

***Business model* Competition Information Package**

Design For The 2013 International & National *Business model* Competition

Held by The Faculty of Administrative Science

University of Brawijaya

Pembuatan *Business model* sangatlah penting dalam proses menciptakan sebuah bisnis di era sekarang ini. Kegagalan dari banyak bisnis sekarang ini dikarenakan banyaknya perusahaan yang kurang memahami dan tidak mampu berinovasi dengan *business model*. Dengan membuat desain *business model* dan menguji sebuah hipotesis sederhana, calon pebisnis sudah dapat menghemat waktu dan sumber daya sebelum benar-benar mengeksekusi bisnis itu.

Apa itu *Business model*?

Pembuatan *Business model* sangatlah berbeda dengan pembuatan Business Plan. *Business model* menggambarkan rasionalitas dari sebuah organisasi dalam menciptakan, menawarkan dan menangkap nilai. Namun, dalam penerapannya seringkali *business model* itu sulit untuk dipahami dan dimengerti, karena berbagai kompleksitas unsur bisnis yang terkait. Dengan adanya *business model canvas* akan memudahkan dalam memetakan bisnis, serta menciptakan, menawarkan dan menganangkap nilai.

Business model canvas










Business model canvas, sebagaimana dinyatakan dalam buku *Business model Generation* (Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010), merupakan terobosan terbaru di dalam dunia bisnis yang dapat menyederhanakan konsep *Business model* yang rumit dalam. Sebuah bisnis dapat digambarkan dalam satu lembar kertas kerja yaitu *Business model canvas*. *Business model canvas* terdiri dari sembilan (9) elemen yaitu *Customer Segments*, *Customer Relationship*, *Channels*, *Value Propositions*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Key Partners*, *Revenue Streams* dan *Cost Structure*. Dengan menggunakan 9 elemen tersebut, maka pebisnis dengan mudah menjelaskan dan mendiskusikan bentuk *business model*-nya. Menurut akademisi, *Business model* dikelompokkan menjadi 3 kelompok. Pertama, *Business model* sebagai metode (cara). Kedua, *Business model* dilihat dari aspek-aspek atau komponennya. Ketiga, *Business model* sebagai bagian dari strategi bisnis. Gambaran mengenai *Business model canvas* dapat dilihat pada gambar berikut ini.

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On: Day Month Year
Iteration: No.

<h3>Key Partners</h3>  <p>Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform?</p> <p><small>www.businessmodelgeneration.com © 2009 Alexander Osterwalder All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from the author.</small></p>	<h3>Key Activities</h3>  <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p> <p><small>www.businessmodelgeneration.com © 2009 Alexander Osterwalder All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from the author.</small></p>	<h3>Value Propositions</h3>  <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying?</p> <p><small>www.businessmodelgeneration.com © 2009 Alexander Osterwalder All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from the author.</small></p>	<h3>Customer Relationships</h3>  <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?</p> <p><small>www.businessmodelgeneration.com © 2009 Alexander Osterwalder All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from the author.</small></p>	<h3>Customer Segments</h3>  <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</p> <p><small>www.businessmodelgeneration.com © 2009 Alexander Osterwalder All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from the author.</small></p>
<h3>Key Resources</h3>  <p>What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p> <p><small>www.businessmodelgeneration.com © 2009 Alexander Osterwalder All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from the author.</small></p>	<h3>Channels</h3>  <p>Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels integrated? Which one works best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines?</p> <p><small>www.businessmodelgeneration.com © 2009 Alexander Osterwalder All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from the author.</small></p>	<h3>Cost Structure</h3>  <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p> <p><small>www.businessmodelgeneration.com © 2009 Alexander Osterwalder All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from the author.</small></p>	<h3>Revenue Streams</h3>  <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?</p> <p><small>www.businessmodelgeneration.com © 2009 Alexander Osterwalder All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from the author.</small></p>	

Customer Segments

Pembagian kelompok yang terdiri dari orang-orang atau organisasi yang ingin dibidik oleh perusahaan

Value Propositions

Bundling dari sebuah produk atau jasa yang bermanfaat untuk spesifik kelompok pelanggan tertentu. *Value Propositions* adalah alasan mengapa sekelompok pelanggan memilih suatu nilai manfaat tertentu yang ditawarkan bila dibandingkan dengan nilai manfaat yang ditawarkan perusahaan lain. Nilai Proposisi yang ditawarkan bisa sama dengan yang lain namun beda atribut dan fitur. Atau bisa juga sebuah penawaran yang baru yang lebih inovatif dan atau disruptive.

