



PEMODELAN BISNIS DIGITAL

B U S I N E S S M O D E L L I N G

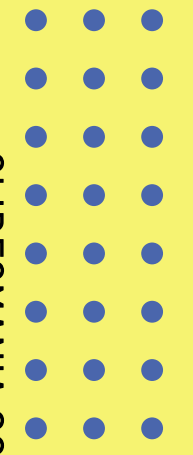
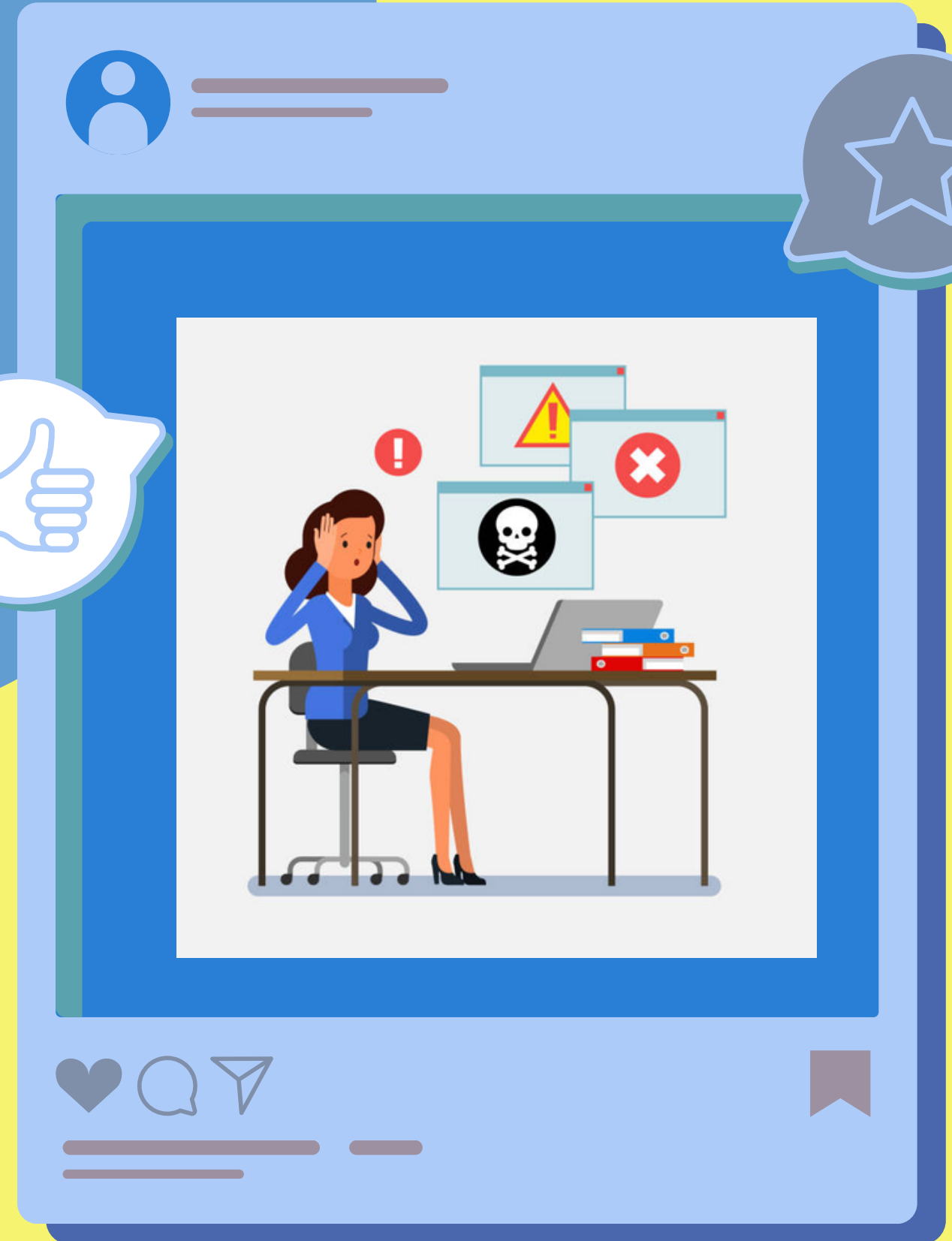
PIVOT

Lina Fatimah Lishobrina, S.A.B., M.M

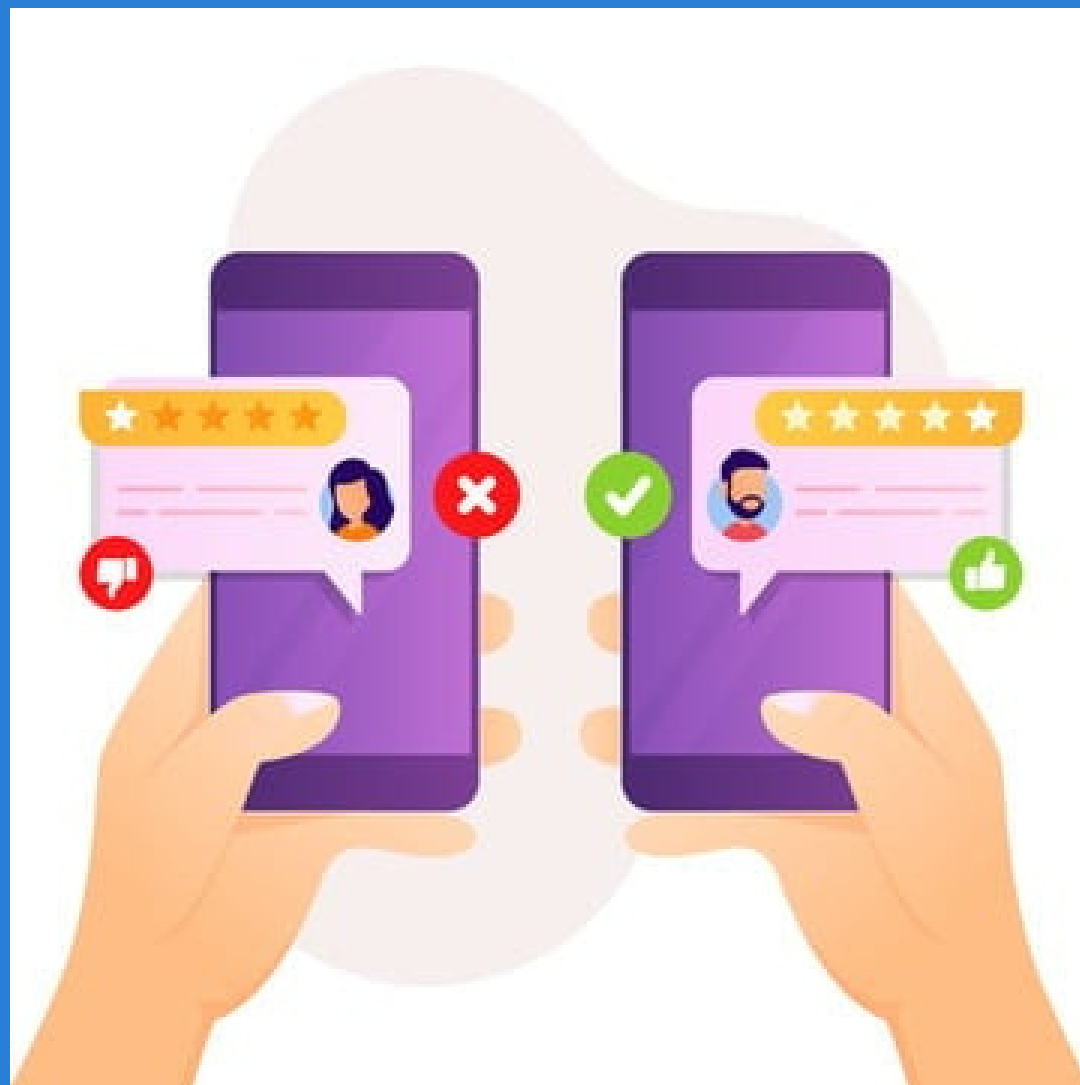




SAATNYA PIVOT ?

