

Nama: Isep Lutpi Nur

NPM: 2113191079

Prodi: S1 Teknik Informatika

---

## Ujian Akhir Semester

### Cara merancang suatu usaha menggunakan Kanvas Model Bisnis:

Untuk merancang kanvas model bisnis harus mengetahui 9 pilar utama yang akan merangkum proses bisnis.

9 Pilar Bisnis Model Canvas:

**1. Customer segments**

Customer segments mempelajari siapa pelanggan potensial dari produk Kita. Bisa juga berisi profil orang yang memiliki masalah yang akan dipecahkan oleh bisnis Kita.

**2. Value Propositions**

Blok ini berisi tentang nilai tambah yang akan membuat bisnis Kita terlihat menarik dan berbeda dengan bisnis lainnya.

**3. Channel**

Channel adalah media yang bisnis Kita gunakan untuk men-deliver solusi yang kita tawarkan untuk sampai ke konsumen. Channel ini bisa berupa website, online advertisement, aplikasi, bahkan seorang sales person

**4. Customer Relationships**

Customer Relationships adalah kebalikan channel Kita harus tahu bagaimana cara bisnis Kita bisa terus keep in touch dengan para pelanggan. Bentuknya pun bisa sangat beragam, mulai dari newsletter, layanan after sales, dan sejenisnya.

**5. Revenue Streams**

Pada kedua blok bagian bawah (cost & revenue), kita perlu menjabarkan struktur finansial dari perusahaan. Di bagian revenue, tentu yang perlu kita tuliskan adalah produk/jasa apa saja yang dapat memberikan pemasukan.

**6. Key Activities**

Blok ini adalah bagian yang menjelaskan bagaimana kita bisa menciptakan value proposition perusahaan.

## **7. Key Resources**

Key resources merupakan kolom yang akan menjelaskan asset strategis perusahaan. Aset ini bisa berupa bahan baku produk, infrastruktur yang dibutuhkan dan sebagainya.










## **8. Key Partnerships**

Tidak ada bisnis besar yang berjalan sendiri, dalam menjalankan sebuah aktivitas bisnis, tentu kita membutuhkan mitra. Disinilah tempat kita memasukkan mitra strategis yang kita miliki. Dalam konteks bisnis, mitra bisa berupa supplier, vendor, agensi, dan sejenisnya.

## **9. Cost Structure**

Pada bagian terakhir ini, kita harus menentukan biaya apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan keseluruhan aktivitas bisnis. Untuk mempermudah, struktur biaya dapat diisi berdasarkan isian pada kolom key activities, key resources, dan channel.

# Bisnis Model Kanvas Usaha Kuliner Bakso

<div><b>Key Partnerships</b></div> <ul style="list-style-type: none"><li>• Pemasok mi berkualitas tinggi.</li><li>• Pedagang daging, sayur, dan bumbu mi yamin.</li><li>• Penyelenggara acara.</li><li>• Influencer profesional.</li></ul>	<div><b>Key Activities</b></div> <ul style="list-style-type: none"><li>• Membeli bahan-bahan mi terbaik.</li><li>• Mengandalkan komponen pendamping berkualitas tinggi.</li><li>• Memberikan layanan memuaskan, cepat, dan ramah.</li><li>• Mempertahankan rasa agar lebih baik dari kompetitor.</li></ul>	<div><b>Value Propositions</b></div> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mi yamin yang dijual disajikan dalam aneka rasa dan komponen.</li><li>• Mi yamin dapat disantap di warung dan gerai lain (kalau sudah buka cabang).</li></ul>	<div><b>Customer Relationships</b></div> <ul style="list-style-type: none"><li>• Menawarkan potongan harga pada pembelian kedua.</li><li>• Promo minuman gratis untuk pemesanan mi yamin komplet</li><li>• Harga promo pada acara tertentu (festival/pameran).</li><li>• Promo menarik untuk pembelian lewat aplikasi.</li></ul>	<div><b>Customer Segments</b></div> <p>Target pasar atau pelanggan adalah generasi milenial dengan rentang usia 15 – 45 tahun:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Pelajar sekolah menengah pertama/atas.</li><li>• Mahasiswa/i.</li><li>• Pegawai kantoran.</li></ul>
<div><b>Key Resources</b></div> <ul style="list-style-type: none"><li>• Lokasi penjualan strategis.</li><li>• Alat memasak modern dan praktis.</li><li>• Pekerja yang lihai dalam mengolah mi yamin.</li><li>• Pemasok bahan terpercaya.</li></ul>		<div><b>Channels</b></div> <ul style="list-style-type: none"><li>• Media social.</li><li>• Pameran instansi</li><li>• Festival kuliner.</li><li>• Aplikasi pesan-antar makanan daring.</li></ul>		
<div><b>Cost Structure</b></div> <ul style="list-style-type: none"><li>• Penyediaan alat pengolahan mi yamin.</li><li>• Persiapan lokasi gerobak/warung/kios mi yamin.</li><li>• Penyediaan bahan-bahan baku.</li><li>• Menghitung anggaran promosi (soft/grand opening, pekan promosi, festival kuliner, dan tawaran kerja sama.</li></ul>			<div><b>Revenue Streams</b></div> <ul style="list-style-type: none"><li>• Modal pribadi.</li><li>• Investasi dari pihak ketiga.</li><li>• Penjualan per mangkuk mi yamin.</li><li>• Penjualan menu pendamping.</li><li>• Sistem bagi hasil dari kerja sama.</li></ul>	