Channels

Menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan mengkomunikasikan dan men-*deliver* nilai proposisi tertentu yang ditawarkan ke sebuah kelompok pelanggan.

Customer Relationship

Menggambarkan bagaimana hubungan yang hendak dibangun oleh sebuah perusahaan dengan kelompok pelanggan.

Revenue Streams

Menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan memperoleh pendapatan dari masing-masing segmen pelanggan. *Revenue Streams* merupakan sebuah komponen yang sangat vital dalam *business model*. Masing-masing sumber pendapatan yang diperoleh dari segmen pelanggan dapat menerapkan mekanisme pricing yang berbeda.

Key Resources

Menggambarkan aset penting sebuah perusahaan agar *business model* dapat berjalan.

Key Activities

Menggambarkan kegiatan penting sebuah perusahaan agar *business model* dapat berjalan.

Key Partners

Menggambarkan jaringan pemasok dan rekanan penting sebuah perusahaan agar *business model* dapat berjalan.

Cost Structure

Menggambarkan struktur biaya untuk menjalankan *business model* tersebut.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai penyederhanaan sebuah konsep model bisnis dapat mengunjungi situs-situs berikut:

Business model canvas dapat di pelajari lebih detail di website berikut:

www.businessmodelgeneration.com

Link Download *Business model canvas*

http://www.businessmodelgeneration.com/downloads/business_model_canvas_poster.pdf

Link Download *Business model Generation Book* (72 halaman, Free Preview)

http://businessmodelgeneration.com/downloads/businessmodelgeneration_preview.pdf

Link Youtube: *Business model Explain*

<http://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s>

Kompetisi *Business model*

Langkah membuat bussines model:

1. Langkah awal adalah temukan sebuah ide bisnis.
2. Berikan deskripsi singkat atau latar belakang munculnya ide tersebut.
3. Identifikasikan dan telusuri asumsi dari ide bisnis tersebut dengan menerapkan dalam *business model canvas*. Jangan hanya membuat satu *business model canvas* dari ide yang telah ditemukan. Buatlah sebanyak-banyaknya *business model canvas* yang sesuai, kemudian pilihlah salah satu yang terbaik diantaranya.
4. Lakukan pengujian atas *asumsi business model* tersebut, minimal dengan calon konsumen bisnis atau dengan pemasok. Apabila *business model* tersebut mengalami kendala di lapangan, semisal calon konsumen kurang merespon *business model* yang Anda tawarkan, maka lakukanlah *pivot*. *Pivot* adalah melakukan penyesuaian kembali *business model* yang telah dibuat dengan merubah salah satu atau beberapa komponen dari kesembilan bagian *business model canvas*.
5. Apabila memungkinkan, sajikan data *market traction*. Market traction yaitu perhatian pelanggan atau pasar, dapat berupa bukti kuantitatif dari sebuah permintaan pasar. Market Traction dapat disajikan dalam bentuk data mentah atau testimoni dari pelanggan, yang meliputi hal-hal sebagai berikut:
 - Profitability atau perolehan laba
 - Revenues, perolehan pendapatan atau omset

- Active users atau pelanggan aktif
- Registered users atau pelanggan terdaftar
- Customer Engagement atau keterkaitan dan tanggapan pelanggan
- Partnership clients atau kerjasama dengan klien bisnis
- Traffic atau volume akses pelanggan

6. Tahap Akhir, identifikasikan seluruh proses yang telah dilakukan. Dengan melakukan langkah terakhir ini Anda telah sampai pada bentuk *business model* terakhir yang menurut Anda paling layak untuk siap dijalankan.

Informasi Tentang Kompetisi

Hadiah Uang:

Award	Prize Money International Category	Prize Money National Category
1st Place	2000 USD	1000 USD
2nd Place	1000 USD	500 USD
3rd Place	500 USD	250 USD
4th-5th Place	250 USD	125 USD

* Total hadiah uang 6000 USD

Jadwal Kompetisi *Business model* 2013:

Registration Start	:	15 oktober 2012
Submission Open	:	29 Oktober 2012
Submission Deadline	:	07 Januari 2013
Reviewing of submitted <i>Business model</i>	:	08 Januari 2013 - 21 Januari 2013
Finalist Annoucement	:	22 Januari 2013
Final Presentation	:	22 Febuari 2013

