

1. Business Model Canvas

Gambaran Umum:

Business Model Canvas (BMC) adalah kerangka visual berbentuk kanvas dengan 9 blok utama yang memetakan bagaimana sebuah perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (*create-deliver-capture value*).

9 Blok BMC:

1. Customer Segments (CS): Siapa target pasar? (misal: mahasiswa, perusahaan, masyarakat umum).
2. Value Propositions (VP): Nilai/solusi apa yang ditawarkan? (misal: cepat, murah, inovatif).
3. Channels (CH): Bagaimana produk/jasa sampai ke pelanggan? (misal: aplikasi, website, toko fisik).
4. Customer Relationships (CR): Bagaimana membangun hubungan dengan pelanggan? (misal: self-service, personal support).
5. Revenue Streams (RS): Bagaimana perusahaan menghasilkan uang? (misal: penjualan langsung, langganan, iklan).
6. Key Resources (KR): Aset apa yang penting? (misal: data, SDM, teknologi, brand).
7. Key Activities (KA): Aktivitas utama untuk menciptakan nilai (misal: R&D, distribusi, marketing).
8. Key Partnerships (KP): Pihak eksternal yang mendukung bisnis (misal: supplier, mitra teknologi).
9. Cost Structure (C\$): Biaya apa yang paling besar? (misal: infrastruktur, gaji, iklan).

Kekuatan:

- Mudah dipahami, visual, dan praktis untuk *startup* maupun korporasi.
- Cocok untuk memetakan model bisnis baru atau menganalisis model lama.

2. St. Gallen Business Model Navigator

Gambaran Umum:

Disebut juga *The Magic Triangle*. Fokus pada empat dimensi utama yang membentuk inti model bisnis.

4 Dimensi Navigator:

1. Who: Siapa target pelanggan?
2. What: Apa proposisi nilai yang ditawarkan?
3. How: Bagaimana nilai diciptakan/delivered (proses, sumber daya, mitra)?
4. Value: Bagaimana perusahaan memperoleh keuntungan?

Ciri Khas:

- Framework ini berbasis pada analisis lebih dari 250 model bisnis sukses lintas industri.
- Menghasilkan "*55 business model patterns*" (misalnya: freemium, razor & blade, subscription, platform, crowdsourcing).
- Lebih fokus pada inovasi pola bisnis, bukan hanya memetakan elemen.

3. Value Design Model

Gambaran Umum:

Model ini menekankan pada penciptaan nilai berkelanjutan (sustainable value creation) dengan menyelaraskan strategi bisnis dan kepuasan pelanggan.

Prinsip Utama:

- Fokus pada value-in-use (nilai yang benar-benar dirasakan pelanggan saat menggunakan produk).
- Menekankan cocreation → nilai diciptakan bersama pelanggan, bukan hanya oleh perusahaan.
- Memperhatikan sustainability (ekonomi, sosial, lingkungan).

Contoh:

- Perusahaan teknologi bukan hanya menjual produk, tapi juga membangun ekosistem layanan agar pengguna terus mendapatkan nilai jangka panjang.

4. DNA Model

Gambaran Umum:

Model ini memandang bisnis seperti DNA yang terdiri dari elemen fundamental dan bisa dimodifikasi agar relevan dengan era digital.

Tiga Elemen Utama DNA Model:

1. Digital: Pemanfaatan teknologi digital untuk produk, proses, dan interaksi pelanggan.
2. Network: Kolaborasi dengan mitra, supplier, bahkan kompetitor → menciptakan ekosistem.
3. Algorithm: Pemanfaatan algoritma, data, dan kecerdasan buatan untuk menghasilkan insight dan otomatisasi.

Kekuatan:

- Menunjukkan bahwa model bisnis digital harus adaptif dan berevolusi seperti DNA biologis.
- Sangat relevan di era Big Data & AI.

5. IoT Business Model Types

Gambaran Umum:

Kerangka ini menjelaskan bagaimana Internet of Things (IoT) mengubah logika bisnis tradisional → dari sekedar produk fisik menjadi layanan berbasis data.

Jenis Model Bisnis IoT:

1. Product-oriented: Menjual perangkat IoT (misalnya: smartwatch, sensor).
2. Service-oriented: Menawarkan layanan tambahan berbasis data (misalnya: monitoring kesehatan, predictive maintenance).
3. Platform-based: Membangun ekosistem aplikasi/layanan di atas perangkat IoT (misalnya: Apple Health, Google Home).
4. Data-driven: Mengumpulkan & memonetisasi data dari perangkat IoT (misalnya: analisis perilaku pengguna).

Dampak:

- IoT memaksa perusahaan manufaktur menjadi software/data company.

- Contoh: Tesla → bukan sekedar jual mobil, tapi juga data, layanan software, dan autopilot AI.

Perbandingan

- Business Model Canvas: Praktis, visual, cocok untuk pemetaan.
- St. Gallen Navigator: Fokus pada pola inovasi bisnis lintas industri.
- Value Design Model: Fokus pada penciptaan nilai berkelanjutan & cocreation.
- DNA Model: Digital, Network, Algorithm → bisnis yang berevolusi.
- IoT Business Models: Dari produk → layanan → platform → data monetization.

Model	Focus	Key Elements	Example Company	Value Created
Business Model Canvas	9 building blocks of business model	Customer segments, value propositions, channels, revenue, resources	Gojek	Integrated platform for transport, food, payments
St. Gallen Navigator	Magic Triangle: Who, What, How, Value	Who (customers), What (value), How (delivery), Value (profit)	Netflix	Global entertainment via subscription & AI recommendations
Value Design Model	Sustainable value & cocreation	Value-in-use, cocreation, sustainability	Patagonia	Eco-friendly lifestyle & long-term customer loyalty
DNA Model	Digital, Network, Algorithm as DNA	Digital-first, ecosystem networks, algorithm-driven	Google	Ecosystem of digital services & ad-based revenue
IoT Business Models	From product → service → platform → data	Product-oriented, service-oriented, platform, data-driven	Tesla	Electric mobility + software updates + data monetization