

# BUSINESS MODEL CANVAS

# Tujuan Pembelajaran

1. Mampu menjelaskan pengertian model bisnis
2. Mampu menjelaskan business model canvas dan elemennya
3. Mampu menguraikan elemen pertama dari canvas model bisnis, yaitu customer segments
4. Mampu menjelaskan elemen kedua dari BMC yaitu value proposition.

## Tujuan Pembelajaran

5. Mampu menjabarkan elemen ketiga BMC, yaitu channels
6. Mampu menguraikan komponen keempat dari BMC yaitu customer relationship
7. Mampu menjelaskan komponen kelima BMC yaitu revenue stream
8. Mampu menjelaskan elemen keenam dari BMC yaitu key resources

# Tujuan Pembelajaran

9. Mampu menjelaskan elemen ketujuh yaitu key activities
10. Mampu menjelaskan elemen kedelapan yaitu key partnership
11. Mampu menjelaskan elemen cost structure, yang merupakan elemen kesembilan dari BMC

# Apa itu model bisnis?

- Definisi model bisnis dapat dipilah menjadi tiga kelompok, yaitu model bisnis sebagai sebuah cara, model bisnis dilihat dari komponen (elemen), dan model bisnis sebagai strategi bisnis

# Komponen model bisnis

- Siapa yang dilayani (who it serves)
- Apa yang ditawarkan (what it provides)
- Bagaimana cara menghasilkan produk (how it provides its product)
- Bagaimana menghasilkan uang atau laba (how it creates money)
- Bagaimana membedakan dirinya secara strategis terhadap pesaing

# Mengapa kita perlu model bisnis?

- memudahkan para perencana dan pengambil keputusan di unit usaha dengan melihat hubungan logis antar komponen
- Membantu menguji konsistensi hubungan antar komponennya
- Membantu menguji pasar dan asumsi yang digunakan
- Menunjukkan seberapa radikal suatu perubahan dilakukan dan konsekuensinya

# Model Bisnis dan Strategi Bisnis

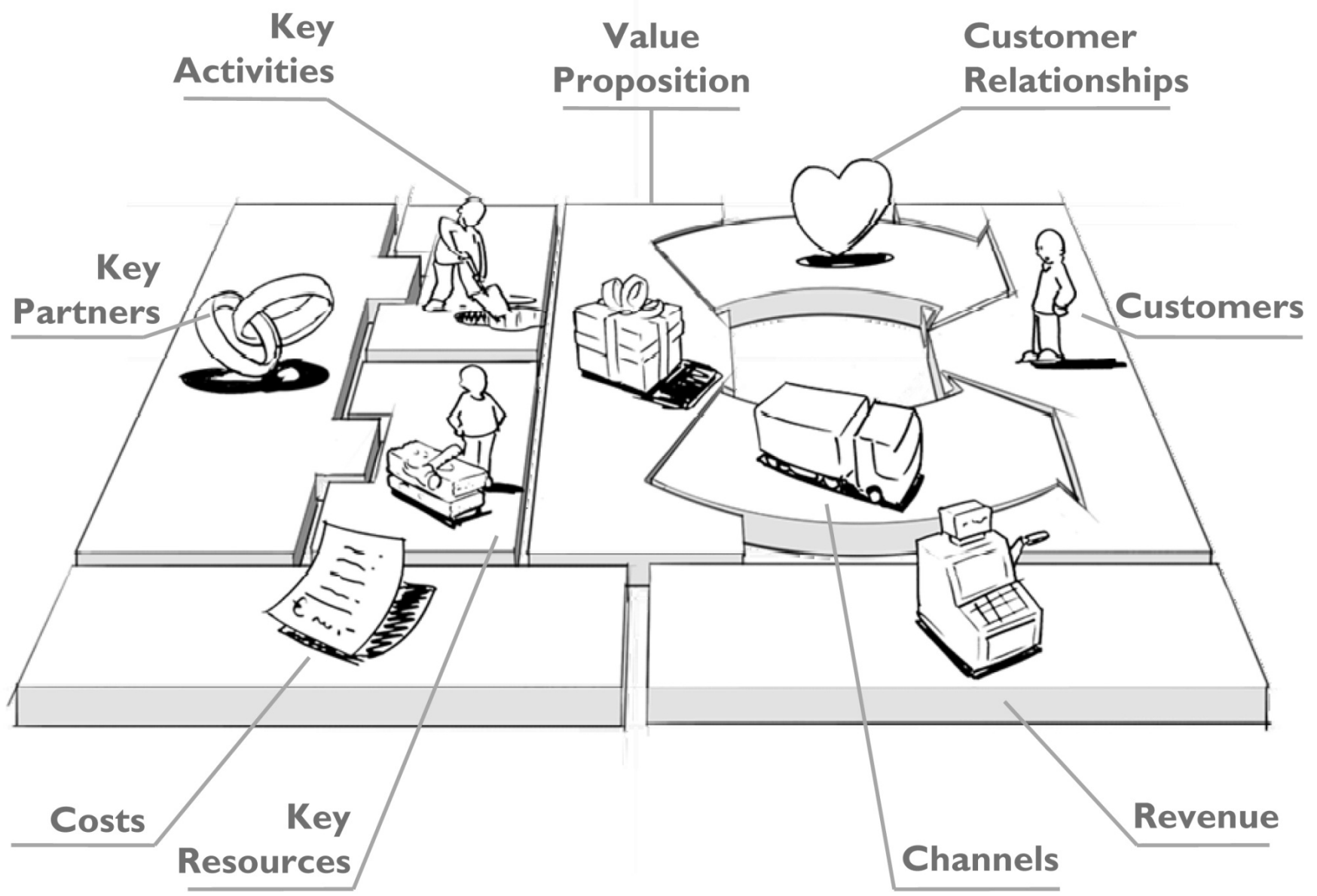
- Magaretta (2002): “model bisnis membantu para pemilik serta profesionalnya menggagas bisnis di tingkat abstrak dan kemudian mengujinya di tingkat nyata. Setelah itu, strategi bisnis disusun untuk membuat perusahaan secara strategis terhadap pesaing-pesaingnya” (Harvard Business Review, 2002)
- **Model bisnis tidak sama dengan strategi bisnis**



