

Menggali Ide Usaha dan Membuat BMC

Noor Intan
Peneliti di Yayasan Penabulu



Tujuan Pelatihan



1. Mengetahui pengertian wirausaha
2. Menggali ide usaha
3. Memahami pengertian dan ruang lingkup masing-masing blok BMC
4. Dapat mempraktek pembuatan BMC untuk usaha pribadi, usaha komunitas dampingan atau keberlanjutan lembaga



Kontrak Belajar

- Materi dan Diskusi Menggali Ide Usaha dan Membuat BMC, Selasa 5 Maret 2024
- Bimbingan teknis membuat BMC melalui Whatsapps Group Rabu 6 Maret 2024
- Presentasi Ide Usaha dan BMC Kamis 7 Maret 2024



1. Menggali Ide Usaha

Ide Usaha

- ✓ Memulai bisnis tentu saja diawali dengan sebuah ide.
- ✓ Namun bingung bagaimana cara memulainya dan ingin usaha di bidang apa.



Menggali Ide Bisnis

1. Manfaatkan Internet dan Media Sosial seperti FB, Twitter, Instagram dan WAG untuk menambah wawasan dan tren yang ada.



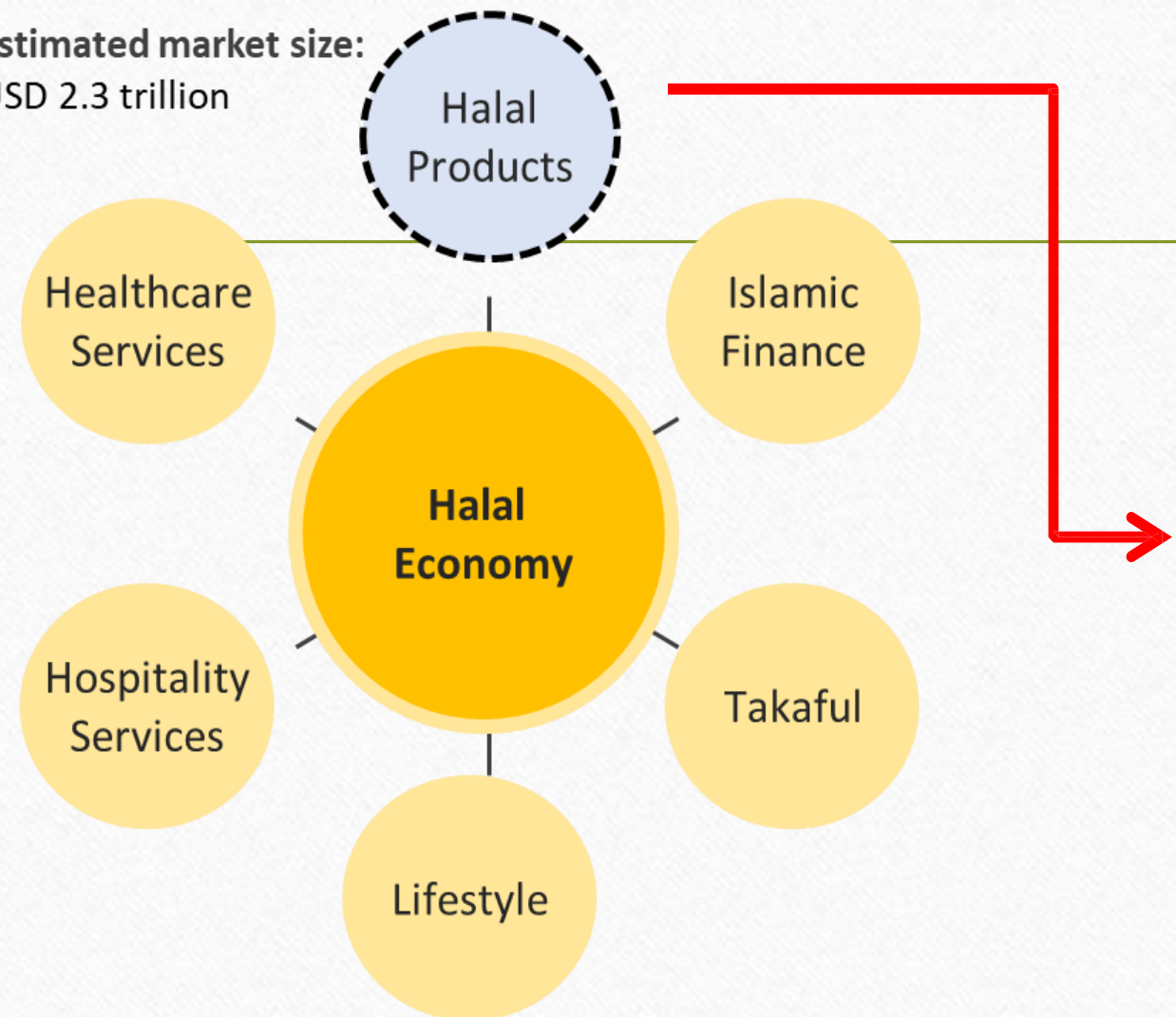
Menggali Ide Bisnis

2. Baca Buku dan Referensi Bisnis. Amati tren yang ada saat ini, membaca hasil riset pemasaran agar kita dapat mengembangkan ide usaha.



Peluang Produk Halal

Estimated market size:
USD 2.3 trillion



Potensi Produk Halal:

- ✓ Sektor Industri Makanan dan Minuman dan turunannya
- ✓ Sektor Industri Farmasi
- ✓ Sektor Industri Kosmetika

Sumber: Halal Industry Development Corporation (HDC)-diolah Bappenas

Peluang Pariwisata Halal

The top ten countries in the Halal Travel Indicator



Destinasi Halal Global



Pasar Konsumsi Wisata Halal Indonesia
mencapai 9.7 Milyar US Dolar

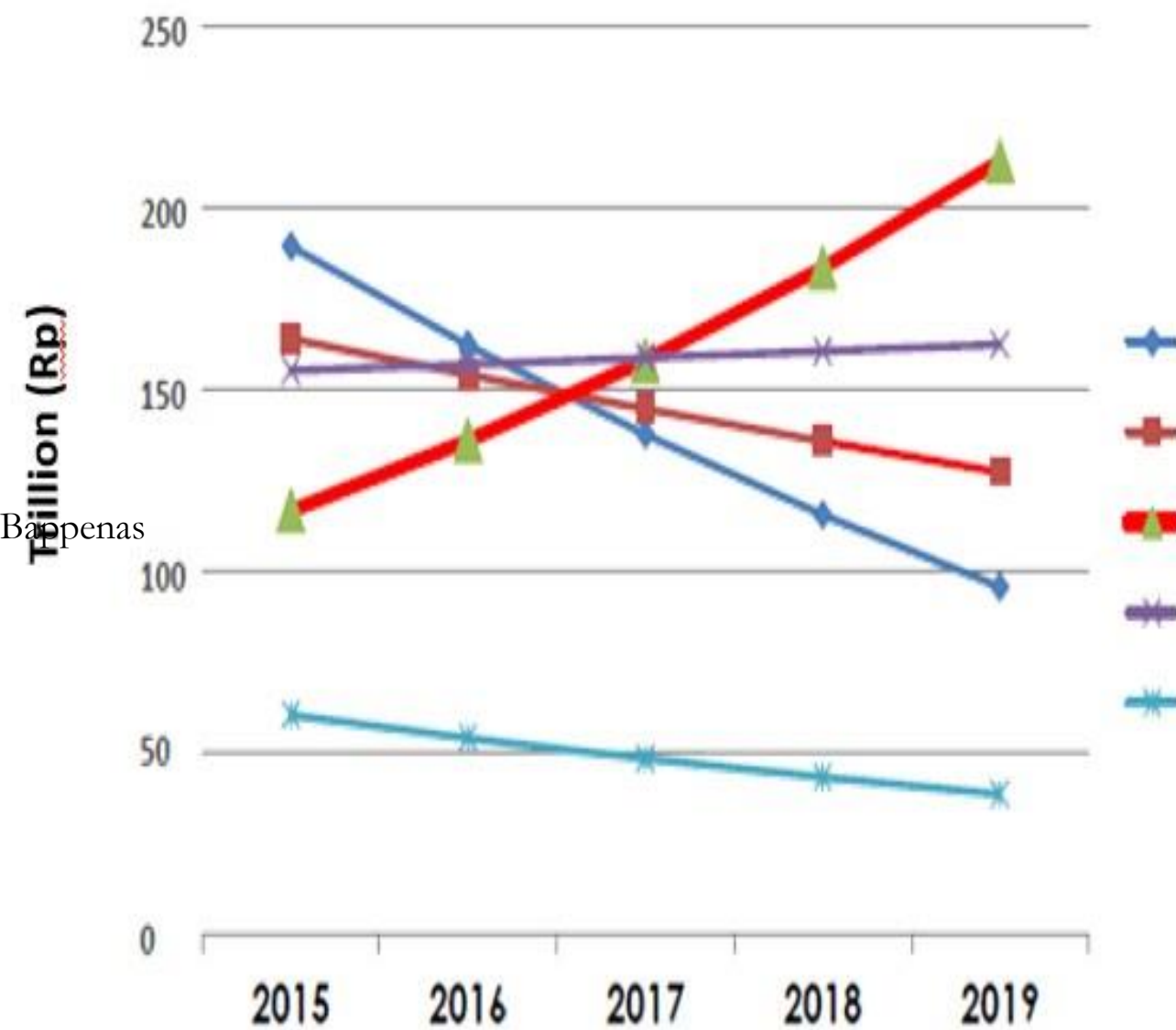


Faktor Kunci

- ✓ Kesadaran
- ✓ Ramah Lingkungan
- ✓ Destinasi Wisata dan Atraksi
- ✓ Keterlibatan masyarakat lokal pada objek wisata

Sumber : State of the Global Islamic Economy Report 2017/18- diolah Bappenas

Kontribusi Pariwisata terhadap Devisa Negara



Penerimaan Devisa Indonesia (Ranking 2016)

Rank	Komoditas	Nilai (Juta USD)
1	CPO	15,965
2	Pariwisata	13,568
3	Minyak dan Gas	13,105
4	Batu Bara	12,898
5	Busana	6,229

Menggali Ide Bisnis

3. Gabung di komunitas yang merupakan hobi kamu seperti Komunitas Backpacker, Sepeda, Lari, Futsal, Alumni Sekolah, Komunitas Diskon, Diet dll.



Menggali Ide Bisnis

4. Bergabung di Komunitas Bisnis dan ikuti pelatihannya. Aktif berdiskusi dengan pelaku wirausaha dan para mentor bisnisnya.



Menggali Ide Bisnis

5. Kunjungi pameran UMKM baik yang diadakan oleh swasta maupun pemerintah



Menggali Ide Bisnis

6. Amati apa yang sedang terjadi di lingkungan sekitar

Pemerintah Daerah DKI Jakarta menetapkan status Darurat Corona sejak 15 Maret 2020. Pemerintah pusat akhir juga menetapkan status Pembatasan Sosial Berskala Besar sejak 10 April 2020 sampai batas waktu yang belum ditentukan.



Home > Ekonomi > Berita Bisnis

24 Hari Tutup, Tanah Abang Rugi Paling Sedikit Rp4,8 Triliun

CNN Indonesia | Selasa, 14/04/2020 18:27 WIB

Bagikan :  



detik.com | PRESIDENT UNIVERSITY

PresUniv Wants You
Periode 9 April-21 Mei 2020

Dapatkan

- 500 beasiswa S1
- 3 laptop ASUS A409UJ
- 15 HP Advan G3 Pro

Klik disini Untuk registrasi

Saksikan IG live
"Kenapa Harus President University?"
di instagram @detikcom
Jumat, 17 April 2020, pukul 15.00 WIB

MULAI 1 MEI 2020,
TIDAK ADA LAGI PENJUALAN
TIKET DI PELABUHAN

asdp

ferizy

www.ferizy.com

Berlaku di Pelabuhan:
Merak-Bakauheni & Kitagang-Gilimanuk

NAIK FERRY EASY!



