**BAB XII**

***PITCHING* DAN PRESENTASI BISNIS**

**A. PENDAHULUAN**

Semakin banyak orang yang memilih untuk menjadi *entrepreneur* setiap tahun, banyak juga yang mendirikan perusahaan baru (*startup*), sehingga tingkat persaingan semakin meningkat. Oleh karena itu, keberhasilan dalam menyampaikan ide untuk menarik perhatian investor agar bersedia untuk berinvestasi dan mendanai usaha menjadi sangat krusial. Namun, memulai bisnis *startup* tidaklah sederhana. Selain perlu memiliki ide-ide yang baru, seorang *entrepreneur* juga harus bisa menyampaikan gagasan bisnisnya dengan cara yang menarik dan efektif kepada investor atau calon pelanggan. Keterampilan *pitching* menjadi sangat krusial bagi *entrepreneur*, terutama mereka yang menjalankan *startup*. *Pitching* adalah aktivitas menyampaikan ide bisnis secara singkat dan padat, dengan tujuan meyakinkan audiens bahwa ide tersebut pantas untuk mendapatkan investasi.

Dalam *pitching*, seorang *entrepreneur* dituntut untuk mempresentasikan gagasannya dengan cara yang menarik, jelas, dan menyeluruh dalam waktu yang terbatas. Untuk menciptakan presentasi *pitching* yang menarik dan efektif bagi bisnis startup, diperlukan pemahaman yang mendalam tentang langkah-langkah dalam *pitching*, komponen yang perlu disiapkan, serta teknik-teknik yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas presentasi. Selain itu, *entrepreneur* akan dihadapkan pada berbagai tantangan selama proses *pitching*, seperti persaingan yang ketat, waktu yang terbatas, serta kemungkinan penolakan dari investor atau calon pelanggan.

Mempresentasikan usaha baru merupakan sebuah aktivitas di mana *entrepreneur* atau kelompok *entrepreneur* menyampaikan gagasan usaha mereka kepada calon investor atau pelanggan. Tujuannya adalah untuk meyakinkan mereka bahwa usaha ini memiliki peluang yang menjanjikan untuk berhasil di masa depan. Pengertian lain dari presentasi usaha baru adalah prosedur pemasaran dan penjualan yang melibatkan penyampaian pesan atau gagasan secara persuasif kepada kelompok tertentu, yang dalam konteks ini adalah calon investor atau pelanggan.

Secara umum, ide *pitching* memiliki kesamaan yang signifikan dengan presentasi. Saking miripnya, banyak orang sulit membedakan antara keduanya. Namun, kenyataannya adalah bahwa pitching dan presentasi merupakan dua aktivitas yang berbeda. Menurut Forbes, presentasi berfungsi sebatas untuk mengkomunikasikan informasi. Di sisi lain, *pitching* ditujukan untuk membangun jaringan. Oleh karena itu, meskipun keduanya melibatkan pengungkapan ide, hasil yang diharapkan sangat berbeda. Hal ini selanjutnya mempengaruhi metode yang perlu diterapkan. Metode untuk *pitching* berbeda secara substansial dari metode yang digunakan dalam presentasi.

**B. TUJUAN, LANGKAH-LANGKAH DAN KOMPONEN *PITCHING* *STARTUP* BISNIS**

Tujuan dari sebuah *pitching* adalah untuk meyakinkan *audience* mengenai nilai atau potensi dari gagasan atau usaha yang *entrepreneur* miliki, sehingga mereka tertarik untuk memberikan dukungan, berinvestasi, atau berkolaborasi bersama. Ada berbagai tujuan yang bisa dicapai melalui *pitching*, antara lain:

