

BUSINESS MODELLING

MATERI 6 BUSINESS MODEL CANVAS:
REVENUE STREAMS DAN KEY RESOURCES

ANDRI HELMI M, S.E., M.M.



BLOK 5 BMC

REVENUE STEAMS



INTRODUCTION

- Revenue Streams adalah pendapatan yang diterima perusahaan dari masing-masing segmen pasar atau dengan kata lain revenue streams adalah pemasukan yang biasanya diukur dalam bentuk uang yang diterima perusahaan dari pelanggannya.
- Jika kepuasan pelanggan adalah jantung dari sebuah model bisnis, maka revenue streams adalah pembuluh arterinya. Revenue streams bukan mempresentasikan keuntungan yang didapat, karena secara umum diketahui bahwa keuntungan merupakan pendapatan bersih setelah dikurangi biaya-biaya usaha (PPM Manajemen, 2012).
- Perusahaan harus sering memikirkan nilai tambah apakah yang dapat digunakan sehingga pelanggan mau untuk membayarnya. Apabila pertanyaan ini dapat dijawab, maka perusahaan dapat menyimpulkan satu atau lebih dari revenue streams yang didapat dari masing-masing segmen pasar. Masing-masing revenue streams memiliki mekanisme harga yang berbeda satu sama lain, misalnya harga tetap, bargaining, auctioning, market dependent, volume dependent, dan yield management



Ragam Revenue Streams

Model bisnis dapat melibatkan dua jenis aliran pendapatan:

1. Transactional Revenue (Pendapatan Transaksi)
 - Pendapatan yang diperoleh dari pelanggan melalui satu kali pembayaran
2. Recurring Revenue (Pendapatan Berulang)
 - Mengacu pada pendapatan yang diperoleh dari pelanggan atas pembayaran berkelanjutan untuk pembelian suatu produk/jasa yang ditawarkan secara berulang.



Dari dua jenis pendapatan tersebut, diturunkan berbagai upaya dalam menciptakan aliran pendapatan:

1. Penjualan Aset
2. Biaya Pemakaian
3. Biaya Langganan
4. Sewa
5. Lisensi
6. Jasa perantara
7. Iklan
8. Donasi



Mekanisme Penetapan Harga

Penetapan Harga Tetap

Standar harga didasarkan pada variabel-variabel statis

Daftar harga Harga tetap untuk produk individu, jasa, atau Proposisi Nilai lainnya.

Kebergantungan fitur produk Harga bergantung pada jumlah atau kualitas fitur Proposisi Nilai.

Kebergantungan segmen pelanggan Harga bergantung pada jenis dan karakteristik Segmen Pelanggan.

Kebergantungan volume Harga sebagai fungsi dari jumlah yang dibeli.

Penetapan Harga Dinamis

Harga berubah bergantung pada kondisi pasar

Negosiasi (penawaran) Harga dinegosiasikan antara dua atau lebih mitra, bergantung pada kekuatan dan/atau keahlian bernegosiasi.

Manajemen hasil Harga bergantung pada persediaan dan waktu pembelian (biasanya digunakan untuk jenis sumber daya yang tidak tahan lama, seperti kamar hotel atau kursi pesawat).

Pasar real-time Harga ditentukan secara dinamis berdasarkan permintaan dan penawaran.

Lelang Harga ditentukan dari hasil penawaran kompetitif.



Contoh:

Tentukan;

Bagaimana Blok Revenue Steams dalam BMC dari Perusahaan ini:



JASA TOLL

REST AREA

SPACE IKLAN



Key Partnerships



Key Activities



Value Propositions



Customer Relationships



Customer Segments



Key Resources



Channels



Cost Structure



Revenue Streams

- JASA JALAN TOL
- SEWA LAHAN DAN PROPERTY
- IKLAN



- PERJALANAN LEBIH CEPAT (PENGGUNA JALAN TOL)
- TEMPAT USAHA YANG MENGUNTUNGKAN (PENYEWA LAHAN / PROPERTY)

- PENGGUNA JALAN TOL
- PENYEWA
- LAHAN / PROPERTY IKLAN

Kasus 2

PT KAI

Bagaimana cara menempatkan Blok Revenue Streams dalam BMC?



Key Partnerships



Key Activities



Value Propositions



Customer Relationships



Customer Segments



Key Resources



Channels



Cost Structure



Revenue Streams



- * PERJALANAN YANG CEPAT, AMAN, MURAH (UNTUK KELAS EKONOMI)
- * NYAMAN (UNTUK KELAS BISNIS DAN EKSEKUTIF)
- * MEWAH UNTUK KELAS VIP)
- * PENGANGKUTAN YANG CEPAT, MURAH DAN AMAN
- * CITRA PELAYANAN PUBLIK YANG BAIK (PEMERINTAH)

- * PELANGGAN INDIVIDU (PENUMPANG)
- * PERUSAHAAN (ANGKUTAN BARANG)
- * PEMERINTAH (KEMENTERIAN PERHUBUNGAN)

- * SUBSIDI PEMERINTAH (DANA POS)
- * JASA OPERASIONAL (TIKET DAN PENUMPANG)
- * SEWA (TANAH, PROPERTY DAN INFRASTRUKTUR (SPACE)

BLOK 6 BMC

KEY RESOURCES



INTRODUCTION

- Setiap model bisnis organisasi membutuhkan key resources. Tidak peduli apakah organisasi tersebut organisasi berorientasi laba/ nirlaba, organisasi swasta maupun lembaga pemerintah, membutuhkan key resources.
- Key resources adalah sumber daya utama yang dibutuhkan oleh perusahaan supaya model bisnis dapat berjalan. Sumber daya utama ini membuat sebuah perusahaan dapat membentuk dan menawarkan value propositions, mendapatkan pasar, mengawasi hubungan dengan segmen-segmen pasar, dan mendapatkan penghasilan. Key resources dibentuk berdasarkan tipe model bisnis. Key resources dapat berupa benda fisik, finansial, intelektual, maupun manusia. Key resources dapat dimiliki oleh perusahaan maupun bekerjasama dengan Key partners.



