



Politeknik Negeri Jember

Startup Development Class

Jember, 18 - 20 Juni 2025

Muhamad Mirza Kusumawardana, SE, CBHC

Say Hello to Our Coach!



M. Mirza Kusumawardana, SE, CBHC

Certified Business Coach (ICF-ACSTH) |
Business Owner | Trainer & Mentor

- (2023 - Present) Professional Business Coach - Self Employed
- (2023 - Present) Coach a Atalanta Kreatif
- (2023-2024) Coach, Trainer at Rumah Siap Kerja
- (2018 - Present) Owner Abah Emak Farm
- (2022 - 2023) Head of Sales at Hijrah Coach
- (2021 - 2022) Co-Founder & Business and Marketing Development at PT Theta Digital Integrasi (Psikolog 911)
- (2017 - 2021) Head of Operations at Pasar Mikro Pedagang Kaki Lima Jaya Mulya
- (2016-2018) Founder PT Hasan Lestari Mandiri
- (2012 - 2014) Sales at PT Intraco Penta Prima Service

Yuk Bersiap untuk Sesi

Untuk belajar dengan optimal, yuk ikuti aturan berikut ini!



Angkat tangan jika ada
masalah/pertanyaan di
sepanjang sesi



Berpartisipasi secara aktif selama sesi berlangsung



Heningkan suara perangkat untuk memastikan perjalanan belajar berjalan dengan aman dan nyaman



DAY 1

Smart dulu, baru START



DAY 3

Laris Opo Gunane Yen
Ra Iso Untung?



DAY 2

Nggawe Usaha Ojo
Neng Ati Tok, Rek!



DAY 4

Belajar Nguntung, Tapi
Ojo Cepet Ambruk!

Day 1 List of Content



Isu di Indonesia
Pengangguran & PHK



Landasan Dasar
Menurut Pemerintah



Skills Dibutuhkan
Pengusaha



Pentingnya
Membuka Usaha



Perbedaan
Business Owner &
Entrepreneur



Analisis
Five Factor

Sebelum memulai materi...

Yuk kita main game dulu

Ice Breaking!

Tebak Gambar

1. Kamu akan diberikan **5 potongan logo perusahaan** populer
2. Tugas kamu adalah **menebak nama perusahaan** tersebut
3. Jika mau menjawab, **silahkan angkat tangan**



Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 1



California Fried Chicken

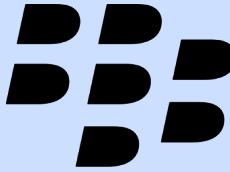
Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 2



Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 3

 *BlackBerry*

Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 4



Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 5



Mari mulai ke materi...

Issue

Pengangguran

Total angkatan kerja
Februari 2025

153.05
juta orang

↑ 3.67M yoy Feb 2024

Total orang memiliki
pekerjaan Feb 2025

145.77
juta orang

↑ 3.59M yoy Feb 2024

Tingkat Pengangguran
Feb 2025

4.76%
(Prediksi IMF 2025:
5%)

(4.82% di Februari 2024)

