

# btic

Business Technology  
Incubation Center

*Strategi Memulai Bisnis*

## MEMBANGUN KONSEP BISNIS DENGAN MENGUNAKAN PENDEKATAN KANVAS

Oleh :

**Intan N. Sutarto**

**Manajer Operasional BTIC MITI**



MASYARAKAT ILMUWAN DAN TEKNOLOG  
INDONESIA

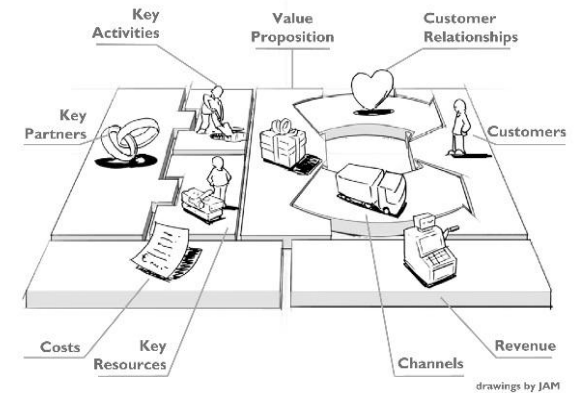


**BUSINESS  
TECHNOLOGY  
INCUBATION  
CENTER**

*Jl. Jalur Sutera (Timur) Komplek  
Spectra, Blok 23 B No.11-12,  
Alam Sutera, Tangerang*

# Mengapa Kita memilih Model Bisnis Kanvas?

Model Bisnis = Strategi Bisnis??