Google Play

TERPOPULER

etik.com/delivery/ck.php?oaparams=2_bannerid=114650_zoneid=590_cb=4e71a0a48b_oadest=http%3A%2F%2Fwww.cnnindonesia.com%2Fgaya-hidup%2F20200313191641-525-483285%2Frumus-melaw:

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200414174539-92-493527/24-hari-tutup-tanah-abang-rugi-paling-sedikit-rp48-triliun>

Terdampak Corona, OYO Hotel PHK Lebih dari 5 Ribu Pekerja

Reporter: **Muhammad Hendartyo**

Editor: **Rahma Tri**

Minggu, 8 Maret 2020 10:50 WIB

KOMENTAR



<https://bisnis.tempo.co/read/1331936/corona-anggaran-pkh-dan-kartu-semako-rp-164-triliun-dicairkan>

<https://bisnis.tempo.co/read/1316895/terdampak-corona-oyo-hotel-phk-lebih-dari-5-ribu-pekerja>

Corona Tekan Permintaan, Peternak Ayam Rugi Rp2,62 M di Bogor

CNN Indonesia | Sabtu, 04/04/2020 09:52 WIB

Bagikan :



<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200403164628-92-490127/corona-tekan-permintaan-peternak-ayam-rugi-rp262-m-di-bogor>

Masker Langka dan Mahal, Konsumen Padati Pasar Pramuka

Reporter: **Antara**

Editor: **Rahma Tri**

Senin, 2 Maret 2020 18:25 WIB

0 KOMENTAR



<https://bisnis.tempo.co/read/1314560/masker-langka-dan-mahal-konsumen-padati-pasar-pramuk>



II. Membuat BMC

Karakter Wirausaha Muda

- ✓ Siap mengambil resiko
- ✓ Inovatif
- ✓ Keyakinan diri
- ✓ Kerja keras
- ✓ Sifat prestatif
- ✓ Siap bersaing



Tentang Start Up



Start up atau perusahaan rintisan

- ❑ Perusahaan baru (pemula) yang didirikan oleh satu atau lebih pengusaha (wirausahawan) untuk memasarkan produk/jasa yang mereka miliki.
- ❑ Dengan kata lain, sebagai perusahaan rintisan, ide yang mereka miliki, begitu juga dengan produk/jasa masih **butuh diuji** dari (*idea validation*) sampai dengan **pasarnya** (*market validation*).

Tentang Start Up

Kegagalan Start UP

1. *Masalah produk (ide)*
2. *Kegagalan membangun tim*
3. *Kegagalan membangun model bisnis*
5. *Masalah pemasaran (marketing)*
6. *Masalah waktu (timing)*





Kenapa BMC?

1. Fokus dan Fleksibel
2. Sistematis dan Efektif
3. Komprehensif
4. Sederhana dan Mudah Dipahami

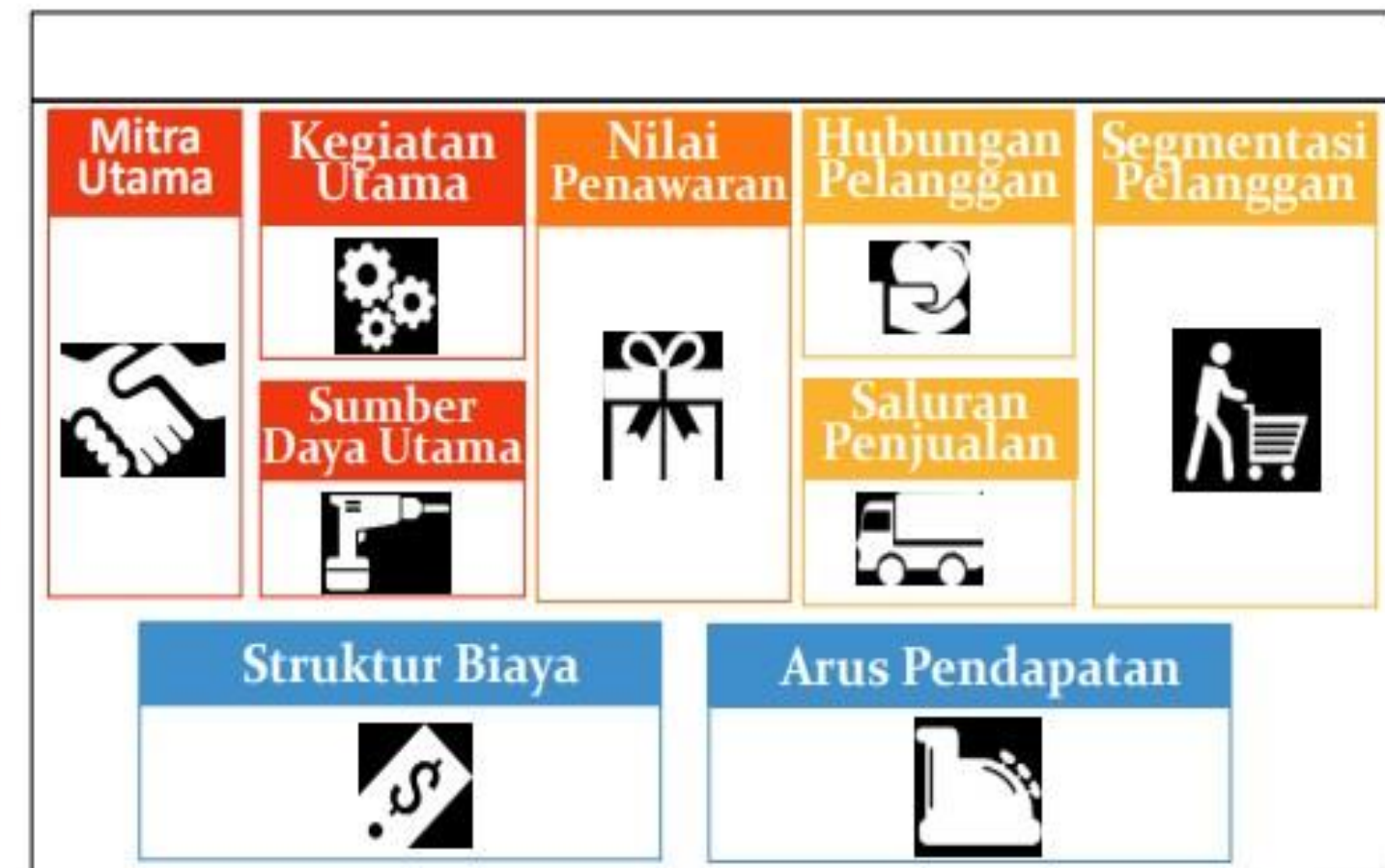
Model Bisnis terbagi atas beberapa elemen yang membentuk satu kesatuan

Elemen apa saja yang membentuk Model Bisnis?

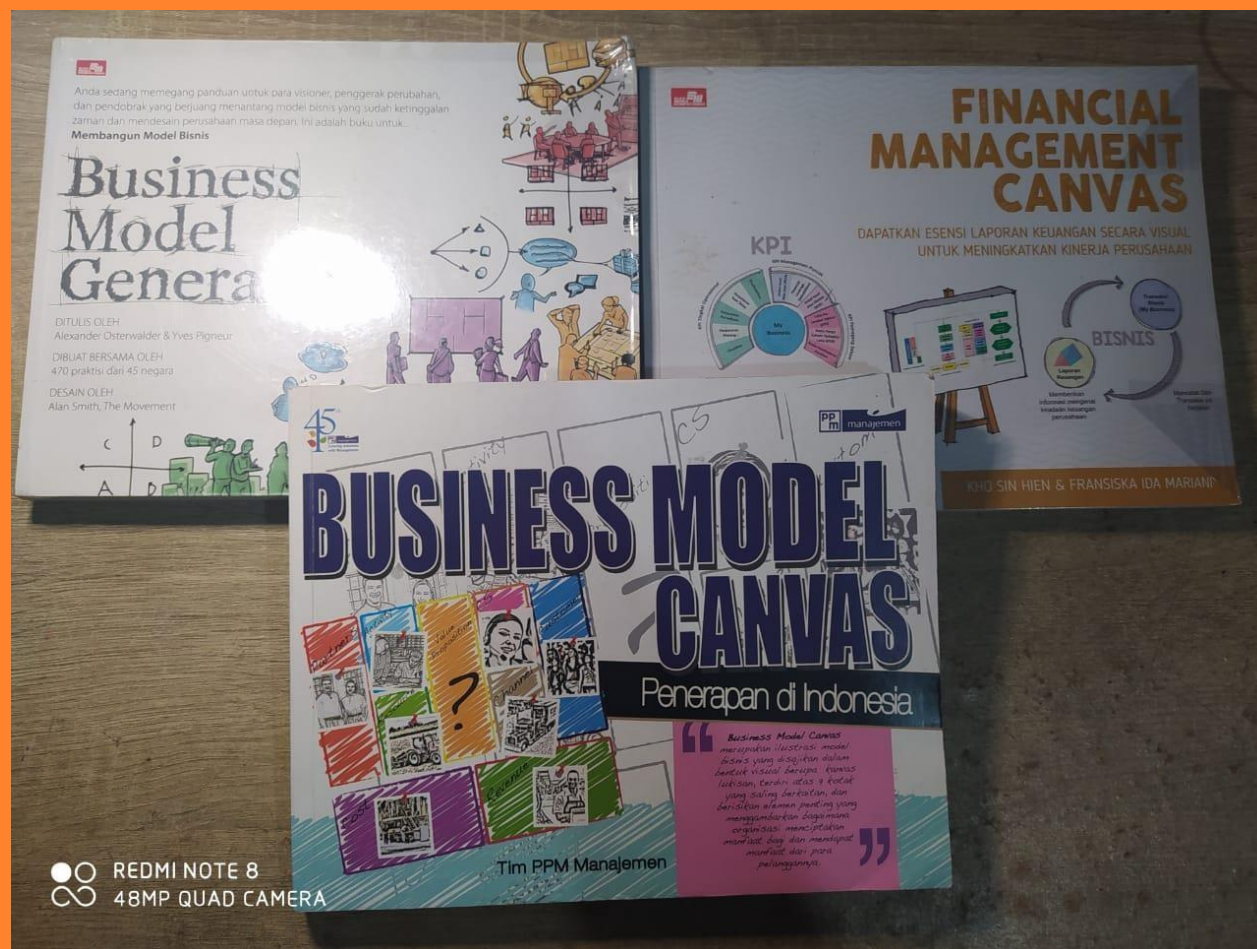
Elemen Bisnis Model



... secara lebih detail



Business Model Canvas



BMC ini ditulis oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dalam buku *Business Model Generation*, 2010.

Business Model Canvas (BMC) alat bantu bagi pelaku usaha untuk ***merancang, menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, mengevaluasi dan mengubah model bisnis yang akan, sedang maupun sudah dibangun.***

MULAI DARI MANA?



1. Pelanggan yang sudah kita kenal (customer-led)
2. Mulai dari penawaran (offer-led)
3. Sumber daya yang kita miliki (resource-led)
4. Dana yang kita miliki (finance-led)
5. Random/acak (multiple-led)

Business Model Canvas

Mitra Utama / Key Partners	Aktivitas Utama / Key Activities	Nilai Penawaran / Value Proposition	Hubungan Pelanggan / Customer Relationships	Segmentasi Pelanggan / Customer Segments
	Sumber Daya Utama / Key Resources		Saluran Distribusi/ Channels	
Struktur Biaya / Cost Structure			Arus Pendapatan / Revenue Stream	

Business Model Canvas



1. SEGMENTASI PELANGGAN



Segmentasi Pelanggan /
Customer Segments

Tentukan SIAPA
target
PELANGGAN
KAMU

Pertanyaan utama

- 1. Kepada siapa kamu ingin menjual produk/ jasa?
- 2. Siapa pelanggan utama kamu?

