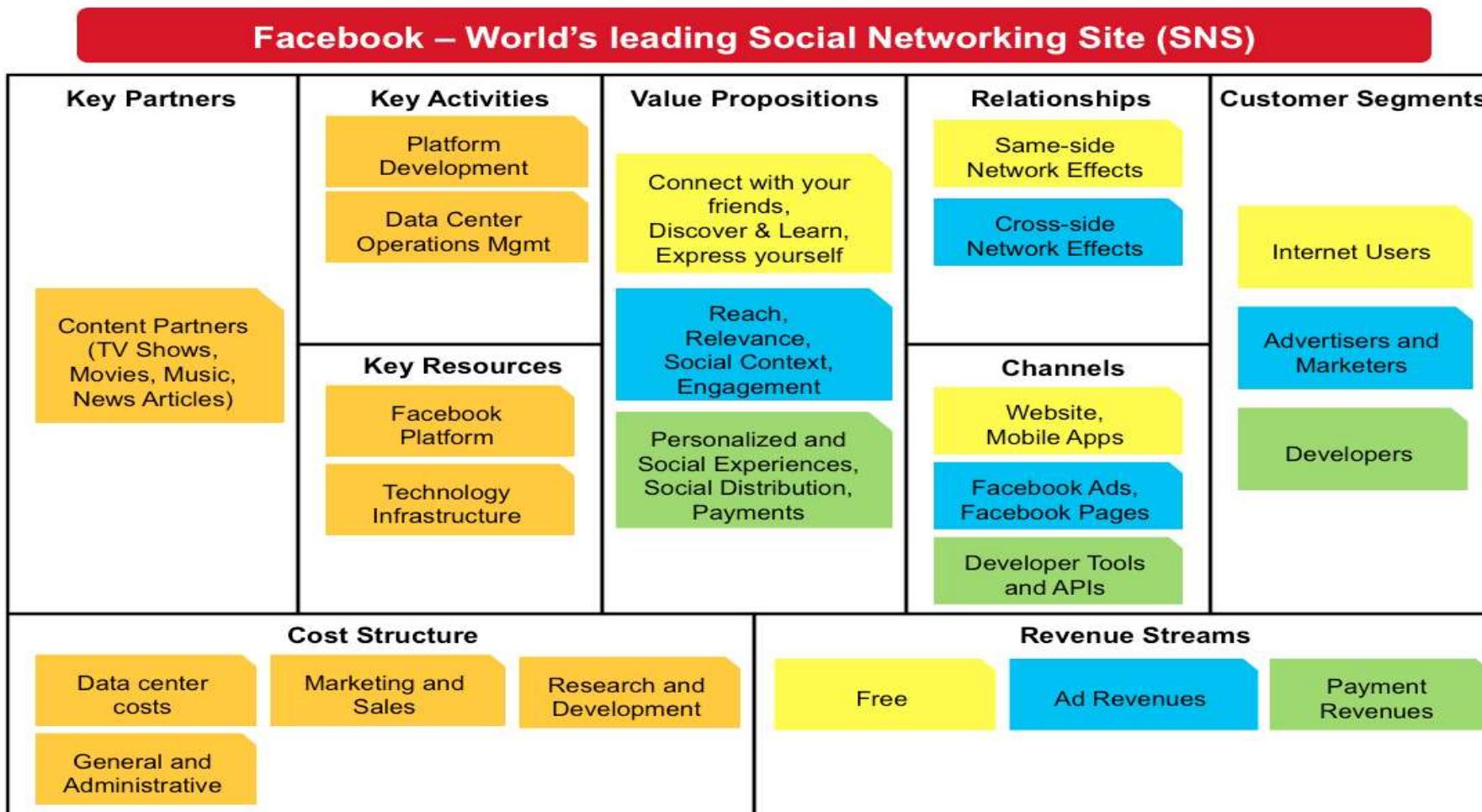
- Semua hal yang dilakukan dari langkah 6 hingga 8 memerlukan biaya,
- Tentukan semua komponen biaya secara rinci, benar dan logis.
- Lakukan *analisis finansial* secara seksama, lalu putuskan apakah rencana-rencana bisnis Anda menguntungkan dan layak?