1. Mengumpulkan dana: Salah satu tujuan pokok dari *pitching* bagi bisnis *startup* adalah untuk mendapatkan dana dari para investor. Dengan meyakinkan para investor tentang potensi bisnis yang dijalankan, seorang *entrepreneur* bisa memperoleh modal yang diperlukan untuk mengembangkan usahanya.
2. Membangun jaringan: Selain meraih dana, *pitching* untuk bisnis *startup* juga berfungsi bagi *entrepreneur* dalam membangun jaringan dengan investor, mentor, atau calon klien. Ini dapat memberikan *entrepreneur* dukungan serta bimbingan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis mereka.
3. Memperlihatkan potensi usaha: Melalui *pitching* bisnis *startup*, *entrepreneur* bisa memperlihatkan potensi dari usaha mereka dan menunjukkan bahwa bisnis yang dijalani memiliki nilai tinggi dan layak mendapatkan investasi.
4. Mendapatkan umpan balik: *Pitching* bisnis *startup* juga berfungsi untuk membantu *entrepreneur* mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari investor atau *audiens* tentang konsep bisnis yang mereka usung. Umpan balik ini bisa menjadi acuan bagi *entrepreneur* untuk menyempurnakan ide bisnis mereka.
5. Mempromosikan usaha: *Pitching* bisnis *startup* juga dapat digunakan *entrepreneur* untuk mempromosikan usaha mereka kepada *audiens* yang lebih luas. Ini bisa berkontribusi terhadap meningkatnya visibilitas dan menarik perhatian calon pelanggan atau investor.
6. Meningkatkan keterampilan komunikasi: Melalui *pitching* bisnis *startup*, *entrepreneur* memiliki kesempatan untuk meningkatkan keterampilan dalam berkomunikasi dan menyampaikan ide secara fokus, jelas dan terarah. Ini akan memudahkan mereka dalam menjalin hubungan yang positif dengan investor, klien, atau karyawan di masa yang akan datang.

Untuk meyakinkan para investor agar menanamkan modal dalam bisnis yang diajukan, seorang *entrepreneur* perlu memberikan presentasi terperinci mengenai produk serta merancang strategi yang menunjukkan bagaimana model bisnis ini dapat menghasilkan keuntungan bagi para investor. Berikut adalah beberapa langkah kunci yang dapat diikuti saat melakukan presentasi bisnis baru:

1. Mengidentifikasi target *audiens*: Sebelum melakukan presentasi, penting untuk menentukan siapa yang merupakan target *audiens*. Target *audiens* ini bisa terdiri dari investor, calon pembeli, atau jurnalis. Memahami siapa yang akan dihadapi membantu dalam menyiapkan pesan yang sesuai dan efektif.
2. Menyiapkan materi presentasi: Persiapan materi presentasi yang baik sangat penting. Ini mencakup penjelasan mengenai ide bisnis, rencana, model usaha, segmen pasar, pesaing, dan sebagainya. Pastikan informasi yang diberikan relevan, menarik, dan mudah dipahami oleh *audiens*.
3. Membuat presentasi yang menarik perhatian: Gunakan alat presentasi yang menarik untuk membantu memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Sertakan ilustrasi, grafik, dan data yang relevan dan jelas. Hindari menggunakan presentasi yang terlalu kompleks atau berlebihan kesederhanaannya.
4. Memperkenalkan tim: Calon investor atau pelanggan biasanya ingin mengetahui tim yang akan mengelola bisnis tersebut. Sebelum melakukan presentasi, pastikan anggota tim memiliki pemahaman yang cukup mengenai ide bisnis dan mampu menjawab pertanyaan yang mungkin muncul.
5. Menyampaikan pesan secara jelas dan ringkas: Pesan yang disampaikan harus lugas, padat, dan mudah dimengerti oleh *audiens*. Hindari penggunaan jargon teknis yang rumit dan bawakan produk atau layanan dengan cara yang jelas dan sederhana.
6. Melatih presentasi: Latih presentasi di depan beberapa orang untuk menguji efektivitas penyampaian. Dengan melakukan latihan, pengusaha dapat memperbaiki pesan dan meningkatkan penyampaian.
7. Membangun hubungan dengan calon investor atau pelanggan: Bangun koneksi dengan calon investor atau pelanggan, dan pertahankan hubungan setelah presentasi selesai. Jangan lupa untuk mengucapkan terima kasih kepada mereka atas waktu dan perhatian yang telah diberikan.

Dalam memulai sebuah usaha, *pitching* adalah salah satu aspek penting dalam memperoleh dukungan dari investor, klien, atau mitra bisnis. Salah satu komponen yang harus diperhatikan dalam *pitching* adalah bagian-bagian yang ada dalam presentasi tersebut. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, komponen yang terdapat dalam sistem bisnis sangat krusial untuk mencapai tujuan usaha. Demikian juga dengan *pitching* untuk *startup*, berbagai komponen yang terorganisir dan jelas akan meningkatkan kemungkinan untuk mendapatkan dukungan serta investasi dari *audiens,* investor atau pihak terkait bisnis. Dalam materi mengenai beberapa komponen *pitching* untuk *startup*, pada bab ini juga akan membahas aspek-aspek krusial yang harus ada dalam presentasi bisnis dan cara mempersiapkan setiap aspek dengan baik untuk memperbesar peluang dalam penyampaian usaha. Dengan mengerti setiap komponen secara mendalam, diharapkan akan dapat menyusun presentasi yang kuat, jelas, dan meyakinkan untuk mencapai kesuksesan dalam usahayang akan diajukan. Berikut adalah beberapa komponen dalam *startup*:

1. Penyampaian singkat: Penyampaian singkat adalah penjelasan ringkas yang merangkum ide usaha dalam durasi singkat, kira-kira 30 detik hingga 2 menit. Ini berfungsi sebagai pengantar untuk menarik minat *audiens* dan mendorong mereka untuk mendengarkan lebih lanjut.
2. Penjelasan produk: Penjelasan produk atau layanan adalah uraian detail tentang apa yang ditawarkan oleh usaha. Ini mencakup informasi mengenai fitur dan keuntungan produk atau layanan.
3. Struktur usaha: Struktur usaha menjelaskan cara usaha akan memperoleh pendapatan dan laba. Ini termasuk sumber pendapatan, pengeluaran, dan taktik bersaing di pasar.
4. Segmen pasar: Segmen pasar adalah kelompok target yang ingin dijangkau oleh usaha. Ini mencakup informasi mengenai demografi, lokasi, dan psikografi dari calon konsumen.
5. Evaluasi pesaing: Evaluasi pesaing melibatkan analisis tentang lawan bisnis dan strategi mereka. Ini membantu seorang *entrepreneur* dalam memahami kompetisi di pasar dan cara untuk bersaing dengan efektif.
6. Taktik pemasaran: Taktik pemasaran merinci bagaimana usaha akan mempromosikan produk atau layanan. Ini mencakup saluran pemasaran yang digunakan, kampanye iklan, dan pengelolaan merek.
7. Grup manajemen: Grup manajemen adalah sekumpulan individu yang akan mengelola usaha. Ini mencakup pengalaman dan keterampilan mereka, serta cara mereka dapat menjalankan usaha dengan efisien.
8. Estimasi keuangan: Estimasi keuangan adalah prediksi tentang performa keuangan usaha di waktu mendatang. Ini mencakup pendapatan, pengeluaran, dan laba yang diharapkan.

Semua komponen ini harus disatukan dalam pesan yang kohesif, persuasif dan meyakinkan yang menjelaskan mengapa usaha tersebut istimewa dan mengapa investasi di dalamnya adalah kesempatan menarik.

**C. TEKNIK DAN TANTANGAN *PITCHING* *STARTUP* BISNIS**

*Pitching* untuk *startup* yang efektif adalah aspek krusial dalam menarik perhatian dan mendapatkan investasi dari para investor. Salah satu metode untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan menerapkan teknik *pitching* yang baik, fokus dan terarah. Strategi *pitching* yang berhasil untuk *startup* mencakup cara berkomunikasi, menyusun presentasi dengan baik, memperkenalkan produk secara efektif, menjawab pertanyaan sulit, serta menunjukkan keyakinan. Dalam pembahasan tentang teknik *pitching* yang efektif untuk *startup*, maka akan dibahas secara mendetail bagaimana cara mengeksplorasi langkah-langkah untuk mempersiapkan *pitching* yang baik dan mengatasi tantangan yang mungkin muncul, yang dapat membantu meraih kesuksesan di dunia bisnis.

Dengan mempelajari cara *pitching* yang efektif untuk *startup*, seorang *entrepreneur* dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam presentasi bisnis dan meningkatkan peluang untuk mendapatkan dukungan serta investasi yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha. Dalam materi ini, maka pada pembahasan kali ini akan mengupas berbagai metode praktis yang dapat membantu seorang *entrepreneur* mempersiapkan diri serta memperbaiki kemampuan *pitching* mereka. Berikut ini beberapa fokus *pitching* untuk *startup* yang dapat membantu seorang *entrepreneur* dalam membuat presentasi yang menarik:

1. Ceritakan kisah: Menggunakan narasi untuk menjelaskan ide bisnis dapat memudahkan audiens dalam memahami konsep dan menarik perhatian mereka.
2. Gunakan informasi: Memanfaatkan data dan fakta yang relevan dapat memperkuat argumen serta membuat presentasi lebih persuasif.
3. Gunakan perbandingan: Memanfaatkan analogi sederhana dapat membantu *audiens* dalam memahami ide dengan lebih jelas.
4. Ciptakan presentasi interaktif: Melibatkan audiens dalam presentasi dapat membuat mereka lebih aktif dan menegaskan pesan yang disampaikan.
5. Fokus pada solusi: Jelaskan bagaimana produk atau layanan dapat membantu menyelesaikan masalah atau memenuhi kebutuhan pengguna.
6. Sederhana dan jelas: Presentasi harus mudah dimengerti oleh audiens, bahkan untuk mereka yang tidak mengenal industri atau pasar terkait.
7. Jangan terlalu terpusat pada produk: Selain memberi fokus pada produk atau layanan, penting juga untuk menjelaskan visi bisnis dan apa yang membuatnya unik dan menarik.
8. Gunakan bahasa tubuh yang tepat: Gestur dan kontak mata dapat membantu membangun kepercayaan serta menjaga perhatian audiens.
9. Minta tanggapan: Setelah presentasi, ajukan permintaan untuk umpan balik dari audiens dan gunakan masukan tersebut untuk meningkatkan penyampaian dan penampilan di masa mendatang.
10. Latihan secara teratur: Terus berlatih *pitching* agar keahlian dan rasa percaya diri senantiasa meningkat.

*Pitching* bisnis *startup* sangat vital untuk mendapatkan dukungan dan investasi dari investor, klien, dan mitra bisnis lainnya. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa melakukan *pitching* juga memiliki berbagai tantangan yang bisa terasa sulit. Beberapa halangan yang umum muncul dalam *pitching* meliputi ketidakpastian, kompetisi yang sengit, kesulitan dalam menjelaskan produk atau ide, serta masalah keuangan. Dalam bahasan mengenai tantangan dalam *pitching* *startup*, akan membahas secara detail mengenai kendala-kendala yang sering dihadapi dalam *pitching* serta bagaimana cara mengatasinya. Dengan memahami tantangan tersebut dan cara menghadapinya, seorang *entrepreneur* dapat mempersiapkan diri lebih baik dalam *pitching* bisnis dan meningkatkan peluang mendapatkan dukungan serta investasi yang diperlukan untuk mengembangkan usaha.

Pembahasan ini akan memberikan pemahaman tentang rintangan yang dihadapi saat melakukan *pitching* untuk *startup* dan cara mengatasi rintangan tersebut secara efektif. Dengan pendekatan ini, seorang *entrepreneur* akan semakin siap menghadap situasi yang tak terduga dan mengasah keterampilan *pitching*. Berikut adalah beberapa hambatan yang mungkin dijumpai dalam *pitching* untuk *startup*:

1. Menyampaikan pesan dengan jelas: Salah satu rintangan utama dalam *pitching* adalah menyampaikan pesan bisnis dengan ringkas dan jelas. Aspek ini sangat penting untuk mendapatkan perhatian audiens serta menarik minat mereka terhadap ide bisnis.
2. Mencuri perhatian *audiens*: seorang *entrepreneur* perlu mampu menarik perhatian audiens sejak awal presentasi. Ini bisa dilakukan dengan menciptakan judul yang menarik atau memulai dengan fakta atau statistik yang menonjol.
3. Membuat presentasi yang menarik: Hanya memiliki konten yang bagus tidaklah cukup. Seorang *entrepreneur* juga perlu menyajikan konten tersebut dalam bentuk yang menarik dan menyenangkan agar audiens merasa terlibat dan berminat terhadap bisnis.
4. Mengkomunikasikan proyeksi keuangan: Menjelaskan proyeksi keuangan bisa menjadi tantangan yang rumit saat *pitching*, terutama jika latar belakang keuangan tidak kuat. Namun, hal ini sangat penting untuk menunjukkan kepada investor bahwa bisnis yang diajukan memiliki potensi keuntungan yang mencolok.
5. Menarik hati investor: Salah satu sasaran *pitching* adalah meyakinkan investor bahwa bisnis yang diajukan memiliki prospek keuntungan yang signifikan dan bahwa mereka harus berinvestasi di dalamnya. Oleh karena itu, seorang *entrepreneur* perlu menyusun presentasi yang meyakinkan dan menjawab semua pertanyaan yang diajukan oleh investor secara jelas dan tepat waktu.
6. Mengadaptasi presentasi untuk audiens: Tantangan lain dalam *pitching* adalah mengubah presentasi agar sesuai dengan berbagai audiens. Seorang *entrepreneur* harus dapat mendeskripsikan bisnisnya dengan cara yang bervariasi berdasarkan siapa yang hadapi. Ini bisa berarti mengubah bahasa atau fokus presentasi, atau menyesuaikan metode penyampaian agar lebih relevan dengan audiens tertentu.