Business Model Canvas				
Mitra Utama / Key Partners	Aktivitas Utama / Key Activities	Nilai Penawaran / Value Proposition	Hubungan Pelanggan / Customer Relationships	Segmentasi Pelanggan / Customer Segments
	Sumber Daya Utama / Key Resources		Saluran Distribusi / Channels	1
Struktur Biaya / Cost Structure		Arus Pendapatan / Revenue Stream		

Identifikasi Pasar yang Mau Disasar

Coba lakukan pengamatan terhadap calon konsumen yang menurut kamu akan potensial ke depan



1. GEOGRAFIS: wilayah dan musim, negara, kabupaten/ kota.

2. DEMOGRAFIS: apa jenis kelamin, umur, penghasilan, apakah tinggal di perkotaan atau perdesaan

3. PSIKOGRAFIS: bagaimana gaya hidup, kelas sosial, agama

4. PERILAKU: loyalitas, tingkat pemakaian, kebiasaan memakai gadget/ tidak

Segmentasi Pelanggan

- **Usia.** Orang tua, remaja, atau anak-anak.
- **Profesi.** Pelajar/mahasiswa, karyawan, ibu rumah tangga.
- **Jenis kelamin.** Laki-laki, perempuan, atau keduanya.
- **Kelas Ekonomi.** Ekonomi menengah kebawah, kelas masyarakat menengah keatas.

TARGET

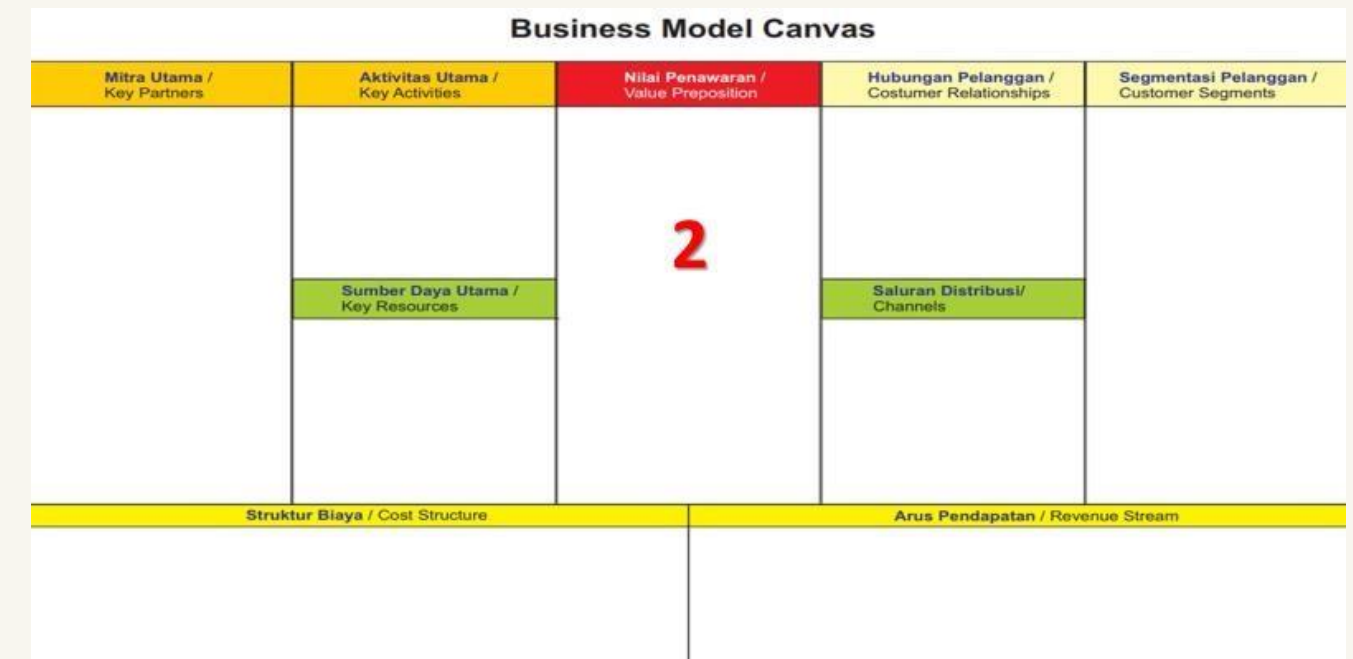
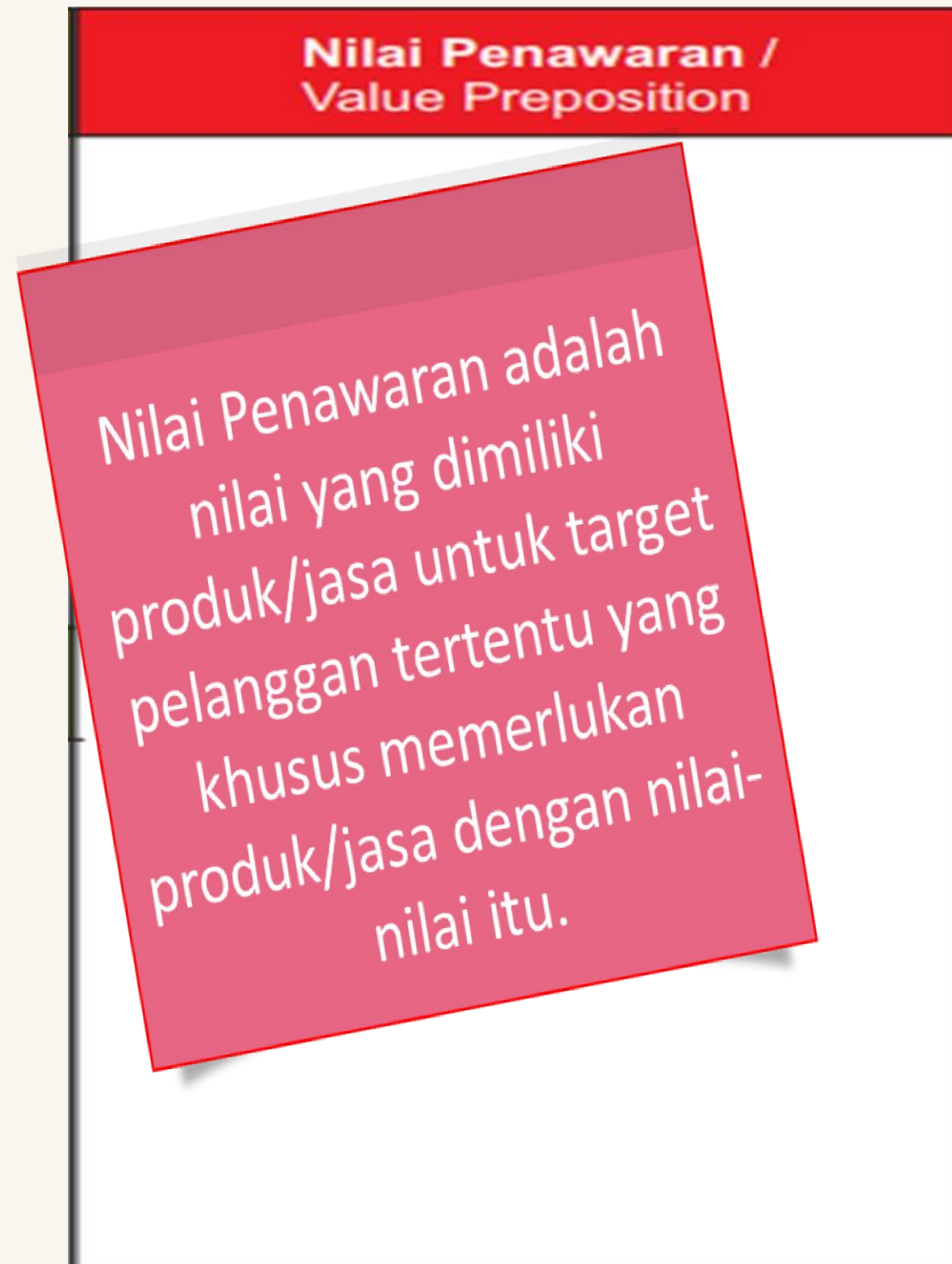


Profiling Pelanggan

- Apa kesukaan/ preferensi: membaca, makan, tonton?
- Apa yang mereka butuhkan saat ini?
- Apa yang mereka anggap penting?
- Apa yang menjadi kekhawatiran mereka
- Siapa yang membuat keputusan?
- Apa yang mereka beli? Dimana? Kapan? Bagaimana?

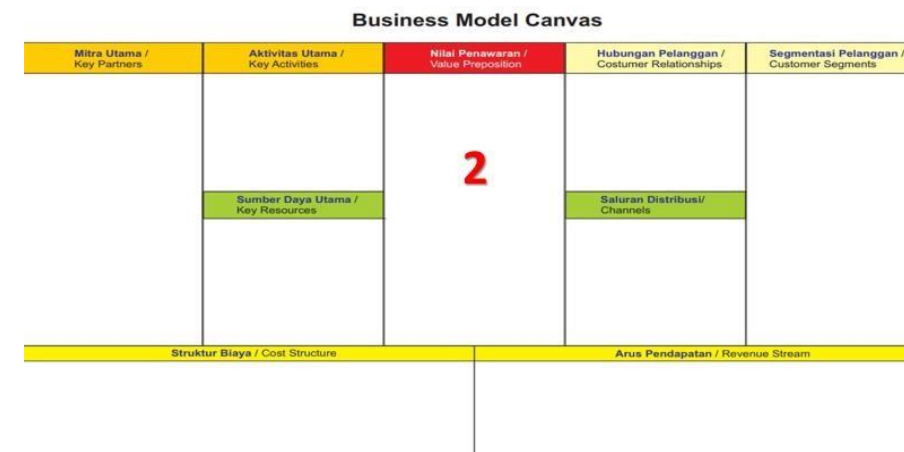


2. NILAI PENAWARAN



- 1.Nilai** seperti apakah yang ingin kamu hasilkan atau ciptakan untuk pelangganmu?
- 2.Masalah** apa dari pelanggan yang kamu dapat pecahkan dengan nilai itu?
- 3. Kebutuhan** apa yang dapat kamu penuhi dari pelanggan dengan nilai itu?
- 4.Produk/jasa** seperti apa yang akan kamu tawarkan untuk masing-masing segmen pelanggan tersebut?

CIPTAKAN NILAI PENAWARAN



1. Kebaruan (*newness*)
2. Dapat diubah sesuai permintaan/ kebutuhan (*customization*)
3. Memudahkan pekerjaan (*getting the job done*)
4. Brand & Design
5. Harga

6. Kinerja (*performance*)
7. Penghematan (*cost reduction*)
8. Pengurangan resiko (*risk reduction*)
9. Kemudahan akses (*accessibility*)
10. Kenyamanan (*convenience*)
11. dll

Ciptakan Nilai Penawaran



Tipe Nilai

- Peningkatan kinerja produk / jasa
- Menyesuaikan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan
- Desain yang unik
- Merek / Status (brand yang eksklusif)
- Menawarkan nilai yang sama dengan harga lebih murah
- Keamanan dan kenyamanan penggunaan produk



CONTOH: NILAI PENAWARAN

Co- Branding dan Co-Creation



Sepatu Nike dan Dior seharga
3300 USD

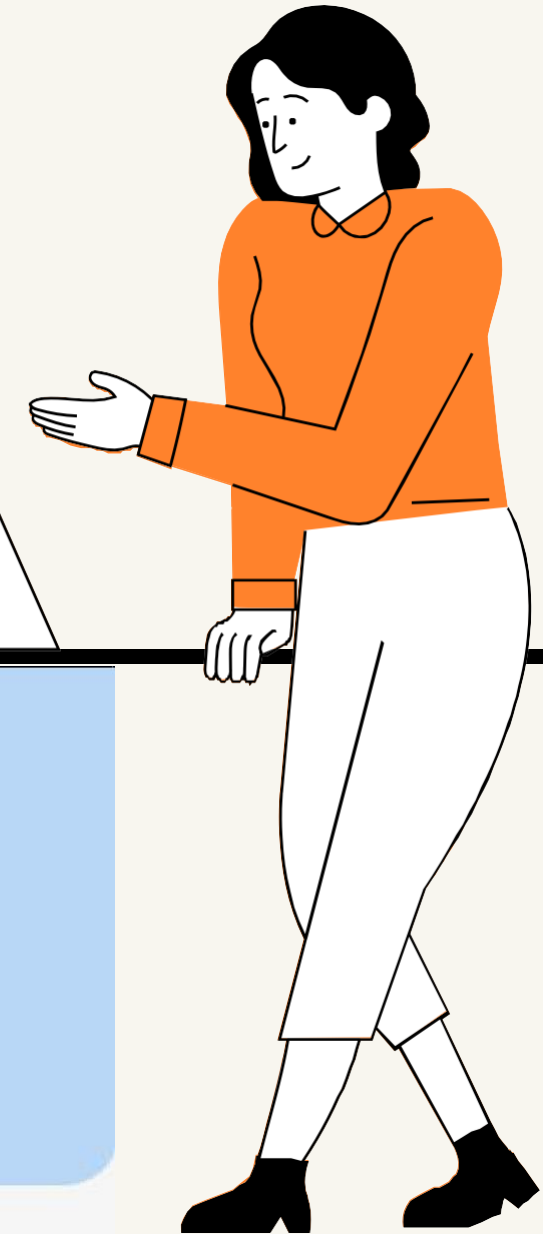


Sepatu Nike dan Indomie
Harga Rp 3,3 juta

CIPTAKAN NILAI PENAWARANMU

JELASKAN TENTANG PRODUK KAMU

Jelaskan: Jenis, sifat, rasa/fungsi, fitur dll



CIPTAKAN NILAI PENAWARANMU

JELASKAN TENTANG JASA KAMU

Fitur jasa:

1. Kegiatan apa yang kamu lakukan?
2. Untuk siapa?
3. Kapan kamu menawarkan jasa kamu?
4. Seberapa sering?
5. Bagaimana orang mememesannya?
6. Dimana lokasinya?



