**BMC (Bisnis Model Canvas)**

[Business Model Canvas](https://karinov.co.id/contoh-bisnis-model-canvas/) ini terdiri dari 9 pilar utama yang merangkum proses bisnis mulai dari *value*perusahaan, segmen pelanggan, hingga struktur finansial.

1. **Customer segments**

Bagian ini akan menjelaskan siapa pelanggan potensial dari produk Anda. Bisa juga berisi profil orang yang memiliki masalah yang akan dipecahkan oleh bisnis Anda. Untuk model bisnis e-commerce yang berkembang sekarang ini, customer segment mencakup si penjual barang dan pembeli.

* Siapa yang akan membeli produk anda?
* Siapa yang mau membayar Anda?
1. **Value Propositions**

Blok ini berisi tentang nilai tambah yang akan membuat bisnis Anda terlihat menarik dan berbeda dengan bisnis lainnya. Biasanya berupa solusi atau inovasi yang Anda tawarkan dan menjadi keunggulan utama perusahaan.

* Mengapa orang memilih untuk menggunakan produk/jasa Anda?
* Apa keunggulan bisnis Anda dibanding kompetitor yang lain?
* Apa yang paling menarik dari model bisnis Anda?
1. **Channel**
Sederhananya, channel adalah media yang bisnis Anda gunakan untuk men-*deliver* solusi yang kamu tawarkan untuk sampai ke konsumen. Channel ini bisa berupa website, online advertisement, [aplikasi](https://karinov.co.id/aplikasi-point-of-sales-terbaik/), bahkan seorang sales person.
* Bagaimana cara pelanggan dapat mengetahui produk/jasa yang Anda tawarkan?
* Bagaimana cara produk/jasa bisa sampai ke tangan pelanggan? Apakah cara itu efektif?
1. **Customer Relationships**

Jika *channel*lebih banyak menjangkau orang yang belum tahu produk Anda, maka customer relationship adalah kebalikannya. Kamu harus tahu bagaimana cara bisnis Anda bisa terus *keep in touch*dengan para pelanggan. Bentuknya pun bisa sangat beragam, mulai dari newsletter, layanan *after sales*, dan sejenisnya.

* Bagaimana cara Anda untuk selalu connect dengan pelanggan?
* Bagaimana Anda memastikan pelanggan puas setelah menggunakan produk/jasa Anda?
1. **Revenue Streams**

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

* Bagaimana cara bisnis Anda menghasilkan uang?
* Apa saja produk/jasa yang Anda jual?
1. **Key Activities**

Blok ini adalah bagian yang menjelaskan bagaimana kamu bisa menciptakan value preposition perusahaan. Jika bisnis kamu adalah product-based, maka inovasi teknologi dalam proses pembuatan produk bisa menjadi key activities.

* Apa kegiatan yang Anda lakukan untuk menciptakan value proposition?
* Apa strategi yang bisnis Anda lakukan sehingga target perusahaan dapat tercapai?
1. **Key Resources**

Sumber daya utama, key resources merupakan kolom yang akan menjelaskan asset strategis perusahaan. Aset ini bisa berupa bahan baku produk, infrastruktur yang dibutuhkan dan semacamnya.

* Apa sumber daya utama yang haus Anda miliki untuk menjalankan bisnis Anda?
* Asset apa saja yang Anda butuhkan agar bisnis dapat bersaing dengan bisnis serupa?
1. **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.

* Siapa yang dapat mengerjakan hal-hal kebutuhan perusahaan diluar key activities-nya?
* Siapa pihak supplier/vendor yang paling menentukan kesuksesan perusahaan Anda?
1. **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**.

* Pengeluaran apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan model bisnis ini?
* Komponen biaya apa yang dibutuhkan pada setiap elemen key acivities, key resources, dan channel?

Berikut contoh BMC dari rencana bisnis wirausaha sosial Strawberry24. Usaha Strawberry24 bertujuan untuk memproduksi makanan sehat berbahan dasar buah strawberry segar.

Contoh BMC : Bisnis Strawberry

**KEY PARTNERS**

1. Petani strawberry
2. Pengepul strawberry
3. Pemilik toko oleh-oleh

**CHANNELS**

1. e-commerce
2. media sosial
3. toko oleh-oleh

**COST STRUCTURE**

1. Buah strawberry
2. Bahan baku
3. Gaji pegawai
4. Proses pengolahan produk
5. Biaya pemasaran
6. Biaya kemasan dan packaging

**REVENUE STREAMS**

1. Penjualan produk selai, dodol, sirup strawberry
2. Kunjungan ke rumah produksi strawberry

**CUSTOMER RELATIONSHIP**

1. Diskon dan promo ke toko oleh-oleh
2. Program giveaway
3. Program P.O

**VALUE PROPOSITION**

1. Produsen aneka olahan strawberry segar sebagai produk sehat
2. Meningkatkan daya saing produk oleh-oleh

**KEY RESOURCES**

1. Kebun strawberry
2. Alat untuk mengolah strawberry

**KEY ACTIVITIES**

1. Membeli strawberry dari petani
2. Mengolah strawberry segar menjadi produk olahan

**CUSTOMER SEGMENTS**

1. Anak-anak
2. Wisatawan lokal
3. Pecinta makanan olahan buah
4. Restoran atau cafe

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  **Key Partners*** x
 |  **Key Activities*** x
 |  **Value Propositions*** x
 |  **Customer**  **Relationships*** x
 |  **Customer Segments*** x
 |
|  **Key Resources*** x
 |  **Channels*** x
 |
|  **Cost Structure*** x
 |  **Revenue Streams*** x
 |
|  |