**D. TIPS DAN STUDI KASUS PITCHING STARTUP DI INDONESIA**

*Pitching* berfungsi lebih dari sekadar ringkasan *business plan*; tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan narasi tentang produk. Sering kali, *pitching* mampu membedakan seorang *entrepreneur* dari para pesaing lainnya. Bisnis perlu menonjol di tengah persaingan yang sangat ketat. Pertama, *pitching* memungkinkan untuk menyampaikan ide dan rencana bisnis secara singkat dan efisien. Ini merupakan hal yang krusial dalam dunia bisnis yang serba cepat ini. Seorang *entrepreneur* umumnya hanya memiliki sedikit waktu untuk memperlihatkan visi dan nilai dari produknya. Kedua, seorang *entrepreneur* dapat mengajak para investor dan mitra untuk menginvestasikan dana atau menjalin kerjasama strategis dengan perusahaan. Kredibilitas produk akan tercermin dalam *pitching* yang ditawarkan.

Ketiga, *pitching* juga bisa berfungsi sebagai alat untuk mendapatkan pandangan luas tentang bisnis, sehingga seorang *entrepreneur* dapat mengidentifikasi kelemahan atau celah yang ada. Dengan cara ini, seorang *entrepreneur* dapat terus melakukan pembenahan dan membuat narasi yang menarik bagi *audiens* yang menjadi targetnya. Berikut adalah beberapa tips untuk melakukan *pitching* secara efektif:

1. Pahami masalah yang dihadapi calon klien. Tips pertama yang perlu diingat adalah memahami kebutuhan, harapan, dan tantangan yang dialami oleh calon klien. Dengan pemahaman ini, materi *pitching* yang rumuskan akan lebih tepat sasaran.
2. Dekati calon klien dengan cara yang humanis. Tips kedua adalah membangun hubungan baik dengan calon klien. Cobalah untuk meletakkan diri pada posisi mereka dan tunjukkan empati. Ini akan membuat calon klien merasa lebih terhubung dengan *entrepreneur* dan merasa dipahami.
3. Lakukan persiapan teknis yang matang. Tips ketiga adalah memastikan persiapan teknis yang memadai. Banyak aspek teknis yang sering terabaikan, padahal hal-hal ini sangat penting. Jadi, pastikan semua dokumen presentasi siap dan bisa dipresentasikan meskipun tanpa koneksi listrik atau internet.
4. Awali dengan sesuatu yang menarik. Tips keempat adalah selalu memulai dengan hal yang menarik saat presentasi *pitching* depan calon klien. Misalnya, sajikan data yang mencengangkan atau cerita lucu yang bisa menarik perhatian. Setelah menarik perhatian mereka, waktunya untuk memperlihatkan *unique value proposition* (UVP) Anda dengan meyakinkan.
5. Tonjolkan *unique value proposition*. Tips kelima adalah memanfaatkan *unique value proposition*. Menurut Inc, UVP adalah penjelasan yang mengungkap apa yang membuat produk berbeda dari yang lain. Dengan memanfaatkan UVP, maka dapat menarik perhatian calon klien agar tidak beralih kepada pesaing.
6. Sampaikan ide dan informasi dengan jelas dan lugas. Tips keenam adalah memberikan ide dan informasi dengan cara yang jelas. Selain konten, cara penyampaian juga mempengaruhi penilaian calon klien. Oleh karena itu, penting untuk berlatih kemampuan berbicara di depan umum agar bisa menyampaikan ide dan informasi dengan efektif.
7. Tampilkan manfaat produk dengan jelas. Saran untuk *pitching* yang ketujuh adalah untuk menampilkan dengan jelas manfaat dari produk. Alih-alih mendalami fitur-fitur yang kurang relevan, fokuslah kembali pada tantangan yang dihadapi oleh klien serta tunjukkan bagaimana produk dapat menjadi solusinya. Manfaat yang nyata dari produk biasanya akan lebih diterima dan memberikan nilai tambah.
8. Gunakan kata ganti orang kedua. Saran untuk *pitching* yang kedelapan adalah memakai kata ganti orang kedua. Dalam presentasi, usahakan untuk mengganti istilah yang merujuk pada diri sendiri dengan kata ganti orang kedua, seperti Anda, kamu, teman-teman, atau saudara-saudara. Dengan cara ini, calon klien akan merasa lebih terhubung.
9. Pastikan durasi *pitching* tidak terlalu panjang. Saran untuk *pitching* yang kesembilan adalah untuk memastikan durasi pitching tetap singkat. Calon klien umumnya memiliki waktu yang terbatas karena berbagai komitmen bisnis yang harus dijalankan. Oleh karena itu, sangat penting untuk menjaga durasi *pitching* agar tidak berlarut-larut. Sajikan materi pitching yang telah disiapkan dengan ringkas, padat, dan jelas.
10. Akhiri dengan ajakan bertindak. Saran untuk *pitching* yang kesepuluh adalah untuk mengakhiri dengan ajakan bertindak. Jangan lupa selalu menyertakan kalimat *call-to-action* (CTA) di akhir sesi *pitching*. Ini sangat penting agar calon klien memahami langkah selanjutnya yang perlu diambil. Namun, CTA juga bisa dimasukkan di awal atau tengah sesi *pitching*, tergantung kebutuhan.
11. Ingat untuk *follow-up*. Saran untuk *pitching* yang kesebelas adalah jangan lupa untuk melakukan *follow-up*. Salah satu hal yang sering diabaikan adalah proses tindak lanjut atau mengonfirmasi ketertarikan calon klien terhadap produk yang telah ditawarkan. Sebenarnya, proses *follow-up* ini dapat menjadi kunci yang efektif untuk mengubah calon klien menjadi klien yang sebenarnya. Karena tidak semua orang langsung tertarik pada pandangan pertama, ada kemungkinan calon klien dapat menjadi klien setelah dihubungi kembali.

