

BUSINESS MODEL CANVAS

SAMPAHKU

Oleh :

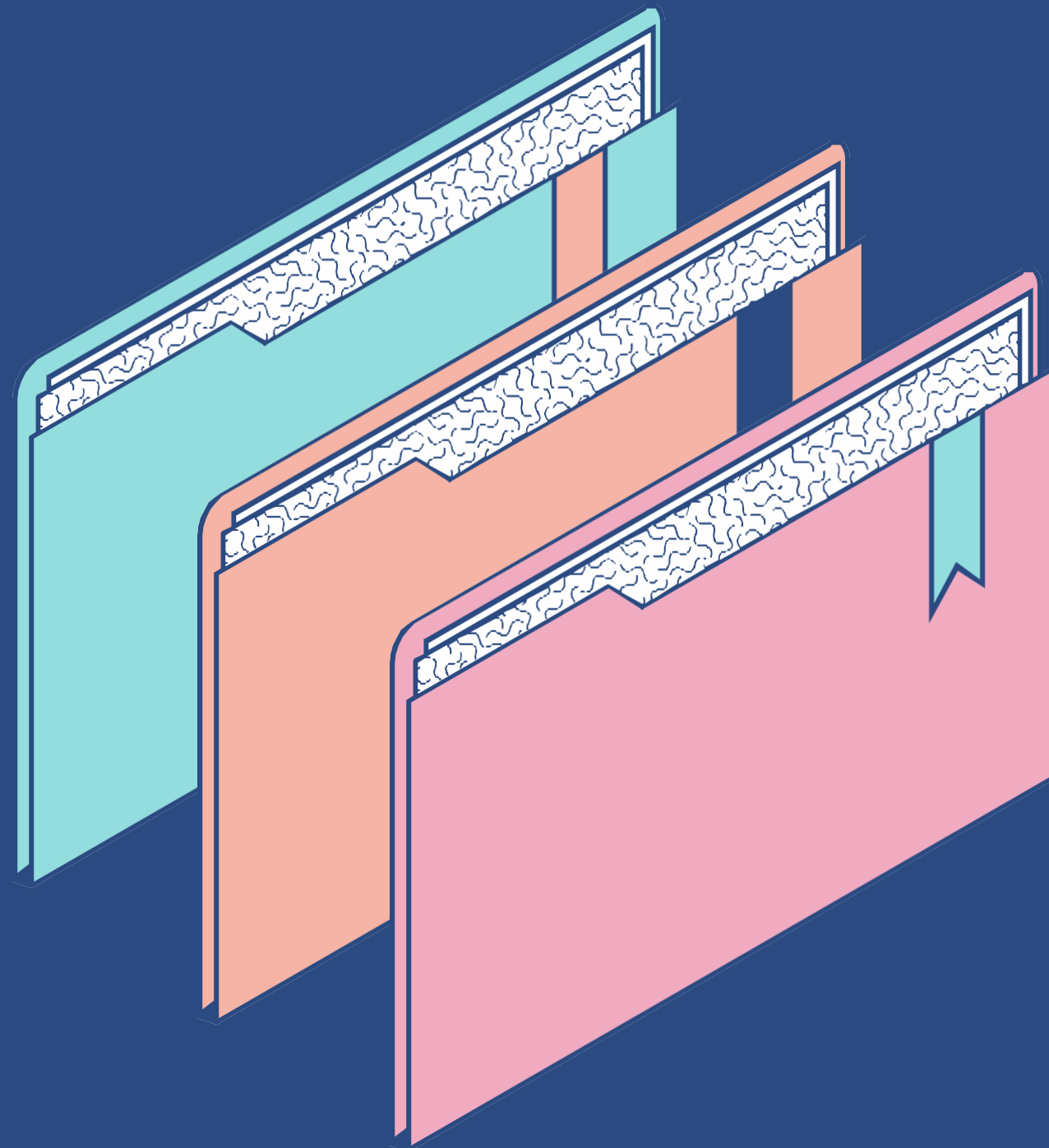
Arman Hidayat S

Jorgie Setiawan

M. Agus

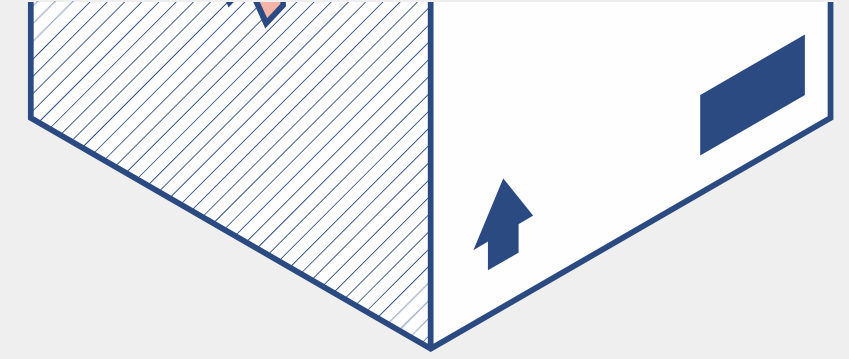
