

Young Innovators Bootcamp

# Pengenalan **Lean Canvas**

By Young Innovators





**Ayo kita mulai dengan permainan!**





Permainannya adalah...

## The Paper Bridge: Let's Find The Way!



+

Kamu dan kelompokmu adalah petualang dan ingin mencapai ke lembah permata.

Namun, untuk menuju kesana, kamu perlu melewati sebuah jembatan.

**Ini bukanlah jembatan biasa!  
Kamu perlu melangkahi panel yang tepat untuk berhasil melewati jembatan ini!**

+



o

+

+

- Diantara kelompokmu terdapat seorang yang telah berada di ujung jembatan dan dapat menjadi **Director** bagi kelompokmu untuk memberikan Clue
- Namun, **Clue yang dapat diberikan Director terbatas**

○



+

+



## Ronde 1:

- **Director** dapat memberikan clue dengan kata: **“Kanan: atau “Kiri”**
- Clue hanya bisa diberikan Director sebanyak **8x**
- Kelompokmu memiliki waktu **2 menit** untuk melewati jembatan.

**Ayo Mulai!**



+

- Director akhirnya **menyusun rencana** untuk bisa membantu teman-temannya yang lain dapat melewati jembatan dengan **lebih efektif**
- Director memiliki waktu **3 menit** untuk **memberikan informasi peta patel jembatan dengan cara yang lebih efektif** kepada teman kelompokmu ○

+



+



## Ronde 2:

Sekarang, dengan clue yang telah diberikan oleh Director, kelompokmu memiliki waktu **2 menit** untuk melewati jembatan ini

**Ayo Mulai!**







Siapa saja kelompok yang seluruh anggotanya  
telah **berhasil melewati jembatan di ronde 1?**

Siapa saja kelompok yang seluruh anggotanya  
telah **berhasil melewati jembatan di ronde 2?**



+

**Bagaimana perbedaan** pengalamanmu saat melewati jembatan **antara Ronde 1 dan Ronde 2?**

**Apa yang telah dilakukan** supaya anggota kelompok bisa **lebih efektif dalam melewati jembatan?**

+

+



**Jembatan** tadi dapat diibaratkan sebagai **jalan** kita dalam **berbisnis**.

Tidak semua langkah adalah tepat untuk mencapai kesuksesan.

- Tanpa petunjuk yang baik tentu akan sulit untuk mencapai tujuan secara efektif.





**Jembatan** tadi dapat diibaratkan sebagai **jalan** kita dalam **berbisnis**.

Tidak semua langkah adalah tepat untuk mencapai kesuksesan.

- Tanpa petunjuk yang baik tentu akan sulit untuk mencapai tujuan secara efektif.





Kita perlu mengetahui apa saja potensi yang bisa kita lakukan dan resiko yang perlu kita antisipasi.

Hal ini dapat dilakukan dengan  
**menyusun dan  
menuliskan rancangan  
bisnis yang akan menjadi**

- o **"Peta"**  
dalam proses kita berbisnis.



+

# List of Content



**Definsi**  
Lean Canvas



**Urgensi**  
Lean Canvas



**Cara Membuat**  
Lean Canvas



**Validasi Bisnis dengan**  
Lean Canvas



**Startup Simulation**  
Lean Canvas Creation



+

+

# Tahapan Design Thinking

Fokus kita hari ini:

**Empathize**  
Memahami *user*



**Define**  
Merumuskan  
masalah



**Ideate**  
Mengumpulkan  
ide solusi



**Prototype**  
Memvisualisasi  
ide solusi



Menyusun  
Lean Canvas

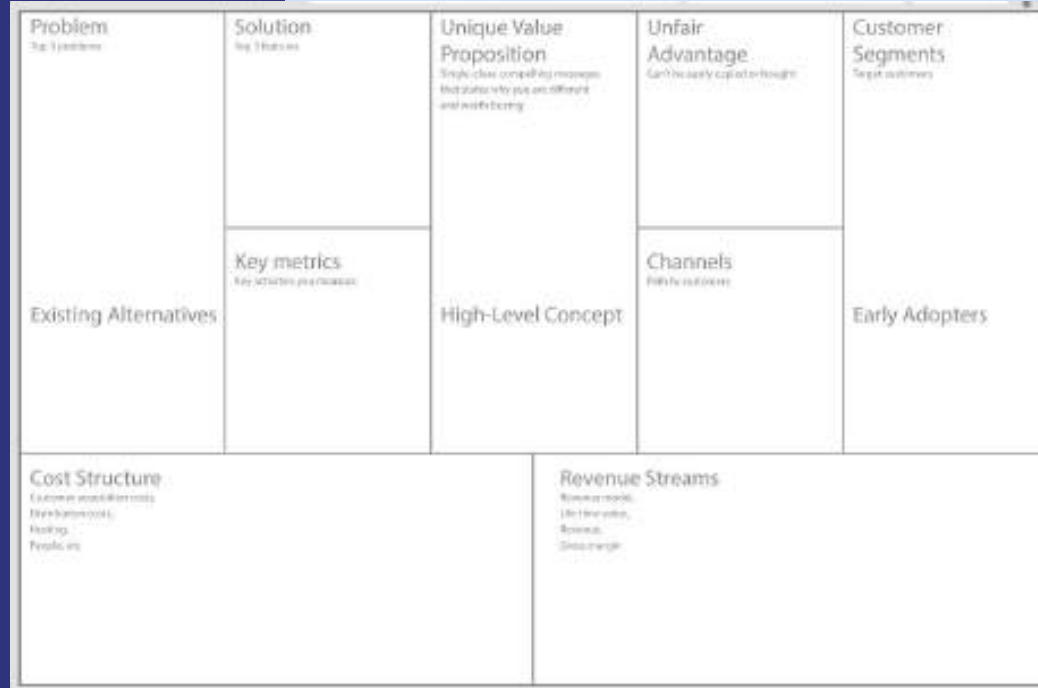
**Test**  
Menguji *prototype*  
kepada user