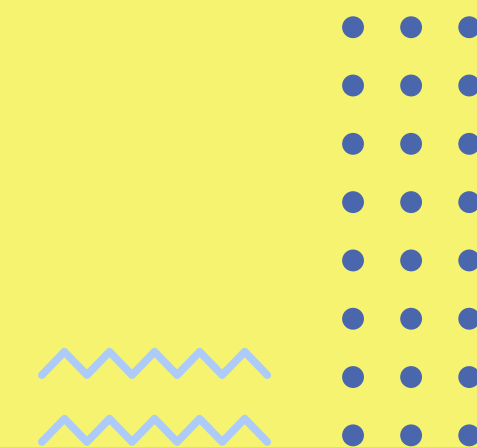




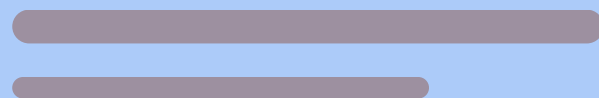




“Ketika memulai produk atau layanan baru, kita membuat asumsi (hipotesis) bahwa produk dan model bisnis ini adalah sesuatu yang akan membuat pelanggan senang dan bahwa bisnis dapat mencapai tujuannya dengan membangun produk ini. Tapi itu tidak selalu terjadi.”



Contoh Hipotesis



Hipotesis awal : “Konsumen membutuhkan sebuah platform digital untuk mencari kebutuhan barang sehari-hari”

Hipotesis pivot 1 : “Konsumen membutuhkan sebuah platform digital untuk mencari makan di sekitar rumah mereka”

Hipotesis pivot 2 : “Konsumen membutuhkan sebuah platform digital untuk memesan makan di sekitar rumah mereka”





PIVOT

- Koreksi terstruktur yang dirancang untuk menguji hipotesis baru tentang produk dan model bisnis