3. SALURAN DISTRIBUSI/ PELANGGAN

- 1. Apa yang akan kamu lakukan agar produk/jasa kamu **dapat sampai ke tangan konsumen?**
- 2. Saluran yang manakah lebih **disukai** oleh pelanggan kamu?
- 3. Dimana pelanggan kamu **dapat membelinya?**



Saluran Distribusi/
Channels

Saluran/sarana/
media sehingga
produk/jasa kamu
dapat dikenali oleh
(calon) pelanggan
kamu

Business Model Canvas				
Mitra Utama / Key Partners	Aktivitas Utama / Key Activities	Nilai Penawaran / Value Proposition	Hubungan Pelanggan / Customer Relationships	Segmentasi Pelanggan / Customer Segments
	Sumber Daya Utama / Key Resources		Saluran Distribusi/ Channels	
Struktur Biaya / Cost Structure		Arus Pendapatan / Revenue Stream		

CIPTAKAN SALURAN PELANGGAN



1. Penjualan/ menawarkan langsung (Door to Door)
2. Toko sendiri
3. Titip jual di Supermarket/ Toko mitra
4. Media Sosial
5. Aplikasi Mall Online

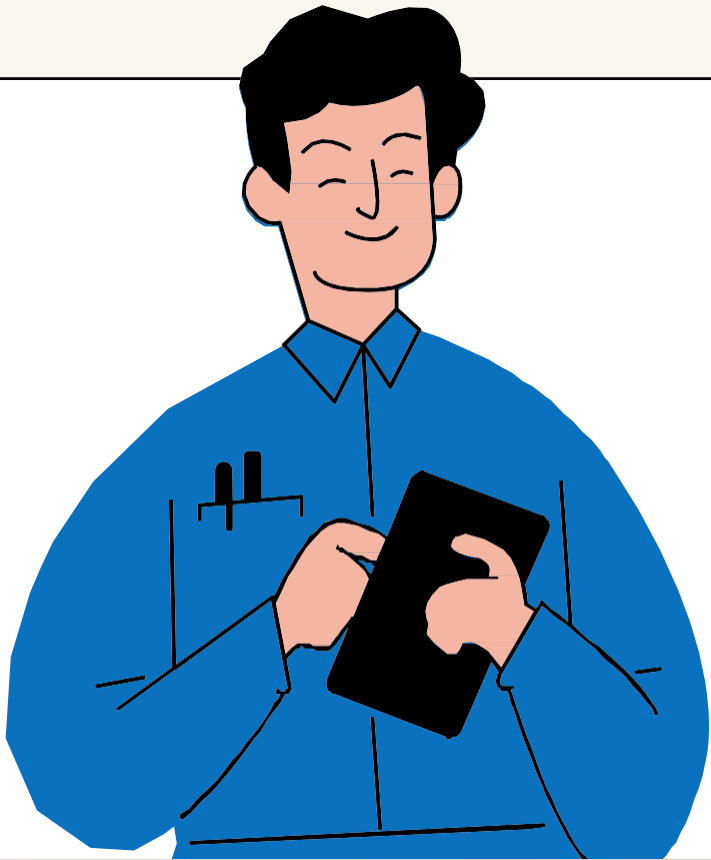


4. HUBUNGAN PELANGGAN

Pertanyaan Utama:

- 1. **Teknologi** apa yang kamu gunakan, dan seberapa mahal untuk membangun hubungan itu?
- 2. Bagaimana kamu yakin bahwa pelanggan kamu akan memesan produk kamu lagi di lain waktu (**repeat order**)
- 3. Bagaimana **meningkatkan loyalitas** pelanggan kamu?

Business Model Canvas				
Mitra Utama / Key Partners	Aktivitas Utama / Key Activities	Nilai Penawaran / Value Proposition	Hubungan Pelanggan / Customer Relationships	Segmentasi Pelanggan / Customer Segments
			4	
	Sumber Daya Utama / Key Resources		Saluran Distribusi / Channels	
Struktur Biaya / Cost Structure		Arus Pendapatan / Revenue Stream		



Hubungan Pelanggan / Customer Relationships

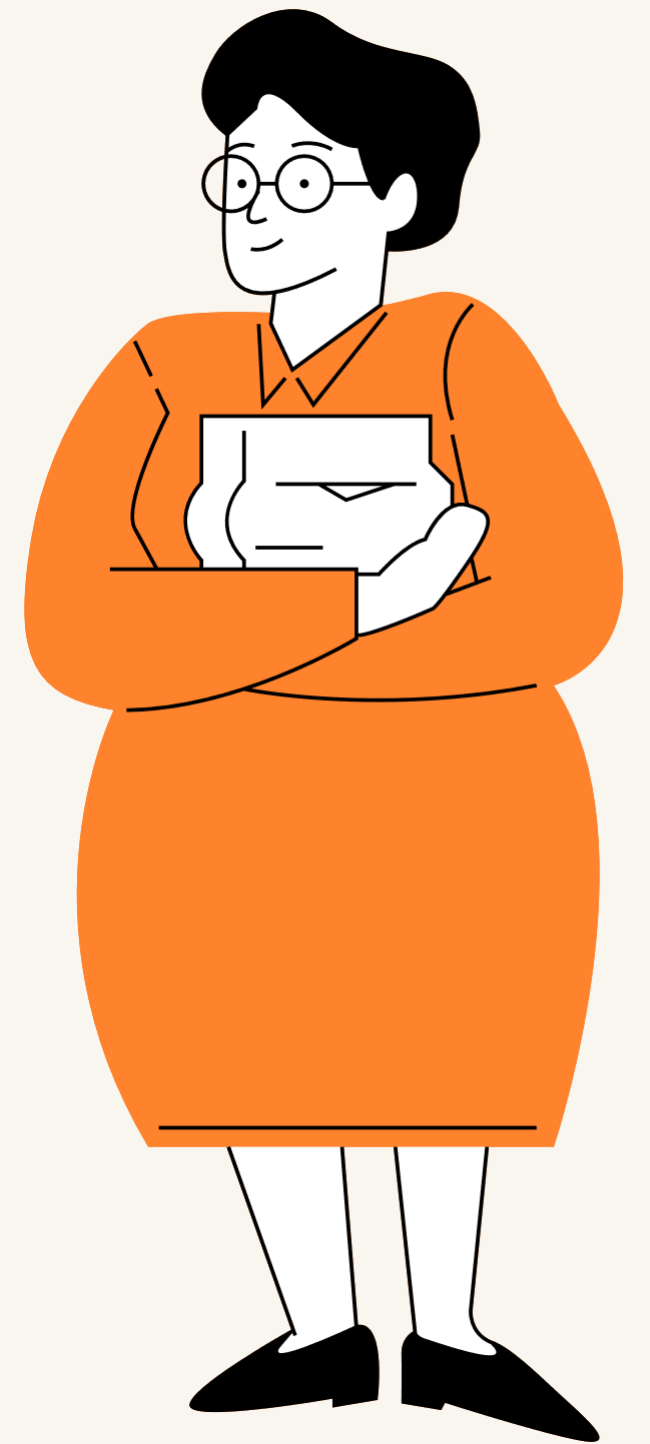
Bagaimana upaya kamu agar dapat menarik konsumen baru, menjaganya agar tetap loyal, bahkan dapat menambah pelanggan baru

CIPTAKAN HUBUNGAN PELANGGAN

1.Community/ Komunitas yaitu membina hubungan dengan pelanggan tidak secara individu, melainkan berdasarkan kelompok atau group, bisa dilakukan secara langsung maupun menggunakan media digital seperti group Whatsapp, FB, telegram, Instagram dan sebagainya

2.Dedicated Personal Assistance/ Pelayanan Pelanggan, yaitu memelihara hubungan dengan **rajin chat personal** kepada pelanggan untuk menawarkan produk atau menghadapi keluhan pelanggan.

3. Co-creation/ Berkreasi Bersama yaitu melibatkan pelanggan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan itu sendiri, contoh jasa arsitek, desain interior, dan eksterior.



Pertanyaan Utama:

1. Berasal dari mana saja **pendapatan kamu terkait produk/jasa** tersebut?
2. Berapa Rupiah yang mesti pelanggan kamu **bayar**?
3. Berapa banyak masing-masing **sumber pendapatan** berkontribusi terhadap total pendapatan?



5. ARUS PENDAPATAN

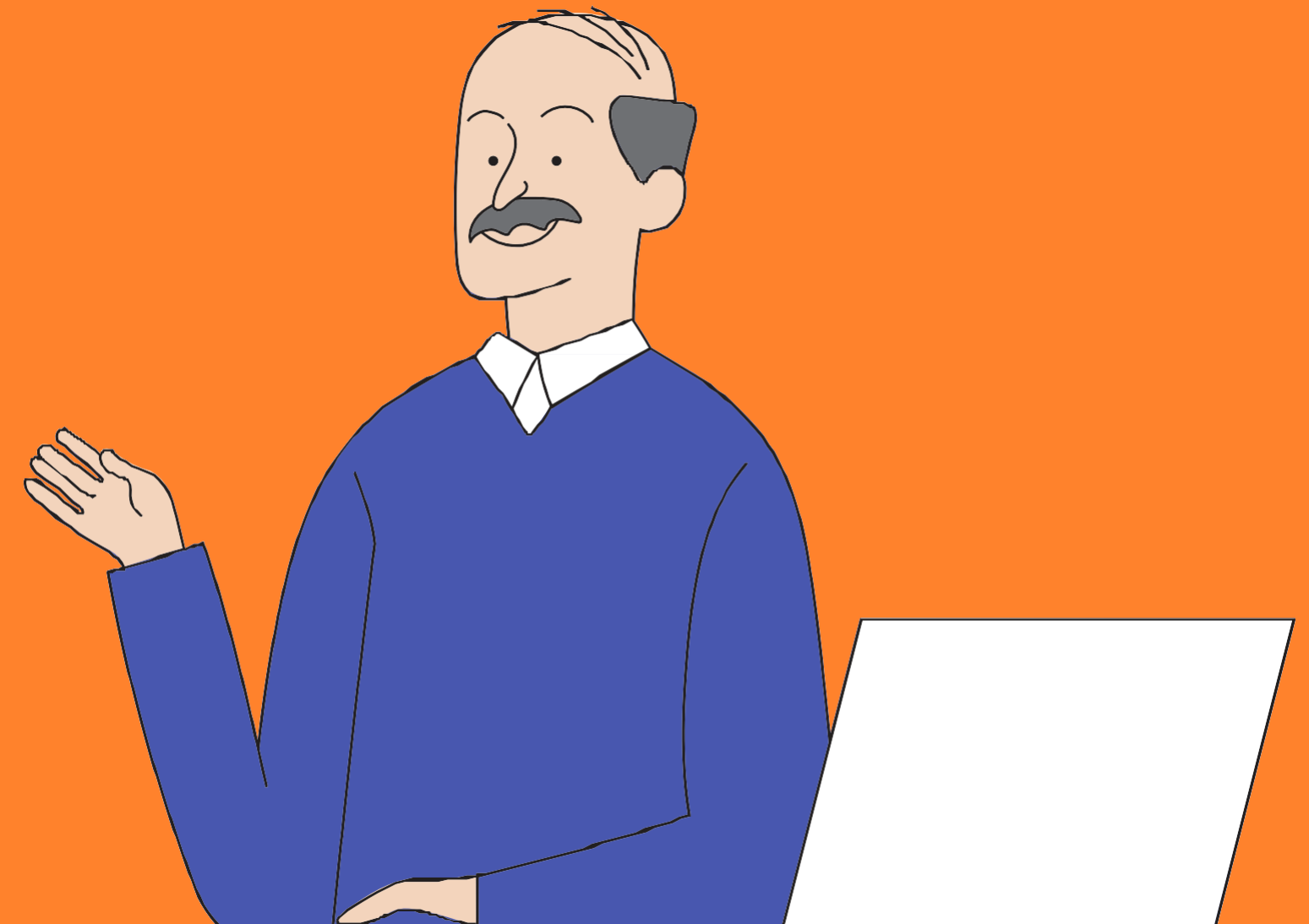
Arus Pendapatan / Revenue Stream

Intinya bagaimana kamu dapat menghasilkan uang

Business Model Canvas				
Mitra Utama / Key Partners	Aktivitas Utama / Key Activities	Nilai Penawaran / Value Proposition	Hubungan Pelanggan / Customer Relationships	Segmentasi Pelanggan / Customer Segments
	Sumber Daya Utama / Key Resources		Saluran Distribusi/ Channels	
Struktur Biaya / Cost Structure		Arus Pendapatan / Revenue Stream		
		5		