Memvalidasi  
Lean Canvas

# Lean Canvas

Sebuah **template rencana bisnis** yang dapat membantu memecah ide dan menganalisis kekuatan serta kelemahan bisnis yang dimiliki supaya lebih mudah dibaca dan dipahami







Kelompok **bagian atas** berkaitan erat untuk tujuan validasi ide atau rencana bisnis



Kelompok **bagian bawah** menjadi gambaran pendukung untuk bisnis yang ingin dibangun



## Urgensi **Lean Canvas**

### Fungsi 1

**Memvisualisasi rencana bisnis** dalam satu tampilan agar lebih **sederhana dan jelas** dalam menyusun ide bisnis

### Fungsi 2

Ide atau rencana bisnis dapat **divalidasi secara lean**, yakni dengan lebih sedikit waktu, uang, dan orang dibandingkan jika tidak menggunakan Lean Canvas

## Urgensi **Lean Canvas**

### Fungsi 1

**Memvisualisasi rencana bisnis** dalam satu tampilan agar lebih **sederhana dan jelas** dalam menyusun ide bisnis

***Bagaimana caranya ya?***

### Fungsi 2

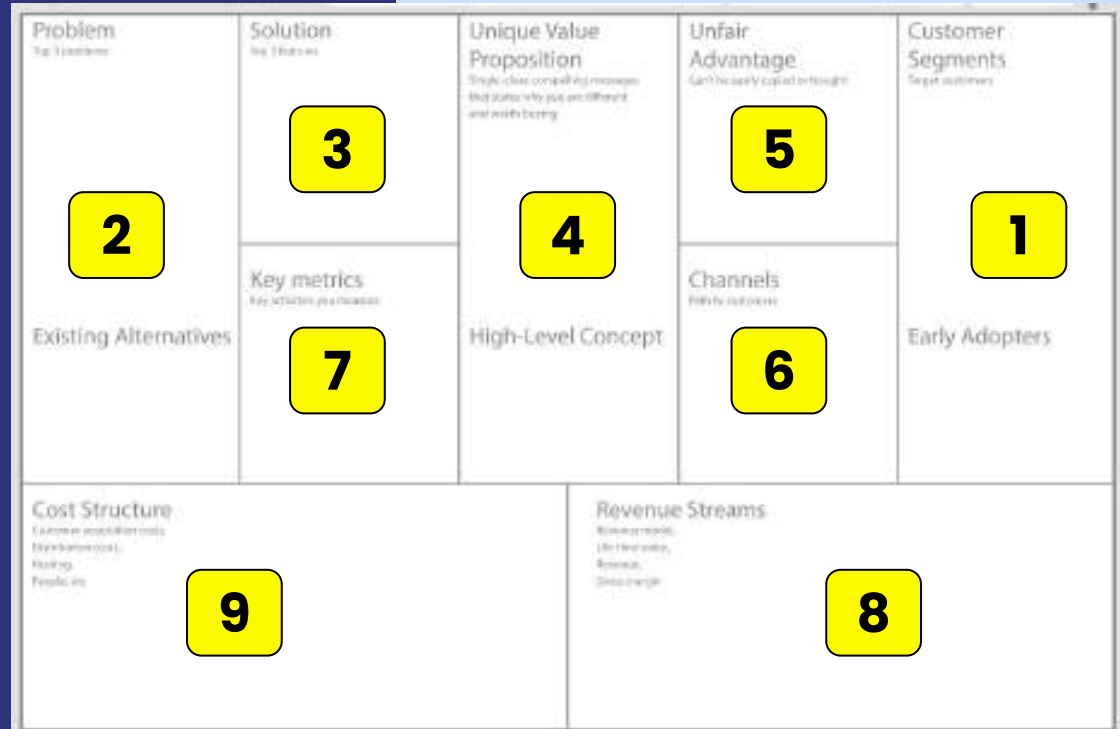
Ide atau rencana bisnis dapat **divalidasi secara lean**, yakni dengan lebih sedikit waktu, uang, dan orang dibandingkan jika tidak menggunakan Lean Canvas



