

PANDUAN TEKNIS

DIGITAL BUSINESS CHALLENGE 2025



LOMBA DIGITAL MARKETING

HIMPUNAN MAHASISWA BISNIS DIGITAL UPGRIS
Periode 2025/2026

Dipersempatkan	Didukung
	  Campus Digital The House of Profesional Digital Technopreneur  prima cyber team

DAFTAR ISI

PANDUAN TEKNIS.....	1
DIGITAL BISNIS CHALLENGE 2025.....	1
DAFTAR ISI.....	2
BAB I PENDAHULUAN.....	4
1.1 Nama Dan Deskripsi Lomba.....	4
1.2 Peserta.....	4
1.3 Deskripsi Digital Business Challenge (DBC) 2025.....	5
1.4 Isi Deskripsi Teknis.....	5
1.4 Dokumen Terkait.....	6
BAB II SPESIFIKASI TERHADAP STANDAR NASIONAL.....	7
(Standar Kompetensi Bidang Lomba).....	7
2.1. Ketentuan umum.....	7
2.2. Spesifikasi Kompetensi Digital Business Challenge.....	7
BAB III SISTEM PENILAIAN.....	10
3.1. Skema Penilaian.....	10
BAB IV DAFTAR ALAT.....	12
4.1 Ketentuan Umum.....	12
4.2 Daftar Alat para Peserta.....	12
4.3 Alat dan bahan yang dilarang digunakan.....	13
BAB V DAFTAR BAHAN.....	13
5.1 Bahan Penunjang.....	13
BAB VI JADWAL BIDANG LOMBA.....	13
BAB VIII KEBUTUHAN LAIN dan SPESIFIKASINYA.....	15
8.1 Kebutuhan Juri untuk menilai, diantaranya:.....	15
BAB IX REKOMENDASI JURI.....	16

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Nama Dan Deskripsi Lomba

a. Nama

UPGR*Digital Business Challenge* (DBC) 2025

b. Deskripsi Lomba

UPGRIS *Digital Business Challenge* (DBC) 2025 merupakan kompetisi di bidang digital marketing yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Bisnis Digital Universitas Persatuan Guru Republik Indonesia Semarang. Kompetisi ini dirancang untuk mengembangkan keterampilan digital di generasi muda, khususnya siswa SMA/SMK di seluruh provinsi Jawa Tengah.

UPGRIS DBC 2025 menantang peserta untuk berpikir kreatif, inovatif, dan strategis dalam merancang serta menjalankan sebuah bisnis secara digital. Seluruh rangkaian lomba mencakup kegiatan riset pasar, penyusunan *Business Model Canvas*, pembuatan konten digital, dan praktik penjualan produk secara digital, serta analisis dan evaluasi dari proses pemasaran yang dilakukan.

Melalui ajang ini, peserta tidak hanya ditantang untuk memahami konsep pemasaran digital, tetapi juga untuk menerapkannya secara langsung dalam bentuk strategi yang nyata dan terukur. Kompetisi ini diharapkan dapat melahirkan generasi muda yang siap bersaing di era digital, dengan kemampuan komunikasi, analisis, dan literasi digital yang unggul.

1.2 Peserta

- a. Peserta UPGRIS *Digital Business Challenge* (DBC) adalah siswa SMA/SMK dari seluruh Provinsi Jawa Tengah Tahun 2025 dibuktikan fotocopy kartu pelajar.
- b. Tiap SMA / SMK boleh mengirim lebih dari 1 peserta dan bisa lintas program keahlian.
- c. Memiliki NISN (Nomor Induk Siswa Nasional) dan terdaftar di Data Pokok Pendidikan (DAPODIK).

1.3 Deskripsi UPGRIS Digital Business Challenge (DBC) 2025

Jenis Kegiatan DBC meliputi : *Research*, *Business Model Canvas*, Pembuatan Konten & Proses Penjualan Produk, Analisis & Evaluasi

1.4 Isi Deskripsi Teknis

a. *Research*

Lomba *Research* dalam bidang Digital Marketing ini bertujuan untuk menguji kemampuan peserta dalam melakukan riset pasar yang mendalam dan menyeluruh. Peserta diharapkan mampu mengidentifikasi dan menganalisis alasan di balik pemilihan produk atau jasa tertentu oleh konsumen, mulai dari identifikasi kebutuhan, hingga menentukan prospek dan target pelanggan. Hasil riset ini kemudian harus dipresentasikan dengan jelas dan efektif.

b. *Business Model Canvas*

Lomba ini bertujuan untuk menguji kemampuan peserta UPGRIS *Digital Business Challenge* dalam merancang, mengembangkan, dan mempresentasikan *Business Model Canvas* (BMC) yang inovatif dan realistis.

