

ENTREPRENEURSHIP

[KEWIRAUSAHAAN]

Inkubator Bisnis

SMAUII - SandBOX

SMA UII - Yogyakarta

Mengenal Bisnis Model Canvas (MBC)

Business Model Canvas ini terdiri dari **9 pilar utama** yang merangkum proses bisnis mulai dari *value* perusahaan, segmen pelanggan, hingga struktur finansial. Dengan kesembilan blok ini, sebenarnya kita sudah bisa memvalidasi apakah satu ide bisnis itu potensial atau tidak.

Oleh karenanya, membuat bisnis model canvas adalah hal paling awal yang biasanya dibutuhkan seorang pengusaha pemula.

Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana cara membuat sebuah bisnis model canvas yang baik?

Jawaban sederhananya tentu dengan banyak berlatih membuat model bisnis canvas. Cara lain yang lebih efektif adalah dengan memahami secara mendalam setiap elemen dari BMC.

Berikut deskripsi dan panduan mengisi secara mudah kesembilan blok yang ada dalam bisnis model canvas.

1. **Customer Segments (Segmen Pelanggan)**

Bagian ini akan menjelaskan siapa pelanggan potensial dari produk Anda. Bisa juga berisi profil orang yang memiliki masalah yang akan dipecahkan oleh bisnis Anda. Untuk model bisnis ecommerce yang berkembang sekarang ini, customer segment mencakup si penjual barang dan pembeli. Untuk lebih jelas mengenali siapa segmentasi pelanggan Anda, ada baiknya kamu juga mempelajari apa itu buyer persona.

2. **Value Propositions (Proposisi Nilai)**

Blok ini berisi tentang nilai tambah yang akan membuat bisnis Anda terlihat menarik dan berbeda dengan bisnis lainnya. Biasanya berupa solusi atau inovasi yang Anda tawarkan dan menjadi keunggulan utama perusahaan.

3. **Channel (Saluran)**

Sederhananya, *channel* adalah media yang bisnis Anda gunakan untuk men-*deliver* solusi yang kamu tawarkan untuk sampai ke konsumen. Channel ini bisa berupa website, online advertisement, aplikasi, bahkan seorang sales person. Untuk mempelajari lebih dalam mengenai channel marketing di era modern, kamu bisa simak dalam tulisan strategi marketing era digital.

4. **Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)**

Jika *channel* lebih banyak menjangkau orang yang belum tahu produk Anda, maka *customer relationship* adalah kebalikannya. Kamu harus tahu bagaimana cara bisnis Anda bisa terus *keep in touch* (tetap berhubungan bisnis) dengan para pelanggan. Bentuknya pun bisa sangat beragam, mulai dari newsletter, layanan *after sales*, dan sejenisnya.

5. **Revenue Streams (Arus Pendapatan)**

Pada kedua blok bagian bawah (*cost & revenue*/ biaya & pendapatan), anda perlu menjabarkan struktur finansial dari perusahaan. Di bagian *revenue*, tentu yang perlu anda tuliskan adalah produk/jasa apa saja yang dapat memberikan pemasukan.

6. **Key Activities (Aktivitas Utama)**

Blok ini adalah bagian yang menjelaskan bagaimana anda bisa menciptakan value proposition perusahaan. Jika bisnis anda adalah *product-based*, maka inovasi teknologi dalam proses pembuatan produk bisa menjadi *key activities*.

7. **Key Resources (Sumber Daya Utama)**

Sumber daya utama, *key resources* merupakan kolom yang akan menjelaskan asset strategis perusahaan. Aset ini bisa berupa bahan baku produk, infrastruktur yang dibutuhkan dan semacamnya.

8. **Key Partnerships (Kemitraan Utama)**

Tidak ada bisnis besar yang berjalan sendiri, dalam menjalankan sebuah aktivitas bisnis, tentu kita membutuhkan mitra. Disinilah tempat kita memasukkan mitra strategis yang

kita miliki. Dalam konteks bisnis, mitra bisa berupa supplier, vendor, agensi, dan sejenisnya.