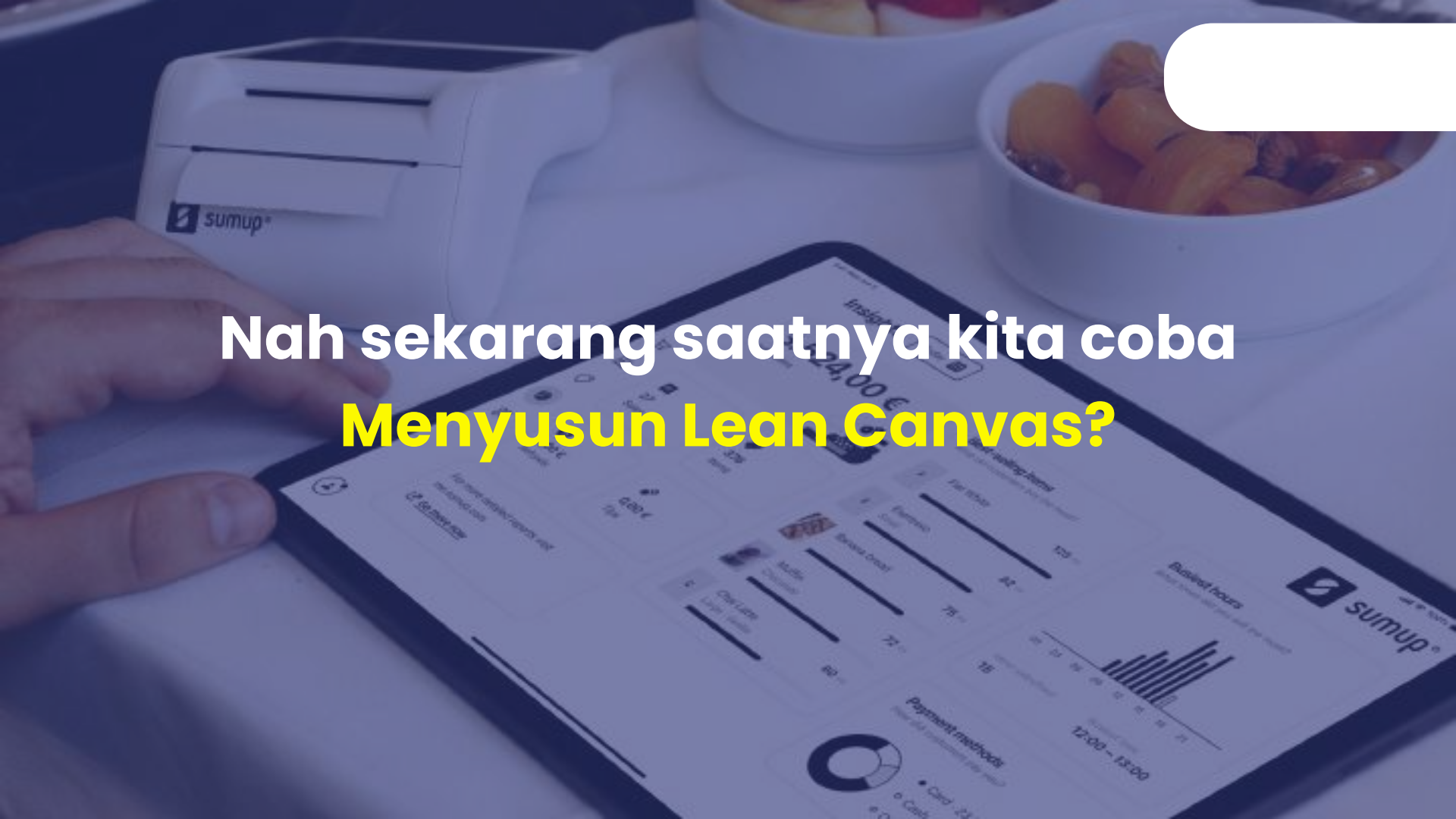
Rekomendasi Urutan Pengisian

# Lean Canvas

1. Customer Segment & Early Adopters
2. Problem & Existing Alternatives
3. Solution
4. Unique Value Proposition & High-Level Concept
5. Unfair Advantages
6. Channels
7. Key Metrics
8. Revenue Streams
9. Cost Structure



Nah sekarang saatnya kita coba  
**Menyusun Lean Canvas?**



+  
**Ayo bayangkan...**  
**Kamu pemilik sebuah bisnis...**  
**MIE GACOAN! 🕶️**



+

+

## Bagian 1



Siapa saja yang menjadi **target customer** dari bisnismu ini?

**Tuliskan dalam 2 menit**

<b>Problem</b> <small>Big Problems</small>	<b>Solution</b> <small>Big Solutions</small>	<b>Unique Value Proposition</b> <small>Single clear compelling message that states why you are different and worth being</small>	<b>Unfair Advantage</b> <small>Can't be easily copied or bought</small>	<b>Customer Segments</b> <small>Target customers</small>
<b>Existing Alternatives</b>	<b>Key metrics</b> <small>Key indicators you measure</small>	<b>High-level Concept</b>	<b>Channels</b> <small>Paths to customers</small>	<b>Early Adopters</b>
	<b>Cost Structure</b> <small>Costs associated with your business model</small> <small>Raw materials</small> <small>Logistics</small> <small>Production</small>		<b>Revenue Streams</b> <small>Revenue models</small> <small>Subscription</small> <small>License fee</small> <small>Royalties</small> <small>Advertising</small>	