# BUSINESS MODEL CANVAS



**EXAMPLES**  
**EXAMPLES**

# Contoh Business Model Canvas Facebook



## EXAMPLE 1



Refreshing lemonade to joggers  
at public parks

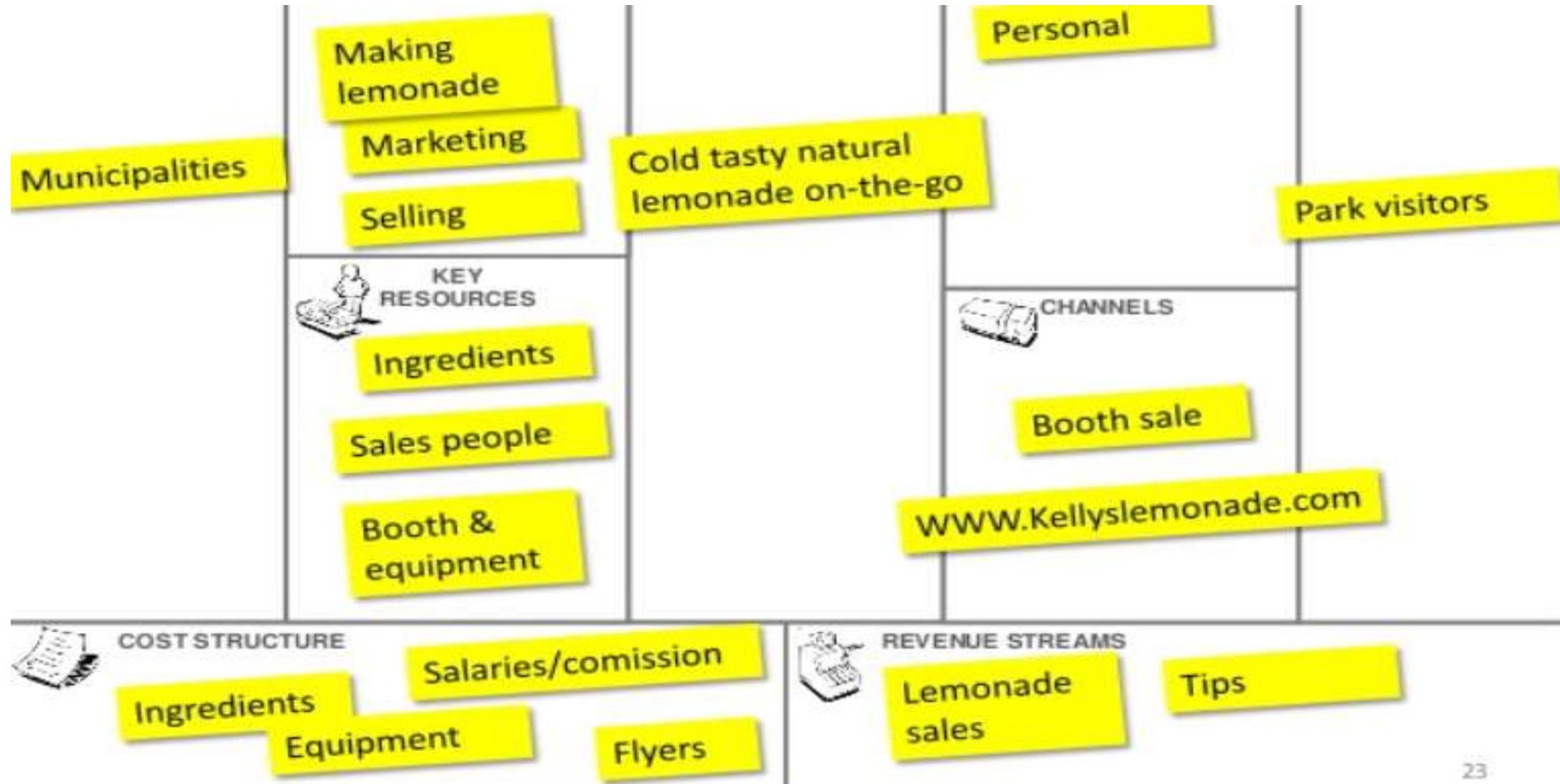
## EXAMPLE 2



Affordable VOIP calls

# REFRESHING LEMONADE

## to joggers at public parks

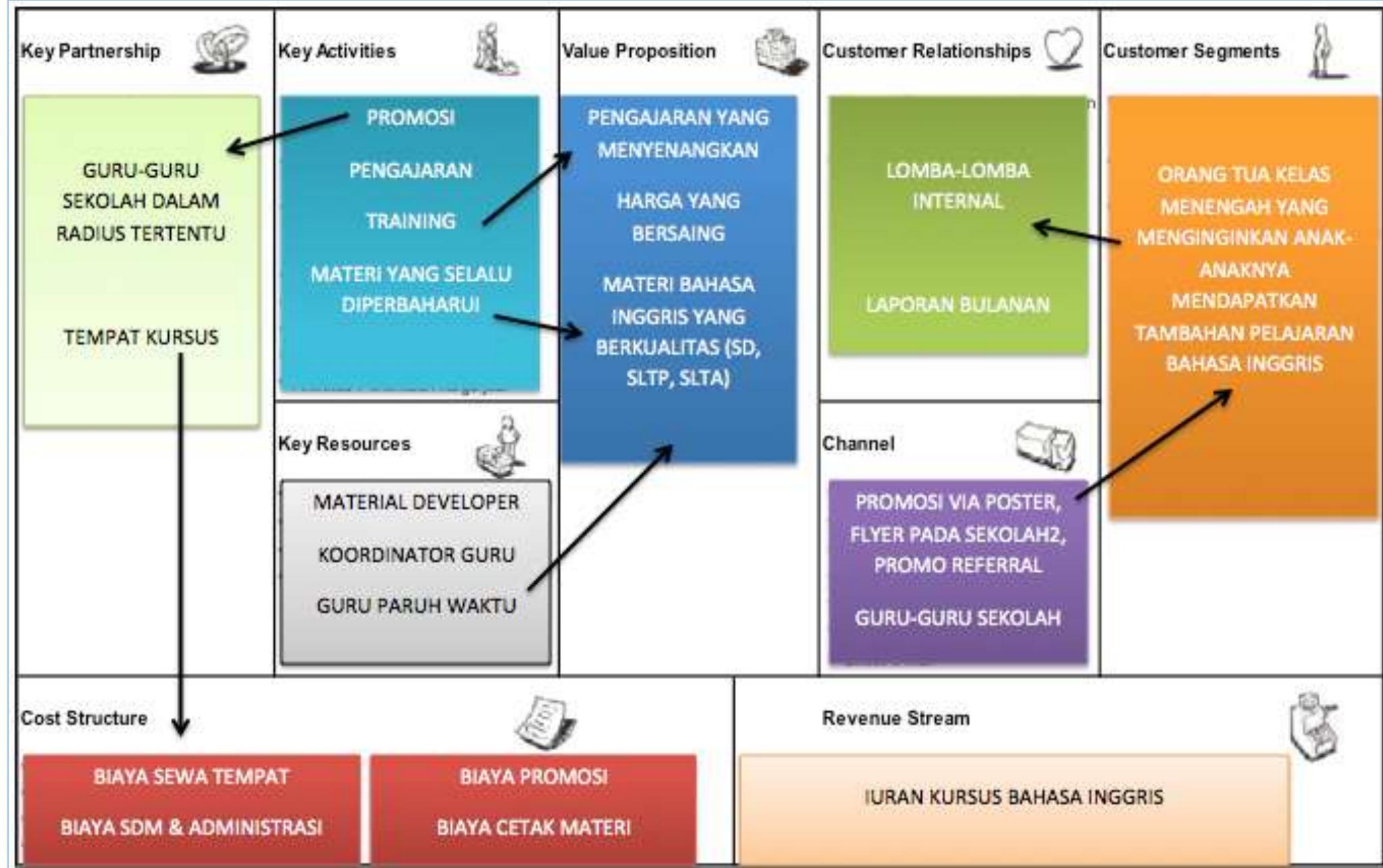


# SKYPE – Affordable VOIP calls



# Soccer WC 2010





**Customer Problem**

- Impact produced with customers seen by myself

**Key Assumption - (More Communication)**

- Marketing message planned
- Action is taken

**Value Proposition**

- **Value Proposition**
- **Offer**
- **Benefit**

**Customer Proposition**

- **Customer Proposition**
- **Customer Message**
- **Value Proposition**
- **Offer**
- **Benefit**