Aturan Pendaftaran

Panitia Kompetisi *Business model* (International & National Category) menetapkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Satu tim terdiri maksimal 5 orang anggota, yang berasal dari mahasiswa tingkat S1 atau S2 dari PTN (Perguruan Tinggi Negeri) maupun PTS (Perguruan Tinggi Swasta).
2. Untuk tim *business model* competition category international adalah tim yang mengikuti dan mengumpulkan hasil presentasi business model-nya dalam bahasa Inggris. Sedangkan untuk kategori National *Business model* adalah yang mengumpulkan dan *business model* dalam bahasa Indonesia.
3. *Business model* yang diikuti dalam kompetisi ini adalah *business model* yang telah dikembangkan oleh tiap-tiap anggota dalam sebuah tim tersebut. Yang mana anggota tim dapat terdiri dari para pemilik (founder dan atau co-founder) dan para manajer (management role) yang sesuai dengan kesepakatan masing-masing anggota dalam sebuah tim.
4. Bidang bisnis yang dikompetisikan dalam kompetisi *Business model* adalah:
 - a. Berada dalam tahap “seed funding” atau perusahaan baru yang belum memiliki catatan keuangan sebelum bulan Juni 2012.
 - b. Belum pernah dan belum memiliki profesional investment dari angel atau venture capitalist financing manapun.
5. Sebuah tim diperbolehkan mendapatkan profesional mentor dari Dosen maupun profesional lain yang paham tentang *business model* dan atau start-up business sebagai bantuan konsultasi tim.

Tahapan Kompetisi

Tahap 1- Registrasi

Silahkan registrasi tim Anda untuk mengikuti kompetisi *Business model* untuk masing-masing kategori di www.espriex.com perhartikan batas akhir waktu pengumpulan *business model* Anda. Anda mempunyai waktu kurang lebih 2 bulan untuk dapat mengeksplor konsep dan pemikiran Anda sebaik-baiknya, dengan waktu 2 bulan tersebut bisa menjadi waktu yang terlalu pendek, jika tidak dikerjakan secara serius dan sistematis.

Tahap 2 – Pengumpulan *Business model*

Kirimkan desain *Business model* Anda yang berupa format file multi-media (powerpoint, keynote, prezi, video file). Pastikan format presentasi tersebut dilengkapi dengan audio file yang menjelaskan proses *business model* development tim Anda. Durasi dari audio presentasi *business model* Anda tidak boleh lebih dari 10 menit. Batas akhir waktu pengiriman *business model* adalah pada tanggal 6 Januari 2013, pukul 23:59.

Tahap 3 – Review

Seluruh *business model* yang telah terkirim akan di unduh oleh Panitia yang kemudian akan dikirim ke tim reviewer *espriex business model*. Setelah semua file peserta *business model* competition direview akan dipilih menjadi masing-masing kategori 5 finalis, penilaian tim juri didasarkan pada 4 macam kriteria penilaian yang akan dijelaskan dalam Judging Points.

Tahap 4 – Final Presentation

Pengumuman finalis akan diumumkan di dalam website FIA www.fia.ub.ac.id dan www.espriex.com untuk kemudian masing-masing finalis kembali melakukan registrasi ulang ke panitia untuk mengikuti kompetisi final yang akan diselenggarakan pada tanggal 22 February 2013 di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Kompetisi Final dari *Business model* Competition merupakan tahap final dimana masing-masing tim yang menjadi finalis akan mempresentasikan ulang *business model* (dengan durasi waktu maksimum per tim 10 menit) yang dilakukan didepan juri panel yang ditunjuk oleh panitia kompetisi *business model* FIA UB.

Panel juri tahun ini terdiri dari:

1. 1 (Satu) orang Venture Capitalist or Enterpreneur
2. 1 (satu) orang Prof. of Business School from Indonesian Top University
3. 1 (satu) orang Prof. of Business School from ASEAN Top University

Aturan Pengumpulan

Didalam kompetisi *Business model* kali ini, panitia tidak membatasi kreatifitas tim dalam cara penyajian *business model*-nya. Namun Panitia memberikan aturan standar sebagai gambaran umum mengenai apa saja yang perlu di tampilkan dalam slide presentasi masing-masing tim peserta, sebagai berikut:

Title Slide, berisikan Nama dari bisnis Anda, jelaskan juga siapa Anda dan kegiatan operasional bisnis Anda.

Assumption Slide, berisikan narasi atas hipotesis ide awal dari tim Anda. Apakah bisnis Anda telah mengidentifikasi sebuah masalah konsumen (segmen pelanggan) tertentu?, barulah kemudian hipotesis-kan *business model* pertama Anda. Ingat bahwa hipotesis itu adalah apa yang menjadi problem konsumen dan apa yang menjadi solusi dari problem tersebut.