CONTOH ARUS PENDAPATAN

1. Penjualan produk dan jasa
2. Mengenakan tarif pemakaian (pulsa telpon/listrik/air),
3. Mengenakan biaya sewa
4. Lisensi atau Royalti dari Hak Atas Kekayaan Intelektual yang dimiliki
5. Titip jual/ Jastip
6. Uang pendaftaran
7. Komisi, dan lain sebagainya.



6. SUMBER DAYA UTAMA

Pertanyaan utama

Sumber daya apa yang kamu butuhkan untuk:

- 1. Menciptakan **produk/jasa kamu?**
- 2. Membuat **saluran distribusi** kamu?
- 3. **Hubungan yang baik** dengan pelanggan
- 4. **Menghasilkan uang** sebagai sumber pendapatan?



Business Model Canvas				
Mitra Utama / Key Partners	Aktivitas Utama / Key Activities	Nilai Penawaran / Value Proposition	Hubungan Pelanggan / Customer Relationships	Segmentasi Pelanggan / Customer Segments
	Sumber Daya Utama / Key Resources		Saluran Distribusi/ Channels	
	6			
Struktur Biaya / Cost Structure		Arus Pendapatan / Revenue Stream		

Sumber Daya Utama /
Key Resources

Sumber daya (asset) utama yang sangat dibutuhkan agar model bisnis kamu dapat lancar dijalankan.

Sumber daya ini dapat berupa fisik maupun yang tidak terlihat oleh kasat mata.

EMPAT SUMBER DAYA UTAMA

1 **Fisik**, misalnya alat kerja, mesin, kendaraan

2. **Intelektual**, misalnya Hak atas Kekayaan intelektual seperti paten, hak cipta, desain industri, desain, memiliki perijinan usaha misal PIRT untuk memproduksi makanan

3. **Manusia**, misalnya orang yang mempunyai keterampilan untuk menjalankan usaha

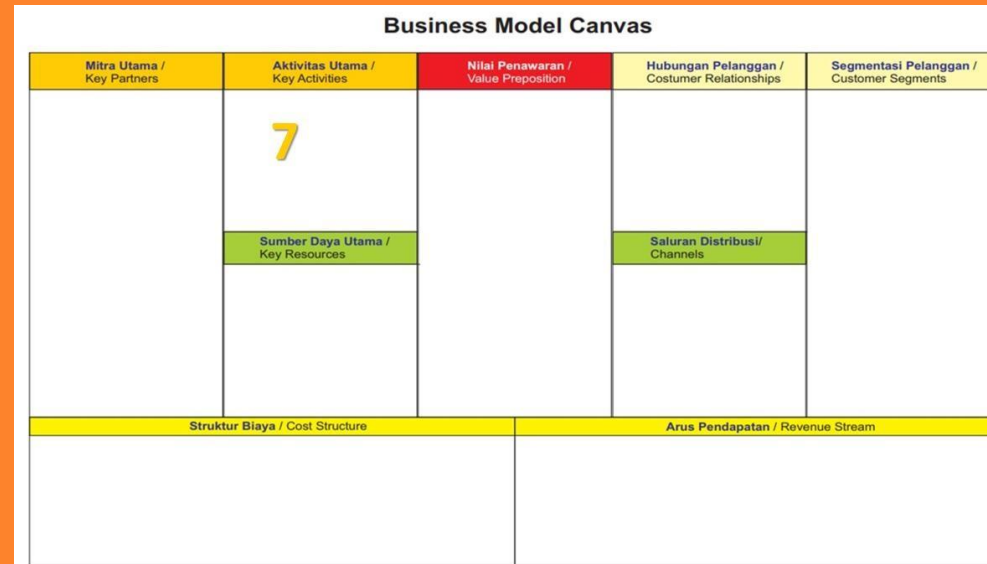
4. **Keuangan**, misalnya adanya pencatatan pengeluaran dan pemasukan, laporan keuangan, jaminan dll



7. AKTIVITAS UTAMA

Aktivitas Utama / Key Activities

Identifikasi aktivitas penting apa yang akan kamu butuhkan agar model bisnis kamu dapat berjalan



Pertanyaan utama

Apa yang kamu butuhkan agar:

1. Tercipta produk barang dan jasa
2. Saluran distribusi dapat terbentuk
3. Tercipta hubungan pelanggan yang produktif agar memunculkan pendapatan

AKTIVITAS KUNCI DAPAT BERUPA :

1. Aktivitas produksi barang

2. Aktivitas pemecahan masalah (jasa)

Aktivitas yang diperlukan untuk memberi solusi masalah-masalah pelanggan

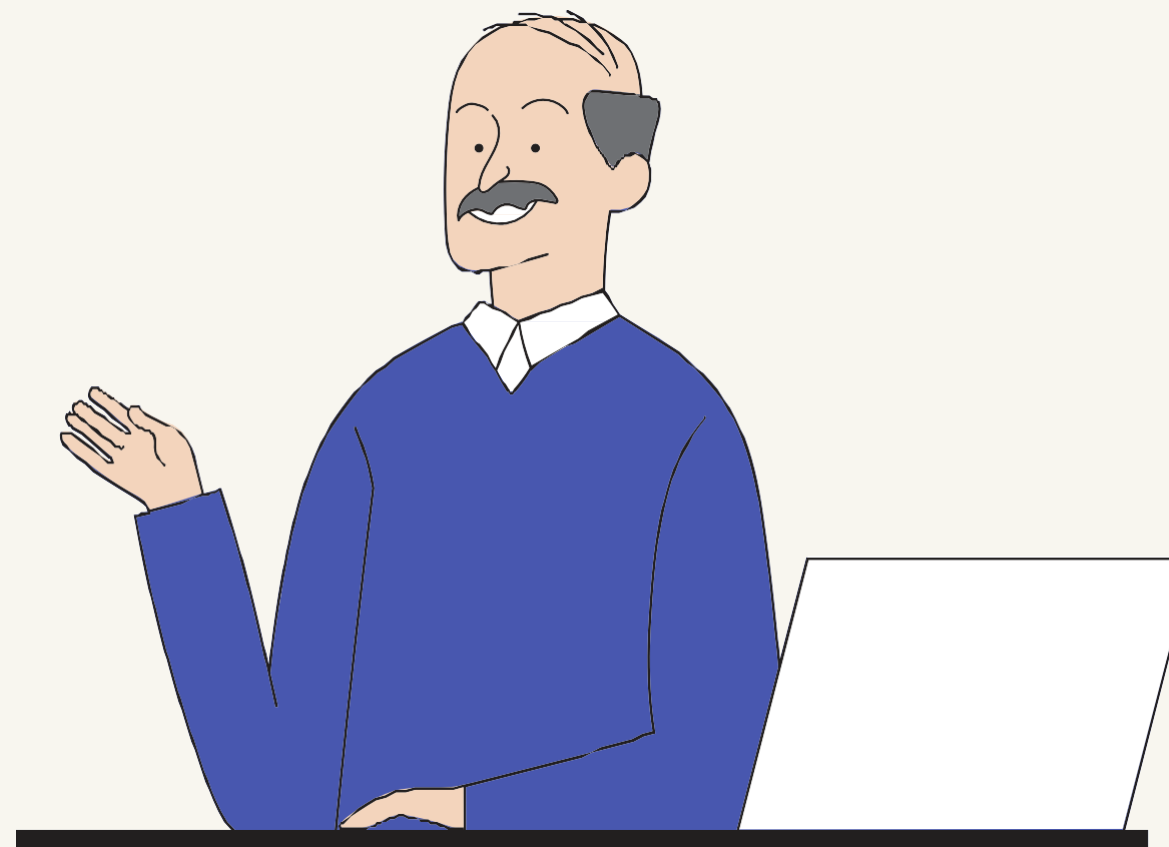
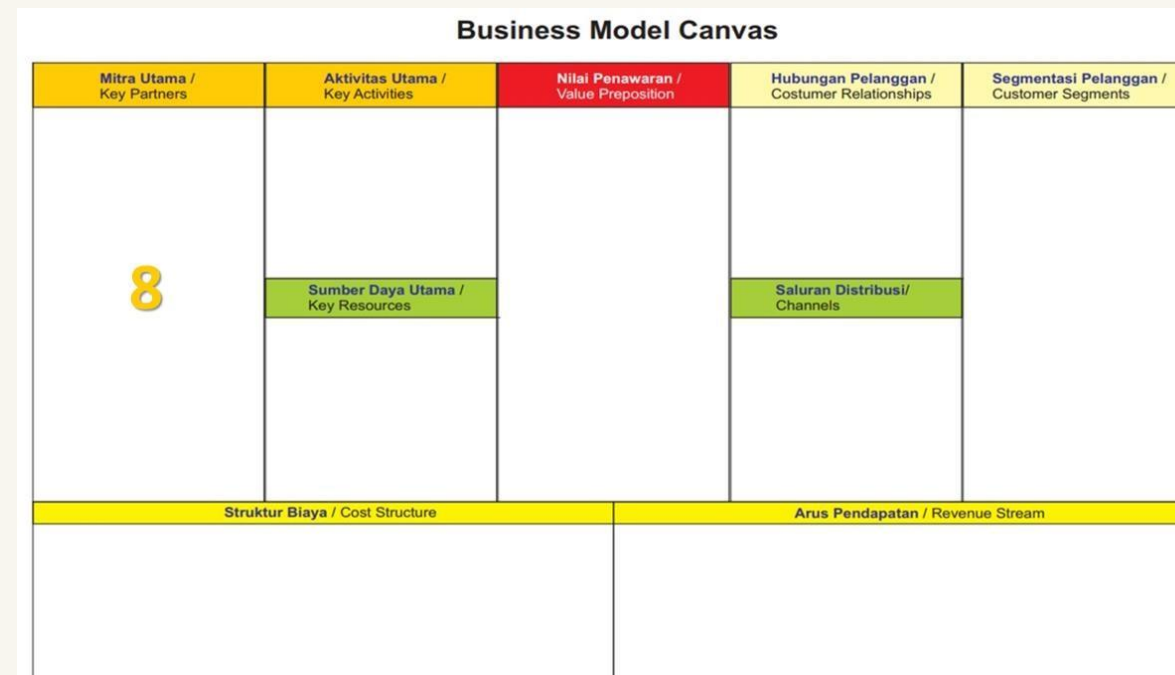
3. Aktivitas membangun jejaring/ platform.