Meskipun %
menurun



Angka pengangguran
Feb 2025

7.28
juta orang

↑ 80K yoy Feb 2024

Rerata gaji karyawan
February 2025

IDR 3.09 juta

↑ 1.78% yoy Feb 2024

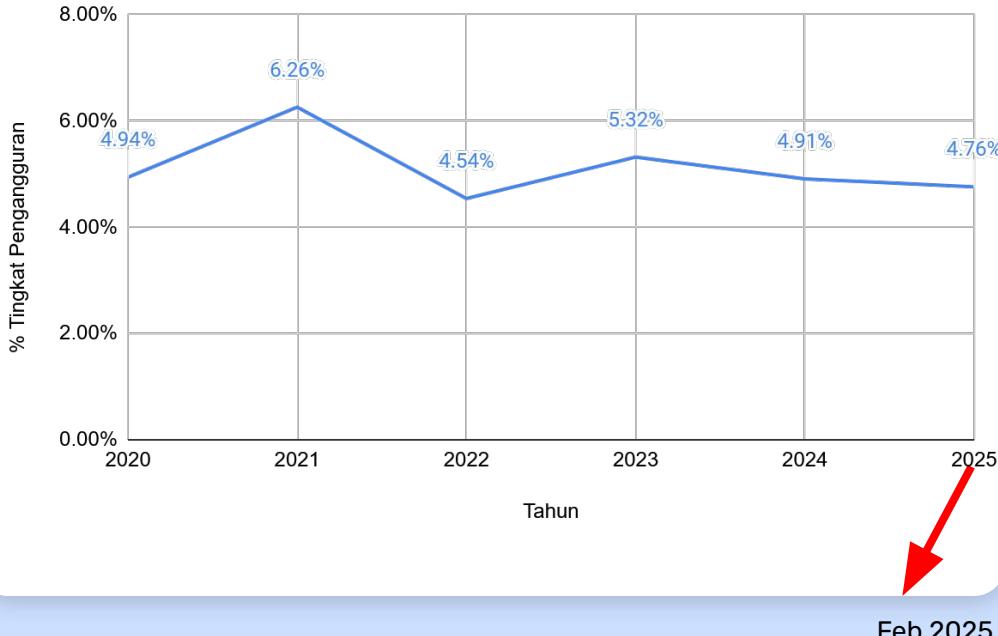
KEY FINDINGS

Lebih banyak orang bekerja, tetapi karena pertumbuhan tenaga kerja lebih cepat daripada lapangan kerja, **jumlah pengangguran naik meskipun tingkat pengangguran turun.**

Issue

Trend Pengangguran

% Tingkat Pengangguran di Indonesia



KEY INSIGHTS

Mencapai Puncak pada Tahun 2021:

Pengangguran di Indonesia meningkat pada 2021, diduga karena dampak berat pandemi COVID-19.

Penurunan Signifikan pada Tahun 2022:

Setelah memuncak di 2021, pengangguran turun hingga 2025, menandakan pasar tenaga kerja semakin pulih.

Tingkat Pengangguran Feb Tahun 2025

Lebih Rendah dari Tahun 2020:

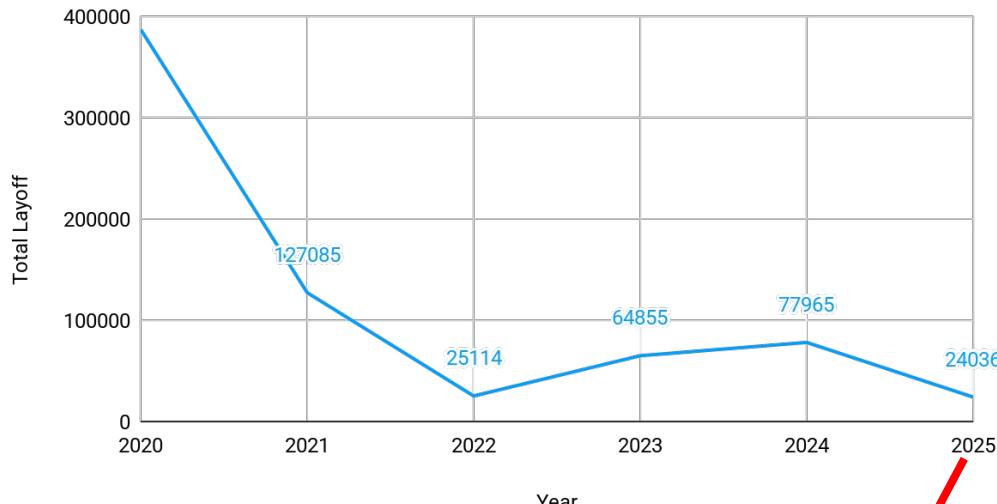
Per Februari 2025, tingkat pengangguran (4.76%) lebih rendah dibanding awal pandemi (2020: 4.94%), menunjukkan perbaikan kondisi ketenagakerjaan meski sempat naik.

Combined data from DPR, Satu Data, Kementerian Tenaga Kerja, etc.

Issue

Trend PHK

Layoff Trend in Indonesia



April 2025

KEY INSIGHTS

Penurunan Tajam dari 2020 ke 2022:

Perekonomian mulai pulih dan stabil setelah terdampak COVID-19 pada 2020.

Kenaikan Perlahan dari 2022 ke 2024:

Ini menunjukkan sedikit peningkatan PHK setelah pemulihan awal.

Penurunan Signifikan di Awal 2025:

Angka ini jauh lebih rendah daripada tahun 2022-2024, menunjukkan perbaikan di pasar tenaga kerja awal 2025.

Combined data from DPR, Satu Data, Kementerian Tenaga Kerja, etc.

Analisis Trend PHK

Pandemic vs Post Pandemic

Periode	Pandemic	Post Pandemic
Sektor paling terdampak	Konstruksi, perdagangan, restoran	Tekstil, manufaktur, ritel
Alasan utama PHK	Penguncian, penurunan aktivitas ekonomi, pembatasan mobilitas	Impor murah, penurunan permintaan global, relokasi untuk efisiensi biaya

Analisis Trend PHK Sektor Paling Terdampak

Sektor Ekonomi

Manufacturing

Textile & Textile Products (TPT)

Wholesale and Retail Trade

Total/Persentase PHK (Periode)

**16,801 (69.9%) dari 24,036 total
(April 23, 2025)**

- **11,025 (Sritex, awal 2025)**
- **10,800 (Jan-Mar 2024)**
- **7,200 (2023)**

3,622 (by April 23, 2025)

Faktor-Faktor Kunci yang Berkontribusi / Notes

- Yang paling terpukul. Termasuk elektronik.
- Menurunnya permintaan, persaingan impor, ketertinggalan teknologi, dan langkah efisiensi.
- Sektor teratas untuk PHK pada tahun 2024.

