

BUSINESS MODELLING

*MATERI 6 BUSINESS MODEL CANVAS: KEY ACTIVITIES,
KEY PARTNERSHIP, DAN COST STRUCTURE*

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

BLOK 7
BMC

KEY ACTIVITIES

INTRODUCTION

- Key activities menjelaskan aktivitas apa saja yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau layanan. Misal ada aktivitas packaging, branding, pemasaran internet dan lainnya.
- Blok bangunan aktivitas kunci menggambarkan hal-hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya dapat berkerja. Setiap model bisnis membutuhkan sejumlah aktivitas kunci yaitu tindakan-tindakan terpenting yang harus diambil perusahaan agar dapat beroperasi dengan sukses. Seperti halnya sumber daya utama, aktivitas-aktivitas kunci juga diperlukan untuk menciptakan dan memberikan proposisi nilai, menjangkau pasar, mempertahankan Hubungan Pelanggan dan memperoleh pendapatan. Seperti sumber daya utama, aktivitas-aktivitas kunci berbeda bergantung pada jenis model bisnisnya. Untuk produsen software microsoft, aktivitas-aktivitas kunci mencakup pengembangan software.
- Contoh dari Key Activities adalah perusahaan konsultan memiliki problem solving sebagai Key Activities-nya. Untuk manufaktur, supply chain management adalah salah satu Key Activities-nya.

PENGERTIAN

- **Key Activities** merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan organisasi untuk menciptakan produk atau jasa yang dibutuhkan pelanggan, menyampaikannya kepada pelanggan, membina hubungan dengan pelanggan serta mengelola pendapatan sebagai hasil penjualan produk/ jasa dari pelanggan.

Ciri-ciri Key Activities

- Kegiatan yang diperlukan untuk menghasilkan value propositions
- Menyalurkan value propositions kepada pelanggan
- Kegiatan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan
- Kegiatan untuk menangani aliran pendapatan

Aktivitas Kunci/ Ragam Key Activities

1. Operasi Produksi (Production)

- Aktivitas ini bertujuan untuk mendesain, membuat, dan mengantarkan produk dalam jumlah tertentu dan atau kualitas baik. Aktivitas produksi mendominasi dalam model bisnis dalam pabrik pembuatan barang. Aktivitas-aktivitas utama pada organisasi jenis produksi meliputi pengadaan bahan yang diperlukan dari pemasok, pengolahan dalam proses produksi, serta penyaluran produk jadi atau jasa kepada pelanggan.

2. Operasi Jasa (Problem Solving)

- Aktivitas ini bertujuan untuk mengatasi masalah dan memberikan solusi baru atas masalah pelanggan secara individu. Aktivitas penyelesaian masalah khususnya merupakan jenis kegiatan operasi bagi konsultan, rumah sakit, dan organisasi- organisasi pelayanan lain

3. Platform dan Jaringan (Platform/ Network)

- Aktivitas-aktivitas utama pada organisasi bisnis yang berbasis platform dan jaringan adalah perancangan, pembangunan, dan pengembangan hardware dan software, termasuk jaringan internet dan website. Aktivitas-aktivitasnya meliputi penyediaan pelayanan yang dibutuhkan oleh para pelanggan dan pengguna, termasuk proses penyampaiannya dan penjagaan hubungan dengan para pelanggan.

Contoh Kasus:

TOTAL BANGUN PERSADA (TOTAL)

Adalah pemimpin dalam industry konstruksi di Indonesia. Total memilih focus pada customer segment bangunan gedung komersial dan industri.

Value Proposition yang ditawarkan; kualitas dan inovasi. Kualitas menjadi perhatian utama pada seluruh tahapan proyek:

- Penggunaan bahan
- Metoda dan proses konstruksi
- Penggunaan professional terbaik
- Purnajasa yang komprehensif (bahkan setelah masa garansi selesai)

Bagaimanakah BMC PT Total Bangun Persada dalam Blok ini?