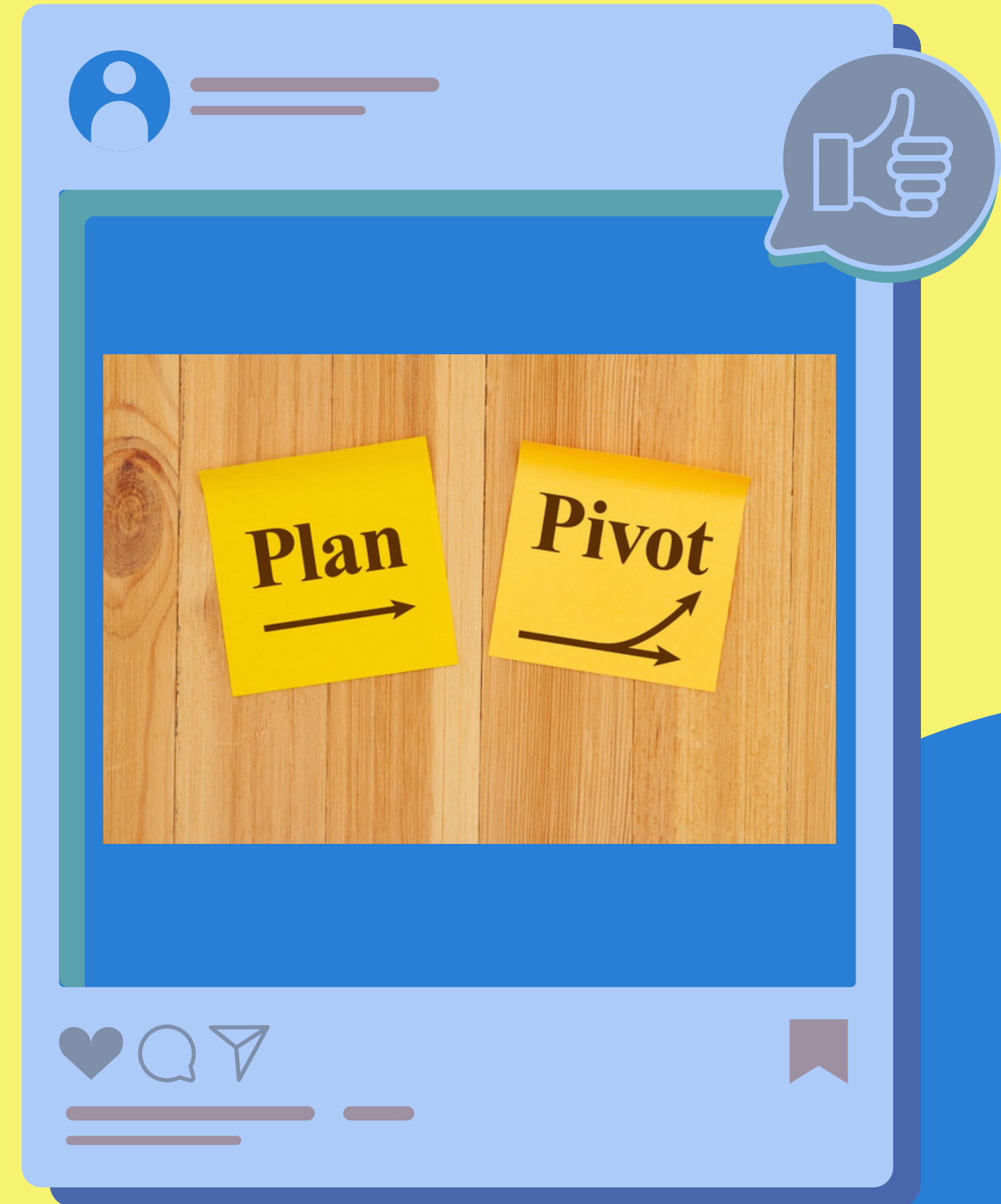
578

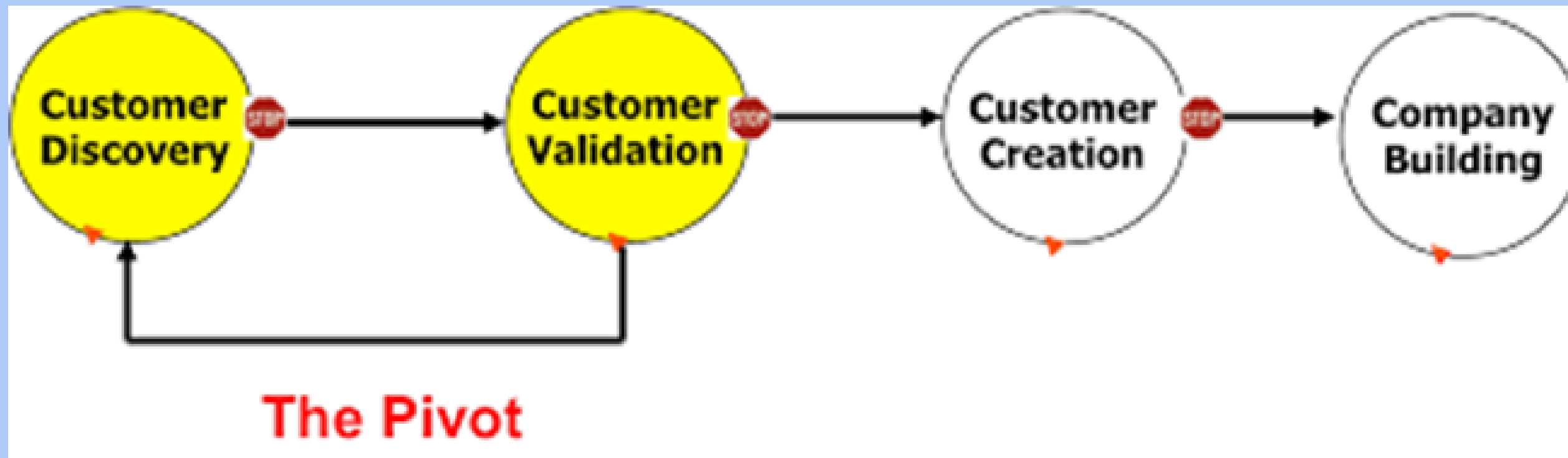


1K



5K





Tipe-tipe **PIVOT**

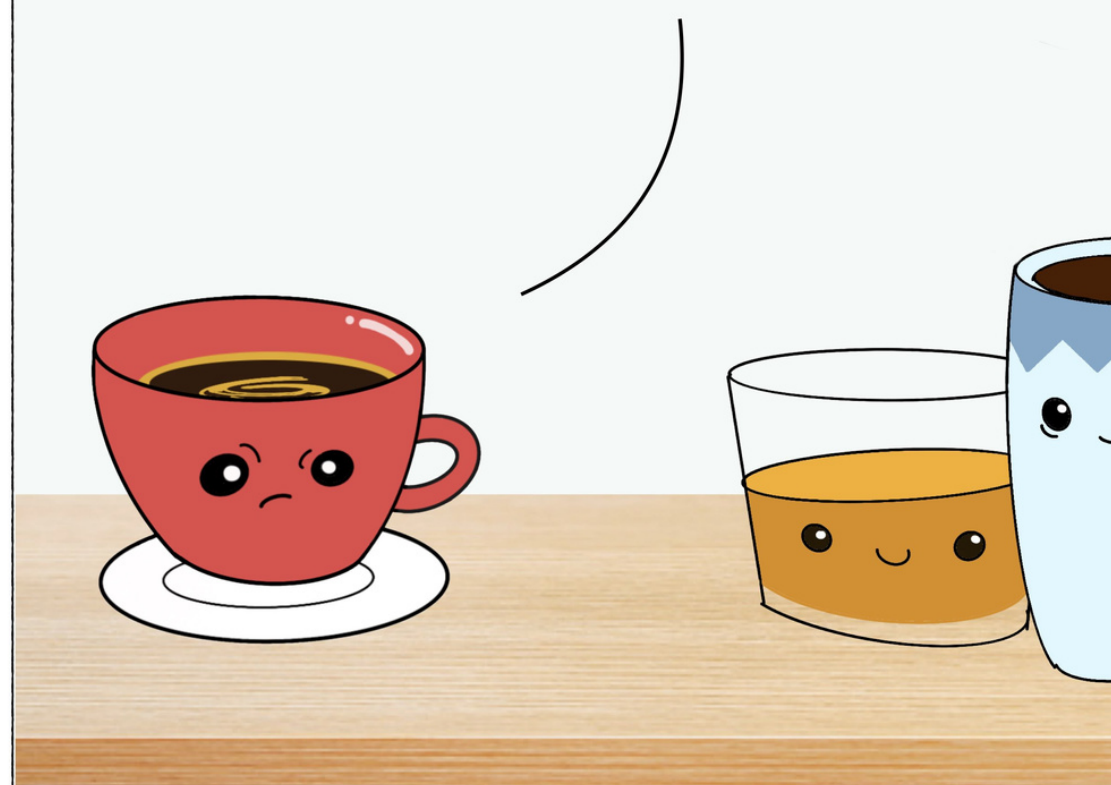
(Lean Startup, Eric Ries)



SCOTCH & BEAN

ZOOM-IN PIVOT

FORGET ABOUT LUNCH AND
DINNER, WE'RE ONLY DOING
BREAKFAST!

