

BAB II TINJAUAN UMUM

2.1 Desain Business Model Canvas

Business Model Canvas		Bisnis Plan	Nama	Nim
		Night Light Popsicle	Rico Miliniyan Bahri	2018021101
Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • Supplier • Marketplace • Pameran 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Pembelian bahan • Produksi • Promosi • Pendistribusian 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Penghias ruangan • Ramah lingkungan • Murah • Hemat listrik 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> • Bebas ongkir • Potongan harga • Garansi 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • 17 – 50 Tahun • Mahasiswa • Ibu rumah tangga
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> • Uang • Peralatan • Brand 		Channels <ul style="list-style-type: none"> Offline <ul style="list-style-type: none"> • Toko / Lapak Online <ul style="list-style-type: none"> • Media sosial • E-commerce 	
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku • Peralatan • Packaging • Internet • Gaji karyawan 		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan produk lampu tidur "Night Light Popsicle" 		

Gambar 2.1 Desain Business Model Canvas

2.2 Customer Segment

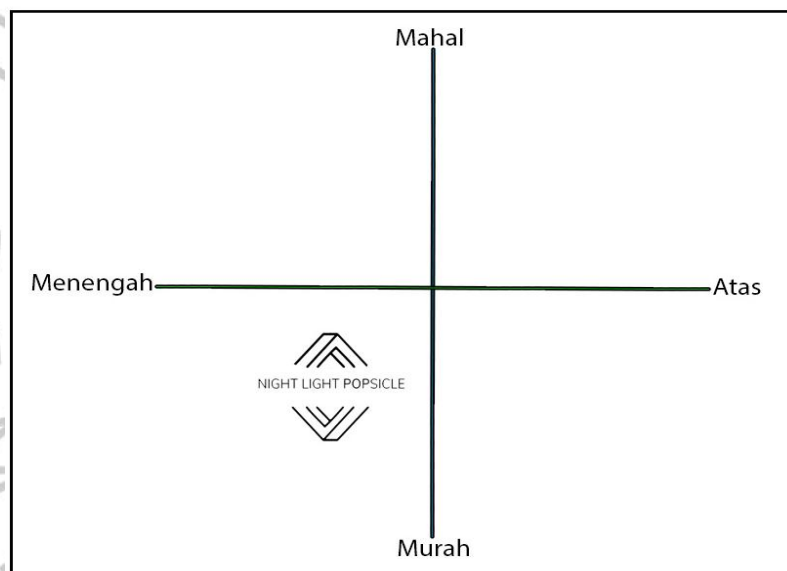
2.2.1 Segmentation

Dalam hal *segmenting*, Kami menggunakan segmentasi geografi dengan memilih daerah Pinggiran kota dan Perkotaan yakni kota Tangerang Selatan. Lalu untuk segmentasi demografis kami mengelompokkan mereka adalah masyarakat yang berumur 17-50 tahun yang menginginkan suatu produk lampu tidur dengan harga terjangkau namun ramah lingkungan yang berguna untuk penerangan sudut ruangan ataupun sebagai hadiah. Dan memiliki pendapatan menengah yakni 3-5 juta per bulannya serta memiliki hobi dalam merubah tatanan dan mendekorasi ruang.

2.2.2 Targeting

Setelah melihat segmentasi pasar yang ada, kami menentukan kalau target pasar kami sendiri adalah B2C. Dalam menawarkan produk kami ke B2C kami menawarkannya kepada orang yang ingin memiliki instrumen penerang dengan cahaya redup untuk kenyamanan ruang istirahat ataupun sebagai objek untuk memperindah sudut ruangan. Dengan demikian harapan kami akan ada *review* positif dari konsumen, yang dapat menceritakan pengalamannya ke orang lain, sehingga produk kami dapat dikenali oleh konsumen lainnya.

2.2.3 Positioning



Gambar 2.2.3 Positioning

Kami menempatkan produk kami, dalam memberikan produk yang berkualitas tinggi namun memiliki harga yang terjangkau konsumen. Karena tujuan kami untuk saat ini bukan pada profit yang besar, tapi pada penjualan per unitnya.