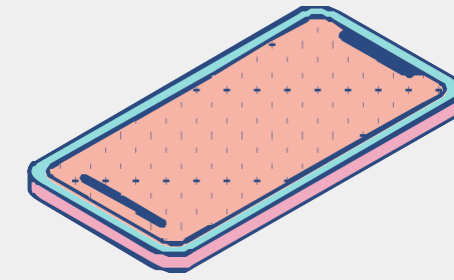
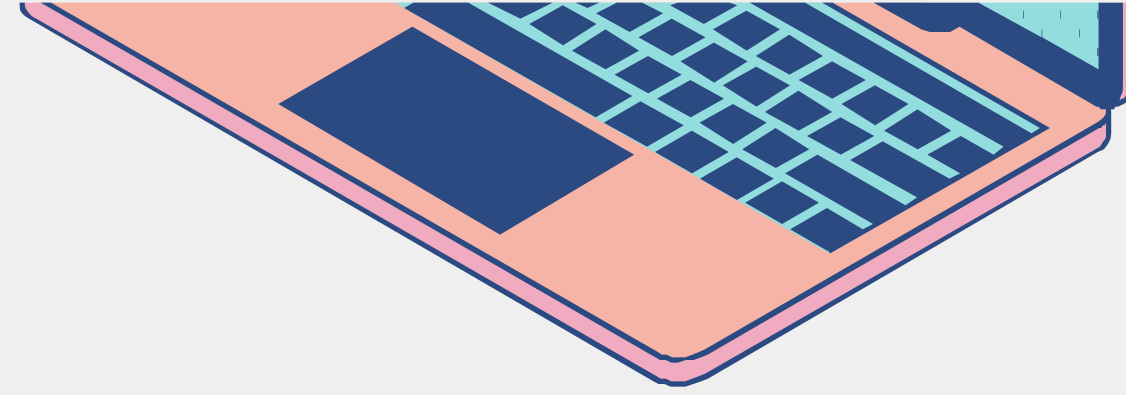
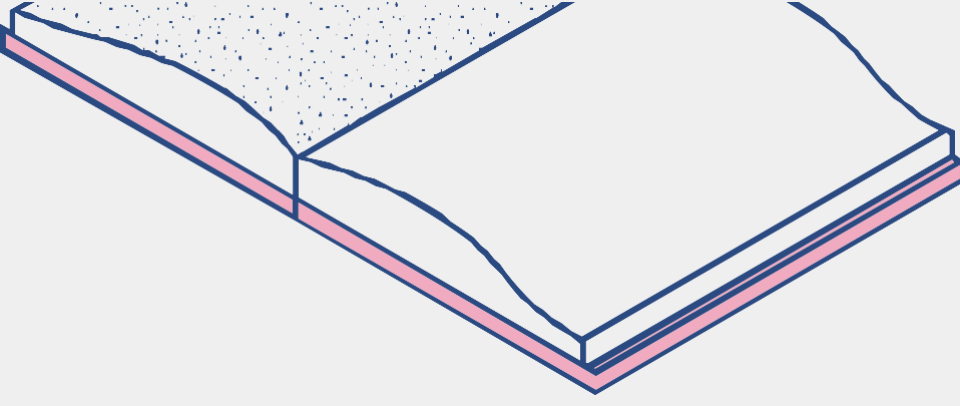
Nana Natasa Sinaga