**Tuliskan di bagian ini**

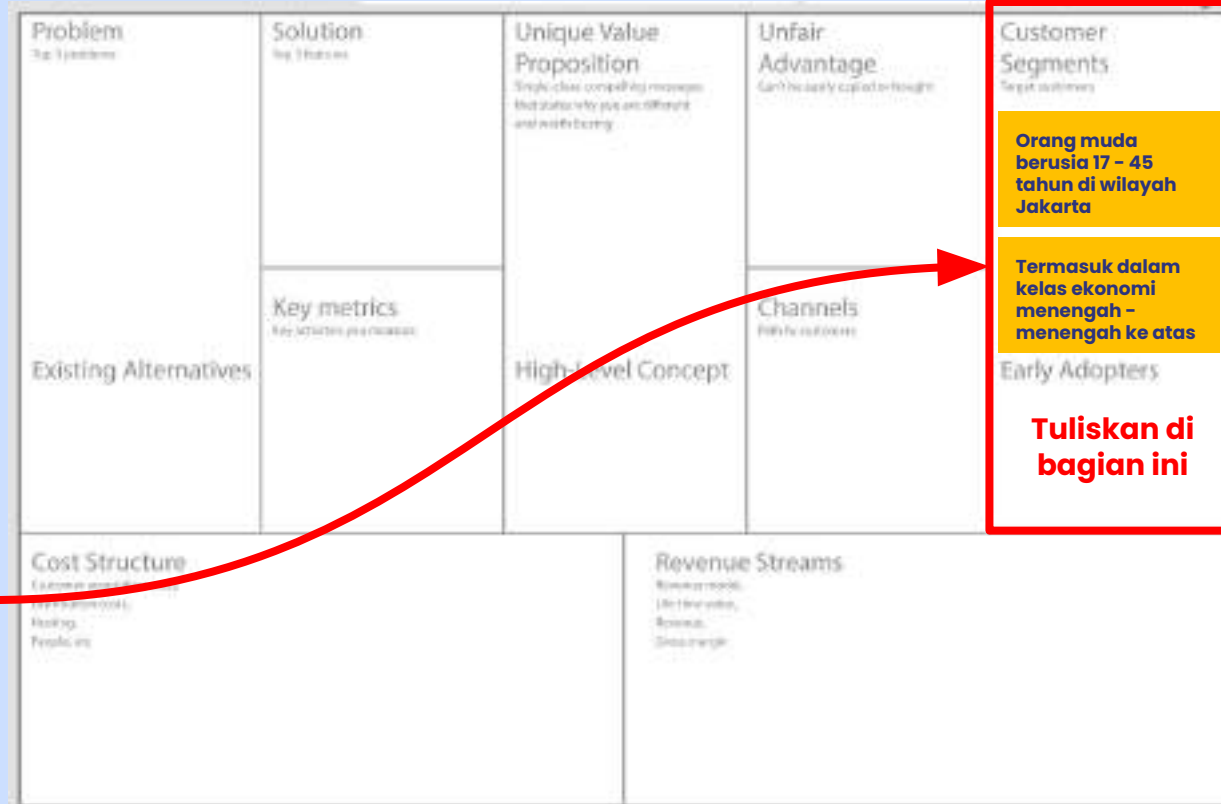
+

## Bagian 1



Diantara orang-orang yang ditulis di *Customer Segment*, siapa 1 segmen yang **paling bisa kamu tawarkan untuk bisnismu?**

**Tuliskan dalam 2 menit**





Customer  
Segments  
Target customers

Early Adopters

Siapa saja **Customer Segment & Early Adopters** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Customer Segment & Early Adopters** tersebut?

o





## Untuk apa bagian **Customer Segment** pada Lean Canvas?

Membantu bisnis kita untuk penentuan produk atau jasa yang tepat hingga dapat membantu dalam proses pemasaran bisnis.



## Customer Segments

Target customers

Orang muda  
berusia 17 - 45  
tahun di wilayah  
Jakarta

Termasuk dalam  
kelas ekonomi  
menengah -  
menengah ke atas

Early Adopters

# Apa itu **Customer Segment** pada Lean Canvas?

Penentuan siapa saja yang akan menjadi segmen target customer bisnis kita.

Dapat dituliskan dengan demografi atau sosio ekonominya.

Saat ingin menentukan bagian Customer Segment untuk menuliskan Lean Canvas, kita dapat kembali merujuk kepada **User Persona** yang telah dibahas di hari pertama



## Customer Segments

Target customers

Orang muda  
berusia 17 - 45  
tahun di wilayah  
Jakarta

Termasuk dalam  
kelas ekonomi  
menengah -  
menengah ke atas

## Early Adopters

Orang muda  
berusia 17 - 45  
tahun di wilayah  
Jakarta

Pada bagian Customer Segment juga terdapat **Early Adopters**

Siapa diantara customer segment yang akan pertama kali menggunakan produk atau jasa dan bisa segera memberikan feedback

○

+

+

## Bagian 2



Apa saja **masalah** yang dimiliki segmen target customer tersebut yang dapat diatasi dengan bisnismu ini?

**Tuliskan dalam 2 menit**

<b>Problem</b> <small>Top 3 problems</small>  <b>Tuliskan di bagian ini</b>  Existing Alternatives	<b>Solution</b> <small>Top 3 solutions</small>	<b>Unique Value Proposition</b> <small>Single clear compelling message that states why you are different and worth buying</small>	<b>Unfair Advantage</b> <small>Can't be easily copied or bought</small>	<b>Customer Segments</b> <small>Target customers</small>  Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta  Termasuk dalam kelas ekonomi menengah - menengah ke atas  Early Adopters  Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
<b>Cost Structure</b> <small>Customer acquisition costs, Distribution costs, Marketing, Production</small>	<b>Key metrics</b> <small>Key activities you measure</small>	<b>Channels</b> <small>Paths to customers</small>	<b>High-Level Concept</b>	<b>Revenue Streams</b> <small>Revenue models, Unit-based sales, Recurring, One-time sale</small>

+

## Bagian 2



Diantara orang-orang yang ditulis di *Customer Segment*, siapa 1 segmen yang **paling bisa kamu tawarkan untuk bisnismu?**