9. **Cost Structure (Struktur Biaya)**

Pada bagian terakhir ini, kita harus menentukan biaya apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan keseluruhan aktivitas bisnis. Untuk mempermudah, struktur biaya dapat diisi berdasarkan isian pada kolom **key activities**, **key resources**, dan **channel**.

- **Contoh Bisnis Model Canvas Bisnis Makanan**

Berikut contoh BMC dari rencana bisnis wirausaha sosial **Strawberry24** di Jawa Barat.

Usaha **Strawberry24** bertujuan untuk memproduksi makanan sehat berbahan dasar buah strawberry segar.

Berikut model bisnis canvasnya.



Bagaimana, mudah saja bukan?

Jika anda masih merasa kesulitan dalam membuat BMC, ada metode lain menggunakan daftar pertanyaan. Jawaban dari setiap pertanyaan itulah isi dari setiap elemen business model canvas.

Berikut pertanyaan dari masing-masing kolom.

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Siapa yang akan membeli produk anda?

Siapa yang mau membayar Anda?

2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

Mengapa orang memilih untuk menggunakan produk/jasa Anda?

Apa keunggulan bisnis Anda dibanding kompetitor yang lain?

Apa yang paling menarik dari model bisnis Anda?

3. *Channel* (Saluran)

Bagaimana cara pelanggan dapat mengetahui produk/jasa yang Anda tawarkan?

Bagaimana cara produk/jasa bisa sampai ke tangan pelanggan? Apakah cara itu efektif?

4. Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)

Bagaimana cara Anda untuk selalu *connect* dengan pelanggan? Bagaimana Anda memastikan pelanggan puas setelah menggunakan produk/jasa Anda?

5. Revenue Streams (Arus Pendapatan)

Bagaimana cara bisnis Anda menghasilkan uang? Apa saja produk/jasa yang Anda jual?

6. Key Activities (Aktivitas Utama)

Apa kegiatan yang Anda lakukan untuk menciptakan *value proposition*? Apa strategi yang bisnis Anda lakukan sehingga target perusahaan dapat tercapai?

7. Key Resources (Sumber Daya Utama)

Apa sumber daya utama yang harus Anda miliki untuk menjalankan bisnis Anda? Asset apa saja yang Anda butuhkan agar bisnis dapat bersaing dengan bisnis serupa?

8. Key Partnerships (Kemitraan Utama)

Siapa yang dapat mengerjakan hal-hal kebutuhan perusahaan diluar *key activities*-nya?

Siapa pihak supplier/vendor yang paling menentukan kesuksesan perusahaan Anda?

9. Cost Structure (Struktur Biaya)

Pengeluaran apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan model bisnis ini? Komponen biaya apa yang dibutuhkan pada setiap elemen *key activities*, *key resources*, dan *channel*?

1. Apa perbedaan Bisnis Model Canvas dengan Proposal Bisnis?

Secara tujuan umum mungkin tidak jauh berbeda, keduanya sama-sama dibuat pada tahap perencanaan bisnis agar lebih matang dan siap untuk dijalankan. Hanya saja, metode BMC ini mencoba untuk menyederhanakan gambaran sebuah proses bisnis yang cukup kompleks. Sehingga, BMC biasanya lebih mungkin dilakukan pada tahap awal validasi sebuah ide bisnis sebelum akhirnya dibuat penjabarannya dalam bentuk proposal.

2. Apakah blok dalam BMC ini dapat divariasikan?

Ya, tentu saja. Untuk beberapa kategori bisnis, blok BMC bisa mengalami modifikasi. Contoh sederhana adalah Bisnis Model Canvas untuk kategori wirausaha sosial (*social entrepreneurship*) dimana ada tambahan blok berupa *social impact*, *beneficiaries* dan sebagainya.