Aktivitas yang berhubungan dengan jasa yang membutuhkan sarana atau jaringan. Seperti penggunaan Qris, Ovo, Dana, Gopay untuk pembayaran

8. MITRA UTAMA

Pertanyaan Utama

1. Siapa **mitra kunci** dari bisnis kamu?
2. Siapa **supplier** kunci dari bisnis kamu?
3. **Sumber daya** seperti apa yang akan kamu peroleh dari mitra?
4. **Kegiatan penting** seperti apa yang akan mitra kerjakan?



Mitra Utama / Key Partners

SIAPA yang akan menjadi mitra penting kamu dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Mitra utama juga merupakan jejaring sehingga usaha kamu dapat dijalankan.

TUJUAN MEMBANGUN KEMITRAAN

1. Mengurangi resiko dan ketidakpastian
2. Memperoleh potensi dan akses sumber daya, aktivitas atau kegiatan tertentu
3. Mengembangkan ekosistem

Contoh kemitraan:

- ☐ Memperoleh informasi dan keterampilan
- ☐ Kerja sama strategis baik bukan pesaing usaha (*non competitor*) maupun pesaing (*competitor*)
- ☐ Hubungan antara supplier-pembeli, untuk menjamin ketersediaan barang (pasokan) secara terpercaya.

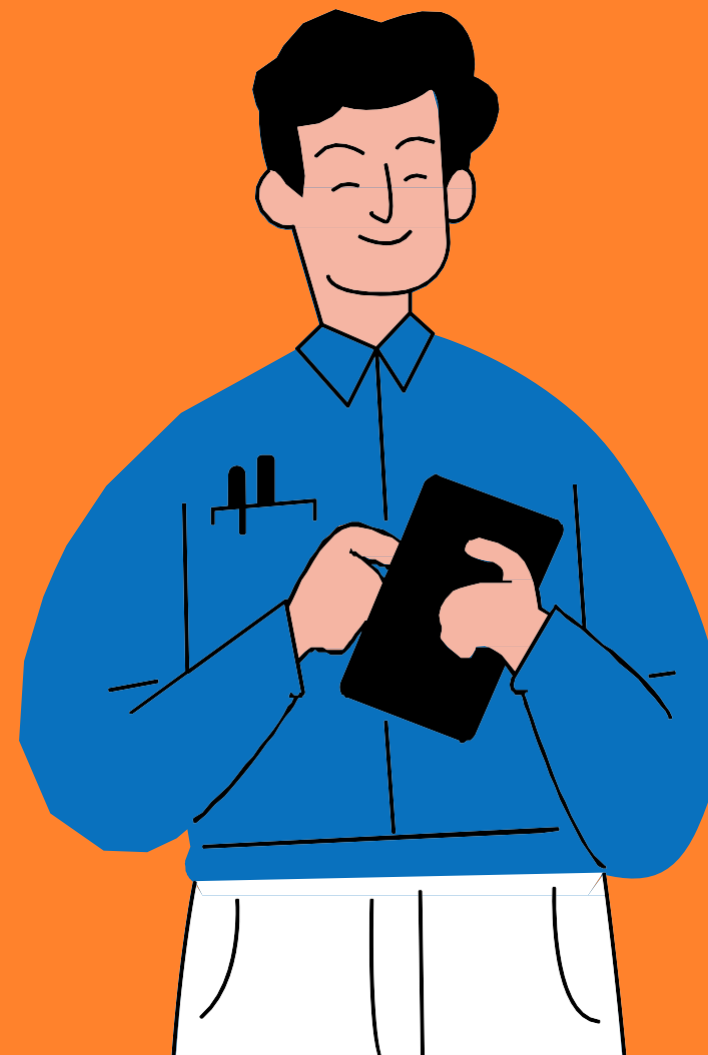
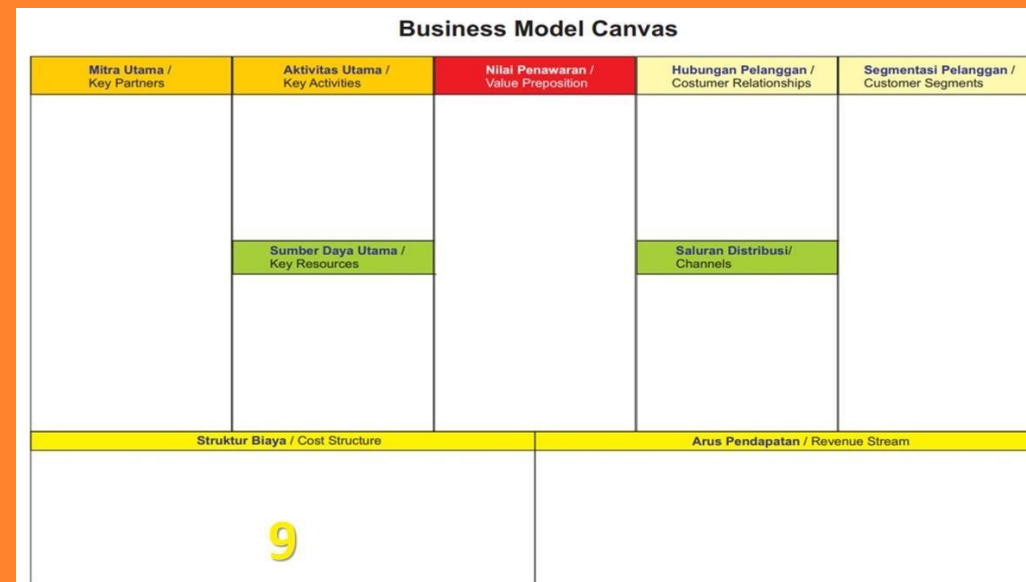


9. STRUKTUR BIAYA

Pertanyaan Utama

Biaya apa saja yang kamu keluarkan ketika:

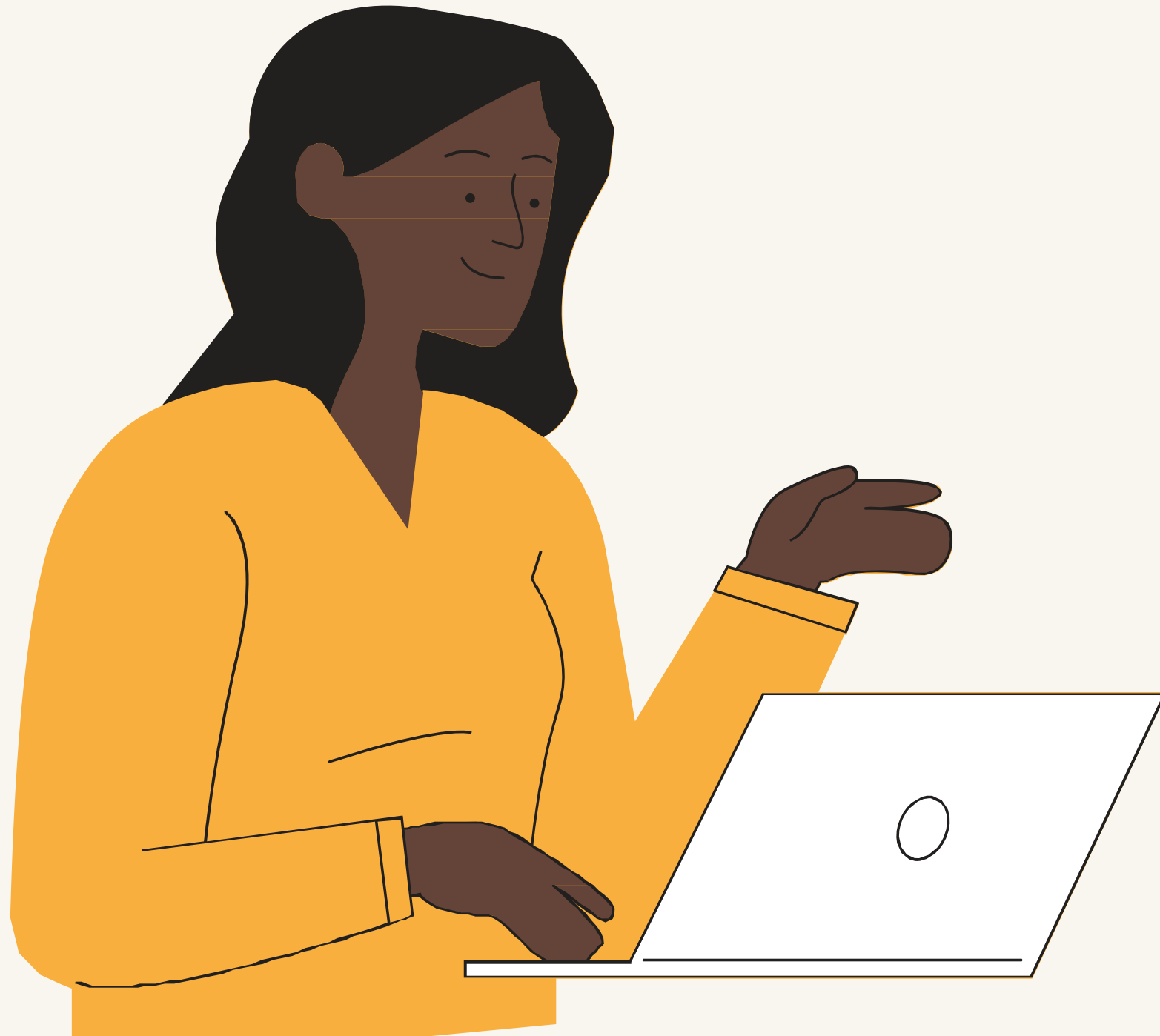
1. **Membuat nilai penawaran** dalam memproduksi barang/jasa
2. Melakukan **saluran distribusi**
3. Melakukan **aktivitas utama**
4. Menjalankan **sumber daya utama**



Struktur Biaya / Cost Structure

Identifikasi segala biaya atau struktur biaya yang kamu keluarkan agar model bisnis kamu berjalan

CEK KOMPONEN BIAYA



1.Fixed Cost (BiayaTetap)

2. Variable Cost (BiayaTidakTetap)

Note:

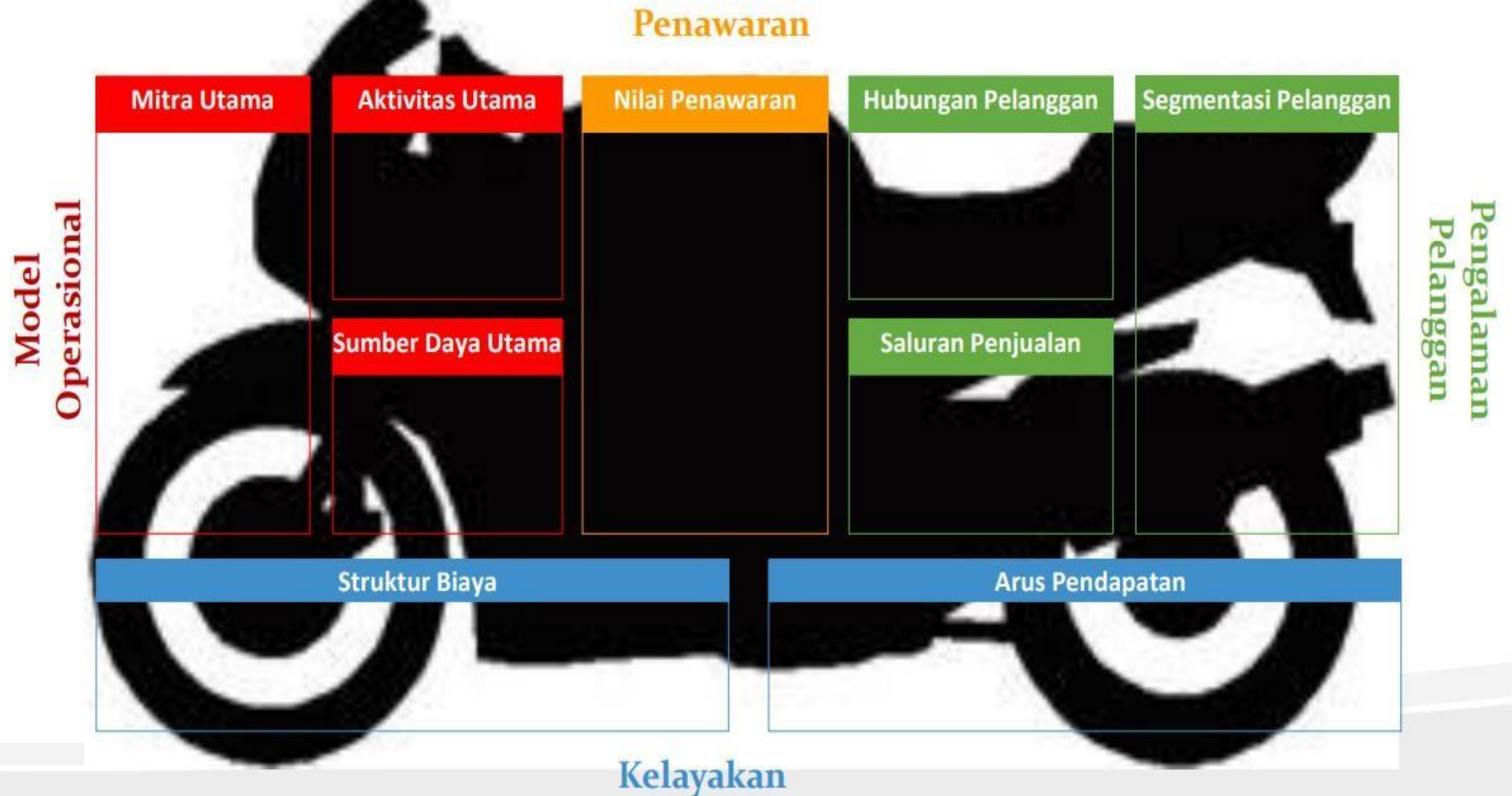
Upayakan untuk lebih banyak
menganggarkan biaya tidak tetap