2.2.4 Differentiation

Night Light Popsicle menawarkan produk kepada konsumen sebuah lampu tidur dengan bahan yang unik dan desain yang minimalis

serta produk yang ramah lingkungan dengan harga yang ramah bagi konsumen.

2.3 Value Propotion

Penghias Ruangan

Night Light Popsicle menawarkan produk lampu tidur yang dapat dijadikan penghias ruangan sehingga mampu memberi kesan yang dapat memberi nilai tambah estetika terhadap ruangan pada konsumen.

Ramah Lingkungan

Karena terbuat dari bahan berdasar kayu pastinya produk ini tentunya menciptakan produk yang ramah lingkungan. Dengan demikian konsumen bisa membeli produk yang ramah lingkungan dengan harga yang murah namun berkualitas tinggi. Sehingga konsumen merasa

- nyaman dengan produk yang dibelinya.

Murah

Konsumen bisa mendapatkan produk lampu tidur dengan harga murah di bandingkan produk lampu tidur yang ada dipasaran yang dijual dengan harga lebih tinggi. Selain itu tentunya produk ini juga awet digunakan dalam jangka waktu yang lama

Hemat Listrik

Mampu menghemat listrik, karena lampu tidur dapat dipercaya bisa menghemat tagihan listrik, dengan demikian mematikan lampu utama ketika istirahat dan menggantinya dengan lampu tidur, konsumen dapat mengurangi konsumsi energi listrik yang digunakan. Hal lain pun bisa juga membantu mengurangi dampak global warming.

2.3.1 Problem/OpportunitiyandCurentSolution

Lampu merupakan perangkat yang menghasilkan cahaya untuk penerangan suatu ruangan. Namun, seiring perkembangan zaman kini lampu memiliki berbagai jenis seperti lampu tidur atau lampu hias. Lampu tidur sendiri memiliki beragam bentuk yang unik dan desain yang bagus serta berbagai macam warna lampu, membuat lampu tidur memiliki

minat beli yang cukup banyak bagi kalangan masyarakat, tapi sayangnya harga produk yang ditawarkan pada umumnya memiliki harga yang cukup tinggi. Tapi keinginan konsumen yang ingin membeli lampu tidur untuk kebutuhannya ataupun hanya dijadikan hiasan semata tentu masih ada untuk mendapatkan pengalaman suasana ruangan yang berbeda, walaupun biaya yang dikeluarkan cukup banyak. Oleh karena itu banyak para pembuat lampu tidur atau perusahaan perabotan rumah tangga berlomba-lomba menciptakan produk yang inovatif dengan berbagai fitur modern agar mampu menarik daya beli konsumen sehingga konsumen mau membeli produk yang mereka jual.

2.3.2 Proposed Solution

Setelah melihat masalah yang timbul pada konsumen, kami yakin bahwa Night Light Popsicle dapat memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen. Dengan merekomendasikan lampu tidur yang memiliki harga ekonomis serta rancangan desain *stylish* yang minimalis dan berkualitas bagi konsumen. Kami yakin Night Light Popsicle akan menjawab permasalahan konsumen dalam membeli produk lampu tidur guna merasakan suasana yang nyaman saat tidur maupun saat istirahat di kamar tidur atau dalam ruangan.

2.4 Channels

2.4.1 Awareness Channels

Online

- Media Social
 - ◆ Instagram
 - ◆ Facebook
- E-Commerce

Kami menjual barang melalui beberapa *e-commerce* seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee. Sehingga memudahkan konsumen dalam mencari produk kami. kami berharap penjualan Night Light Popsicle semakin meningkat dengan adanya bantuan dari *e-commerce* tersebut..

Offline

→ Toko/Lapak

Kami akan membuka toko, yang nantinya di mana para konsumen bisa langsung melihat produk yang kami tawarkan. Sehingga dengan berbelanja langsung di toko, konsumen bisa mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginannya, agar lebih percaya kepada kualitas produk dan pelayanan Night Light Popsicle.

2.4.2 Purchasing

→ **Online**

◆ Online store

Kami akan mencantumkan produk kami ke beberapa *online store* yang sudah dikenal oleh masyarakat luas, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee.