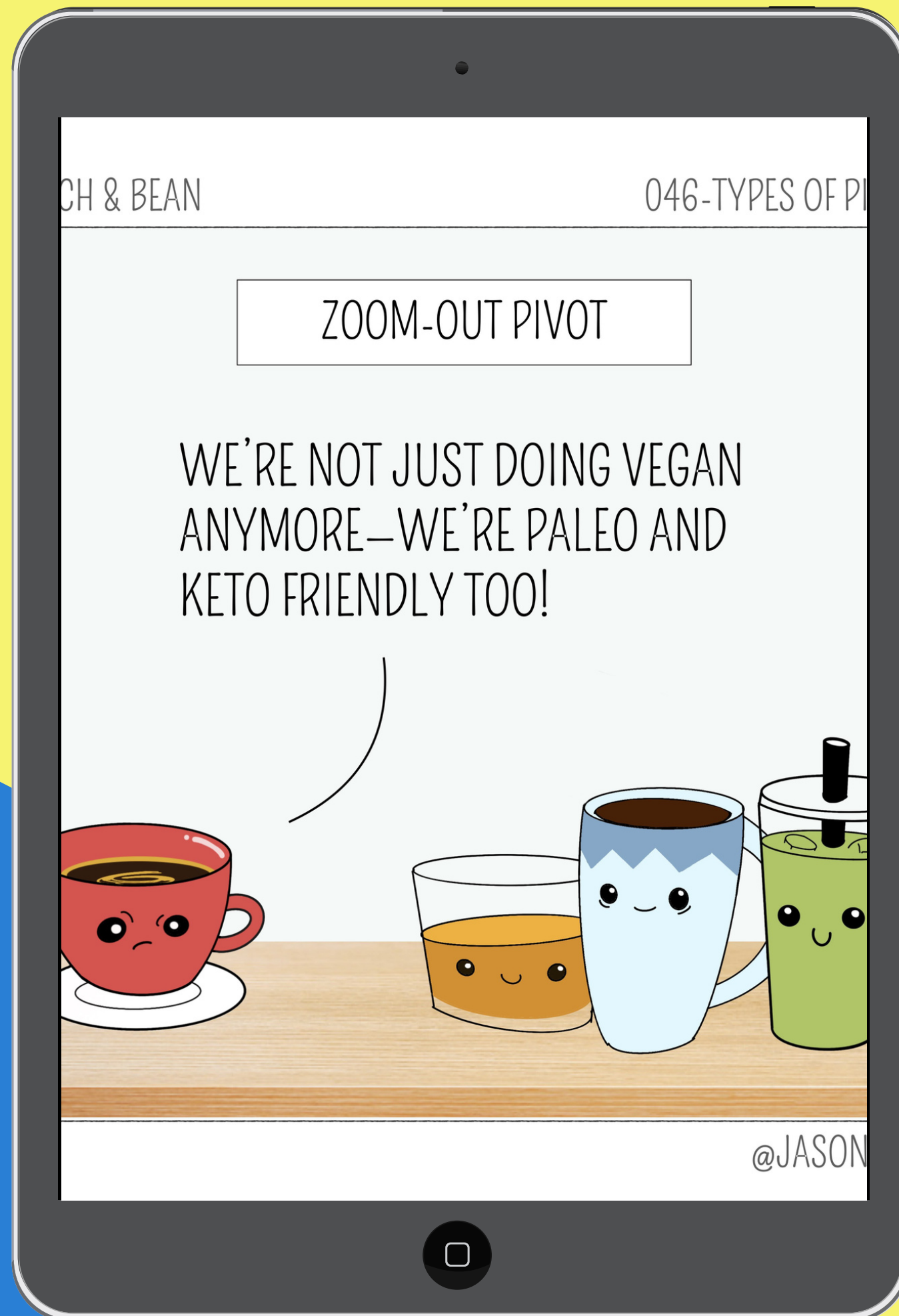


1. Zoom in

- **Pivot ini dapat berguna ketika anda melihat bahwa satu fitur di produk anda mendapatkan daya tarik dan minat yang jauh lebih besar daripada fitur lain di produk Anda.**
- **Anda kemudian dapat "memutar" dengan menawarkan produk baru yang hanya menawarkan satu fitur tersebut.**
- **dengan melakukan itu anda dapat mendedikasikan lebih banyak sumber daya untuk menyempurnakan fitur ini**
- **Anda juga dapat menjangkau pasar lebih cepat dan membangun MVP dengan lebih efisien.**

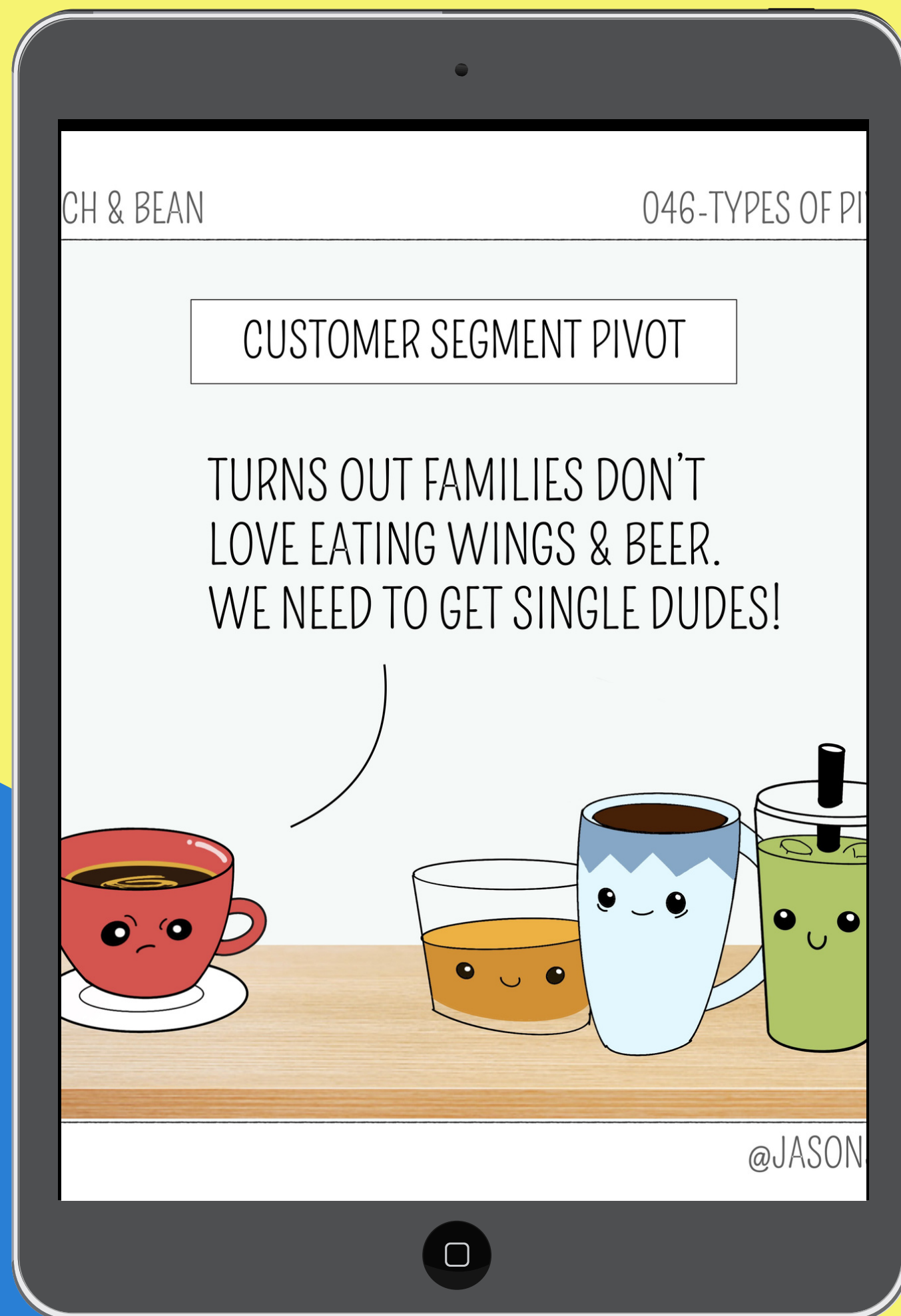
2. Zoom Out

- **Ini adalah pivot di atas secara terbalik. Anda memperluas produk Anda untuk memasukkan lebih banyak fitur.**
- **Sekarang apa yang dianggap sebagai keseluruhan produk menjadi satu (atau beberapa) fitur dari produk yang lebih besar.**



