



Mengembangkan Model Keberlanjutan Usaha Sosial

PERTEMUAN 7

Konsep model bisnis.

Model bisnis sendiri adalah struktur atau konsep bagaimana sebuah produk dilihat oleh konsumen.

Dengan model bisnis, konsumen dapat mengetahui bagaimana produk Anda dapat diproduksi hingga ke tangan mereka sehingga dapat membentuk persepsi nilai konsumen.

Apa Itu **Business Model**?

business model adalah sebuah model dasar yang menjelaskan bagaimana sebuah bisnis dapat menghasilkan keuntungan. Melalui komponen ini, bisnis tidak akan berjalan tanpa arah.

Mengapa kita harus membuat bisnis model?

- Manfaat model bisnis yang utama adalah dapat menentukan keunggulan yang kompetitif.
- Model bisnis yang solid akan unggul dibanding perusahaan dengan model bisnis tak jelas.
- Penerapan model bisnis yang unik juga akan meningkatkan reputasi perusahaan di pasar.

Apa tujuan model bisnis?

Tujuan dan pentingnya membangun model bisnis adalah membantu perusahaan dalam mengembangkan rencana usaha, menetapkan, dan memvalidasi poin-poin penting dari lini usaha, yang meliputi kegiatan, sumber daya, hubungan pelanggan, pendapatan, dan pengeluaran.

Apa bedanya Bisnis model dan bisnis plan?

- **Model bisnis** bertujuan untuk memberikan arahan pada karyawan dalam menjalankan usaha dan aktivitas usaha.
- Business **plan** dibuat untuk mendapatkan konsep dan taktik yang dapat dilaksanakan dengan batasan dan kondisi yang dimiliki oleh usaha.

Model keberlanjutan usaha sosial.

Selain menghasilkan pendapatan, sebuah bisnis sosial akan menghasilkan dampak atau manfaat sosial dan lingkungan yang signifikan bagi masyarakat.

Lebih spesifik lagi sebuah bisnis sosial yang berkelanjutan (sustainable) harus dapat memanfaatkan sumber daya internal secara efektif dan efisien, untuk tujuan sosial nya.

faktor kesuksesan, yang akan memastikan keberlanjutan (sustainability) bagi bisnis sosial

1. · Kepemimpinan yang kuat
2. · Motivasi dan komitmen manajemen
3. · Motivasi dan komitmen terhadap rekan-rekan
4. · Lingkungan hukum dan peraturan
5. Model bisnis organisasi
6. · Keahlian manajemen
7. · Keahlian dari anggota kunci sebuah organisasi
8. · Keterlibatan komunitas lokal
9. · Keberlanjutan finansial
10. · Kemampuan untuk berinovasi
11. · Penggunaan sumber daya secara rasional

Model bisnis sosial kanvas

Social Business Model Canvas adalah sebuah teknik yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis sosial secara visual. Teknik ini diadaptasi dari business model canvas yang dikembangkan pertama kali oleh Alexander Osterwalder. Menurut Osterwalder (2009).

SOCIAL BUSINESS MODEL CANVAS

MISSION:				
IMPLEMENTATION		VALUE	MARKET	
Key Allies	Key Resources	Social Innovation	Customer Relationships	Channels
	Key Activities	Value Proposition	Customer Segments	
FINANCES				
Cost of Delivery		Community Reinvestment	Revenue Streams	

SOCIAL BUSINESS MODEL CANVAS

MISSION: Mengembangkan sumber daya desa melalui makanan dan pertanian dengan berkolaborasi dengan petani local serta menerapkan prinsip pertanian berkelanjutan.

IMPLEMENTATION (Create Value)		VALUE	MARKET (Deliver Value)	
Key Allies <ul style="list-style-type: none"> - Berbagai mitra pendamping petani seperti: <ul style="list-style-type: none"> - Yayasan Kerabat Desa Kota - Yayasan Bina Desa - Sekolah Tani Muda - Kelompok Tani - Dan lain-lain - Berbagai mitra penyandang dana: <ul style="list-style-type: none"> - Australian Government - Pemerintah Daerah 	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> - Bibit tanaman - Lahan pertanian - Pengetahuan & teknologi pertanian - Sumber daya manusia (petani & pengolah produk Agradaya) - Hak paten/Isensi Merek - Pendanaan 	Social Innovation <p>Memotong rantai produksi produk rempah untuk kesejahteraan petani dengan konsep fair-price & fair-trade.</p>	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> - Business-to-business - Business-to-consumer 	Channels <ul style="list-style-type: none"> - Media sosial - Acara/Pameran - Retailer - Corporate partnership
	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> - Pengelolaan relasi dengan petani - Pengembangan kemitraan - Riset dan pengembangan produk - Mencari potensi pasar baru - Mencari solusi permasalahan pertanian 	Value Proposition <ul style="list-style-type: none"> - Produk olahan rempah berkualitas & organik - Produk bernilai sosial - Praktik pertanian berkelanjutan - Inovasi produk makanan dan pertanian 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> - Purchaser: Donatur, investor - User: konsumen produk makanan/minuman, pecinta gaya hidup sehat/organik - Stakeholder: pemerintah, masyarakat, petani 	
FINANCES				
Cost of Delivery <ul style="list-style-type: none"> - Modal kerja untuk perawatan dan pengelolaan pertanian - Biaya riset dan pengembangan teknologi - Biaya pemasaran - Biaya sumber daya manusia - Biaya operasional lain-lain 	Community Reinvestment <p>Pengembangan teknologi dan pengetahuan pertanian kepada petani</p>	Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> - Penjualan produk Agradaya baik skema b2b maupun b2c - Workshop - Tourism 		