**Tuliskan dalam 2 menit**

<b>Problem</b> <small>Top 3 problems</small>  <b>Harga makanan di restoran yang mahal</b>  <b>Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih</b>  Existing Alternatives	<b>Solution</b> <small>Top 3 solutions</small>      <b>Key metrics</b> <small>Key metrics you measure</small>	<b>Unique Value Proposition</b> <small>Single clear compelling message that states why you are different and worth being</small>      High-Level Concept	<b>Unfair Advantage</b> <small>Can't be easily copied or bought</small>      <b>Channels</b> <small>Paths to customers</small>	<b>Customer Segments</b> <small>Target customers</small>  <b>Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta</b>  <b>Termasuk dalam kelas ekonomi menengah - menengah ke atas</b>  Early Adopters  <b>Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta</b>
<b>Cost Structure</b> <small>Customer acquisition costs, Day-to-day costs, Marketing, Personnel</small>		<b>Revenue Streams</b> <small>Revenue models, Unit volume, Recurring, One-time fee</small>		

Problem

Top 3 problems

Existing Alternatives

Apa saja **Problem & Existing Alternatives** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Problem & Existing Alternatives** tersebut?

o



Problem

Top 3 problems

Existing Alternatives

## Untuk apa bagian **Problem** pada Lean Canvas?

Membantu menemukan fokus atau tujuan yang ingin diatasi oleh bisnis kita.





## Problem

Top 3 problems

Harga makanan  
di restoran yang  
mahal

Tempat makan  
murah namun  
tempatny  
kurang bersih

Existing Alternatives

# Apa itu **Problem** pada Lean Canvas?

Permasalahan yang ditemukan pada segmen target customer bisnis kita dan diatasi dengan produk yang kita tawarkan.

Saat ingin menentukan bagian Problem untuk menuliskan Lean Canvas, kita dapat kembali merujuk kepada **User Persona** yang telah dibahas di hari pertama. ○



## Problem

Top 3 problems

Harga makanan  
di restoran yang  
mahal

Tempat makan  
murah namun  
tempatnyanya  
kurang bersih

## Existing Alternatives

Bakmi GM

Bakmi pinggir  
jalan

Pada bagian Problem juga  
terdapat **Existing Alternatives**

Bisnis yang sudah ada untuk menyelesaikan  
permasalahan tersebut.

Existing Alternatives ini kelak dapat menjadi  
kompetitor bisnis kita.



+

## Bagian 3



**Pengalaman** solusi seperti apa yang dapat dirasakan customer dengan bisnismu ini?

**Tuliskan dalam 2 menit**

<b>Problem</b> <small>Top 3 problems</small> Harga makanan di restoran yang mahal Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih Existing Alternatives Bakmi GM Bakmi pinggir jalan <b>Cost Structure</b> <small>Customer acquisition costs, Distribution costs, Packaging, Personnel</small>	<b>Solution</b> <small>Top 3 solutions</small> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; text-align: center;"> <b>Tuliskan di bagian ini</b> </div> <b>Key metrics</b> <small>Key indicators you measure</small>	<b>Unique Value Proposition</b> <small>Single clear compelling message that states why you are different and worth being</small> High-Level Concept	<b>Unfair Advantage</b> <small>Can't be easily copied or bought</small> <b>Channels</b> <small>Paths to customers</small>	<b>Customer Segments</b> <small>Target customers</small> Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta Termasuk dalam kelas ekonomi menengah - menengah ke atas Early Adopters Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
<b>Revenue Streams</b> <small>Revenue models, Unit-based pricing, Recurring, One-time fee</small>				



Apa saja **Solution** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Solution** tersebut?





## Untuk apa bagian **Solution** pada Lean Canvas?

Membantu menciptakan produk bisnismu untuk mengatasi *problem* yang sebelumnya telah ditemukan.





## Apa itu **Solution** pada Lean Canvas?

Solusi pada Lean Canvas dituliskan berupa **pengalaman seperti apa** yang dapat dirasakan customer untuk mengatasi masalah yang telah ditemukan.

Saat ingin menentukan bagian Problem untuk menuliskan Lean Canvas, kita dapat kembali merujuk kepada **User Persona** yang telah dibahas di hari pertama.



+

## Bagian 4



Apa **keunikan** dari bisnismu ini?

**Tuliskan dalam 2 menit**

<b>Problem</b> <small>Top 3 problems</small> Harga makanan di restoran yang mahal Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih Existing Alternatives Bakmi GM Bakmi pinggir jalan <b>Cost Structure</b> <small>Fixed costs, Variable costs</small> Rent, Utilities, Ingredients, Packaging	<b>Solution</b> <small>Top 3 solutions</small> Kedai dengan makanan lezat & harga murah Tempat luas dan bersih <b>Key metrics</b> <small>Key success factors</small> High-Level Concept	<b>Unique Value Proposition</b> <small>Single clear compelling message that states why you are different and worth being</small> <b>Tuliskan di bagian ini</b> High-Level Concept	<b>Unfair Advantage</b> <small>Can't be easily copied or bought</small> <b>Channels</b> <small>Path to customers</small>	<b>Customer Segments</b> <small>Target customers</small> Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta Termasuk dalam kelas ekonomi menengah - menengah ke atas Early Adopters Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
<b>Revenue Streams</b> <small>How you make money</small> Subscription, Usage-based, Rental, License, Service fee, Other				

+

## Bagian 4



Jika dianalogikan, dapat **dianalogikan seperti apa** ide bisnismu ini?