**Customer Segments**

- **Segment**
- **Segment**
- **Segment**

**Key Partner**

- **Key Partner**
- **Relationship**

**Value Proposition Map**

- **Offer**
- **Benefit**

**Customer Segments**

- **Segment**
- **Segment**
- **Segment**

**Customer Segments**

- **Segment**
- **Segment**
- **Segment**

**Customer Segments**

- **Segment**
- **Segment**
- **Segment**

**Field Structure**

- **Field**

**Customer Segments**

- **Segment**

**Customer Segments**

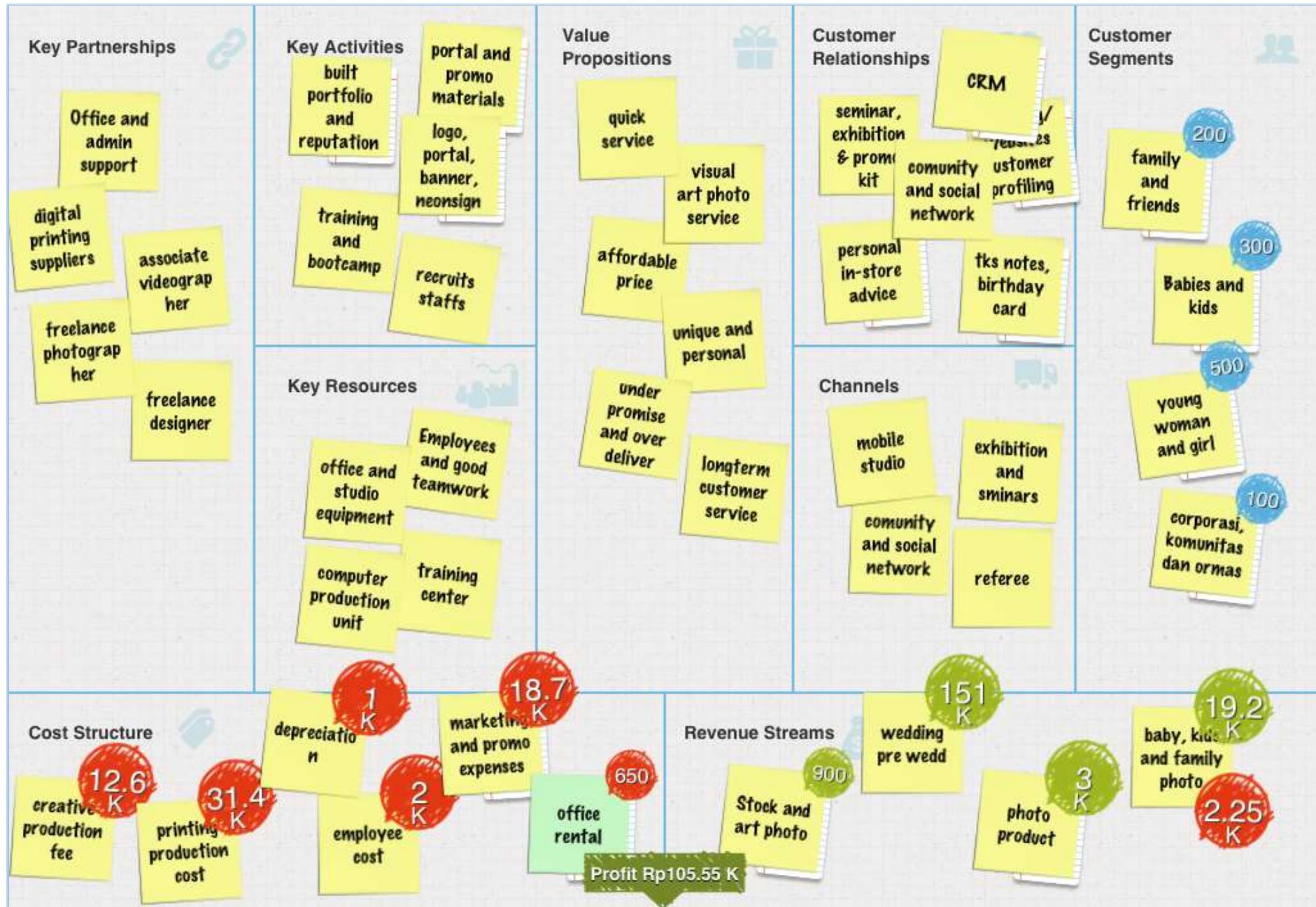
- **Segment**
- **Segment**
- **Segment**