Key Partnerships



Key Activities



PEMASARAN
PELAKSANAAN PROYEK
Inovasi Rancang Bangun
Manajemen Mutu Terpadu
Lean Construction
Green Construction
PASCA PROYEK
Pemeliharaan

Key Resources



Value Propositions



MUTU
KEINDAHAN
KECEPATAN
EFISIENSI

Customer Relationships



Customer Segments



KELAS PREMIUM:
KOMERSIAL
INDUSTRI

Channels



Cost Structure



Revenue Streams



BLOK 8
BMC

***KEY
PARTNERSHIP***

INTRODUCTION

- Key partners berisi siapa saja partner yang harus Anda gandeng untuk bekerjasama? Misal Anda berjualan online, Anda mungkin perlu menggandeng orang-orang yang menjualkan kembali produk Anda, bank, jasa pengirim barang dan lainnya.
- Blok Bangunan Kemitraan Utama menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapat bekerja. Perusahaan membentuk kemitraan dengan berbagai alasan, dan kemitraan menjadi landasan dari berbagai model bisnis mengurangi risiko atau memperoleh sumber daya mereka. Salah satu mitra yang dapat diajak kerjasama oleh perusahaan adalah saluran pemasaran atau distributor.
- Stern dan El-Ansary dalam Kotler (2001) mengatakan bahwa saluran pemasaran dapat dilihat sebagai sekumpulan organisasi yang saling tergantung satu sama lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan sebuah proyek atau layanan untuk digunakan atau dikonsumsi. Sebuah perusahaan biasanya membutuhkan perusahaan lain untuk membantu kegiatan perusahaan tersebut. Hal ini terjadi karena perusahaan tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk mendukung kegiatannya. Mitra dalam berbisnis dibutuhkan untuk beberapa hal seperti menjadi pemasok, distributor dan investor.

PENGERTIAN

- Key partnership adalah mitra utama dalam bisnis, misalnya supplier, sehingga model bisnis dapat berjalan. Perusahaan menjalin kerjasama untuk beberapa alasan dan jalinan kerjasama menjadi landasan dari beberapa model bisnis. Perusahaan membuat aliansi untuk mengoptimasi model bisnisnya, mengurangi risiko, atau memperoleh sumberdaya.
- Ostwerlader (2004), kemitraan; kesepakatan kerjasama yang diprakarsai secara sukarela antara dua atau lebih perusahaan yang independen untuk menyelesaikan proyek tertentu atau aktivitas secara bersama-sama secara spesifik dengan mengkoordinasikan kemampuan, sumber daya, dan atau kegiatan yang diperlukan.

Tujuan Organisasi dalam Kemitraan

- 1) Kemitraan untuk tujuan optimasi operasi
- 2) Kemitraan dengan tujuan mendapatkan sumber daya yang tidak dimiliki
- 3) Kemitraan dengan tujuan mendapatkan pengetahuan secara organisasi
- 4) Kemitraan untuk tujuan akuisisi pasar, baik untuk mengembangkan ataupun membuka pasar baru

Jenis/ Tipe Kemitraan (Partnership)

1. Aliansi strategis antara perusahaan bukan pesaing
2. Coopetition : kemitraan strategis antar pesaing
3. Usaha patungan untuk membuat bisnis baru
4. Hubungan pembeli-pemasok sehingga dapat menjamin pasokan yang didapatkan adalah pasokan yang baik

Motivasi dalam Membangun Kemitraan

1) Optimasi dan Skala Ekonomi

- Bentuk paling dasar dari kemitraan atau hubungan pembeli dan pemasok dirancang untuk mengoptimalkan alokasi sumberdaya dan kegiatan. Perusahaan tidak mungkin melakukan setiap kegiatannya sendirian. Optimasi dan kemitraan skala ekonomi biasanya dibentuk untuk mengurangi biaya, melakukan outsourcing atau berbagi infrastruktur.

2) Pengurangan Risiko dan Ketidakpastian

- Kemitraan dapat membantu dalam mengurangi risiko dalam lingkungan yang kompetitif yang ditandai dengan ketidakpastian. Hal ini tidak biasa dilakukan oleh perusahaan pesaing untuk membentuk aliansi strategis di satu daerah sementara bersaing juga di tempat lain.