→ **Offline**

◆ Toko/Lapak

Kami akan membuka beberapa *store* untuk memudahkan konsumen, agar konsumen bisa langsung melihat, menyentuh, dan mencoba produk kami. Selain itu konsumen juga bisa melakukan penawaran secara langsung kepada penjual hingga mendapatkan harga yang bersahabat dan tanpa khawatir mendapatkan barang yang tidak sesuai.

2.5 Customer Relationship

Bebas Ongkir: Kami akan memberikan pelanggan pelayanan pengiriman bebas ongkos kirim bila mana konsumen melakukan pembelian 2 produk lampu tidur di toko kami dengan jarak tempuhnya masih di sekitar wilayah kota tangerang selatan ketika pelanggan membeli produk kami.

Potongan Harga: Jika konsumen membeli produk kami dalam jumlah banyak tentunya akan ada potongan harga yang didapatkan ataupun suatu diskon 30% yang diberikan saat awal bulan.

Garansi: Kami akan memberikan garansi apabila barang yang diterima konsumen mengalami kerusakan atau tidak sesuai saat pengiriman.

2.6 Revenue Streams

Penjualan produk lampu tidur Night Light Popsicle.

2.7 Key Resources

Uang: Uang adalah hal penting dalam pembiayaan dan produksi Night Light Popsicle.

Peralatan: Aset yang tak kalah penting adalah peralatan produksi produk kami, yang dimana digunakan untuk pembuatan produk.

Brand: Night Light Popsicle adalah nama *brand* kami, *brand* menjadi penting dan terpercaya untuk membangun *value* di mata konsumen

2.8 Key Activities

Pembelian Bahan: Kami mencari dan melakukan pembelian bahan-bahan yang nantinya digunakan untuk pembuatan produk.

Produksi: Setelah mencari bahan-bahan yang dibutuhkan, lalu kami melakukan proses produksi untuk beberapa produk.

Promosi: Melakukan promosi dan pemasaran dengan cara upload gambar dan video produk melalui media social dengan memanfaatkan instagram dan facebook.

Pendistribusian: Menyalurkan produk kepada konsumen, dengan begitu suatu produk bisa tersebar luas dan bisa di beli konsumen yang memang membutuhkan.

2.9 Key Partners

- Supplier

- Marketplace
- Pameran

2.10 Cost Structure

Pada bagian ini kami akan memperlihatkan sistem keuangan yang ada pada bisnis kami, untuk proses produksi produk kami.

Biaya Tetap (Fixed cost):per perbulan

Di bawah ini adalah tabel alat yang di gunakan:

No.	Nama Barang	Jumlah Barang	Satuan	Harga Satuan	Harga Satuan X Jumlah Barang
1.	Cutter	1	Pcs	Rp. 10.500,-	Rp. 10.500,-
2	Lem	2	Pcs	Rp. 26.000,-	Rp. 52.000,-
3	Lakban	2	Pcs	Rp. 8.000,-	Rp. 16.000,-
4	Bubble Warp	1	Roll	Rp. 25.000,-	Rp. 25.000,-
				TOTAL	Rp. 103.500,-

Tabel 2.10. Biaya Tetap

Biaya Variabel (Variable cost) - Per Produksi :dalam 1 bulan

No.	Nama Barang	Jumlah Barang	Satuan	Harga Satuan	Harga Satuan X Dalam 1 bulan
1.	Stik Es Krim	200	Pcs	Rp. 12.000,-	Rp. 360.000,-
2.	Kabel	1	Pcs	Rp. 14.000,-	Rp. 420.000,-
3.	Baking Paper	1	Lembar	Rp. 2.000,-	Rp. 60.000,-
4.	Lampu	1	Pcs	Rp. 5.000,-	Rp. 150.000,-
5.	Stik Kayu	8	Pcs	Rp. 4.000,-	Rp. 120.000,-
6.	Packaging	1	Pcs	Rp. 5.000,-	Rp. 150.000,-
				TOTAL	Rp. 1.260.000,-

Tabel 2.10 Biaya Variabel