



KEWIRAUSAHAAN DASAR

PERTEMUAN 10

PENDAHULUAN

Pada bagian sebelumnya telah dibahas empat dari Sembilan.

Selanjutnya, bagian ini akan membahas kelanjutan dari sembilan implementasi elemen lean canvas, yaitu:

1. **Channel**
2. **Revenue stream**
3. **Cost structure**
4. **Key metrics**
5. **Unfair advantage**

STEP 5: TENTUKAN CHANNEL YANG AKAN DIGUNAKAN UNTUK BERINTERAKSI DENGAN KONSUMEN ANDA

- Ada banyak channel atau kanal yang dapat Anda gunakan untuk pemasaran produk, misalnya, melalui digital marketing, blog, website, Facebook Ads, iklan cetak, event, word of mouth, partnership, dan kegiatan-kegiatan komunitas lainnya.
- Dari semua kanal tersebut, Anda diminta untuk menentukan kanal yang paling membuat konsumen nyaman, kanal yang dapat bekerja dengan baik, seberapa besar kemampuan kanal tersebut dalam memberikan keuntungan, bagaimana kanal diintegrasikan dengan pelanggan secara rutin.

STEP 5: TENTUKAN CHANNEL YANG AKAN DIGUNAKAN UNTUK BERINTERAKSI DENGAN KONSUMEN ANDA

- Dalam kisah Yeboah dan Peter, mereka menggunakan kanal yang menurut mereka paling pas dengan target konsumen yang mereka layani, yaitu komunikasi dari mulut ke mulut.
- Konsumen pertama dari KolikoWear adalah karyawannya sendiri yang kemudian karyawan tersebut merekomendasikan ke keluarganya masing-masing. Akhirnya, semua anggota keluarga menggunakan KolikoWear dan merekomendasikan ke kerabatnya, begitu seterusnya.
- Yeboah dan Peter juga mengadakan berbagai kegiatan yang mengundang banyak warga, seperti mengadakan workshop pembuatan sepatu.

STEP 6: MEMETAKAN ATAU MENGIDENTIFIKASI UNFAIR ADVANTAGE BISNIS ANDA

- Unfair advantage adalah semua yang dimiliki oleh Anda dan bisnis Anda, tetapi tidak dimiliki oleh pesaing.
- Unfair advantage dapat merupakan lingkungan jejaring Anda, kerja sama eksklusif yang dimiliki, patent yang dikuasai, dan apa pun yang hal penting dan unik yang dimiliki bisnis Anda, tetapi tidak dimiliki pesaing Anda.

STEP 6: MEMETAKAN ATAU MENGIDENTIFIKASI UNFAIR ADVANTAGE BISNIS ANDA

- Dalam kisah Yeboah dan Peter, yang menjadi unfair advantage mereka adalah sejarah masa lalu mereka yang pernah bersekolah di kota tempat mereka menjalankan usaha.
- Pengalaman tersebut membantu mereka membangun hubungan emosional yang kuat antara brand KolikoWear dengan target market-nya.

STEP 7: TENTUKAN KEY METRICS ATAU UKURAN-UKURAN YANG MENUNJUKKAN KINERJA BISNIS ANDA

- Pada bagian ini Anda harus menentukan indikator apa saja yang ingin Anda ketahui untuk melihat apakah bisnis Anda memiliki kinerja yang baik atau tidak.
- Pada kasus KolikoWear, indikator-indikator yang dipilih oleh Yeboah dan Peter untuk melihat apakah KolikoWear menguntungkan atau tidak adalah jumlah penjualan, biaya produksi, pertumbuhan jumlah pembeli, dan uang kas yang dimiliki.

STEP 8: IDENTIFIKASI COST STRUCTURE BISNIS ANDA

- Kemampuan Anda dalam mengidentifikasi berbagai biaya sedetail mungkin akan membantu Anda untuk membuat perencanaan yang lebih baik, sekaligus membantu Anda melihat bagian bisnis yang memiliki porsi biaya terbesar sehingga Anda juga dapat memikirkan cara untuk menekan biaya pada bagian tersebut.
- Dalam kaus KolikoWear, Yeboah dan Peter melihat bahwa salah satu komponen biaya terbesar adalah biaya bahan baku sehingga mereka memecahkan masalah tersebut dengan menggunakan bahan baku barang bekas.

STEP 9: IDENTIFIKASI REVENUE STREAM

- Inti pada bagian ini adalah cara-cara apa saja yang digunakan perusahaan startup dalam bekerja mencari pendapatan untuk saat ini, dan hari-hari berikutnya.
- Dalam kasus KolikoWear, Yeboah dan Peter mengidentifikasi bahwa KolikoWear memiliki peluang lain selain menjual sepatu, yaitu menyelenggarakan klinik atau pelatihan kepada masyarakat.

PENDAHULUAN TENTANG LEAN CANVAS

- Lean canvas memiliki sembilan komponen yang dapat digunakan untuk membantu para entrepreneur dalam merancang konsep dari bisnis mereka.
- Kesembilan komponen tersebut harus diisi dengan baik berdasarkan data-data empiris yang didapatkan dengan bertanya langsung kepada target market.
- Pada bagian ini, Anda akan mengulang kembali tentang elemen- elemen dalam lean canvas agar Anda semakin paham dalam menggunakan lean canvas dalam bisnis Anda.

SEMBILAN ELEMEN LEAN CANVAS

Problem & Existing Alternative

- Temukan tiga masalah utama yang dihadapi oleh target market Anda. Tanpa adanya masalah yang dihadapi oleh target market, Anda tidak dapat menawarkan produk atau jasa.

Customer Segment & Early Adopter

- Tentukan target market sesuai dengan usaha yang Anda jalankan. Permasalahan dan target market saling berhubungan. Tanpa adanya target market, Anda tidak akan menemukan permasalahan, begitu pula sebaliknya.

SEMBILAN ELEMEN LEAN CANVAS

Unique Value Proposition

- Perusahaan Anda harus memiliki diferensiasi dibandingkan dengan pesaing. Diferensiasi yang dimiliki oleh perusahaan atau produk Anda merupakan alasan mengapa seorang konsumen harus membeli produk Anda.

Solution

- Setidaknya produk Anda memiliki tiga fitur untuk membantu menyelesaikan permasalahan konsumen.

SEMBILAN ELEMEN LEAN CANVAS

Channel

- Channel atau kanal merupakan cara yang dapat Anda gunakan untuk meraih target market. Identifikasilah channel yang akan memberikan Anda cukup akses ke target market. Channel dapat berupa SEO, blog, Facebook Ads, website, dan lain sebagainya.

Revenue Stream

- Revenue stream adalah berbagai cara yang dilakukan perusahaan untuk mencari pendapatan.

SEMBILAN ELEMEN LEAN CANVAS

Cost Structure

- Anda harus menuliskan rincian biaya yang dibutuhkan bisnis Anda. Perusahaan harus tahu biaya apa saja yang akan dikeluarkan setiap bulannya.

Key Metrics

- Setiap perusahaan harus mempunyai key metrics yang digunakan untuk memonitor dan mengukur berbagai kinerja perusahaan.

Unfair Advantage

- Unfair advantage adalah sesuatu yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, namun tidak dimiliki oleh perusahaan yang lain.



Universitas
Pembangunan Jaya