3) Perolehan Sumberdaya dan Kegiatan Tertentu

- Hanya sedikit perusahaan yang memiliki semua sumber daya atau melakukan semua kegiatan yang dijelaskan oleh model bisnis mereka. Sebaliknya, mereka meningkatkan kemampuan mereka dengan mengandalkan perusahaan lain untuk memberikan sumber daya tertentu atau melakukan kegiatan tertentu. Kemitraan tersebut dapat termotivasi oleh kebutuhan untuk memperoleh pengetahuan, lisensi, atau akses ke pelanggan.

Contoh Kasus

KASKUS

- Kaskus menjadi fenomena dunia social di Indonesia
- Berdiri sejak 1999 menjadi situs local yang paling sering dikunjungi
- Menempati ranking 259 dunia dan 7 di Indonesia. Pamornya hanya kalah dari media social asing; facebook atau mesin pencari; Google atau Yahoo.
- Kaskus singkatan dari “Kasak Kusuk”, forum komunitas maya yang didirikan tiga pemuda Indonesia ketika sedang melanjutkan studi di Seattle USA
- Opsi pendapatan Kaskus; Kaspay, Kaskus Ads, Kaskus Donatur, e-Pulsa
- Info lainnya lebih rinci dapat di search di internet.

→ Bagaimana membuat model BMC dari kasus ini?

Key Partnerships

AGAN & AGANWATI YANG INGIN MEMBERIKAN INFORMASI

SUPPLIER INFRASTRUKTUR IT

SUPPLIER INFRASTRUKTUR IT

Key Activities

IT

ONGOING PROCESS

MARKETING

Key Resources

PROGRAMMER

MODERATOR UMUM

INFRASTRUKTUR TI

Value Propositions

TEMPAT NONGKRONG BERBAGI INFORMASI SECARA GRATIS !!!

TEMPAT PROMOSI PRODUK DENGAN MURAH !!!

TEMPAT BERJUAL-BELI UNTUK BARANG-BARANG (UMUM / UNIK)

Customer Relationships

KOMUNIKAS REGIONAL DAN THREAD

WORD OF MOUTH

Channels

SITUS INTERNET

MOBILE INTERNET

Customer Segments

PENGGUNA INTERNET SECARA UMUM

AGAN & AGANWATI YANG BUTUH INFORMASI TERKINI

AGAN & AGANWATI YANG INGIN BERJUAL-BELI BARANG

PERUSAHAAN YANG INGIN BERPROMOSI

Cost Structure

BIAYA IT

BIAYA SDM

Revenue Streams

FREE ACCESS !!!

BAYAR UNTUK LEBIH !!!

KASPAY

KASDONAT

KAS-ADS

E-PUKSA

INVESTOR

BLOK 9
COST
STRUCTURE

COST STRUCTURE

INTRODUCTION

- Cost Structure berisi mengenai biaya-biaya apa saja yang terbentuk, ketika Anda memproduksi dan memasarkan layanan (produk atau jasa)?
- Struktur Biaya menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis. Blok bangunan ini menjelaskan biaya terpenting yang muncul ketika mengoperasikan model bisnis tertentu.
- Sunyoto (2013) menerangkan tentang solvabilitas sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban perusahaan yang meliputi hutang jangka pendek dan jangka panjang, baik perusahaan masih dalam berjalan maupun dalam keadaan dilikuiditas (dibubarkan). Kemudian, menciptakan dan memberikan nilai mempertahankan hubungan pelanggan dan menghasilkan pendapatan, menyebabkan timbulnya biaya. Perhitungan biaya semacam ini relatif lebih mudah setelah sumber daya utama, aktivitas-aktivitas kunci dan kemitraan utama ditentukan. Meskipun demikian, beberapa model bisnis lebih terpacu dalam hal biaya daripada model bisnis lain.

Pengertian

- **Cost structure** adalah komponen-komponen biaya yang digunakan supaya organisasi atau perusahaan bisa berjalan sesuai dengan model bisnisnya. Membuat dan meningkatkan nilai tambah, berhubungan dengan pelanggan, dan mendapatkan penghasilan semuanya termasuk dalam komponen biaya. Beberapa komponen biaya dapat dihitung setelah perusahaan mengetahui **key resources**, **key activities**, dan **key partnership**.

