

BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

★ Problem Statement

Pengolahan desain produk secara manual masih banyak digunakan oleh para desainer atau perusahaan yang mendesain produk fashion. Proses desain manual memiliki tantangan dan kendala tersendiri salah satunya, yaitu membutuhkan waktu pengerjaan yang relatif lama karena memerlukan kecermatan dan kreativitas dalam mengerjakan desain produk. Hal ini dapat berpotensi menyebabkan keterlambatan *respons* terhadap permintaan pasar sehingga mengalami keterlambatan dalam daya saing.

★ Mission Statement

Mempercepat desainer atau perusahaan dalam mendesain produk, menciptakan produk yang lebih personal, membantu desainer bereksperimen dengan warna dan bahan yang berbeda tanpa harus membuat prototipe fisik

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Stakeholder (Customers) Relationships	Stakeholder (Customers) Segments
<p>Jaringan pemasok dan mitra manakah yang membuat model/ide bisnis kamu berhasil?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan fashion 2. Desainer 3. Pemilik toko brand fashion atau butik 4. Pemula yang ingin memulai bisnis fashion 	<p>Aktivitas terpenting apa yang harus kamu ambil agar model/ide bisnis kamu berhasil?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengaplikasikan algoritma terbaik agar mendapatkan <i>output</i> yang cepat dan sesuai dengan keinginan konsumen 2. Mendesain platform website yang menarik, mudah dipahami, dan mudah digunakan 3. Membentuk relasi dengan target pasar agar dapat melakukan pemasaran dan menarik perhatian. 4. Memastikan keamanan data konsumen 	<p>Value apa yang kamu ciptakan? Bagaimana kamu memecahkan masalah, memuaskan kebutuhan, atau memberikan manfaat dengan cara baru?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Platform yang mudah digunakan dengan menghasilkan <i>output</i> desain yang cepat dan berkualitas tinggi 2. Memiliki fleksibilitas tinggi untuk melakukan perubahan pada desain 3. Menghemat biaya produksi dan menciptakan desain yang unik dan inovatif 4. Proses desain yang lebih efisien, detail, serta meminimalisir kesalahan pada produk akhir 5. Meningkatkan efisiensi waktu dan tenaga dalam mendapatkan hasil desain. 6. Melindungi keamanan data 	<p>Jenis hubungan apa yang kamu bangun dengan setiap segmen pelanggan (stakeholders) untuk memberikan value kamu?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan penawaran <i>trial</i> kepada konsumen. 2. Platform website yang menarik dan <i>user-friendly</i> 	<p>Untuk siapa "values" ini dibuat?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk desainer atau perusahaan fashion yang ingin mendapatkan proses desain yang lebih cepat 2. Enthusiast fashion yang ingin menghasilkan produk yang unik dan inovatif
	<p>Key Resources</p> <p>Aset apa yang paling penting yang dibutuhkan agar model/ide bisnis kamu berhasil?</p>		<p>Channels</p> <p>Bagaimana kamu menjangkau segmen stakeholders untuk menyampaikan value (komunikasi,</p>	

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Algoritma terbaik yang digunakan 2. Digital marketing 3. Developers 4. Sistem keamanan 5. Sales & marketing resources 	konsumen dan pemeliharaan website secara berkala.	distribusi, penjualan)? <ol style="list-style-type: none"> 1. Platform website yang menarik dan informatif terkait keunggulan dan cara menggunakannya 2. Memanfaatkan media sosial untuk membangun relasi dan berbagi konten dengan konsumen (IG, Tiktok, etc) 3. Melakukan iklan online (facebook ads, instagram ads, etc) 4. Mengikuti event fashion dan melakukan pemasaran secara langsung. 5. Meningkatkan relasi kemitraan. 	
Cost Structure			Revenue Streams	
Apa biaya terpenting yang melekat dalam model/ide bisnis kamu dan bagaimana kamu meminimalkannya? Fixed Costs: <ol style="list-style-type: none"> 1. Platform maintenance 2. Biaya riset dan pengembangan Variable Costs: <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya pemasaran dan iklan promosi 2. Biaya langganan dalam pembuatan website 			Apa model pendapatan utama kamu? <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendapatkan penghasilan dari adsense 2. Biaya langganan untuk menggunakan website 3. Menyewakan API pada perusahaan 	

■ Problem Statement

[Apa masalah yang kamu dan tim identifikasi?](#)

Dalam menentukan problem statement, pastikan kamu sudah mempertimbangan beberapa pertanyaan atau Design Prompts berikut:

- Apa masalah yang ingin kamu atasi? seberapa besar itu?
- Berapa banyak orang yang terdampak? di lokasi/geografi mana?
- Apakah semua lapisan masyarakat terkena dampak yang sama?
- Faktor eksternal apa yang melingkupi masalah dan mungkin mempengaruhi strategi dan ide kamu, misalnya ekonomi, teknologi, kondisi politik, kondisi sosial, dan lain-lain?