**Tuliskan dalam 2 menit**

Problem <small>Top 3 problems</small>	Solution <small>Top 3 solutions</small>	Unique Value Proposition <small>Single clear compelling message that states why you are different and worth buying</small>	Unfair Advantage <small>Can't be easily copied or bought</small>	Customer Segments <small>Target customers</small>
Harga makanan di restoran yang mahal	Kedai dengan makanan lezat & harga murah	Harga yang murah		Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Tempat luas dan bersih	Menu unik & berbagai level pedas		Termasuk dalam kelas ekonomi menengah - menengah ke atas
Existing Alternatives	Key metrics <small>Key success factors</small>	High-Level Concept	Channels <small>Path to customers</small>	Early Adopters
Bakmi GM		<b>Tuliskan di bagian ini</b>		Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Bakmi pinggir jalan				
Cost Structure <small>Fixed costs, Variable costs, Overhead costs, Marketing, Production</small>			Revenue Streams <small>Revenue model, Unit price, Volume, Recurring, One-time fee, Subscription</small>	



## Unique Value Proposition

Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying

High-Level Concept

Apa saja **Unique Value Proposition & High-Level Concept** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Unique Value Proposition & High-Level Concept** tersebut?

o



## Unique Value Proposition

Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying

High-Level Concept

## Untuk apa bagian **Unique Value Proposition** pada Lean Canvas?

Membantu mengenali apa yang dapat membuat bisnis memiliki nilai yang dapat menarik bagi *customer*.

o

+

## Unique Value Proposition

Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying

Harga yang murah

Menu unik & berbagai level pedas

## High-Level Concept

Tempat makan bintang 5 harga kaki 5

# Apa itu **Unique Value Proposition** pada Lean Canvas?

Pesan singkat yang digunakan untuk menarik perhatian *customer*.

Pada bagian Unique Value Proposition juga terdapat **High-level Concept**

Analogi bisnis dengan <sup>o</sup> alternatif yang telah ada.



# Trivia Quiz

Jelaskan apa itu **Problem** pada Lean Canvas?

## JAWABAN:

Permasalahan yang ditemukan pada segmen target customer bisnis kita dan diatasi dengan produk yang kita tawarkan.



# Trivia Quiz

Sebutkan manfaat menuliskan  
**Unique Value Proposition (UVP)**  
dalam Lean Canvas?

## JAWABAN:

Membantu mengenali apa yang dapat  
membuat bisnis memiliki nilai yang dapat  
menarik bagi customer.



+

## Bagian 5



**Pengalaman** solusi seperti apa yang dapat dirasakan customer dengan bisnismu ini?

**Tuliskan dalam 2 menit**





Apa saja **Unfair Advantage** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Unfair Advantage** tersebut?





## Untuk apa bagian **Unfair Advantage** pada Lean Canvas?

Membantu mengenali apa yang dapat membuat bisnis kita unggul dibandingkan dengan bisnis milik kompetitor.







## Apa itu **Unfair Advantage** pada Lean Canvas?

Hal spesial dari ide bisnis yang tidak dapat ditiru atau dimiliki oleh kompetitor.

Misalnya: reputasi yang baik, akses eksklusif kepada informasi atau data tertentu, otoritas tertentu, komunitas, atau keunikan lainnya.



+

## Bagian 6



Bagaimana caramu  
membuat bisnismu bisa  
diketahui oleh segmen  
target customer?

Tuliskan dalam 1.5 menit

Problem <small>Top 3 problems</small>	Solution <small>Top 3 solutions</small>	Unique Value Proposition <small>Single clear compelling message that states why you are different and worth buying</small>	Unfair Advantage <small>Can't be easily copied or bought</small>	Customer Segments <small>Target customers</small>
Harga makanan di restoran yang mahal	Kedai dengan makanan lezat & harga murah	Harga yang murah	Kolaborasi dengan EXO	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Tempat luas dan bersih	Menu unik & berbagai level pedas	Kolaborasi dengan BRI	Termasuk dalam kelas ekonomi menengah - menengah ke atas
Existing Alternatives	Key metrics <small>Key indicators you measure</small>	High-Level Concept	Channels <small>Paths to customers</small>	Early Adopters
Bakmi GM		Tempat makan bintang 5 harga kaki 5	<b>Tuliskan di bagian ini</b>	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Bakmi pinggir jalan				
Cost Structure <small>Costs incurred to create and deliver your value proposition</small>			Revenue Streams <small>Revenue models, subscription, licensing, freemium, etc.</small>	



Apa saja **Channels** yang  
dituliskan?

Mengapa menuliskan **Channels**  
tersebut?





## Untuk apa bagian **Channels** pada Lean Canvas?

Membantu mengetahui opsi cara apa saja yang bisa ditempuh dalam memasarkan bisnis.





## Apa itu **Channels** pada Lean Canvas?

Kanal komunikasi agar bisnis dapat mencapai target *customer*.



+

## Bagian 7



Bagaimana cara kamu mengukur perkembangan bisnismu?

Tuliskan dalam 2 menit

Problem <small>Tap 1 Problem</small>	Solution <small>Tap 2 Solution</small>	Unique Value Proposition <small>Single clear compelling message that differentiates you and differentiates your offering</small>	Unfair Advantage <small>Can't be easily copied or bought</small>	Customer Segments <small>Target customers</small>
Harga makanan di restoran yang mahal	Kedai dengan makanan lezat & harga murah	Harga yang murah	Kolaborasi dengan EXO	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Tempat luas dan bersih	Menu unik & berbagai level pedas	Kolaborasi dengan BRI	Termasuk dalam kelas ekonomi menengah - menengah ke atas
Existing Alternatives	Key metrics <small>Key indicators you measure</small>	High-Level Concept	Channels <small>Paths to customers</small>	Early Adopters
Bakmi GM	Tuliskan di bagian ini	Tempat makan bintang 5 harga kaki 5	Membuka kemitraan	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Bakmi pinggir jalan		Media sosial: IG & Tiktok		
Cost Structure <small>Costs incurred to create, distribute, and sell your product or service</small>			Revenue Streams <small>Revenue models, subscription, licensing, freemium, etc.</small>	



Apa saja **Key Metrics** yang  
dituliskan?