Action Slide, berisikan penjelasan bagaimana Anda menguji hipotesis tersebut, dengan apa Anda menguji hipotesis tersebut (melakukan interview pada pelanggan atau pemasok, dll), fakta apa yang telah Anda temui?. Poin penting dalam slide ini adalah pengidentifikasian masalah dan solusi apa yang Anda temukan, kemudian apakah proses penyelesaian masalah tersebut dapat ditunjang dengan data yang Anda miliki.

Pivot Slide, berisikan narasi atas hasil pengamatan apakah ide awal atau hipotesis awal telah terbukti salah atau benar. Kemudian buat daftar langkah-langkah “*pivot*” atau penyesuaian yang telah Anda lakukan terhadap *business model* lama.

Validated Business model Slide, berisikan gambaran diagram *business model* akhir (*Business model canvas*). Yang berisikan menjelaskan bagaimana *Business model* tersebut mampu mengirimkan nilai ke segmen pasar atau pelanggan, penjelasan tersebut secara terinci meliputi :

- *Solution Slide* berisi penjelasan tentang solusi dari suatu permasalahan pelanggan yang Anda temukan dan tunjukkan bukti bila ada mengenai komentar pelanggan, klien, dan atau bukti penjualan.
- *Go-to-Market Strategy* berisikan bukti-bukti atau poin yang membuat Anda berfikir bahwa bisnis tersebut layak untuk dijalankan?, serta pendapat-pendapat yang Anda temukan dan bisa dipercayai (convience opinion) yang diberikan oleh konsumen atas bisnis Anda tersebut.
- *Size of Market* berisikan penjelasan persepek bisnis tersebut dilihat dari pangsa pasarnya dan seberapa besar peluang tersebut.
- *Lesson Learned* berisikan simpulan pelajaran dan pengalaman yang dapat Anda temukan dalam proses pembuatan *business model* tersebut.

Kreteria Penilaian (Judging Points)

Setiap *bussines model canvas* yang masuk ke panitia akan dinilai berdasarkan 4 macam kriteria penilaian. Masing-masing kriteria memiliki rentang nilai antara 0-100 dimana bobot dari masing-masing kriteria penilaian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kreativitas, Orisinalitas, dan inovasi atau kebaruaran atas penciptaan *business model*. Pengetahuan akan sebuah permasalahan konsumen (*customer pain/problems*) yang telah ditemukan oleh tim peserta (25%).
2. Kemampuan tim dalam melakukan "*pivot*" *business model* atau penyesuaian dengan proses temuan di lapangan serta *progress* dari temuan dalam *business model* akhir (25%).
3. Kemampuan bussines model yang ditemukan untuk diterapkan dalam dunia usaha (25%).
4. Kemampuan dalam menjelaskan seluruh proses mulai dari asumsi awal, dilanjutkan proses pengujian asumsi-asumsi tersebut, sampai kepada temuan-temuan apa saja yang telah ditemukan selama proses perancangan *business model* yang paling sesuai. (25%)

To all students of espriex *business model* competition,

Espriex 2013 is a series of event held by the faculty of administrative science in celebrating the 50th dies natalis of Brawijaya University.

This year Espriex 2013 will held *business model* competition for college students which are categories in two different categories which are for the national *business model* competition category and the international *business model* competition category.

Once again, this is not a business plan competition and we will keep reminding you about that. Join our event Espriex *Business model* Competition 2013 and get free coaching from our team in building your new venture.

Join now and register your team through our website www.espriex.com or complete this form and drop it off our drop box placed at the receptionist desk at building B 1st Floor Faculty of Administrative Science before 12th of November 2012.

This team who sign up first will get the chance to be coached by the *business model* team.
First come first serve!

----- Cut Here -----

PLEASE COMPLETE THE FOLLOWING SECTION
AND DROP THIS FORM IN OUR DROP BOX

TEAM (OR BUSINESS) NAME: _____

CONTESTANTS (TEAM MEMBERS): LIST ALL THE TEAM MEMBERS AND CONTACTS

No	NAME	EMAIL	UNIVERSITY	SIGNATURE	DATE JOIN
1					
2					
3					
4					
5					

INDICATE A CATEGORY (RETAIL, MANUFACTURING, ETC) OF YOUR *BUSINESS MODEL*: _____

* You can duplicate the form by yourself and submit it to espriex@gmail.com as well. Thank You.