

NAMA BISNIS

LOGO

ALAMAT KONTAK

BAB I

OVERVIEW

1. Business Background

[illegible][illegible]

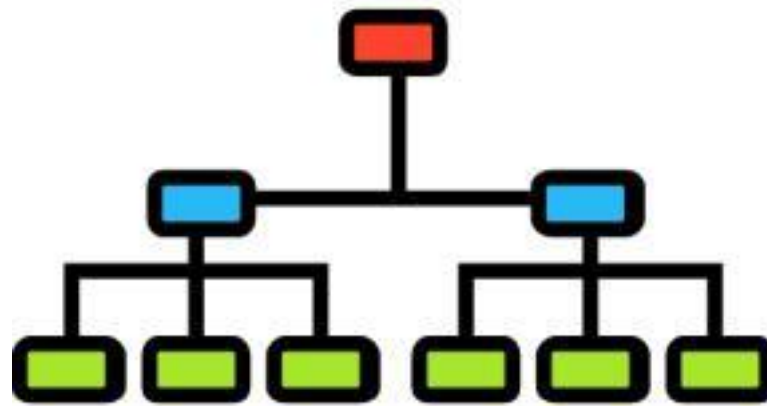
2. Vision & Mission Statement

[illegible]

3. Product Description

[illegible]

4. Organization Structure



BAB II

LAYOUT BUSINESS MODEL CANVAS

Nama Bisnis:

Dirancang Oleh:

Key Partners	Key Activities	Unique Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
	Key Resources		Channels	
Cost Structure			Revenue Streams	

***Keterangan:**

a. Key Partners

Menyebutkan siapa saja yang akan bekerja sama dengan bisnis yang akan dilakukan (*partner*) serta menjelaskan fungsi partner yang dipilih. Key Partnership digunakan untuk menguatkan dan menstabilkan bisnis agar usaha selalu stabil.

Contoh : Penjual bahan baku, penjual alat, distributor, dll.

b. Key Activities

Menuliskan dan menjelaskan aktivitas penting dalam menjalankan bisnis. Key Activities merupakan kegiatan-kegiatan yang menunjang keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis.

Contoh: bagaimana cara agar proses produksi terus berjalan, membina hubungan, dan menyampaikan produk ke tangan konsumen.

c. Key Resource

Menyebutkan dan menjelaskan sumber daya yang penting yang dibutuhkan agar bisnis dapat berjalan. Key resources dapat berupa benda fisik, finansial, intelektual, maupun manusia. Key resources dapat dimiliki oleh perusahaan maupun kerjasama dengan key partners. Key resources dapat dikelompokkan menjadi: 1. Bahan baku dan alat: bahan baku alat yang digunakan dalam membuat produk yang ditawarkan.

Contoh : alat yang diperlukan kompor, panci, dll 2. Tenaga kerja : analisis sumber daya manusia yang digunakan dalam keberlangsungan proses produksi, distribusi, dan pemasaran.

d. Value propositions

Value propositions (nilai tambah yang diberikan kepada para pelanggan) terdiri dari produk dan jasa yang dapat menambah nilai tambah kepada segmentasi yang spesifik. Bagi pelanggan, value propositions terwujud dalam bentuk pemecahan masalah yang dihadapi atau terpenuhinya kebutuhan konsumen. Value propositions berisi kelebihan suatu produk/jasa yang menjadikan alasan mengapa pelanggan lebih memilih produk atau jasa yang ditawarkan daripada produk/jasa lain. Value propositions bersifat inovatif yang menawarkan hal yang baru ataupun modifikasi dari produk/jasa yang sudah berada dipasaran.

e. Customer Relationship

Menjelaskan bagaimana perusahaan berkomunikasi (berhubungan), membina hubungan, dan membangun loyalitas dengan konsumen. Customer relationship juga membantu konsumen dalam memperoleh produk/jasa yang ditawarkan.

Contoh: penjualan menggunakan mobil berjalan, membuka stand di pameran, dan lain-lain.

f. Channels

Channels termasuk semua entitas yang dapat digunakan untuk mengirimkan Value propositions anda kepada customer segment yang telah ditentukan. Atau dengan kata lain cara anda bagaimana mengantarkan produk atau jasa kepada konsumen.

Contoh : mendirikan outlet, promosi melalui media sosial,

dll. Channels terdiri dari:

1. Awareness Channel Menjelaskan bagaimana konsumen mengetahui produk anda dan alasan memilihnya.
2. Purchasing Menjelaskan bagaimana konsumen dapat membeli produk anda dan alasan pemilihan channel

g. Customer Segment

Menjelaskan karakteristik segmentasi pasar yang akan menjadi target penjualan produk atau jasa. Segmentasi merupakan pengelompokan individu menjadi beberapa kelompok atau kategori yang memiliki ciri-ciri, perilaku, atau karakteristik yang relatif sama jika dibandingkan dengan yang lainnya. Customer Segments berisi pihak yang menggunakan/membeli barang (produk)/jasa dari perusahaan yang dijalankan atau pihak yang berkontribusi dalam memberikan income kepada perusahaan. Hal ini akan mempermudah dalam melakukan analisis lebih lanjut guna menentukan segmen pasar yang tepat.

Contoh : Customer Segments dari kripik talas yakni mahasiswa, ibu rumah tangga, dll.

h. Cost Structures

Menuliskan dan menjelaskan hal-hal apa saja yang menjadi biaya atau beban utama bagi perusahaan. Selain itu, cost structure berisi semua rincian biaya yang muncul atau dikeluarkan untuk menjalankan model bisnis ini.

Contoh : biaya riset, biaya operasional, promosi, gaji pegawai, dll.

i. Revenue Streams

Revenue streams menggambarkan bagaimana perusahaan akan mendapatkan pemasukan dari segment pasar yang telah ditetapkan. Seberapa banyak saluran pendapatan yang bisa dimanfaatkan dan bagaimana mekanisme pendapatan tercipta.

Contoh : franchise, sewa, berlangganan, cash, credit, dan sebagainya.

BAB III
FINANCIAL PLAN

1. Business Preparation Budgets

2. Business Execution Budgets

3. Break Event Point

4. Profit Revenue Sharing

**Catatan : penyajian tabel financial plan tidak harus sesuai contoh diatas.*

BAB IV

CLOSURE

[illegible][illegible]