**S  
S  
E  
N  
S  
I  
B  
U  
S  
I  
N  
E  
S  
S**

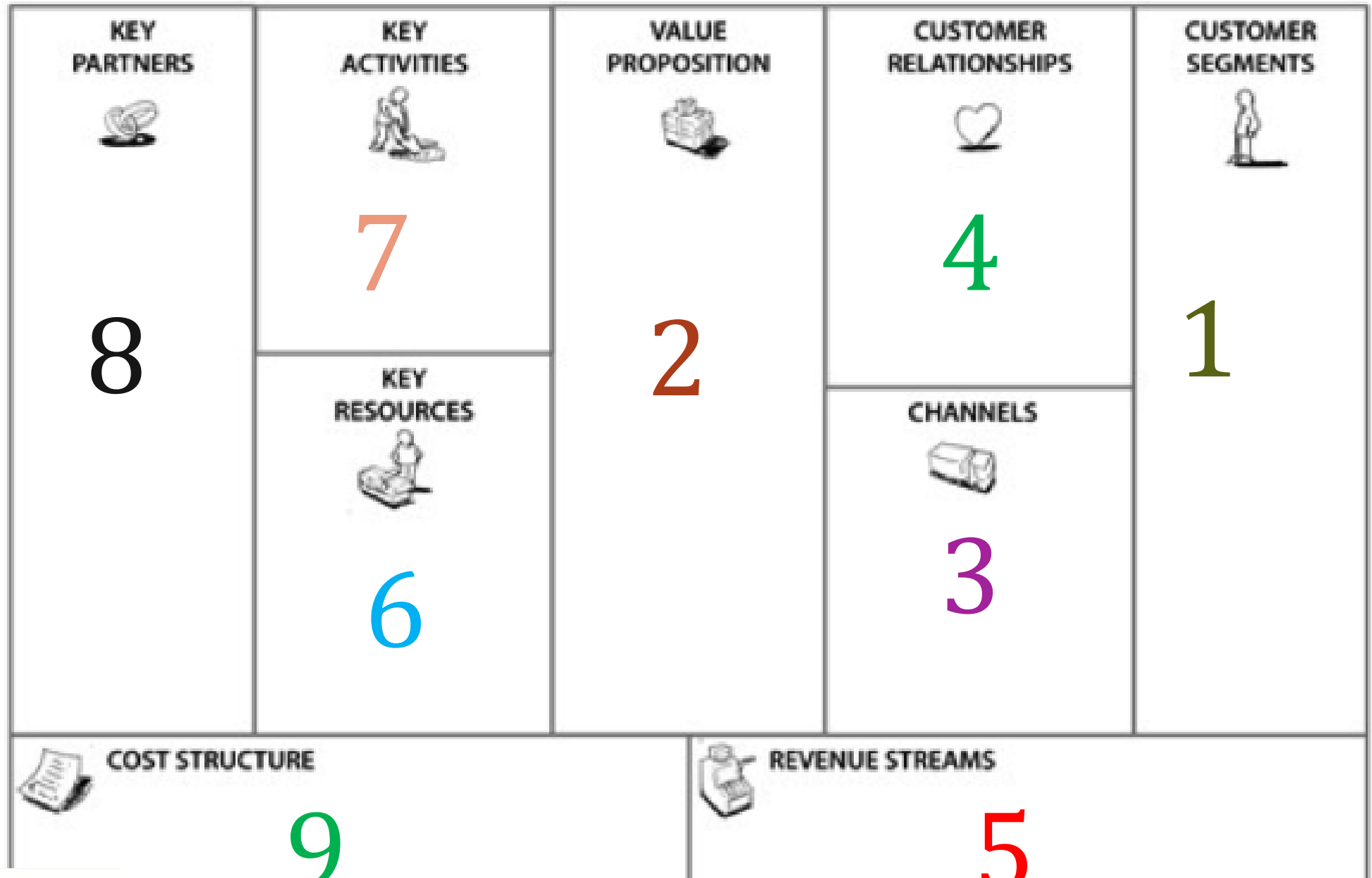


Berdasarkan tulisan Magretta (2002) yang dimuat dalam majalah bisnis Harvard Business Review dijelaskan bahwa :

Model bisnis dibuat untuk memudahkan/ membantu para pemilik perush/organisasi serta profesionalnya menggagas bisnis ditingkat abstrak & kemudian mengujinya ditingkat nyata.

Setelah itu, strategi bisnis disusun untuk membuat perusahaan berbeda secara strategis terhadap pesaing-pesaingnya.

# BUSINESS MODEL CANVAS





---

## CUSTOMER SEGMENTS

---

Adalah pihak yang **MENGGUNAKAN/ MEMBELI** barang (produk)/ jasa dari perusahaan/ organisasi kita

**Atau**

Pihak yang **BERKONTRIBUSI** dalam memberikan income kepada perusahaan/ organisasi kita.



Catatan :

*Customer disini tidak hanya customer yang mendatangi keuntungan secara langsung, tapi bisa juga CS yang merupakan pihak pendukung peningkatan pemasukan.*



---

# Value Propositions

---

Berisi mengenai solusi atau keunggulan yang ditawarkan oleh produk kita.

Tidak cukup hanya berbeda, unik atau murah tapi benar-benar yang harus dibutuhkan oleh CS kita.



*Contoh :*

*Supermarket Online*

*CS :*

*Perempuan Karier Midle-Up*

*VP :*

- 1. Harga Sama dengan di Retail Besar*
- 2. Gratis Ongkos Kirim*
- 3. Melayani pembayaran non-Tunai*
- 4. Barang tidak sesuai diganti maksimal 1 jam setelah pengiriman pertama.*
- 5. Voucher belanja gratis*



---

# CHANNELS

---

Bagaimana cara perusahaan menyampaikan VP kepada CS

Channels ini meningkatkan kedekatan perusahaan/ Org dengan Customer. Memudahkan Pembelian, Purnajual, Kedekatan emosi dsb



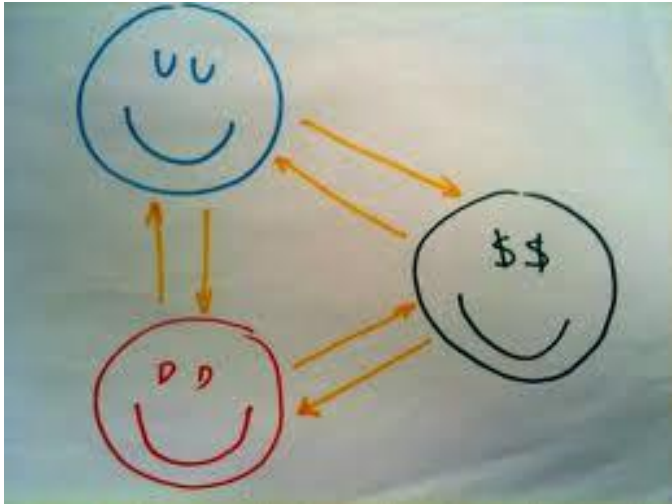
Contoh :