CONTOH BMC





BENGKEL ONLINE



BENGKEL ONLINE



WILLY STEAM WASH

Key Features

- Take Shampoo Motor
- Perlengkapan Steam

Key Activities

- Promo langsung
- Promo Media
- Cek perlengkapan steam
- Air, Bensin, Lemak (sapi)
- Set yang baik
- Cleaning Area Sebelum dan Setelah bekerja
- Bersih

Key Resources

- Administrasi
- Denda
- Sampah
- Bensin
- Lemak
- Spons
- Detergen

Value Proposition

- * Bersih, Awet dan
- * Hemat
- * Gratis Air Mineral
- * Pusing Lemak Nyeri
- * VNI-6
- * Kupon Cuci 10x free
- * Sekali Cuci
- * "Free" Paksi body
- * "Free" Samir body
- * Promo - GAT II
- * Member GAT II
- * Rp 300.000
- * 20x Cuci
- * 5x Cuci free
- * Parkiran
- * Accessori Motor
- * Cuci & Perlengkapan

Customer Relationship

- ⇒ Club Motor
- Motor, 200 cc
- ⇒ Komunitas
- ⇒ Komunitas Apa Aja yang memiliki motor
- ⇒ Media sosial

Channels

- Take Shampoo Motor
- Pembersih dan Luber
- Take Perlengkapan steam
- Media sosial untuk saling pin
- Cuci & Luber

Customer Segments

- * Pengguna kendaraan Roda 2
- * Club Motor
- * Muda - Lansia

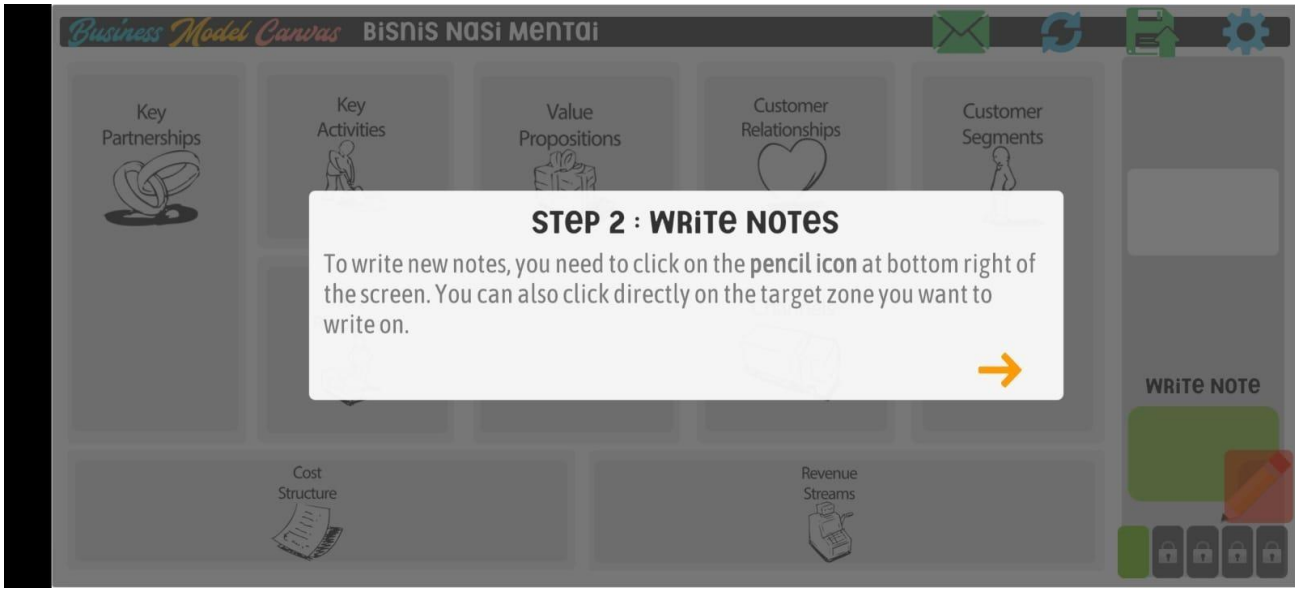
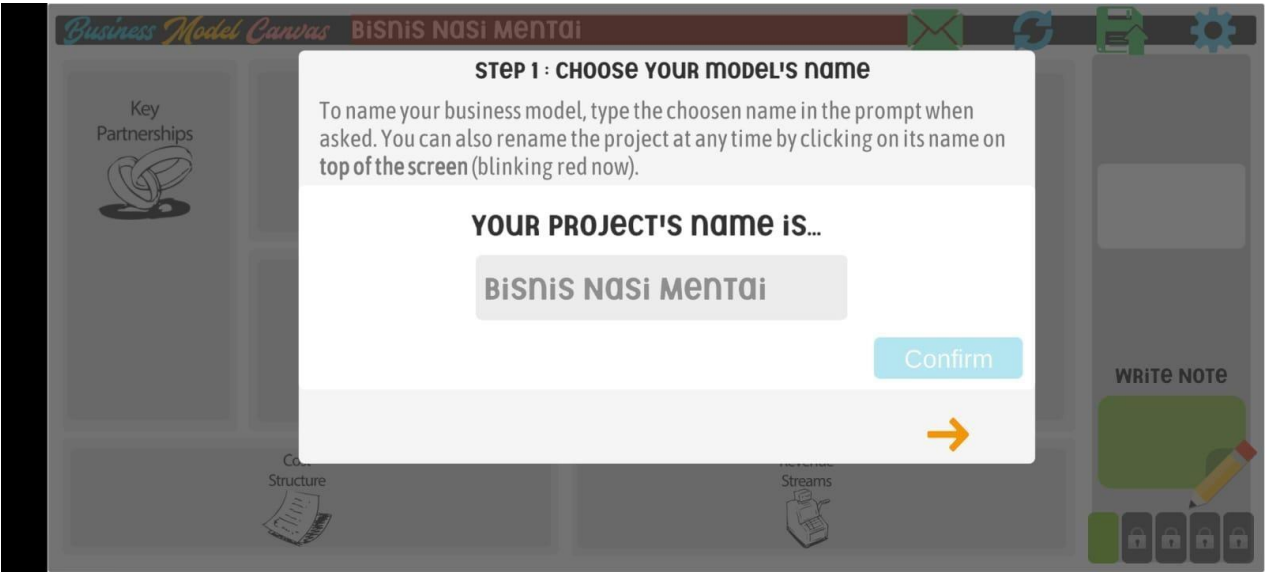
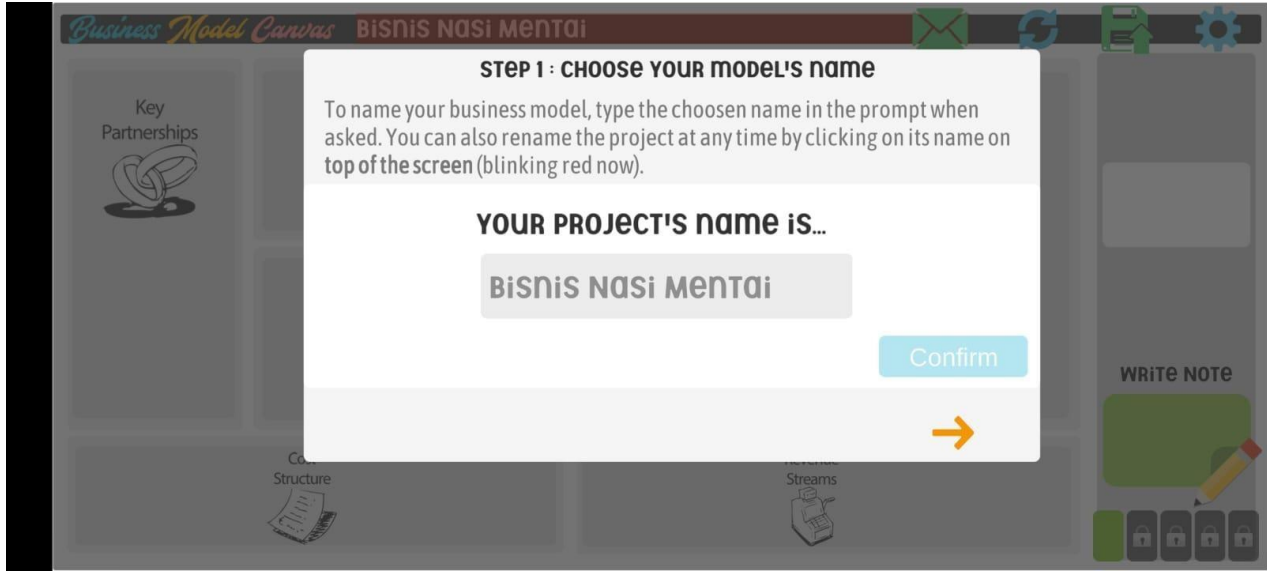
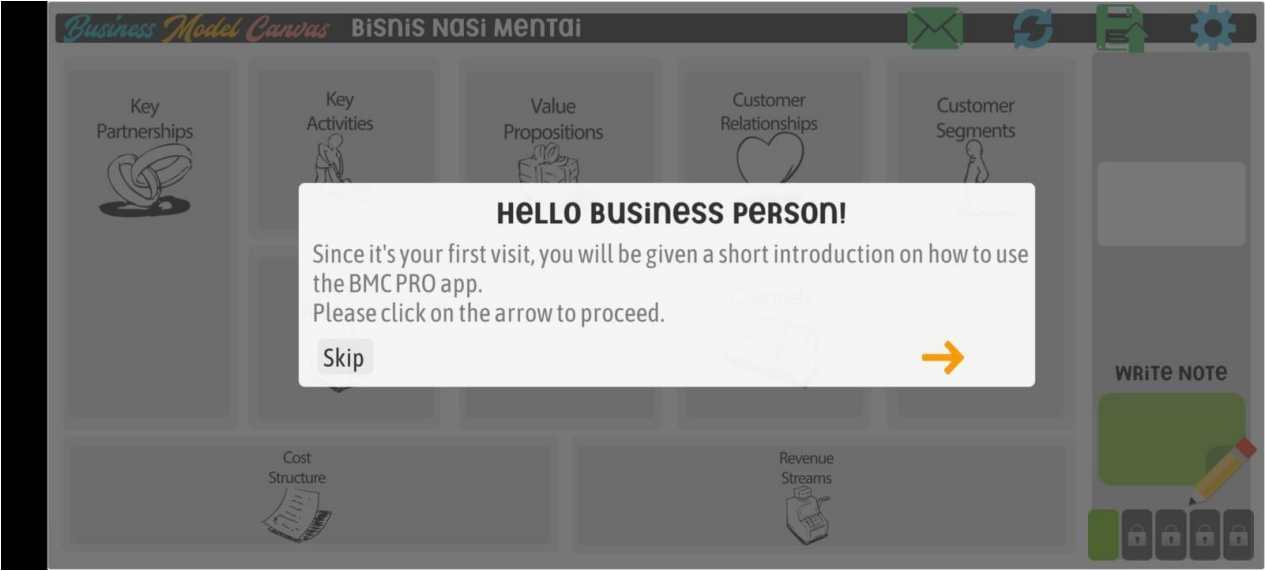
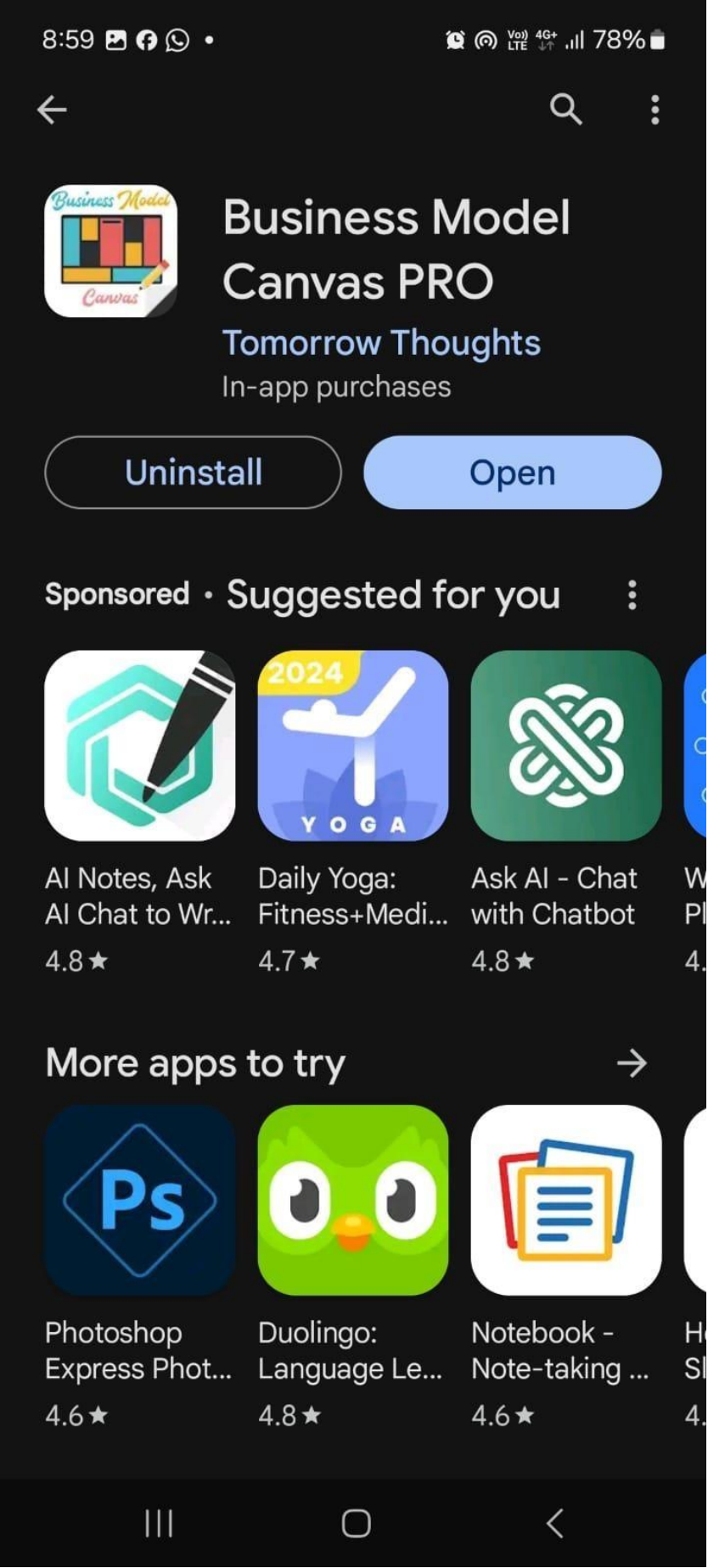
Cost Structure