Roihanuddin



Elemen - Elemen BMC

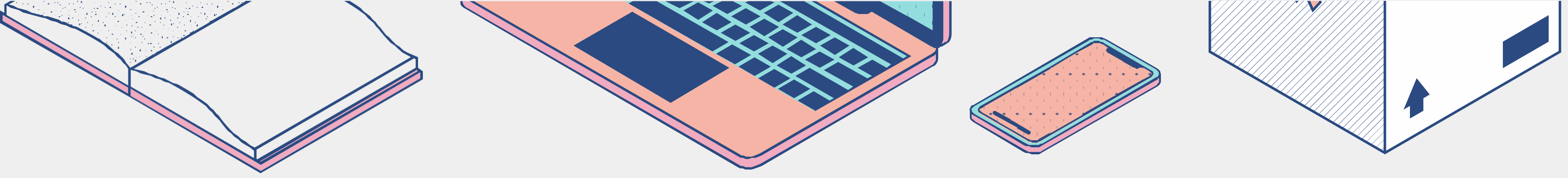
- Customer Segments (Segmentasi Konsumen)
- Value Proposition (Proposisi Nilai Konsumen)
- Channels (Saluran)
- Revenue Streams (Sumber Pendapatan)
- Key Resource (Sumber Daya)
- Customer Relationship (Hubungan Konsumen)
- Key Activities (Aktivitas yang Dijalankan)
- Key Partnership (Kerjasama)
- Cost Structure (Struktur Biaya)



CUSTOMER SEGMENT



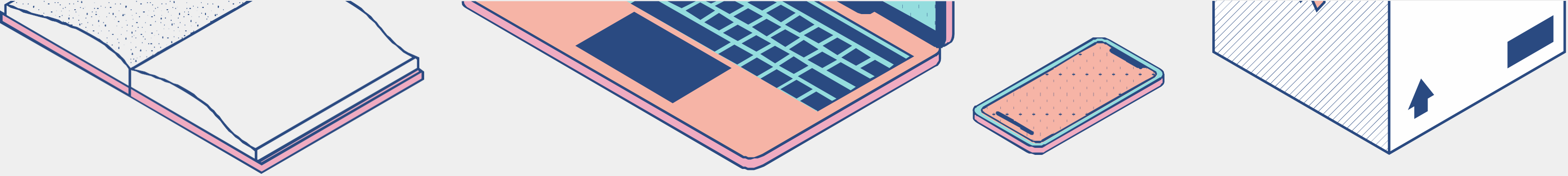
Masyarakat seKota
Palembang



Value Proposition



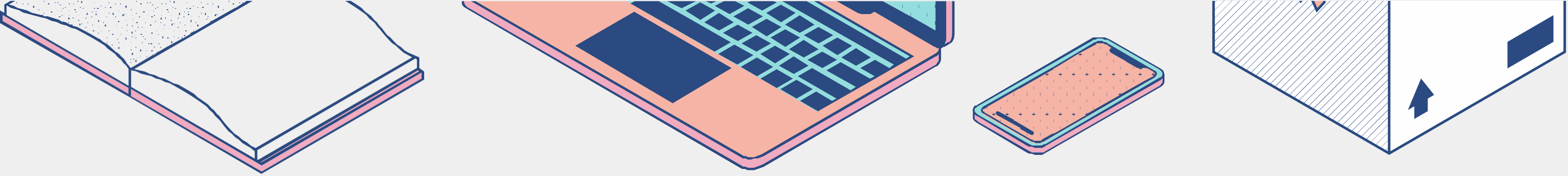
Mencoba menghentikan kebiasaan masyarakat umum membuang sampah sembarangan serta mengubah sampah menjadi suatu keuntungan dengan mengelola, menjual dan mendaur ulang sampah secara gratis sehingga orang tidak membuang sampah sembarangan lagi.



Channels



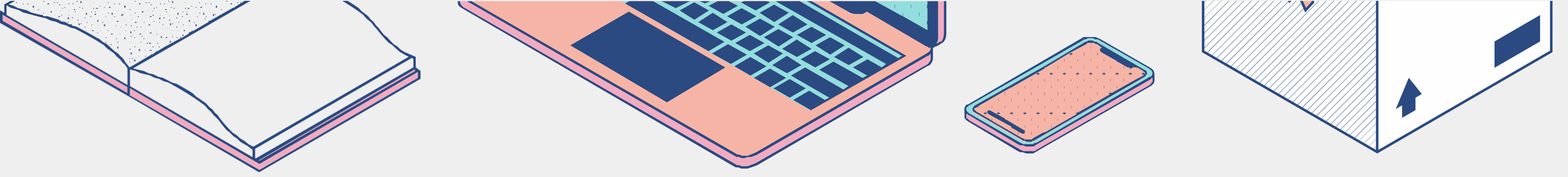
- Sosialisasi kepada sekolah, kelurahan, Yayasan dan instansi pemerintah.
- Sosmed