Mengapa menuliskan **Key Metrics**  
tersebut?





## Untuk apa bagian **Key Metrics** pada Lean Canvas?

Membantu mengetahui apakah bisnis kita berkembang, sehingga kita bisa melakukan upaya-upaya tertentu untuk mengupayakan perkembangan bisnis.





## Apa itu **Key Metrics** pada Lean Canvas?

Key metrics merupakan parameter untuk mengukur perkembangan bisnis.



+

## Bagian 8



Bagaimana cara bisnismu ini memberikan keuntungan?

Tuliskan dalam 1.5 menit

Problem <small>Tipe 1 problem</small>	Solution <small>Tipe 1 solusi</small>	Unique Value Proposition <small>Single clear compelling message that states why you are different and worth buying</small>	Unfair Advantage <small>Can't be easily copied or bought</small>	Customer Segments <small>Tipe 1 customer</small>
Harga makanan di restoran yang mahal	Kedai dengan makanan lezat & harga murah	Harga yang murah	Kolaborasi dengan EXO	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Tempat luas dan bersih	Menu unik & berbagai level pedas	Kolaborasi dengan BRI	Termasuk dalam kelas ekonomi menengah - menengah ke atas
Existing Alternatives	Key metrics <small>Key indicators performance</small>	High-Level Concept	Channels <small>Path to customers</small>	Early Adopters
Bakmi GM	Jumlah pembeli & jumlah cabang	Tempat makan bintang 5 harga kaki 5	Membuka kemitraan	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Bakmi pinggir jalan	% sentimen positif di sosmed		Media sosial: IG & Tiktok	
Cost Structure <small>Customer acquisition costs, Marketing, Production</small>			Revenue Streams <small>Revenue model, Unit Economics, Revenue, Gross margin</small>	

Tuliskan di bagian ini



Apa saja **Revenue Streams** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Revenue Streams** tersebut?

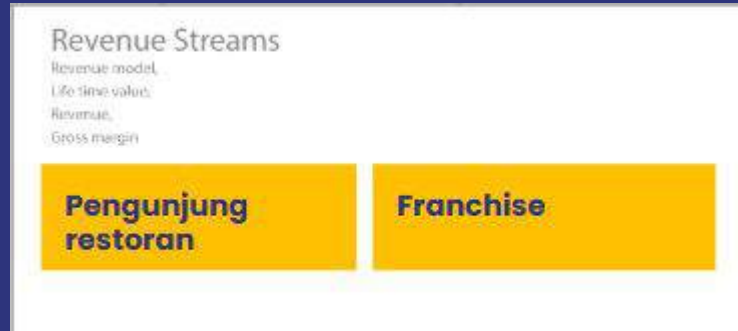




## Untuk apa bagian **Revenue Streams** pada Lean Canvas?

Membantu melihat potensi sumber-sumber keuntungan dari bisnis.





## Apa itu **Revenue Streams** pada Lean Canvas?

Revenue streams adalah cara-cara bisnis kita bisa mendapatkan keuntungan dari tiap segmen *customer*.



+

## Bagian 9



**Biaya apa saja yang dikeluarkan untuk menjalani bisnismu?**

**Tuliskan dalam 2 menit**

Problem <small>Tipe 1 problem</small>	Solution <small>Tipe 1 Solution</small>	Unique Value Proposition <small>Single clear compelling message that differentiates you and differentiates your offering</small>	Unfair Advantage <small>Can't be easily copied or bought</small>	Customer Segments <small>Tipe 1 customer</small>
Harga makanan di restoran yang mahal	Kedai dengan makanan lezat & harga murah	Harga yang murah	Kolaborasi dengan EXO	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Tempat luas dan bersih	Menu unik & berbagai level pedas	Kolaborasi dengan BRI	Termasuk dalam kelas ekonomi menengah - menengah ke atas
Existing Alternatives	Key metrics <small>Key Success Factors</small>	High-Level Concept	Channels <small>Path to customers</small>	Early Adopters
Bakmi GM	Jumlah pembeli & jumlah cabang	Tempat makan bintang 5 harga kaki 5	Membuka kemitraan	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Bakmi pinggir jalan	% sentimen positif di sosmed		Media sosial: IG & Tiktok	
Cost Structure <small>Customer acquisition costs, Distribution costs, Marketing, Production</small>	Tuliskan di bagian ini		Revenue Streams <small>Revenue model, Unit Volume, Recurring, One-time fee, Other revenue</small>	
			Pengunjung restoran	Franchise

+

### Cost Structure

Customer acquisition costs

Distribution costs

Holding

People, etc.

Apa saja **Cost Structure** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Cost Structure** tersebut?

o

+

+



### Cost Structure

Customer acquisition costs  
Distribution costs  
Marketing  
People, etc.

## Untuk apa bagian **Cost Structure** pada Lean Canvas?

Membantu mempertimbangkan pengeluaran yang dibutuhkan bisnis dengan tetap bisa mendapatkan keuntungan.







## Apa itu **Cost Structure** pada Lean Canvas?

**Cost structure** adalah biaya-biaya yang diperlukan dalam membangun dan menjalani bisnis.

Hal ini bisa berkaitan dalam menentukan harga jual.