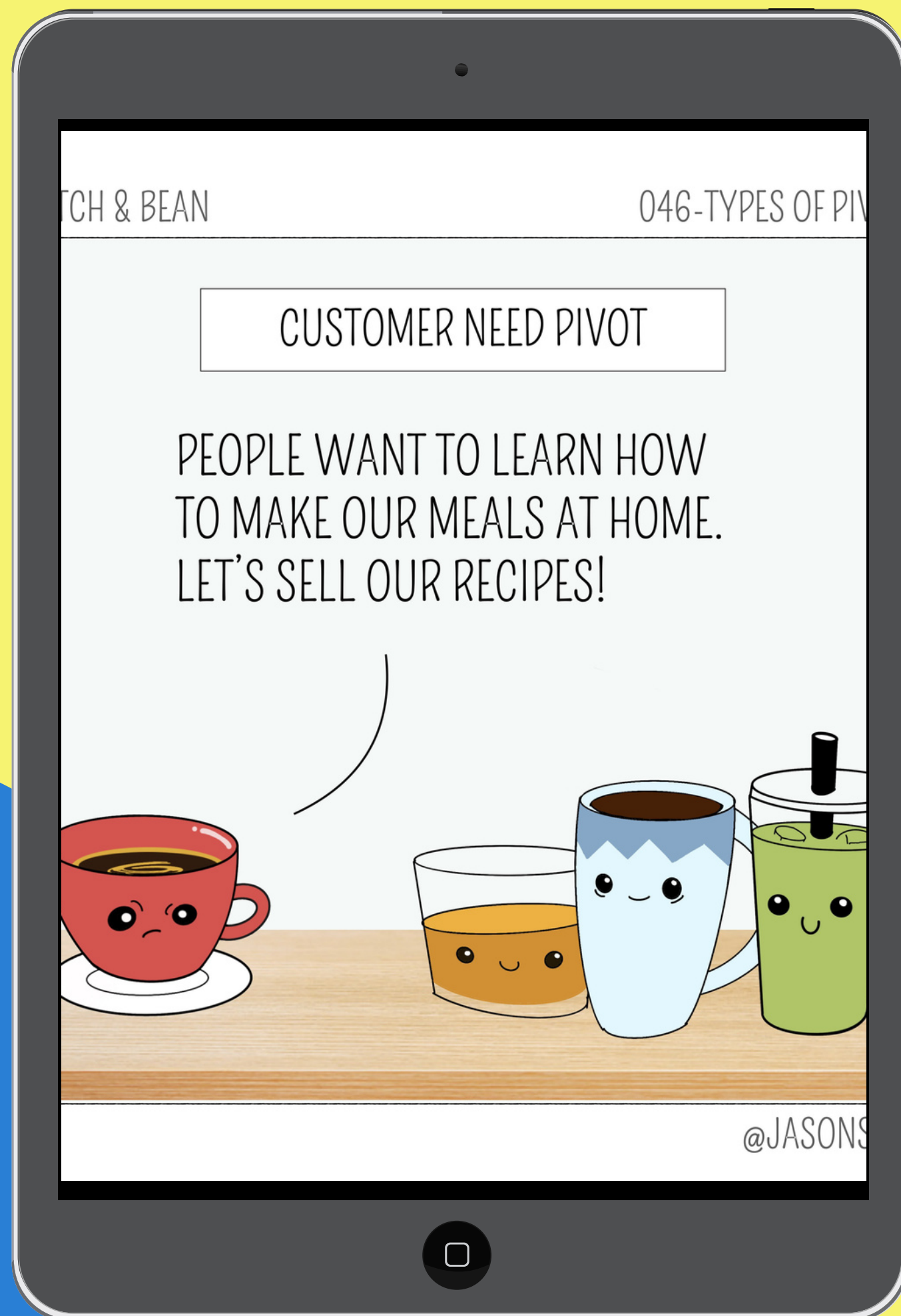
3. Customer Segment

- **Produk Anda mungkin terbukti populer tetapi tidak dengan segmen pengguna yang awalnya Anda targetkan.**
- **Oleh karena itu, pemosisian produk Anda mungkin perlu diubah dan proposisi nilai, penetapan harga, dan saluran semuanya perlu ditinjau.**



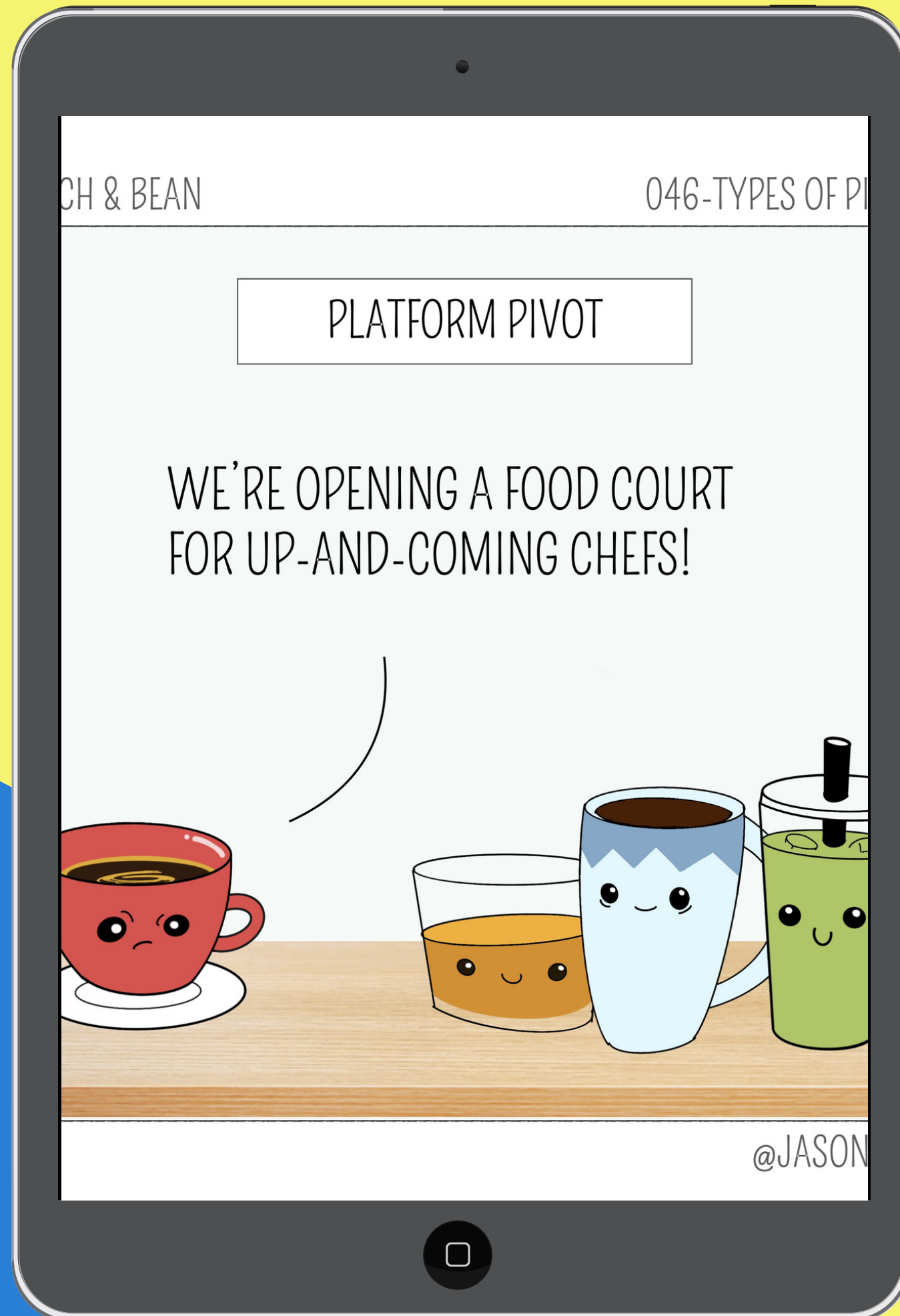
4. Customer Need

- **Memahami lebih dalam pekerjaan yang pelanggan coba lakukan dan menemukan masalah yang mereka bersedia bayar untuk Anda selesaikan.**
- **Anda mungkin perlu mengarahkan produk Anda yang sudah ada ke "pekerjaan" pelanggan yang berbeda atau Anda mungkin memerlukan produk yang benar-benar baru.**