Peserta diharapkan mampu mengidentifikasi elemen-elemen kunci dari BMC dan mengaplikasikannya pada sebuah ide bisnis atau produk.

c. Pembuatan Konten

Lomba ini dirancang untuk menguji dan mengembangkan keterampilan peserta *Digital Business Challenge* dalam menciptakan konten digital yang menarik dan efektif. Peserta diharapkan mampu menghasilkan konten visual dan video yang kreatif, membangun landing page yang efektif untuk tujuan penjualan.

d. Praktik Penjualan

Lomba ini dirancang untuk menguji dan mengembangkan keterampilan peserta DBC dalam melakukan proses penjualan produk yang dimiliki dengan memanfaatkan media digital untuk mendapatkan hasil yang maksimal serta mampu melakukan administrasi penjualan sehingga dapat menyajikan laporan penjualan dengan baik dan benar.

e. Analisis & Evaluasi

Lomba ini dirancang untuk menguji kemampuan peserta UPGRIS *Digital Business Challenge* dalam menganalisis dan mengevaluasi hasil penjualan pada tahap sebelumnya. Peserta diharapkan dapat menginterpretasikan analisa data digital seperti pertumbuhan (*growth*), tingkat interaksi (*engagement*), jumlah prospek (*leads*), dan lain-lain. Selain itu, peserta juga harus mampu mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama proses perencanaan kampanye menggunakan konten digital proses penjualan, memberikan solusi yang efektif, serta merencanakan langkah-langkah perbaikan berdasarkan evaluasi yang dilakukan.

1.4 Dokumen Terkait

Peserta lomba akan diberikan materi pelatihan tentang materi lomba sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan secara online melalui webinar maupun

video-video pelatihan yang tautan-nya akan diberikan sesuai dengan tahapan yang telah ditentukan.

Pengetahuan dan kemampuan siswa akan perencanaan dan kemampuan berliterasi untuk menjual secara digital dan berbagai aspek pendukung lainnya akan mendukung penilaian dalam kegiatan ini.

BAB II

SPESIFIKASI TERHADAP STANDAR NASIONAL

(Standar Kompetensi Bidang Lomba)

2.1. Ketentuan umum

UPGRIS *Digital Business Challenge* mengukur pengetahuan dan pemahaman melalui penampilan/unjuk kerja. Proyek uji, skema penilaian, dan bobot masing-masing modul proyek uji dikembangkan berdasarkan spesifikasi kompetensi UPGRIS *Digital Business Challenge*.

2.2. Spesifikasi Kompetensi Digital *Business Challenge*

Spesifikasi Kompetensi adalah rumusan target kompetensi yang akan dilombakan. Target kompetensi dirumuskan berdasarkan situasi dunia kerja atau industri dengan tetap memperhatikan kurikulum SMK, SMA, MA & MAK. Berikut spesifikasi kompetensi UPGRIS *Digital Business Challenge*.

Tahap	Tahapan Lomba
Research	<ol style="list-style-type: none">1. Pelaksanaan Riset: Peserta melakukan riset pasar sesuai dengan panduan yang diberikan, meliputi identifikasi kebutuhan, analisis faktor pemilihan, dan penentuan prospek serta target pelanggan.2. Pengumpulan Hasil Riset: Peserta mengumpulkan hasil riset dalam bentuk laporan tertulis dan materi presentasi.3. Presentasi: Peserta mempresentasikan hasil riset di hadapan juri. Setiap peserta memiliki waktu maksimal 5 menit untuk presentasi dan 5 menit untuk sesi tanya jawab.