3. Bisnis apa saja yang bisa menggunakan BMC ini?

Secara umum, bisa saya katakan semua bisnis bisa menggunakan BMC sebagai tools untuk mengevaluasi bisnis modelnya. Selama aktivitas dari entitas Anda berhubungan dengan keluar-masuknya uang, BMC masih cukup bisa diandalkan sebagai alat analisis yang baik.

Saya masih bingung bagaimana cara membuat BMC?

Ya, *practice makes perfect*. Saran kami, sering-sering lah berlatih dalam mempelajari BMC yang sudah ada. Anda bisa mendapatkan contoh BMC yang melimpah di luar sana baik lewat pencarian gambar Google atau video tutorial di Youtube.

Selamat mencoba!

TUGAS 1

1	N a m a Lengkap	
2	NIS / Kelas	
3	No. WA	
4	E-mail (Gmail.com) (Buat Baru, misal: ahmad.mart@gmail.com)	
5	Instagram (IG) (Buat Baru, misal: @ahmad.mart)	
6	Facebook (FB) (Buat Baru, misal: Ahmad Mart)	
7	Rencana Mitra Usaha dg UMKM	<p>1) a. Nama Pemilik :</p> <p>b. No.WA :</p> <p>c. Nama UMKM :</p> <p>d. IG :</p> <p>e. FB :</p> <hr/> <p>2) a. Nama Pemilik :</p> <p>b. No.WA :</p> <p>c. Nama UMKM :</p> <p>d. IG :</p> <p>e. FB :</p> <hr/> <p>3) a. Nama Pemilik :</p> <p>b. No.WA :</p> <p>c. Nama UMKM :</p> <p>d. IG :</p> <p>e. FB :</p>

TUGAS 2

1	N a m a Lengkap	
2	NIS / Kelas	
3	No. WA	
4	E-mail (Gmail.com)	
5	Instagram (IG)	
6	Facebook (FB)	

Berikut pertanyaan dari masing-masing kolom.

1. Customer Segments (Segmen Pelanggan)

Siapa yang akan membeli produk anda?

Siapa yang mau membayar Anda?

2. Value Propositions (Proposisi Nilai)

Mengapa orang memilih untuk menggunakan produk/jasa Anda?

Apa keunggulan bisnis Anda dibanding kompetitor yang lain?

Apa yang paling menarik dari model bisnis Anda?

3. Channel (Saluran)

Bagaimana cara pelanggan dapat mengetahui produk/jasa yang Anda tawarkan?

Bagaimana cara produk/jasa bisa sampai ke tangan pelanggan?

Apakah cara itu efektif ?

4. Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)

Bagaimana cara Anda untuk selalu *connect* dengan pelanggan?

Bagaimana Anda memastikan pelanggan puas setelah menggunakan produk/jasa Anda?

5. Revenue Streams (Arus Pendapatan)

Bagaimana cara bisnis Anda menghasilkan uang?

Apa saja produk/jasa yang Anda jual?

6. Key Activities (Aktivitas Utama)

Apa kegiatan yang Anda lakukan untuk menciptakan *value proposition*?

Apa strategi yang bisnis Anda lakukan sehingga target perusahaan dapat tercapai?

7. Key Resources (Sumber Daya Utama)

Apa sumber daya utama yang harus Anda miliki untuk menjalankan bisnis Anda?

Asset apa saja yang Anda butuhkan agar bisnis dapat bersaing dengan bisnis serupa?

8. Key Partnerships (Kemitraan Utama)

Siapa yang dapat mengerjakan hal-hal kebutuhan perusahaan diluar *key activities*-nya?

Siapa pihak supplier/vendor yang paling menentukan kesuksesan perusahaan Anda?

9. Cost Structure (Struktur Biaya)

Pengeluaran apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan model bisnis ini? Komponen biaya apa yang dibutuhkan pada setiap elemen *key activities*, *key resources*, dan *channel*?