Menyampaikan presentasi *pitching* melalui *slide* tentu harus tampak menarik dan cukup informatif agar investor serta mitra lainnya mau berkolaborasi demi kemajuan *startup* dan keuntungan bagi bisnis mereka. Namun, dokumen untuk *pitching* yang menarik perlu dilengkapi dengan teknik presentasi yang efektif dan dapat meyakinkan investor, mitra, dan mentor. Beberapa *startup* yang berhasil *pitching* di Indonesia antara lain:

1. Gojek: Gojek adalah sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang dikenal dengan layanan transportasi *on-demand* serta layanan multi-aspek lainnya. Gojek berhasil menarik investasi dari sejumlah investor besar di seluruh dunia, termasuk *Sequoia Capital, Google,* dan *Tencent.*
2. Traveloka: Traveloka adalah perusahaan yang mengkhususkan diri pada layanan pemesanan perjalanan dan akomodasi secara daring. Traveloka mendapatkan investasi dari sejumlah investor seperti *Sequoia Capital, Hillhouse Capital Group*, dan *East Ventures.*
3. Tokopedia: Tokopedia merupakan *platform e-commerce* terbesar di Indonesia yang juga mendapatkan investasi dari *Softbank* dan *Alibaba Group.*
4. Ruangguru: Ruangguru adalah perusahaan di bidang pendidikan yang menawarkan layanan pembelajaran *online*. Ruangguru berhasil meraih dukungan investasi dari berbagai investor, termasuk *East Ventures, Venturra Capital*, dan *GGV Capital*.

Keberhasilan dari perusahaan-perusahaan tersebut dalam melakukan *pitching* menunjukkan bahwa presentasi bisnis yang efektif sangat penting untuk mendapatkan dukungan dan investasi dalam mengembangkan usaha.

**Beberapa Kesalahan Yang Dilakukan Seorang *Entrepreneur* Pada Saat Pitching:**

1. Tidak Mengetahui Siapa Audiensnya

*Audiens* bisa jadi merupakan *developer*, sehingga presentasi seharusnya lebih fokus pada kebutuhan produk yang ingin dikembangkan. Apabila *audiens* merupakan calon investor, presentasi perlu mencakup aspek yang menguraikan potensi pasar, strategi untuk memasuki pasar (dan meraih keberhasilan), serta hal-hal yang berhubungan dengan minat investor.

1. Tidak Menguraikan Masalah yang Ingin Diselesaikan

Sering kali, presenter gagal menjelaskan poin ini atau tidak mahir dalam menyampaikannya. Ini perlu diperbaiki. Pada bagian ini, juga bisa menjelaskan "Mengapa kita melakukan ini?"

1. Solusi Tidak Menarik

Menarik di sini tidak sekadar berbeda, tetapi mengapa solusi tersebut berbeda dari yang sudah ada. Perbedaan ini dapat menjadi faktor penting dalam mencapai kesuksesan.