*APPLE*

*Untuk menjual produknya :*

*Outlet Resmi : I-Store (Kota2 besar didunia)*

*Outlet Handphone bebas (Hingga ke kota2 kecil di dunia)*



---

## CUSTOMER RELATIONSHIP

---

Merupakan usaha yang dilakukan oleh Perusahaan atau Organisasi untuk membina hubungan baik dengan Customer.

- Loyalitas
- Perluasan market
- Promo



Contoh :

*Garuda Indonesia*

CR:

*GFF → Blue, Silver, Gold dan Platinum*



---

# Revenue Streams

---

Menggambarkan dari mana saja pemasukan/ income perusahaan/ organisasi datang.

Pendapatan bisa datang, tidak hanya dari main activities.



Contoh :

## *I-Phone*

*Pendapatan tidak hanya dari Penjualan perangkat smartphone tersebut tetapi juga melalui:*

- *Penjualan suku cadang*
- *Pelayanan Service*
- *Penjualan aplikasi*
- *Penjualan i-tunes*





---

## KEY RESOURCES

---

Menggambarkan  
asset-asset  
terpenting yang  
dimiliki perusahaan  
atau organisasi  
untuk  
menghasilkan VP  
yang ditawarkan.



Contoh :

*Aset-asset yang dimiliki  
perusahaan Kopi :*

- *SDM*
- *Mesin*
- *Perkebunan*
- *Pabrik*
- *Kendaraan*

*dsb*

**btic**

Business Technology  
Incubation Center

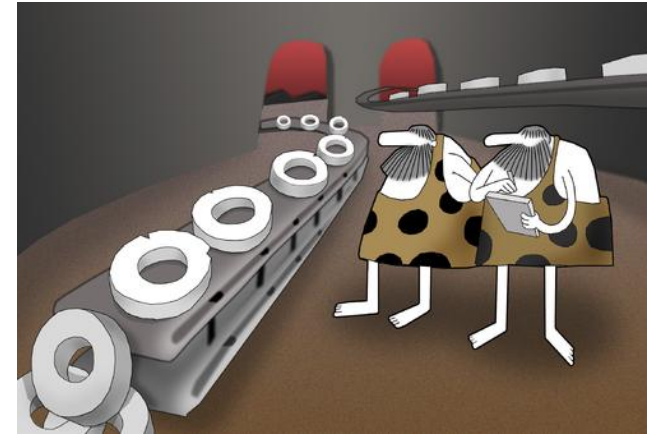


---

## KEY ACTIVITIES

---

Kegiatan-kegiatan  
kunci yang menunjang  
keberhasilan  
perusahaan/  
organisasi  
mewujudkan VP



Contoh :

*Perusahaan Jasa  
Pariwisata (Travel  
Agent)*

- *Jasa Layanan  
Pariwisata*
- *Jasa antar jemput  
wisatawan*
- *Jasa Ticketing dan  
booking hotel*
- *Promosi*



---

## KEY PARTNERSHIP

---

Mitra kerjasama dalam pengoperasian perusahaan atau organisasi.