# Business Model Canvas

# Business Model Canvas (BMC)

- dalam bukunya “Business Model Generation” (2010), Osterwalder dan Pigneur membuat kerangka Business Model yang berbentuk kanvas dan terdiri dari 9 kotak (elemen) yang saling berkaitan. Elemen tersebut menggambarkan bagaimana organisasi menciptakan dan mendapatkan nilai bagi dan para pelanggannya.



drawings by JAM

## 9 Elemen BMC

1. Customer Segments
2. Value Propositions
3. Channels
4. Customer Relationship
5. Revenue Streams
6. Key Resources
7. Key Activities
8. Key Partnership
9. Cost Structure

# 1. Customer Segments

- Pihak yang menggunakan jasa/produk dari organisasi
- Mereka berkontribusi dalam memberikan penghasilan organisasi
- Adalah kelompok orang atau organisasi yang dituju oleh perusahaan untuk dilayani

# 1. Customer Segments

- Ragam customer segments:
  - Pasar terbuka: tidak membedakan segmen pelanggan dan hanya fokus terhadap pelanggan yang memiliki kebutuhan dan masalah yang sama. Contoh: produsen pesawat TV
  - Ceruk pasar: target pasarnya hanya melayani segmen pelanggan tertentu. Contoh: gerbong khusus eksekutif dari PT KAI

# 1. Customer Segments

- Ragam customer segments:
  - Pasar terbuka: tidak membedakan segmen pelanggan dan hanya fokus terhadap pelanggan yang memiliki kebutuhan dan masalah yang sama. Contoh: produsen pesawat TV
  - Ceruk pasar: target pasarnya hanya melayani segmen pelanggan tertentu. Contoh: gerbong khusus eksekutif dari PT KAI

# 1. Customer Segments

- Ragam customer segments (lanjutan):
  - Multipasar: melayani dua atau lebih segmen pelanggan yang saling ketergantungan. Contoh: layanan kartu kredit oleh bank.



## 2. Value Propositions

- Satu keunikan yang menentukan mengapa produk atau jasa tersebut pantas dipilih oleh pelanggan
- Keunikan harus menonjol dari pesaing
- Memecahkan masalah pelanggan dan memenuhi keinginan pelanggan

## 2. Value Propositions

- Ragam value propositions:
  - Newness: nilai kebaruan. Contoh: Teh kotak.
  - Performance: peningkatan kinerja produk atau jasa). Contoh: Produsen prosessor komputer
  - Customization: disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Contoh: sepeda motor scoopy yang ditujukan untuk pelanggan perempuan
  - Getting the job done: nilai yang diciptakan dengan membantu pelanggan melakukan pekerjaan tertentu. Contoh: Advertising Agency

## 2. Value Propositions

- Ragam value propositions (lanjutan):
  - Design
  - Brand
  - Price
  - Cost reduction
  - Risk reduction
  - Accessibility
  - Convenience

## 3. Channels

- Bagaimana organisasi berkomunikasi dengan pelanggan segmennya dan menyampaikan value propositionnya
- Channels meliputi cara-cara meningkatkan kesadaran, memudahkan pelanggan menilai, membantu pelanggan membeli produk atau jasanya

Contoh: Toyota dengan test drive dan personal assistance, Astra world service (layanan urna jual)