Ragam Key Resources

1. Manusia
2. Fasilitas
3. Teknologi
4. Intelektual
5. Channel

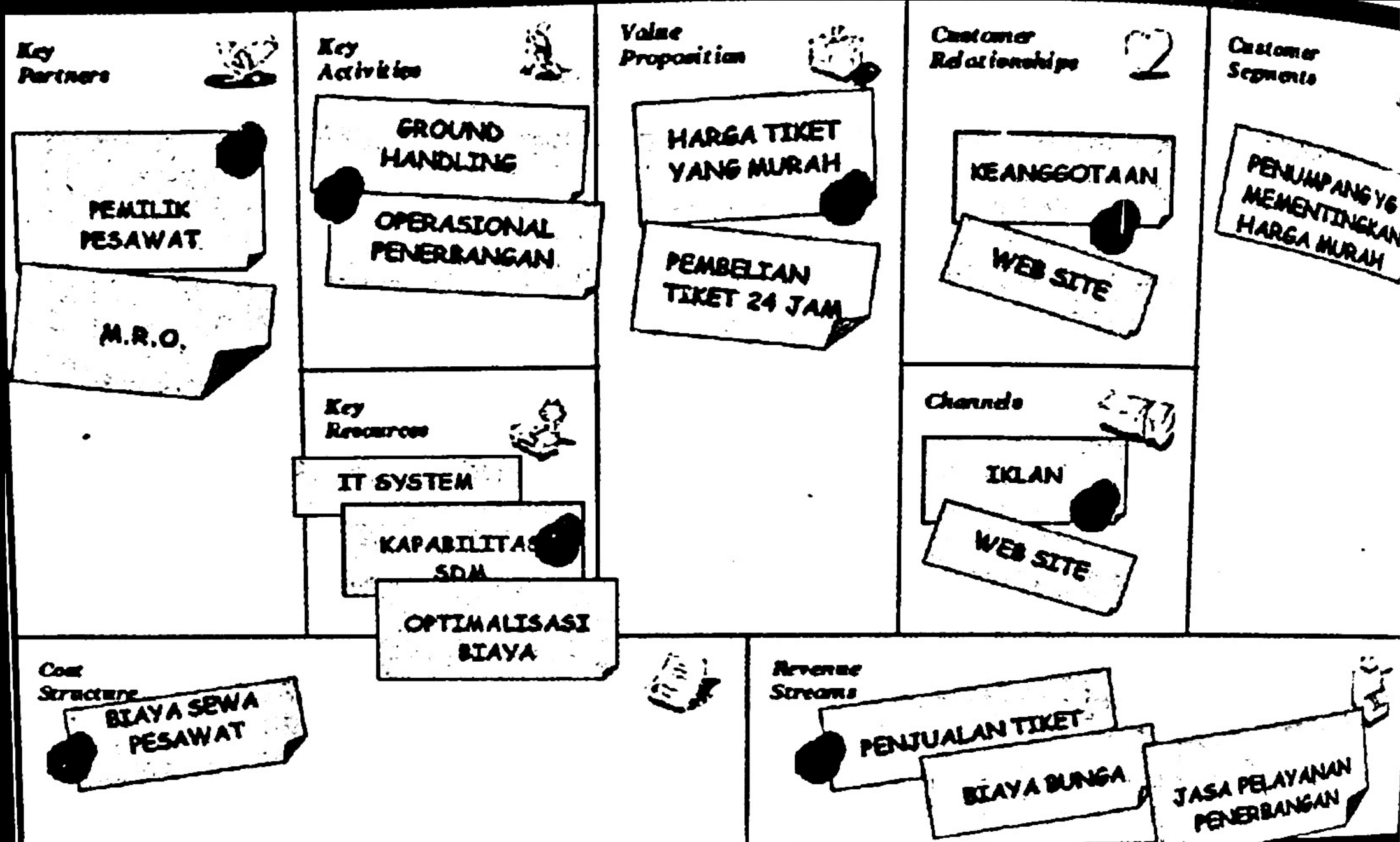


Contoh;

AIR ASIA

- Merupakan maskapai penerbangan yang sangat terkenal saat ini di Kawasan ASEAN
- Perusahaan ini terkenal sebagai maskapai penerbangan low-cost carrier yang telah menerbangkan penumpang dalam 132 rute dengan 40 tujuan penerbangan yang tidak dilayani oleh perbangan lain.
- Tahun 2010 Grup AirAsia yang di dalamnya termasuk Air Asia Thailand dan AirAsia Indonesia memimpin industry perbangan di kawasan ASEAN dengan mencapai 2 kinerja; berhasil menerbangkan 100 juta pelanggan dan memperoleh keuntungan 1 Miliar RM.
- Strategi: Harga tiket yang murah, utilisasi pesawat yang tinggi, jaringan penerbangan dari satu poin kepada poin lain





Kasus lanjutan:

Anggap saja kita mendirikan “Evelyn’s Boutique”, sebuah perusahaan fashion yang menawarkan baju batik untuk anak-anak. Melihat jenis bisnisnya, kita akan memberikan contoh business model canvas dengan metode pengisian offer-led, dimulai dari penawaran yang kita punya.

- Bagaimana penerapan BMC untuk blok 5 dan 6.
- Buat skema kanvasnya.