- Biaya sewa tempat dan alat
- Biaya gaji karyawan
- Biaya pembelian peralatan
- Biaya pengaliran alat
- Luber
- Motor

Revenue Streams

- Profit Motor yang dijual
- Kupon Cuci
- Tips





second
laundry baju
packaging
promosikan
jual baju

Model limited
Kualitas bagus
Packaging
Sudah dilaundry
Sudah disetrika

hari tertentu
Giveaway
Testimoni
Potongan harga
jika beli banyak

Resources

: 1 orang
: transpor
handphone



Real picture
Stylish
Ramah lingkungan

Channels



Sosial media
E-commerce (Lazada, Shopee, Tokopedia)
Door-to-door
(menawarkan langsung)

Totebag Custom

Yasina Sabila

BUSINESS MODEL

CANVAS

Mitra Utama (Key Partners)

- * Supplier totebag
- * jasa pengantar barang

Aktivitas Utama (Key Activities)

- * Belanja totebag
- * Mempromosikan jualan
- * menjual & packing pesanan
- * mengirim ke jasa pengiriman

Sumber Daya Utama (Key resources)

- * pemasaran
- * media sosial
- * SDM: pencatatan pengeluaran dan pemasukan

Nilai Penawaran (Value Proposition)

- * Totebag Bahan Canvas premium, dilengkapi dengan Resleting maupun tidak
- * Design yang unik dan bisa custom

- * Tas kekinian dengan harga terjangkau.

Hubungan Pelanggan (Customer Relationships)

- * Melalui Chat Media Sosial
- * Mengadakan Giveaway untuk para pelanggan

Saluran Distribusi (Channels)

- * Menawarkan Secara Langsung
- * Memposting status di WhatsApp
- * Mempromosikan di twitter

- * Menggunakan Market Place Shopee

Segmentasi Pelanggan (Customer Segments)

- * Mahasiswa Campus
- * Pelajar Smp dan Smp
- * Pecinta totebag dan pendukung Program Pemerintah tanpa plastik

- * Anak kekinian yang suka gaya Klasik Modern

Struktur Biaya (Cost Structure)

- * Biaya tetap : persediaan totebag yang polos agar untuk membungkus, internet

- * Biaya jasa untuk pengiriman

Arus Pendapatan (Revenue Stream)

- * Pendapatan Berasal dari penjualan totebag

Business Model Canvas

Nama: Jajang Koswara

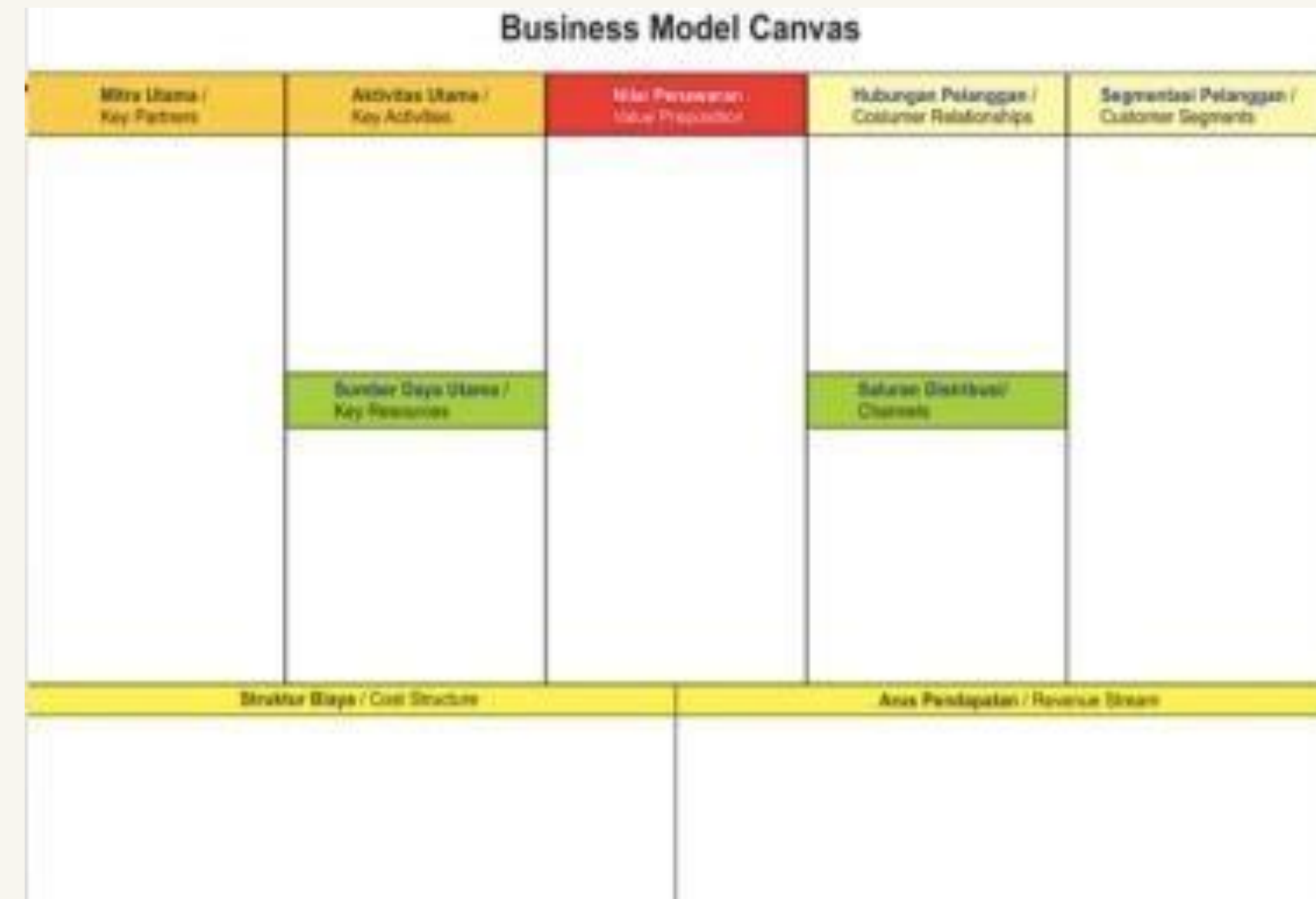
Usaha: Produk gula Semut Barokah

Mitra Utama/ Key Partners	Aktivitas Utama/ Key Activities	Nilai Penawaran/ Value Proposition	Hubungan Pelanggan/ Customer Relationship	Segmentasi Pelanggan/ Customer Segmen
(1) Pemilik Pohon Aren (2) Petani gula lainnya (3) Penyedia Kemasan (4) IBL (5) Ekraft purwakarta (6) Komunitas	(1) Perawatan (2) Panen setiap pagi dan sore (3) Pengolahan (4) Pemasaran	(1) Nira Aren Asli (2) Low Kalori (3) Tanpa Pengawet (4) Harga bersahabat (5) Praktis (6) Masa simpan lama/awet	(1) Sosial media (2) Grup Whatsapp (3) Face to face (4) Komunitas	(1) Caffe (2) Toko oleh-oleh (3) Suparmarket (4) Hotel
	Sumber Daya Utama/ Key Resources		Saluran Distribusi/ Channels	
	(1) Modal (2) Dapur Produksi (3) Tenaga Kerja		(1) Ekraft Purwakarta (2) Webdesaku (3) Shopee (4) Tokopedia (5) Facebook (6) Bazar	
Struktur Biaya / Cost Structure			Arus Pendapatan / Revenue Stream	
(1) Upah pekerja (2) Biaya oprasional			(1) Penjualan produk gula semut (2) Membantu memasarkan produk kopi	

TUGAS MEMBUAT BMC INDIVIDU/ USAHA KELOMPOK

Buat model bisnis (BMC) rencana usaha

1. Tulis nama kamu dan usaha kamu
2. Ceritakan secara singkat, apa yang melatar belakangi usaha yang akan kamu buat atau kembangkan. Ceritakan Tujuan, visi, misi dan nilai usaha kamu
3. Isi setiap kotak BMC seperti materi yang sudah berikan



Selamat Mencoba!