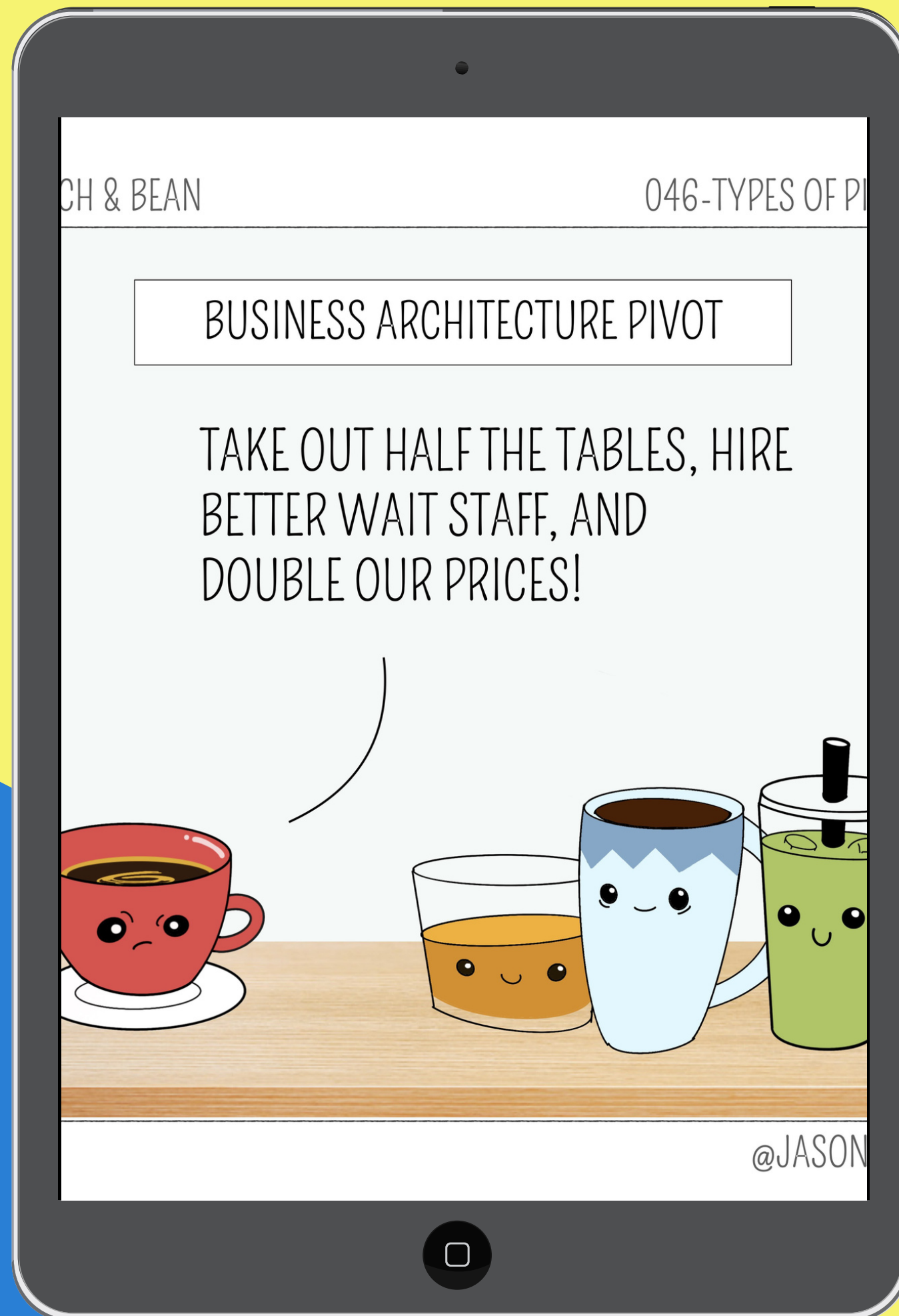
5. Platform

- Ini berbicara tentang perubahan dari aplikasi ke platform atau sebaliknya. Contoh platform adalah instagram, gojek, grab, tokopedia, shopee dll.



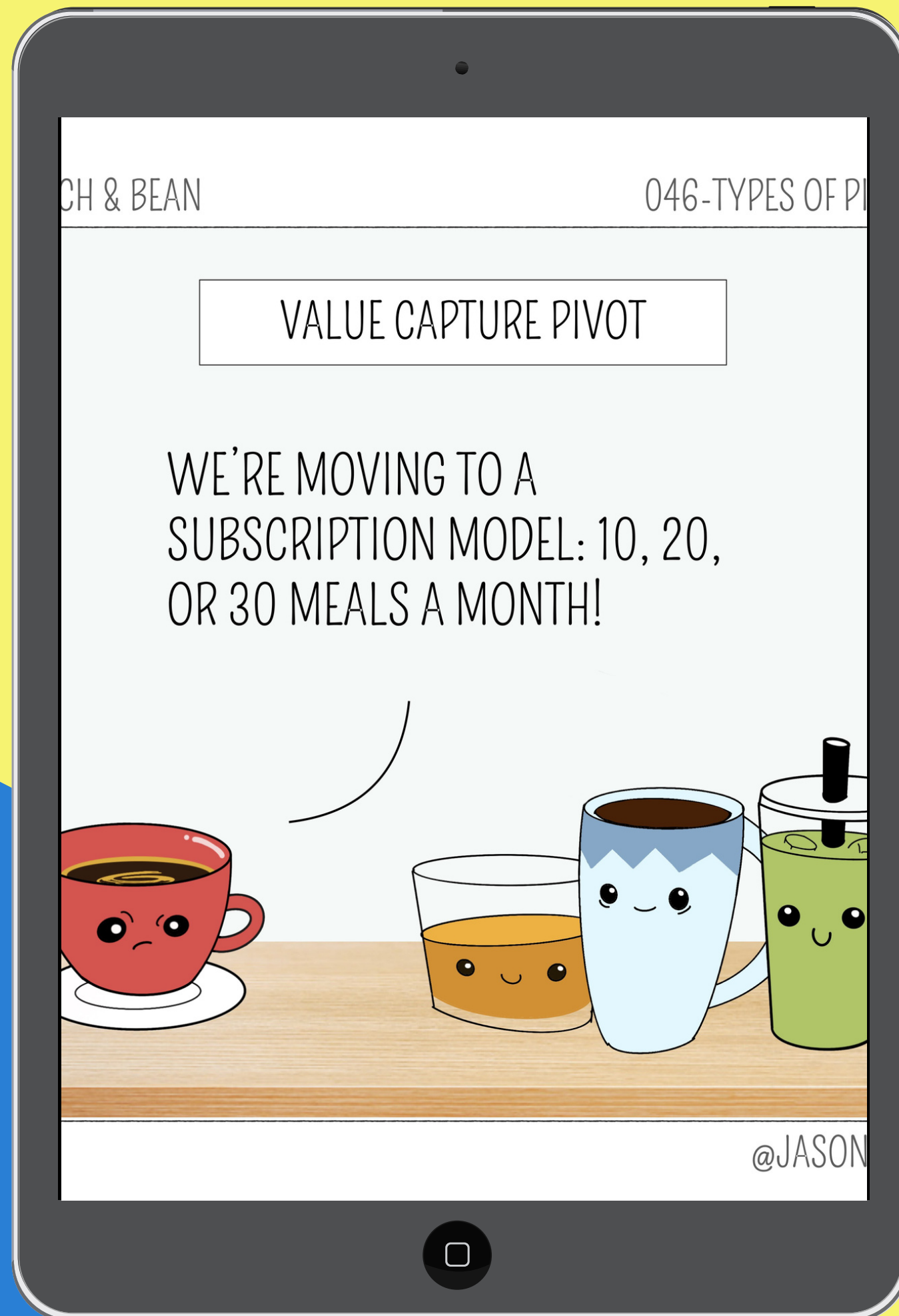
6. Business Architecture

- **Terdapat dua jenis bisnis: bisnis bermargin tinggi, bervolume rendah, dan bisnis bermargin rendah, bervolume tinggi. Anda tidak bisa menjadi keduanya tetapi terkadang Anda dapat berputar dari satu ke yang lain. (Geoffrey Moore, penulis Crossing the Chasm)**