Contoh :

*Perusahaan Garmen :*

*Untuk mengirimkan produk mereka baik ke outlet maupun konsumen, mereka membutuhkan jasa pengangkutan.*

*Maka jasa pengangkutan disini merupakan key partner bagi perusahaan tersebut.*



---

## COST STRUCTURE

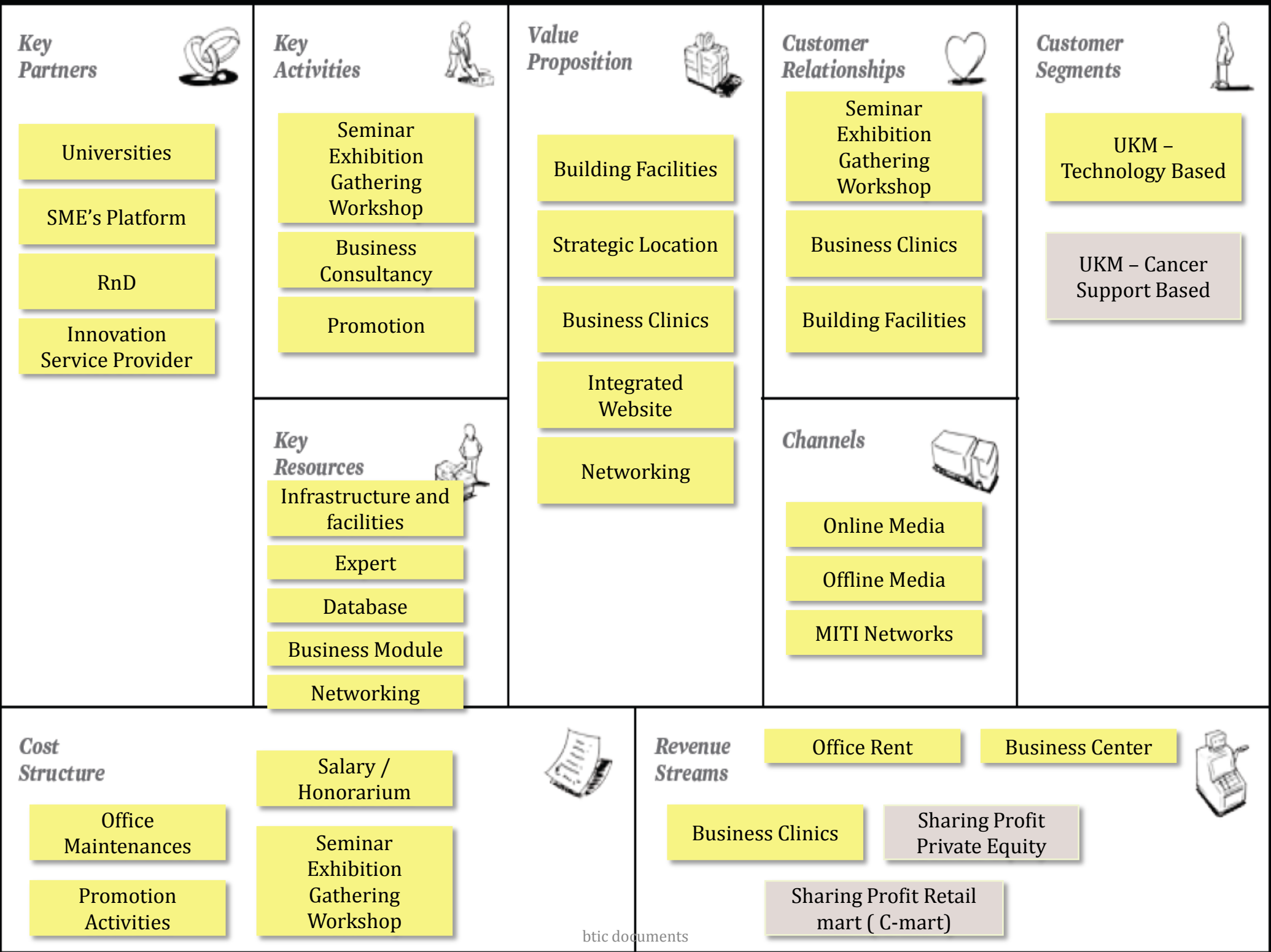
---

Semua biaya yang muncul atau dikeluarkan untuk menjalankan model bisnis ini.



Contoh :

- *Gaji Pegawai*
- *Operasional*
- *Riset*
- *Promosi*
- *Branding*
- *dsb*





**DANKE SCHOEN!!!!**

Louvre Museum, Paris 21 Oct 2011