**Customer Segments**

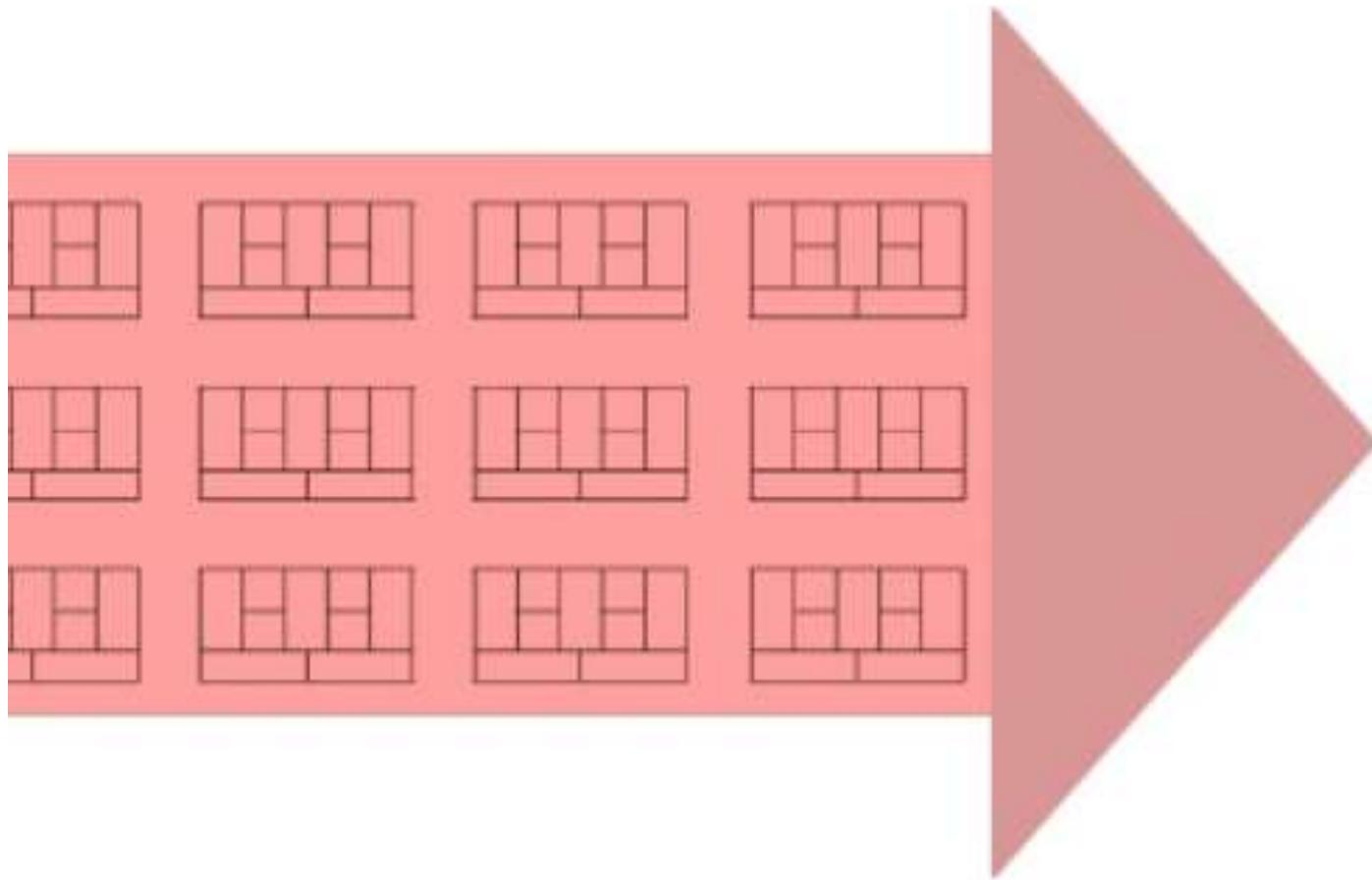
- **Segment**
- **Segment**
- **Segment**