# Ini Hasilnya

Problem <small>Top 3 problems</small>	Solution <small>Top 3 solutions</small>	Unique Value Proposition <small>Single clear compelling message that states why you are different and worth buying</small>	Unfair Advantage <small>Can't be easily copied or bought</small>	Customer Segments <small>Target customers</small>
Harga makanan di restoran yang mahal	Kedai dengan makanan lezat & harga murah	Harga yang murah	Kolaborasi dengan EXO	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Tempat luas dan bersih	Menu unik & berbagai level pedas	Kolaborasi dengan BRI	Termasuk dalam kelas ekonomi menengah - menengah ke atas
Existing Alternatives	Key metrics <small>Key activities, processes</small>	High-Level Concept	Channels <small>Paths to customers</small>	Early Adopters
Bakmi GM	Jumlah pembeli & jumlah cabang	Tempat makan bintang 5 harga kaki 5	Membuka kemitraan	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Bakmi pinggir jalan	% sentimen positif di sosmed		Media sosial: IG & Tiktok	
Cost Structure <small>Customer acquisition costs, Distribution costs, Marketing, Personnel</small>	Revenue Streams <small>Revenue model, Distribution, Revenue, Gross margin</small>			
Sewa tempat	Iklan	Gaji pegawai	Pengunjung restoran	Franchise
Listrik & air	Bahan baku			



# Trivia Quiz

Jelaskan apa itu **Unfair Advantages** pada Lean Canvas?

## JAWABAN:

Hal spesial dari ide bisnis yang tidak dapat ditiru atau dimiliki oleh kompetitor.



# Trivia Quiz

Sebutkan manfaat menuliskan  
**Key Metrics** dalam Lean Canvas?

## JAWABAN:

Membantu mengetahui apakah bisnis kita berkembang, sehingga kita bisa melakukan upaya-upaya tertentu untuk mengupayakan perkembangan bisnis.



## Urgensi **Lean Canvas**



### Fungsi 1

**Memvisualisasi rencana bisnis** dalam satu tampilan agar lebih **sederhana dan jelas** dalam menyusun ide bisnis



### Fungsi 2

Ide atau rencana bisnis dapat **divalidasi secara lean**, yakni dengan lebih sedikit waktu, uang, dan orang dibandingkan jika tidak menggunakan Lean Canvas

***Bagaimana caranya ya?***

## Kenapa melakukan **Validasi Lean Canvas**

Isi Lean Canvas  
merupakan  
**hipotesis-hipotesis  
ide bisnis**

Perlu **diuji**  
validitasnya atau  
dilakukan **testing**  
kepada customer  
dan mendapatkan  
feedback atau data

Begitu ada *feedback*  
dari customer, **Lean  
Canvas** yang sudah  
dibuat perlu  
**disesuaikan** kembali

*Psst, ingat bahwa proses Design Thinking dapat terjadi secara **non-linear**!*



Cara Validasi

# Lean Canvas

Kunci melakukan validasi Lean Canvas adalah **Get Out of The Building** untuk berinteraksi langsung dengan target customer

Proses validasi dapat dibantu dengan **Experimentation Board**



Experiments	1	2	3	4	5
Customer					
Problem					
Solution					
Riskiest Assumption					
Unvalidated Business Model					
GET OUT OF THE BUILDING!					
Validated Business Model					
Learnings					

## 4 bagian diisi sebelum berinteraksi dengan target customer:

### Customer

Segmen target customer yang akan menjadi target validasi, atau dapat gunakan Early Adopter

### Problem

Salah satu masalah dari daftar masalah utama yang telah ditemukan

### Riskiest Assumption

Asumsi alasan adanya masalah yang dihipotesiskan

### Method & Success Criteria

Metode yang digunakan untuk memvalidasi asumsi & kriteria yang digunakan untuk menilai asumsi valid

Experiences	1	2	3	4	5
Customer	Pemuda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta				
Problem	Harga makanan di restoran yang mahal				
Solution					
Riskiest Assumption	Bahan baku mahal				
Method & Success Criteria	Interview. 3 dari 4 interviewee merasakan hal yang diasumsi				
GET OUT OF THE BUILDING!					
Build & Measure					
Learn					



+

**2 bagian diisi setelah berinteraksi dengan target customer:**

### Result & Discussion

Hasil validasi

### Learning

Insight atau pembelajaran yang dapat diambil dari hasil validasi

+

Experiences	1	2	3	4	5
Customer					
Problem					
Solution					
Riskiest Assumption					
Unvalidated Business Assumption					
GET OUT OF THE BUILDING!					
VALIDATION					
LEARNING					

O

3 dari 4 merasakan hal yang diasumsikan, maka asumsi VALID

Ramai di daerah perumahan

+

1 bagian diisi setelah mendapatkan kesimpulan dari hasil validasi tersebut:

### Solution

Solusi yang bisa ditawarkan sesuai dengan temuan hasil validasi

+

O

Experiments	1	2	3	4	5
Customer					
Problem					
Solution	Kedai dengan makanan lezat & harga murah				
Riskiest Assumption					
Minimum Viable Product					
GET OUT OF THE BUILDING!					
Build & Measure					
Learn					

# Tahapan Design Thinking

**Empathize**  
Memahami *user*



**Define**  
Merumuskan  
masalah



**Ideate**  
Mengumpulkan  
ide solusi

**Prototype**  
Memvisualisasi  
ide solusi

**Test**  
Menguji *prototype*  
kepada user

*Mendapat ide  
yang lebih baik*

*Memperbaiki  
Lean Canvas &  
Membuat  
produk uji coba*

**Menyusun  
Lean Canvas**

**Memvalidasi  
Lean Canvas**

10 menit

**COFFEE BREAK**



*What's Next?*

# **Business Activity: Lean Canvas Creation!**





## Business Activity: **Design Thinking**