Revenue Streams



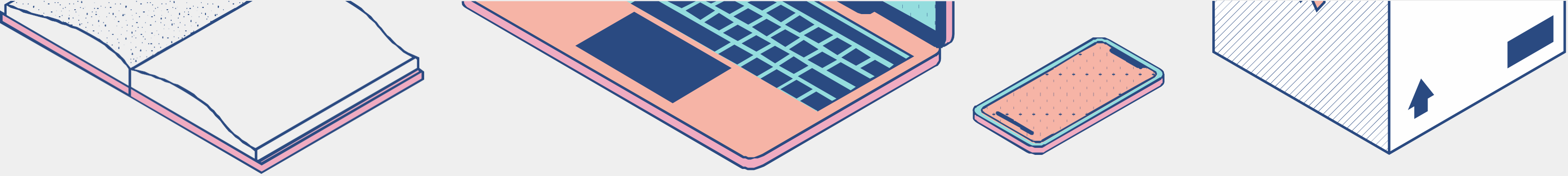
- Penggunaan website dan aplikasi.



Key Resource



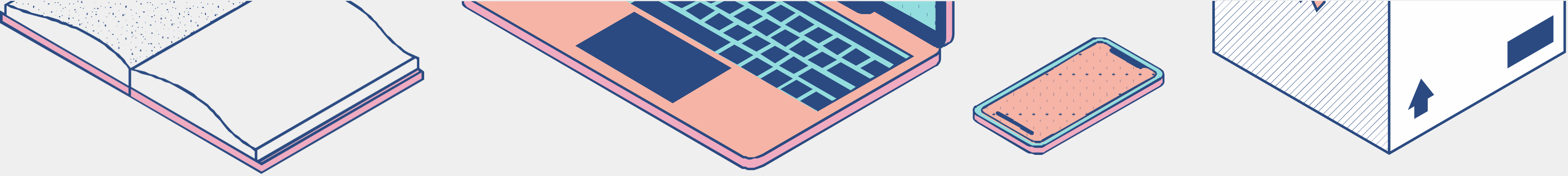
- Tenaga penyuluhan
- Software engginer



Customer Relationship



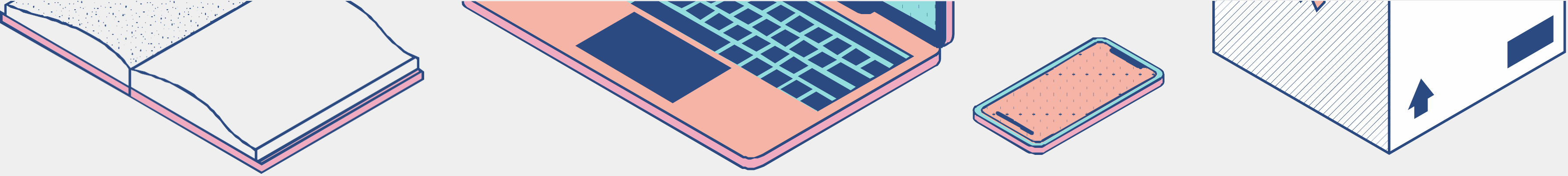
Selfservice : pelanggan menjual, mendaur dan mengelola sampah secara gratis.



Key Activities



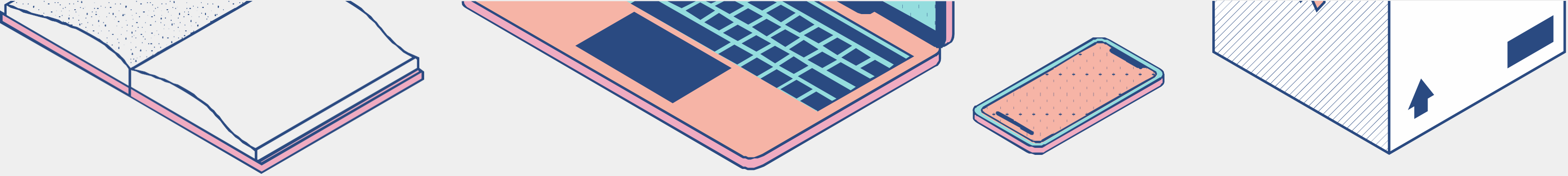
- Playstore
- Appstore
- Penyuluhan kepada masyarakat



Key Partnership



- Yayasan Sampah Amal Nusantara (SPAN)
- Asosiasi pedagang kaki lima tingkat Sumsel
- Komunitas Peduli Banjir SeKota Palembang
- Strategic Alliance between non - competitors :
google, merchant mitra peduli lingkungan



Cost Structure



- Gaji karyawan
- operasional
- penyuluhan