**Beberapa Elemen Penting Dalam *Pitching:***

Para investor menghabiskan waktu singkat untuk memeriksa *pitching* milik *startup* yang ditawarkan, jadi disarankan agar seorang *entrepreneur* menyusun dokumen ini dengan maksimum 10 *slide*. Dengan jumlah slide yang terbatas, penting bagi seorang *entrepreneur* untuk mencantumkan beberapa informasi utama secara ringkas yang harus dipahami oleh investor. Jika informasi disajikan secara berlebihan dan ada poin yang kurang relevan, kemungkinan besar investor tidak akan melanjutkan untuk menanyakan lebih lanjut tentang startupyang ditawarkan tersebut. Lebih jauh lagi, mereka akan merasa bahwa waktu mereka terbuang. Agar startup berhasil menarik minat investor, berikut ringkasan dari Skill Academy tentang 11 elemen penting dalam *pitching:*

1. Pengantar / *Introduction*

Bagian ini berfungsi sebagai pembuka dari *startup* yang akan ditwarkan dan bertujuan untuk meninggalkan kesan positif saat pertama kali diperkenalkan kepada investor. Oleh karena itu, di bagian ini penting untuk mengenalkan *startup* serta sektornya dengan singkat dan jelas, baik untuk *startup* yang baru berdiri maupun yang sudah dikenal oleh publik. Agar *pitching* menarik perhatian investor, penting juga untuk menambahkan elemen visual di halaman pertama ini. Pada bagian ini diperbolehkan untuk mencantumkan informasi kontak bisnis. Alternatif lain yang bisa dilakukan adalah mencantumkannya di bagian akhir dengan ucapan terima kasih.

1. Masalah/ *Problem*

*Slide* ini dirancang khusus untuk menjelaskan satu masalah yang dihadapi masyarakat yang dihadapi oleh *startup* yang akan diajukan. Seorang *entrepreneur* juga dapat membahas solusi yang umum digunakan oleh masyarakat, meskipun *startup* yang ditawarkan berpendapat bahwa pendekatan itu belum sepenuhnya efektif. Intinya adalah investor akan tertarik pada masalah yang dijelaskan dengan nyata dan didukung oleh data yang kuat. Mengapa hanya fokus pada satu masalah? Selain untuk memanfaatkan waktu presentasi secara efisien, hal ini memusatkan perhatian *startup* dalam menjalankan proyek.

1. Solusi / *Solution*

Dalam proses menyelesaikan masalah, tentunya ada solusinya. Setelah menjelaskan suatu masalah, tunjukkan bahwa *startup* yang akan diajukan tersebut bisa memberikan solusi yang sederhana sekaligus menampilkan keunikan produk dibandingkan dengan yang lain. Sangat penting untuk memperlihatkan bahwa produk memiliki nilai yang signifikan di mata investor. Perlu diingat, jika startup menginginkan pendanaan, produk harus bersifat terukur, yang berarti memiliki potensi untuk berkembang tanpa tantangan yang berarti.

1. Pasar / *Market*

Salah satu alasan umum investor berinvestasi di *startup* adalah karena sifat inovatif bisnis itu. Ini berarti semakin cepat perkembangan *startup*, semakin banyak keuntungan yang diperoleh, dan tentu saja, semakin besar nilai investasi. Dengan demikian, saat menyajikan *pitching*, *startup* harus dapat meyakinkan investor bahwa proyek yang ditawarkan memiliki nilai yang tinggi, sehingga layak bagi mereka untuk berinvestasi. Untuk mendapatkan keuntungan yang optimal, target pasar yang dituju juga harus cukup luas.

1. Produk / *Product*

Selanjutnya, seorang *entrepreneur* dapat menguraikan dengan lebih mendetail mengenai produk bisnis yang menjadi solusi atas masalah yang disampaikan saat presentasi. Ada dua cara yang biasa dilakukan *startup* dalam mempresentasikan produk: melakukan demo untuk menunjukkan cara kerja produk secara langsung, atau menyertakan layout atau prototipe di dalam slide. Jika produk sudah memiliki pengguna yang memberikan umpan balik, hal tersebut akan menjadi nilai tambah yang baik untuk disertakan.

1. Validasi / *Validation*

Baik untuk bisnis baru maupun yang sudah mapan, peluncuran produk tidak selalu langsung sukses. Pastinya ada beberapa momen gagal yang terjadi karena berbagai alasan.

Tujuan dari bagian ini adalah untuk meyakinkan investor bahwa produk telah dikembangkan secara optimal dengan menunjukkan berbagai percobaan yang telah dilakukan hingga produk berfungsi dengan baik dalam mengatasi masalah yang ada. Untuk menarik perhatian investor dan mitra terkait perkembangan proyek, buatlah Indikator Kinerja Utama sebagai acuan dalam menilai kemajuan produk.