Business Model Canvas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengumpulan Karya: Peserta mengumpulkan Business Model Canvas yang telah dibuat dalam format PDF beserta deskripsi singkat mengenai ide bisnis yang diusung. 2. Presentasi: Peserta mempresentasikan BMC mereka di hadapan juri. Setiap peserta memiliki waktu maksimal 5 menit untuk presentasi dan 5 menit untuk sesi tanya jawab.
Pembuatan Konten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengumpulan Karya: Peserta mengumpulkan konten gambar, video, dan landing page yang telah dibuat sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan. 2. Penilaian: Juri akan menilai karya yang dikumpulkan dan hasil kampanye iklan berdasarkan kriteria penilaian yang telah ditetapkan.
Praktik Penjualan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan Strategi Digital : Peserta menyusun strategi penjualan produk melalui media digital, termasuk pemilihan platform, target pasar, jenis konten promosi, serta timeline kegiatan. 2. Pelaksanaan dan Pencatatan Penjualan : Peserta melaksanakan penjualan sesuai strategi yang telah dibuat, memanfaatkan media digital secara optimal, dan mencatat setiap transaksi secara sistematis. 3. Penyusunan Laporan dan Presentasi Hasil : Peserta menyusun laporan penjualan lengkap dengan dokumentasi kegiatan, kemudian mempresentasikan hasil penjualan dan strategi yang dilakukan kepada dewan juri untuk dinilai.
Analisis & Evaluasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengumpulan Laporan: Peserta mengumpulkan laporan analitik dan evaluasi yang mencakup data hasil penjualan, identifikasi kendala, solusi yang diterapkan, dan rencana perbaikan. 2. Presentasi: Peserta mempresentasikan hasil analisis dan evaluasi mereka di hadapan juri. Setiap peserta memiliki waktu maksimal 5 menit untuk presentasi dan 5 menit untuk sesi tanya jawab.

BAB III

SISTEM PENILAIAN

3.1. Skema Penilaian

Penilaian dalam lomba UPGRIS *Digital Business Challenge* 2025 dilakukan untuk melihat sejauh mana peserta mampu menerapkan keterampilan digital marketing secara nyata. Setiap tahap lomba memiliki kriteria tersendiri yang mencakup kreativitas, strategi, pemahaman konsep, serta kemampuan menyampaikan ide secara jelas dan meyakinkan. Berikut untuk ketentuan yang ditetapkan oleh juri dan panitia.

No.	Modul	Kriteria/Sub-Kriteria
1	<i>Research</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Kedalaman Riset (30%): Ketepatan dan kedalaman dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen serta analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan produk atau jasa.2. Penentuan Target Pasar (20%): Kejelasan dan ketepatan dalam menentukan prospek dan target pelanggan berdasarkan hasil riset.3. Metodologi Riset (20%): Keandalan dan kreativitas dalam metodologi riset yang digunakan.4. Kualitas Presentasi (20%): Kejelasan, ketepatan, dan kemampuan persuasif dalam menyampaikan hasil riset.5. Inovasi dan Kreativitas (10%): Keunikan dan kreativitas dalam pendekatan riset dan penyampaian hasil.

2	Business Model Canvas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian dengan Konsep BMC (25%): Sejauh mana BMC yang dibuat sesuai dengan konsep dasar dan elemen-elemen yang ada dalam <i>Business Model Canvas</i>. 2. Inovasi dan Kreativitas (25%): Keunikan ide bisnis, solusi yang ditawarkan, dan cara penyampaian yang kreatif. 3. Kejelasan dan Ketepatan Presentasi (20%): Kejelasan dalam menyampaikan ide dan ketepatan waktu dalam presentasi. 4. Analisis Pasar dan Pesaing (15%): Kemampuan dalam menganalisis pasar dan strategi dalam menghadapi persaingan. 5. Kelayakan Bisnis (15%): Realistis atau tidaknya model bisnis untuk diimplementasikan.
3	Pembuatan Konten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kreativitas dan Inovasi (30%): Keunikan dan daya tarik visual konten, baik gambar maupun video. 2. Teknis Konten (20%): Kualitas teknik pembuatan konten, termasuk editing, pencahayaan, dan suara. 3. Efektivitas Pesan (25%): Kesesuaian konten dengan konsep soft selling dan kemampuan dalam menyampaikan pesan secara efektif. 4. Desain dan Fungsionalitas Landing Page (25%): Kejelasan informasi, estetika desain, dan kemudahan navigasi pada landing page.
4	Praktik Penjualan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian strategi dengan produk dan target pasar – 10% 2. Kreativitas dalam merancang konten dan memilih media digital – 10% 3. Kejelasan timeline dan rencana aksi – 5% 4. Efektivitas pelaksanaan strategi (jumlah penjualan, engagement, jangkauan, dll.) – 20% 5. Konsistensi dan keberlanjutan promosi – 10% 6. Ketepatan dan kerapian pencatatan transaksi – 10% 7. Kelengkapan dan akurasi laporan penjualan – 10%