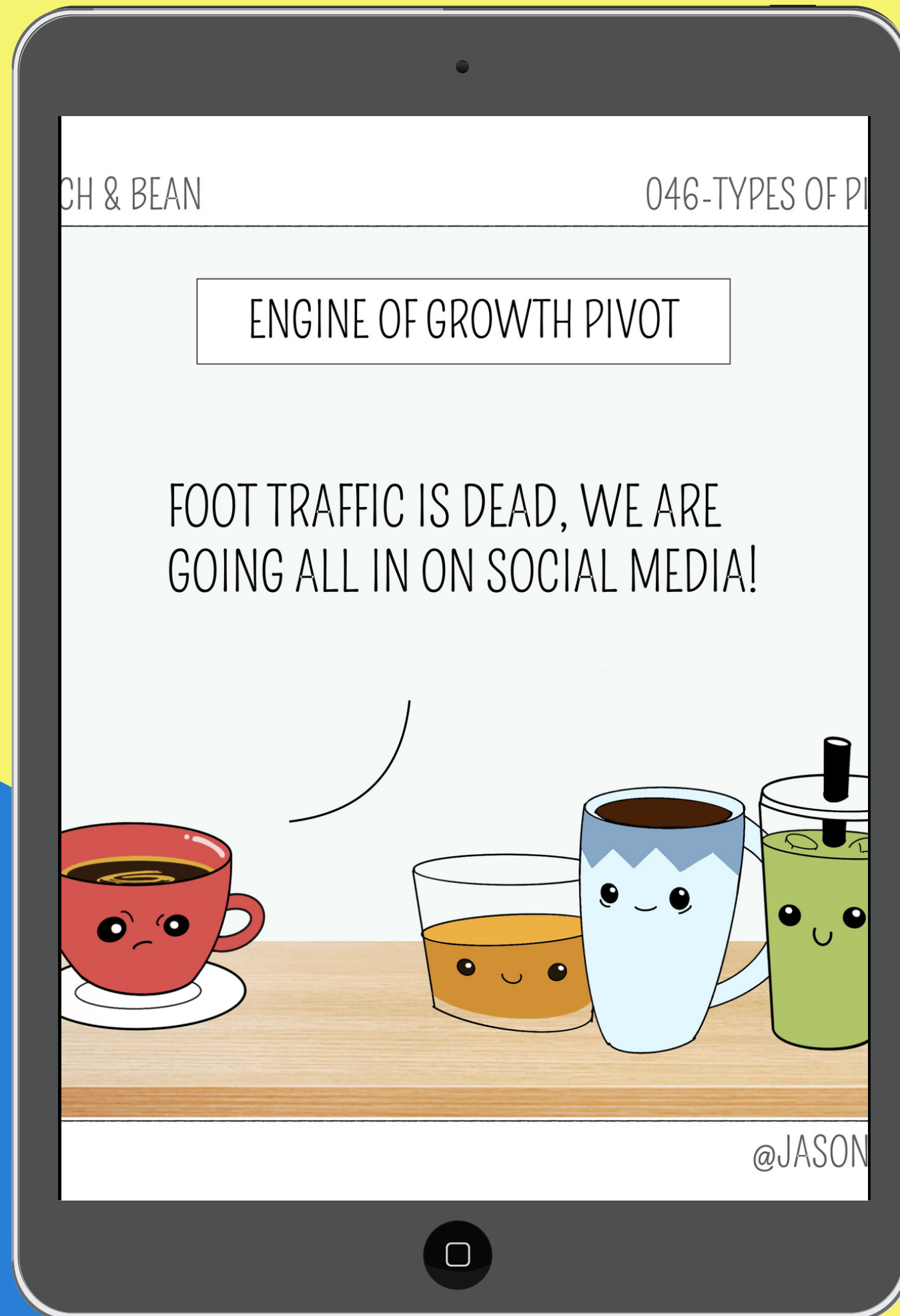
7. Value Capture

- **Pivot ini mengacu pada perubahan pada cara Anda memonetisasi atau memperoleh pendapatan.**
- **Ketika Anda mengubah cara Anda menghasilkan uang, ini berdampak pada sisi produk, bisnis, penjualan, pemasaran, dan operasional model bisnis.**