If I had an hour to solve a problem I'd spend 55 minutes thinking about the problem and 5 minutes thinking about solutions

- Albert Einstein

■ Mission Statement

Mengapa ide bisnis ini perlu ada?

Dapat menggunakan 2 pendekatan: **(1) Eight word mission statement** dan **(2) Your big idea**.

- **Eight word mission statement**

Kamu dapat membuat mission statement dalam 8 kata atau kurang. Terdiri dari: (1) kata kerja, (2) target dan (3) hasil yang menyiratkan sesuatu untuk diukur.

- **Your big idea**

Ide utama/inti kamu dalam mencapai misi tersebut. *Get your idea down to a sentence that captures your "special sauce".*

■ Stakeholder Segments

Untuk siapa "values" ini dibuat?

Ada 3 pendekatan yang dapat dilakukan dalam menyusun Stakeholders Segments, yaitu (1) Commercial Dimension, (2) Impact Dimension, dan (3) Menggunakan Keduanya.

- **Commercial Dimension**

Dimensi dimana konsumen cenderung ingin membeli produk atau layanan.

- **Impact Dimension**

Dimensi dimana konsumen cenderung ingin mendukung dampak sosial yang dihasilkan dan berpotensi mendapatkan manfaat dari dampak tersebut.

- **Both**

Dimensi dimana konsumen mencari kedua values di atas (commercial dan impact)

■ Value Propositions

Value apa yang kamu ciptakan? Bagaimana kamu memecahkan masalah, memuaskan kebutuhan, atau memberikan manfaat dengan cara baru?

Dalam menentukan value propositions, pastikan kamu sudah mempertimbangan beberapa pertanyaan atau Design Prompts berikut:

- Penawaran apa yang dapat kamu berikan ke stakeholders? dalam jangka pendek? dalam jangka panjang?
- Jenis layanan atau produk apa yang kamu tawarkan pada konsumen?
- Apa yang membuat produk atau layanan kamu unik?
- Bagaimana kamu menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif?

■ Channels

Bagaimana kamu menjangkau segmen stakeholders untuk menyampaikan value (komunikasi, distribusi, penjualan)?

Ada beberapa fase yang perlu kamu pertimbangkan dalam menentukan channel, yaitu fase: (1) awareness, (2) evaluation, (3) purchase, (4) delivery, dan (5) after sales.

Dalam menentukan channels, pastikan kamu sudah mempertimbangan beberapa pertanyaan atau Design Prompts berikut:

- Channel apa yang kamu perlukan untuk adopsi awal?
- Channel apa yang paling memungkinkan untuk menjangkau konsumen kamu?
- Channel apa yang diperlukan untuk mempertahankan dan mengembangkan pelanggan?
- Channel apa yang cost effective tetapi mendapatkan hasil optimal?

■ Stakeholders Relationship

Jenis hubungan apa yang kamu bangun dengan setiap segmen pelanggan (stakeholders) untuk memberikan value kamu?

Kamu perlu memperhatikan aspek “Apakah stakeholders menghargai/membutuhkan interaksi pribadi dan/atau apakah mereka merasa nyaman dengan interaksi mesin?”

■ Key Resources

Aset apa yang paling penting yang dibutuhkan agar model/ide bisnis kamu berhasil?

- Hal-hal berwujud (tangible) atau tidak berwujud (non tangible) apa yang diperlukan agar ide bisnis atau ide program kamu berhasil?
- Apakah ide bisnis atau program kamu memerlukan bakat khusus, material, tanah, bangunan, sistem, teknologi, kekayaan intelektual, dan/atau mesin?

■ Key Activities

Aktivitas terpenting apa yang harus kamu ambil agar model/ide bisnis kamu berhasil?

Kamu perlu menjawab pertanyaan terkait “Apa tugas paling penting yang perlu dilakukan untuk memberikan value propositions kepada stakeholders? Dalam jangka pendek? Dalam jangka panjang?”

■ Key Partners

Jaringan pemasok dan mitra manakah yang membuat model/ide bisnis kamu berhasil?

- Siapa yang menjadi mitra informal dan formal kamu di saat ini dan/atau di masa depan?
- Apa value yang kamu berikan ke mitra?
- Apa value yang mitra berikan ke kamu?

■ Revenue Streams

Apa model pendapatan utama kamu? dan apa saja sumber pendapatan sekundernya?

■ Cost Structures

Apa biaya terpenting yang melekat dalam model/ide bisnis kamu dan bagaimana kamu meminimalkannya?

- Berapa biaya tetap & biaya variabel?
- Apa saja unsur utama biaya operasional?