## 3. Channels

- Bagaimana organisasi berkomunikasi dengan pelanggan segmennya dan menyampaikan value propositionnya
- Channels meliputi cara-cara meningkatkan kesadaran, memudahkan pelanggan menilai, membantu pelanggan membeli produk atau jasanya

Contoh: promosi Toyota melalui berbagai macam media

## 3. Channels

- Fungsi channels:
  - Memunculkan kesadaran dari pelanggan mengenai produk atau jasa perusahaan
  - Membantu pelanggan mengevaluasi value proposition perusahaan
  - Memfasilitasi pelanggan membeli produk atau jasa perusahaan
  - Menyampaikan value proposition kepada pelanggan
  - Menyediakan dukungan pasca penjualan

## 4. Customer Relationship

- Bertujuan untuk mendapatkan pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama dan menawarkan produk atau jasa lama dan baru pada pelanggan lama. Contoh: Personal assistant nasabah besar bank mandiri.

## 4. Customer Relationships

- Ragam customer relationships:
  - Personal assistance: pola hubungan didasarkan pada interaksi manusia.
  - Dedicated personal assistance: memberikan perlakuan istimewa kepada pelanggan sebagai pribadi khusus.
  - Self service: menyediakan sarana untuk melakukan hubungan dengan pelanggan.
  - Automated service: pelanggan mendapat pelayanan istimewa namun semuanya serba otomatis



## 4. Customer Relationships

- Ragam customer relationships (lanjutan):
  - Communities: membangun hubungan dengan pelanggan tidak secara individual, tetapi sebagai kelompok. Contoh: acara wistaa oleh polygon
  - Co-creation: perusahaan melibatkan pelanggan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan itu sendiri. Contoh (jasa desain interior dan eksterior rumah)

## 5. Revenue Streams

- Aliran dana masuk
- Bagaimana organisasi memperoleh uang dari setiap customer segment.
- Terdapat dua jenis pendapatan: (1) transaksional, dan pengulangan (recurring)

## 5. Revenue Streams

- Ragam revenue streams:
  - Penjualan aset
  - Biaya pemakaian
  - Sewa
  - Biaya langganan
  - Lisensi
  - Biaya jasa perantara
  - Iklan
  - donasi

## 6. Key Resources

- Menggambarkan aset-aset terpenting yang menentukan keberhasilan pengoperasian model bisnis.
- Meliputi sumber daya fisik (bangunan kendaraan, peralatan)
- Uang
- Aset intelektual (merek, hak cipta, paten, database pelanggan)
- Sumber daya manusia

## 6. Key Resources

- Ragam key resources:
  - Manusia
  - Fasilitas
  - Teknologi
  - Intelektual
  - channels

## 7. Key Activities

- Kegiatan yang menentukan suatu model bisnis
- Elemen ini berperan penting dalam mewujudkan value proposition
- Ragam key activities:
  - Operasi produksi
  - Operasi jasa (pelayanan)
  - Platform dan jaringan

## 8. Key Partnerships

- Merupakan mitra kerja sma pengoperasioan organisasi
- Organisasi membutuhkan kemitraan ini untuk berbagai motif seperti penghematan, pengurangan resiko dan pembelajaran

## 8. Key Partnerships

- Empat bentuk kemitraan menurut Osterwalder (2010):
  - Aliansi strategis antara non-kompetitor
  - Kemitraan sekaligus bersaing dengan kompetitor
  - Joint venture untuk mengembangkan bisnis baru
  - Hubungan buyer-supplier dalam rangka menjamin ketersediaan pasokan.



## 9. Cost Structure

- Menggambarkan semua biaya yang muncul sebagai akibat dioperasikannya model bisnis ini.
- Ragam cost structure:
  - Cost driven
  - Value driven

# Business Model Canvas: KASKUS



## Key Partners

Anggota kaskus yang ingin memberikan informasi

Supplier infrastruktur IT

Supplier infrastruktur IT



## Key Activities

IT

Marketing



## Key Resources

Programmer

Infrastruktur IT



## Value Propositions

Tempat diskusi dan berbagi informasi gratis

Tempat promosi produk dengan murah

Tempat jual beli untuk barang-barang umum atau unik



## Customer Relationships

Komunitas regional dan thread

Word of mouth



## Channels

Situs internet

Mobile internet



## Customer Segments

Pengguna internet secara umum

Pengguna internet secara khusus (anggota kaskus) yang membutuhkan informasi terkini

Anggota kaskus yang ingin jual beli barang

Perusahaan yang ingin berpromosi



## Cost Structure

Biaya IT

Biaya SDM



## Revenue Streams

- Free Access
- Charge untuk layanan ekstra

- Kaspay
- Kasdonatur
- Kas. Ads
- E-pulsa

# Daftar Pustaka

Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur., 2014. *Business Model Generation*, PT.Elex Media Komputindo, Jakarta.

# TERIMA KASIH