Macam Model Bisnis Cost Structure

1) Cost-driven

- Model bisnis cost-driven fokus pada minimisasi biaya dimanapun minimisasi biaya dapat dilakukan. Pendekatan ini fokus pada pembuatan dan pengawasan struktur biaya yang paling murah, menggunakan value propositions yang murah, memaksimalkan otomatisasi, dan outsourcing yang luas.

2) Value-driven

- Beberapa perusahaan kurang peduli dengan biaya implikasi dari model bisnis tertentu dan fokus pada pembentukan nilai tambah karena segmen pasar yang dituju adalah segmen pasar yang tidak sensitif terhadap harga. Value proposition dan tingkat layanan pribadi yang tinggi biasanya mencirikan model bisnis ini.

Karakteristik Cost Structure

1. Biaya Tetap

- Biaya tetap adalah biaya tetap sama meskipun volume barang atau jasa yang dihasilkan naik atau turun. Contohnya adalah gaji, sewa, dan fasilitas manufaktur secara fisik. Beberapa bisnis seperti perusahaan manufaktur dicirikan oleh tingginya proporsi biaya tetap. Menurut Hernanto (1989), biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi, misalnya pajak tanah, sewa tanah, penyusutan alat-alat bangunan pertanian, dan bunga pinjaman.

2. Biaya Variabel

- Biaya variabel adalah biaya yang bervariasi secara proporsional dengan volume barang atau jasa yang dihasilkan. Beberapa bisnis seperti festival musik ditandai dengan tingginya proporsi biaya variabel. Menurut Hernanto (1989), biaya variabel adalah biaya yang berhubungan langsung dengan jumlah produksi.

3. Skala Ekonomi

- Skala ekonomi adalah keuntungan biaya karena outputnya bertambah. Perusahaan yang lebih besar misalnya mendapatkan keuntungan dengan cara menurunkan tingkat pembelian massal. Hal ini dan faktor-faktor lainnya menyebabkan biaya rata-rata per unit turun pada saat kenaikan output.

4. Economies of Scope

- Struktur biaya yang mengandalkan economies of scale memanfaatkan volume aktivitas untuk menurunkan biaya.

Contoh Kasus

PT PLN

- PT PLN memperhatikan sumber arus kas operasional dari 2 sisi; sisi subsidi dan sisi pendapatan. Sisi subsidi; aspek pemasukan yang harus “diperjuangkan”, sisi pendapatan; pembenahan terhadap struktur tariff, penetapan TDL, dan pembaruan sistem pembayaran.
- Salah satu manfaat penggunaan kartu prabayar adalah untuk memastikan arus kas masuk dari pelanggan.
- Bagi PLN biaya merupakan jantung yang dapat menentukan hidup matinya organisasi. Bila perusahaan umumnya senang dengan semakin besar volume belanja konsumen, PLN berharap dapat menghemat listrik, hal ini karena keterbatasan PLN dalam menyediakan fasilitas produksi yang mencukupi. Akan semakin menguntungkan bagi PLN bila kelompok-kelompok segmen dengan rasio jual terhadap biaya pokok penyediaan di bawah 100%. PLN termasuk dalam perusahaan cost driven
- Info lainnya yang mendeskripsikan tentang PLN

Dari info di atas, bagaimana Blok cost structure dalam BMC?

Key Partnerships



Key Activities



Value Propositions



Customer Relationships



Customer Segments



Key Resources



Channels



Cost Structure

- EFISIENSI BAHAN BAKAR
- BIAYA PENGAMANAN KEBOCORAN
- ALIH DAYA PENYEDIAAN LISTRIK
- EKONOMI CAKUPAN JARINGAN LISTRIK
- ALIANSI DENGAN PENYEDIA LISTRIK INDEPENDEN
- AKUISISI PERUSAHAAN BATUBARA DAN GAS

Revenue Streams



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 7, 8 dan 9.
- Buat skema kanvasnya.