1. Tim / *Team*

*Slide* yang berisikan informasi tentang tim yang menangani produk *startup* bukanlah untuk menunjukkan prestasi semata. Bagian ini bertujuan menjelaskan kepada investor mengenai kemampuan setiap anggota tim dalam peran mereka masing-masing. Sebelum melanjutkan ke *pitching*, sebaiknya tim memiliki seorang mentor di dalam *startup*. Dengan demikian, mereka dapat lebih terarah dalam mempromosikan produk kepada investor dan mitra dengan berbagai strategi yang tersedia.

1. Persaingan / *Competition*

Ada sejumlah produk yang mirip dengan yang ditawarkan oleh *startup* yang diajukan. Tentu saja, tiap produk memiliki ciri khasnya sendiri yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kenyamanan konsumen. Oleh karena itu, bagian ini juga sangat penting untuk dicantumkan dalam *pitching*. Cantumkan beberapa pesaing yang memiliki produk sejenis. Selanjutnya, bandingkanlah pesaing tersebut dengan keunikan yang ditawarkan oleh *startup* yang ditawarkan.

1. Proyeksi Keuangan / *Financial projections*

Investor memerlukan informasi yang transparan dan terperinci mengenai keuangan *startup* yang diajukan dalam proses pengembangan produk hingga dapat dipasarkan secara luas. Mereka juga ingin melihat rencana keuangan *startup* dalam jangka waktu tiga hingga lima tahun ke depan. Berdasarkan tabel keuangan ini, investor dapat menilai dan mempertimbangkan apakah memberikan dana kepada *startup* adalah keputusan yang patut diambil sebagai investasi.

1. Permintaan

Bagian dari *pitching* ini merupakan inti dari pertemuan antara *startup* dan investor: negosiasi. Setelah mempresentasikan rincian finansial, saatnya bagi *startup* untuk menyampaikan jumlah dana yang dibutuhkan untuk mengembangkan proyek tersebut. Pastinya akan ada negosiasi berlangsung antara startup dan investor.

1. *Slide* Tambahan

Umumnya, akan ada informasi lain dalam *pitching* seperti berikut: Strategi keluar, yaitu langkah yang diambil oleh investor untuk mengakhiri investasinya jika *startup* mengalami kerugian, melalui pencairan saham menjadi uang tunai. Kemitraan strategis, yaitu cara yang dirancang oleh *startup* guna membangun kepercayaan investor atau mitra dalam kerjasama. Model bisnis, dengan memberikan gambaran mengenai bagaimana startup akan menghasilkan pendapatan di awal proyek.

**E. KESIMPULAN**

Berdasarkan ulasan sebelumnya, maka bisa menyimpulkan bahwa *pitching* untuk bisnis *startup* adalah sebuah presentasi yang bertujuan untuk meyakinkan calon investor atau pihak lain agar mau mendukung usaha yang diajukan. Beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam proses *pitching* mencakup persiapan visi, misi, nilai, pasar sasaran, serta keunggulan dari produk atau layanan yang ditawarkan. Beberapa langkah penting dalam *pitching* yang harus diperhatikan meliputi slide presentasi*, elevator pitch*, dan sesi tanya jawab. Penggunaan teknik *pitching* yang efektif seperti *storytelling*, memanfaatkan data, mengenali *audiens*, serta menguasai presentasi sangat krusial untuk mencapai tujuan *pitching*.

Studi kasus dapat memberikan wawasan tentang cara melaksanakan *pitching* untuk bisnis *startup*. Namun, pelaksanaan *pitching* juga tidak lepas dari berbagai tantangan, seperti kesalahan saat presentasi, kurangnya persiapan, dan minimnya pengalaman dalam berbicara di depan publik. Oleh karena itu, saran dan strategi *pitching* seperti memperhatikan setiap detail presentasi, memprediksi pertanyaan yang mungkin muncul, dan meningkatkan kredibilitas bisnis sangat diperlukan untuk mencapai tujuan *pitching*. Dengan melakukan pitching untuk bisnis startup secara efektif, perusahaan-perusahaan seperti Gojek, Traveloka, Tokopedia, dan Ruangguru telah menunjukkan bahwa presentasi yang baik bisa berkontribusi pada mendapatkan dukungan dan investasi yang diperlukan untuk mengembangkan usaha. Dengan demikian, para *entrepreneur* dan calon *entrepreneur* diharapkan dapat memahami serta mempelajari *pitching* bisnis *startup* dengan baik dan benar agar mampu meraih tujuan bisnis yang dicita-citakan.