**Customer Segments**





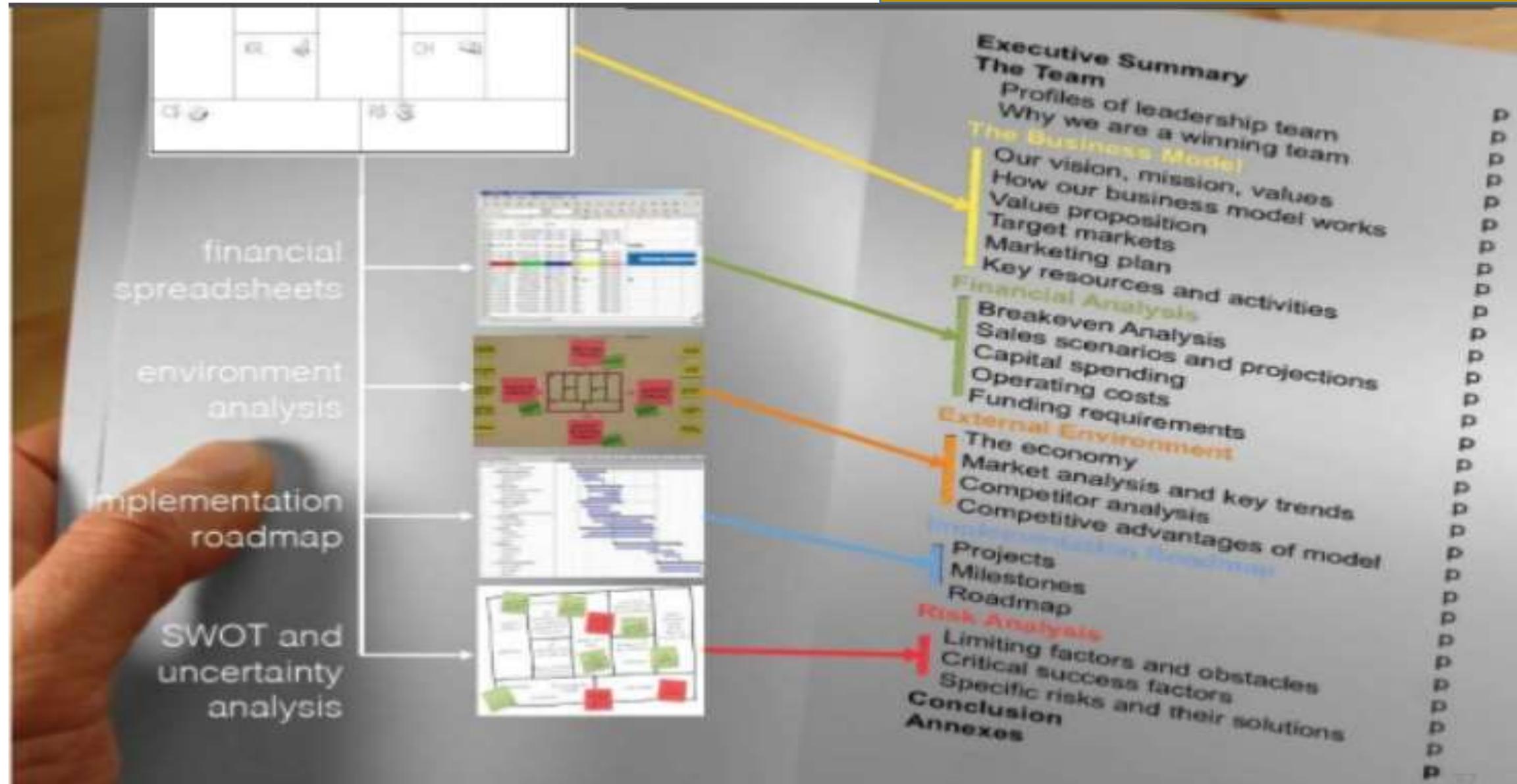
# SO WHAT'S BEYOND THE **CANVAS**?





you need to validate your model assumptions with the customers until you get it right!

# BUSINESS PLAN



# KESIMPULAN

- SETELAH 9 LANGKAH RENCANA BISNIS SELESAI MAKA DAPAT DIJADIKAN DASAR UNTUK MEMBUAT SEBUAH PROPOSAL BISNIS YANG RINCI, JELAS DAN BENAR SESUAI DENGAN FORMAT.