BISNIS MODEL CANVAS

1. Customer Segment

Bagoes Barbershop mensegmentasikan pasarnya berdasarkan pasar yang tersegmentasi, dimana termasuk dalam Segmen Demografi yag meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan. Bagoes Babershop menyediakan paket gunting rambut dari usia anak-anak hingga dewasa. Bukan hanya meslnerima konsumen pria, Bagoes juga menerima konsumen wanita yang ingin menggunting rambut di tempatnya.

1. Value Propositions

Value proposition membuat nilai tambah untuk segmen pasar melalui pencampuran elemen-elemen yang sesuai dengan kebutuhan segmen pasar. Nilai tambah dapat bersifat kuantitatif (Misalnya: harga, kecepatan pelayanan) dan kualitatif (Misalnya: desain, pengalaman pelanggan. Dalam Bagoes Barbershop, ada beberapa elemen yang berkontribusi pada pembentukan nilai tambah bagi Bagoes Barbershop itu sendiri. Elemen- elemen tersebut antara lain :

* 1. Penyelesaian Pekerjaan

Bagoes Babershop membantu pelanggannya dalam menyelesaikan pekerjaan, yang mana dapat membantu pelanggan dalam menggunting/merapikan rambut mereka.

* 1. Desain

Desain merupakan value propositions yang sangat penting. Sebuah produk dapat tampak mewah karena desainnya. Bagoes Babershop

memiliki bermacam-macam gaya rambut yang dapat dipilih oleh konsumen. Pilihan gaya rambut Bagoes, selalu disesuaikan dengan trend masyarakat. Hasil guntingan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan.

* 1. Merek/Brand

Pelanggan dapat menemukan nilai tambah dalam merek dari suatu produk ataupun jasa. Bagoes Barbershop merupakan salah satu Barbershop terbaik di Kota Palu dan dikenal oleh banyak orang.

* 1. Harga

Harga merupakan salah satu aspek penting bagi konsumen . Bagoes Barbershop menawarkan harga yang dapat dikatakan cukup murah sesuai dengan produk dan kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen. Harga yag diberikan yaitu … untuk anak-anak dan …. untuk dewasa.

* 1. Pengurangan Resiko
  2. Akses

Cara lain untuk memberikan nilai tambah adalah membuat produk atau jasa yang dapat dijangkau oleh pelanggan dimana pelanggan sebelumnya tidak dapat menjangkau produk atau jasa tersebut. Pada awalnya Bagoes Barbershop hanya melakukan gunting di tempat, akan tetapi agar memudahkan konsumen untuk menjangkau tempatnya,

Bagoes menyediakan layanan Home Delivery bagi konsumen yang mau repot untuk datang ke tempatnya.

* 1. Kenyamanan/ Kemudahan

Untuk memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen, maka Bagoes Babershop menyediakan fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan seperti wifi, ruang tunggu, ac, ruang bebas rokok, Tv, dan tersedianya minuman dingin yang dapat dibeli oleh konsumen.

1. Channels

Osterwalder dan Pigneur (2010) membagi channels dalam 5 (lima) fase yaitu awareness, evaluation, purchase, delivery, dan aftersales. Pada fase awareness, channels berfungsi untuk mengenalkan perusahaan kepada pelanggan. Pada fase awereness, channels berfungsi untuk mengenalkan perusahaan kepada pelanggan. Bagoes Barbershop melakukan kegiatan promosi melalui media sosial seperti ig, fb, dan line untuk memeprkenalkan usahanya kepada konsumennya. Pasa faese evaluation, pada proses ini, Bagoes Barbershop mengevaluasi kembali pelayanan yang diberikan kepda konsumennya. Hal ini dilakukan dengan cara memberi….Selanjutnya fase purchase yaitu fase pembelian dimana Bagoes barbershop pelanggan melakukn transaksi jual beli produk jasa. Barbershop melayani pelanggan sesuai dengan kebutuhannya, sedangkan pelanggan mengorbankan materinya untuk dapat memperoleh pelayanan tersebut. Pada fase delivery, Bagoes barbershop berkewjiban untuk melakukan pelayanan gunting rambut sesaui dengan keinginan pelanngan,

sedangkan pelanggan berhak untuk mendapatkan pelayanan dari bagoes barbershop. dan untuk fase terakhir yaitu fase aftersale, dimana Bagoes Barbershop harus melakukan *follow up* bagi pelanggannya. Dengan melakukan follow up, konsumen bisa saja datang kembali ke bagoes barbershop untuk menggunting rambutnya.

1. Customer Relationship
2. Personal Asistence

Konsumen/pelanggan dari Bagoes barbershop dapat berkomunikasi langsung dengan pihak Bagoes apabila ada keluhan atau pertanyaan yang ingin disampaikan secara langsung. Untuk itu, Bagoes Barbershop memberikan nomor…….

1. Communities

…..

1. Revenue Streams
2. Penjualan Aset
3. Biaya Pemakaian
4. Biaya Langganan

Bagoes barbershop memberikan kartu member bagi pelanggannya.

1. Iklan

Salah satu cara dalam memperkenalkan usaha mereka bagi masyarakat, Bagoes Barbershop menggunakan media sosial seperti fb, ig, dan line untuk mempromosikan usah mereka ke masyarkat luas.

1. Donasi
2. Key Resources
   1. Fasilitas

Bagoes Barbershop memiliki fasilitas yang dapat menunjang usahanya dapat berjalan dengan lancar. Fasilitas yang dimiliki Bagoes barbershop seperti ac, tv, wifi, kulkas, ruang tunggu, ruang bebas rokok, live music, dan…….

* 1. Intelektual
  2. Manusia

Bagoes Barbershop memiliki karyawan sebanyak 4 orang yang terdiri dari 3 kapster dan 1 kasir.

* 1. Finansial

1. Key Activities
   1. Operasi Jasa

Aktivitas ini bertujuan untuk mengatasi masalah dan memberikan solusi baru atas masalah pelanggan secara individu

1. Key Partnership
   1. Optimasi dan skala ekonomi
   2. Pengurangan resiko dan ketidakpastian
   3. Perolehan SD dan Kegiatan tertentu
2. Cost Structure
   1. Biaya Tetap

Bagoes Barbershop memberikan gaji karyawan sesuai

Sedangkan untuk penyewaan tempat, Bagoes Barbershop membayar sewa…..

* 1. Biaya Variabel
  2. Skala Ekonomi