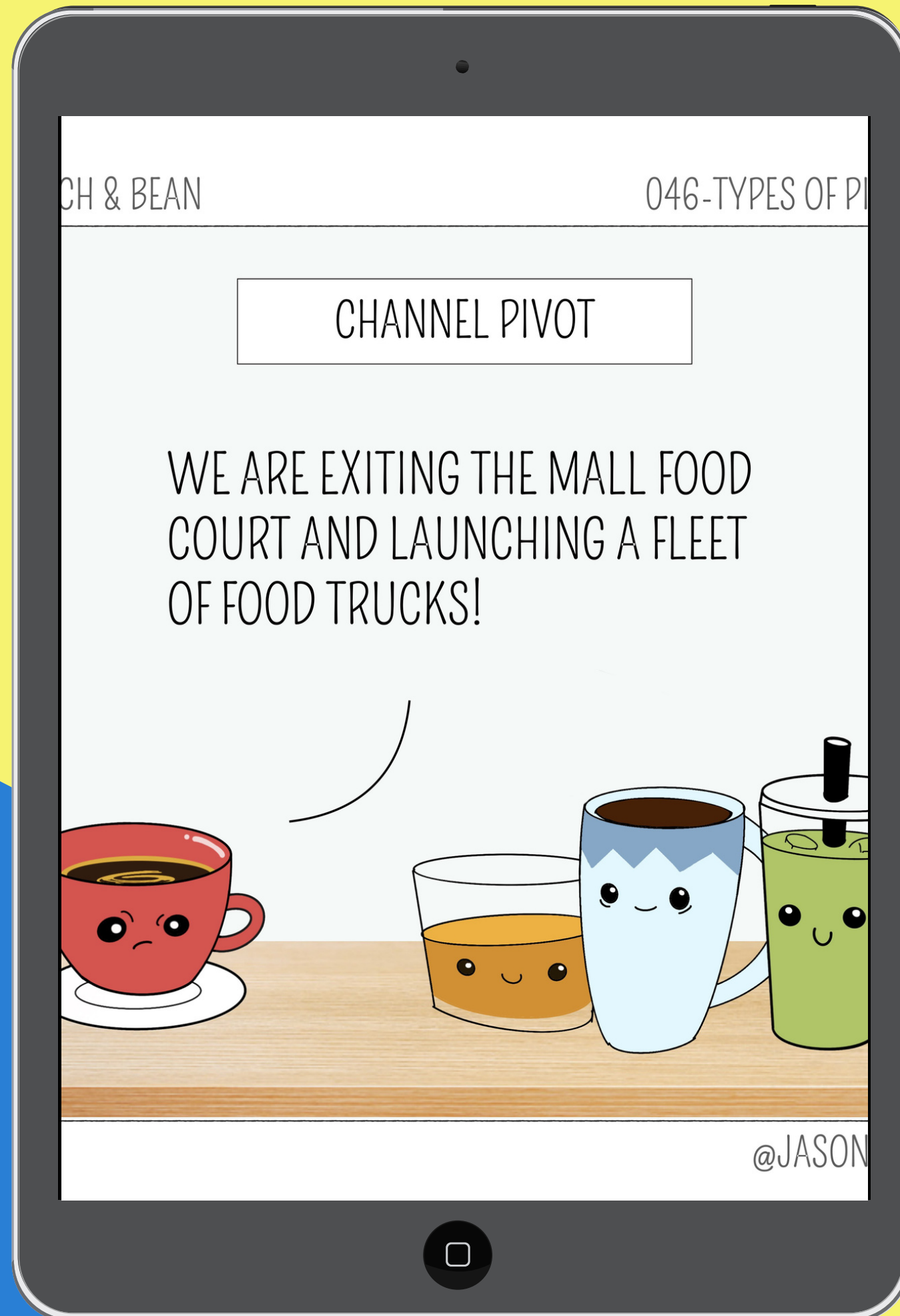
8. Engine Of Growth

- Sebagian besar startup saat ini menggunakan salah satu dari tiga mesin pertumbuhan utama:
 1. **Viral Engine of Growth** adalah ketika pengguna saat ini merekomendasikan pengguna lain.
 2. **Paid Engine of Growth** adalah saat Anda membelanjakan uang pemasaran untuk mendapatkan pelanggan baru.
 3. **The Sticky Engine of Growth** adalah ketika Anda berhasil mempertahankan sebagian besar pengguna Anda walaupun sebagian berpindah ke bisnis lain

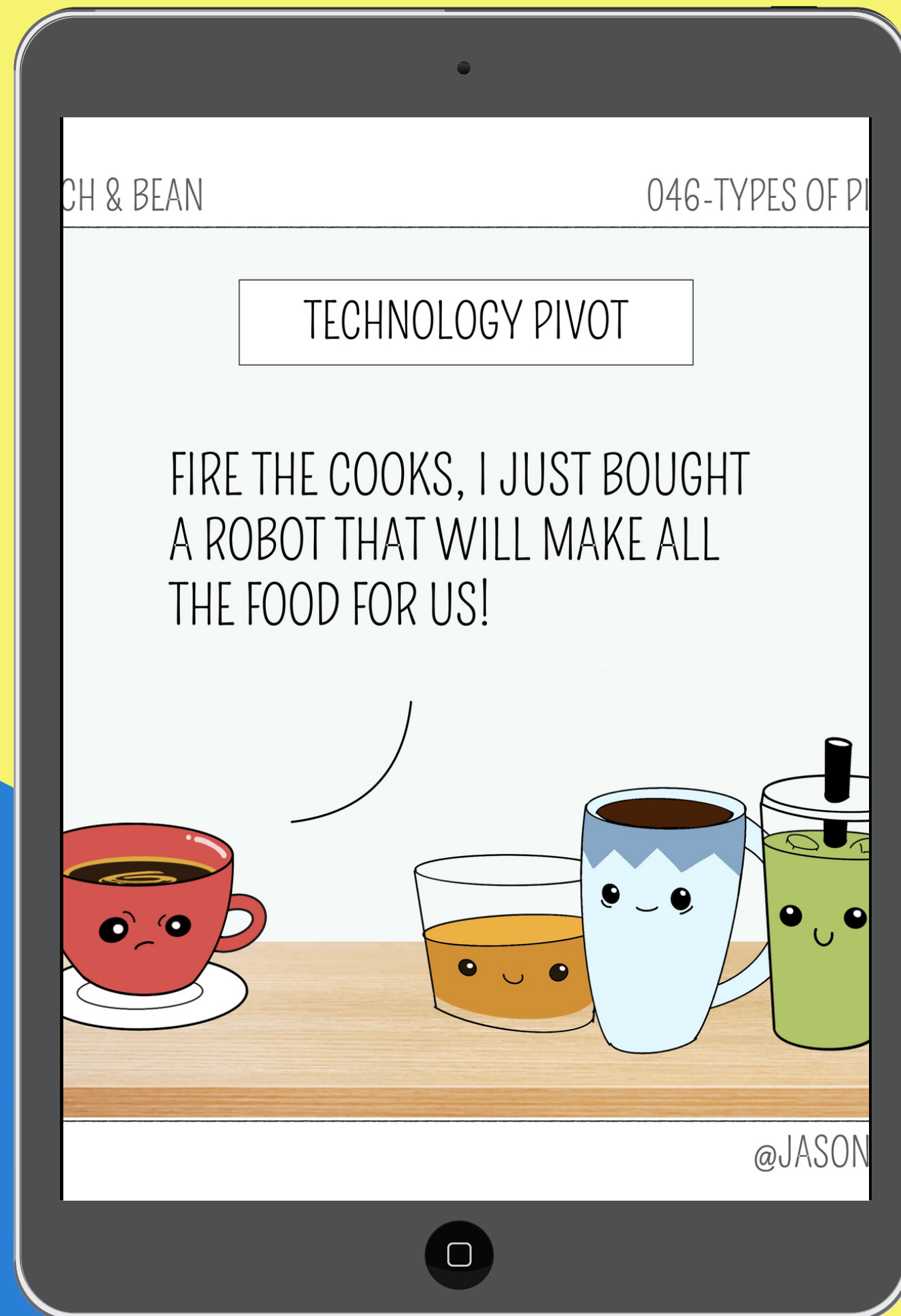


9. Channel

- **Di sini Anda mengubah cara dan tempat Anda menjual produk dan layanan (di toko, online, melalui mitra, dalam aplikasi). Oleh karena itu, pivot channel sering memerlukan penyesuaian pada banyak elemen model bisnis.**



10. Technology



- **Pivot ini adalah saat teknologi baru dapat digunakan untuk mencapai hasil yang sama. Ini dapat bermanfaat jika solusi baru memiliki biaya yang lebih rendah dan/atau kinerja yang lebih baik.**



PIVOT

VS

PERSEVERE





Pivot adalah cara mengubah hipotesis lama untuk membuat yang baru. Mencoba menemukan MVP baru dan mencoba membuktikan bahwa hipotesis baru ini benar.



578

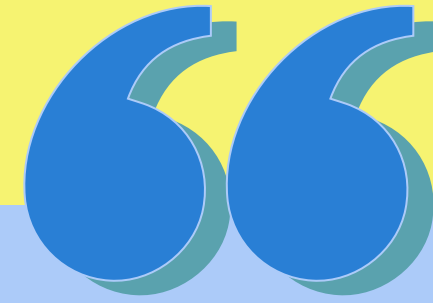


1K



5K





Pendekatan Persevere adalah berusaha membuktikan hipotesis lama (yang ada) dan merancang eksperimen baru atau menyempurnakan eksperimen lama dan melihat apakah eksperimen tersebut berhasil



578

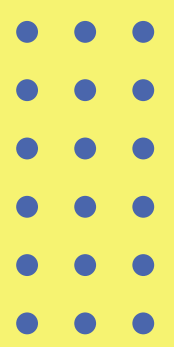


1K



5K





Terima Kasih !