		<ul style="list-style-type: none"> 8. Kualitas dokumentasi (bukti transaksi, konten promosi, dll.) – 10% 9. Kemampuan presentasi dan penyampaian hasil – 15%
5	Analisis & Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan Analisis (30%): Ketepatan dalam menganalisis data hasil kampanye, termasuk growth, engagement, dan leads. 2. Identifikasi Kendala (20%): Kejelasan dalam mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama kampanye. 3. Solusi yang Diterapkan (20%): Efektivitas solusi yang diberikan untuk mengatasi kendala. 4. Rencana Perbaikan (20%): Kualitas rencana perbaikan yang diajukan berdasarkan evaluasi. 5. Presentasi (10%): Kejelasan dan ketepatan dalam menyampaikan hasil analisis dan evaluasi.

BAB IV

DAFTAR ALAT

4.1 Ketentuan Umum

Peralatan kerja disiapkan oleh peserta sesuai dengan petunjuk yang telah disiapkan oleh Panitia sebagai berikut

4.2 Daftar Alat para Peserta

Perangkat Keras		
1	Komputer dengan akses internet	
2	Handphone dengan Spesifikasi yang memadai dan akses internet	Diinstall perangkat lunak yang dibutuhkan
3	Kamera, Tripod, <i>Mic Wireless</i>	Untuk produksi dan pengunggahan konten

Perangkat Lunak		
1	<i>Microsoft Office PowerPoint</i> / Canva	Untuk aplikasi presentasi
2	Canva / Wink / Lightroom Aplikasi edit gambar lain	Untuk edit konten gambar
3	CapCut / Wink / Aplikasi edit video lain	Untuk edit video
4	Akun Sosial Media	Untuk <i>upload</i>
5	<i>Zoom</i>	Untuk melakukan webinar dan presentasi

4.3 Alat dan bahan yang dilarang digunakan

Penggunaan software ilegal yang tidak berlisensi tidak diperbolehkan untuk digunakan dalam perlombaan ini.

BAB V

DAFTAR BAHAN

5.1 Bahan Penunjang

- a. Bahan Penunjang Lomba sebagai referensi para peserta

Peserta mempersiapkan alat tulis, pakaian, dan properti lain yang bisa mendukung tugas presentasi.

BAB VI

JADWAL BIDANG LOMBA

Tanggal	Kegiatan	Keterangan
4 Juni – 4 Juli	Pendaftaran	Peserta melakukan pendaftaran lomba melalui link/form yang disediakan.
7 Juli	Technical Meeting 1	Penjelasan teknis babak penyisihan dan alur lomba kepada seluruh peserta.
8 Juli	Pelatihan BMC (Pak Dyan)	Pembekalan penyusunan Business Model Canvas bagi peserta lomba.
7 Juli – 17 Juli	Babak Penyisihan	Peserta mengerjakan tugas: riset, BMC, konten (termasuk rekaman layar editing), diunggah ke media sosial dan dikumpulkan via Google Classroom.
18 Juli – 25 Juli	Penilaian Babak Penyisihan	Dewan juri menilai karya peserta berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.
28 Juli	Pengumuman Finalis	Finalis diumumkan melalui akun Instagram resmi UPGRIS DBC.
29 Juli	Technical Meeting Babak Final	Penjelasan teknis babak final bagi peserta yang lolos.
29 Juli – 29 Agustus	Babak Final (Penjualan & Laporan)	Peserta melakukan penjualan produk secara online dan menyusun laporan penjualan.
1 September– 2 September	Presentasi Final	Presentasi secara langsung via Zoom. Peserta menjelaskan laporan hasil penjualan
8 September	Pengumuman Pemenang	Pengumuman pemenang lomba

BAB VIII

KEBUTUHAN LAIN dan SPESIFIKASINYA

8.1 Kebutuhan Juri untuk menilai, diantaranya:

No	Peralatan	Jumlah	Satuan
1	Komputer dengan akses internet	1	set
2	Akun <i>Zoom</i>	1	paket
3	Pulsa kuota	1	paket

BAB IX

REKOMENDASI JURI

1. Faris Fanani : PT Campus Digital Indonesia
2. Cahyo Edhi Widhiyatmoko : CV Prima Cyber Team
3. Noventia : Dosen FEB Universitas PGRI Semarang