- Penutupan pabrik (62 pabrik dari tahun 2023-2025).
- Kebangkrutan, tekanan impor, tidak kompetitif.
- **Prediksi 280.000 PHK pada tahun 2025** dari 60 perusahaan.

- **Menurunnya permintaan domestik**
- Daya beli masyarakat yang lesu
- Langkah-langkah efisiensi.

Analisis Trend PHK Sektor Paling Terdampak

Sektor Ekonomi

Media

Agriculture, Forestry,
& Fisheries

Other Service
Activities

Total/Persentase PHK (Periode)

**-750 (CNN Indonesia, Kompas TV,
MNC Group, by May 2025)**

3,997 (2024)

- 2,012 (by April 23, 2025)**
- 12,853 (2024)**

Faktor-Faktor Kunci yang Berkontribusi / Notes

- Disrupsi teknologi** (contoh: AI)
- Perubahan konsumsi media** (media sosial)
- Penurunan pendapatan iklan** (konsumsi iklan merek)

- Kondisi pasar.
- Potensi dampak kebijakan (*misalnya kenaikan upah minimum, dan kenaikan pajak yang menyebabkan biaya yang lebih tinggi dan menyebabkan PHK*).

Kategori yang luas, kemungkinan mencakup berbagai layanan yang terkena dampak (*misalnya pendidikan, kesehatan, otomotif, dll.*) oleh perlambatan dan restrukturisasi ekonomi.

Menurut teman-teman,
***Apa solusi dari masalah-masalah
di atas?***

For Your Information

Perbandingan Lowongan dan Pelamar Kerja

Pada Februari 2025, pengangguran turun jadi **4,76%** tapi jumlah penganggur naik **83.000 orang**, sementara lapangan kerja bertambah **3,59 juta** (dari Feb 2024).



Yuk tonton video ini dulu

Diterjemahkan ke bahasa Indonesia sebagai media Ice breaking
mata pelajaran Bimbingan Konseling SMP N 13 Pakalohgan.



**Ada yang bisa menceritakan kembali
alur singkat dari video tersebut?**

**Menurut kamu, kenapa akhirnya es nanas
tersebut berhasil terjual?**

Menurut teman-teman,
Membuka usaha itu gampang apa sulit?
Berikan alasannya



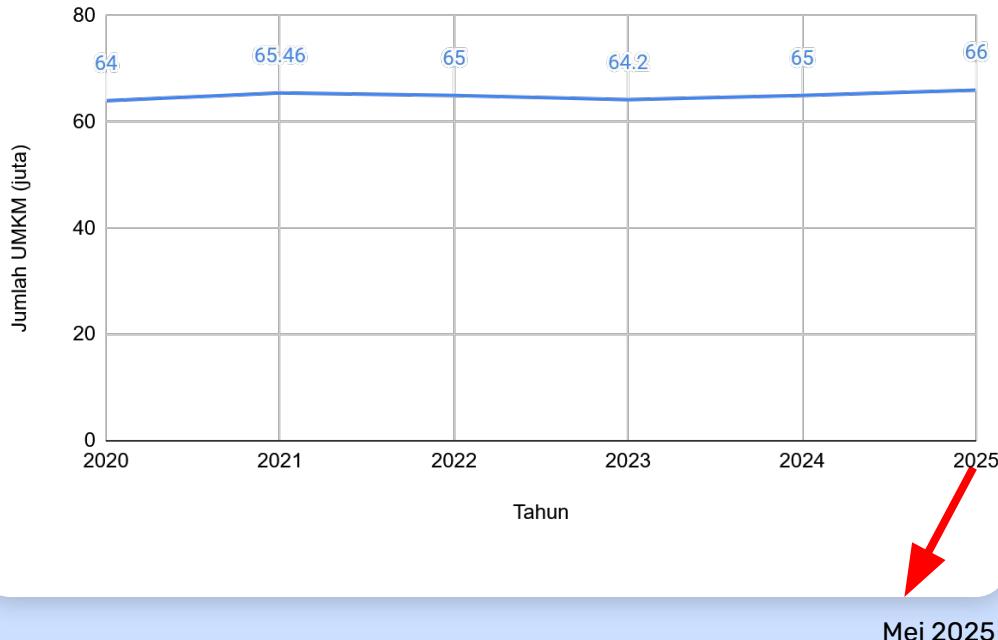
***"Usaha yang baik dimulai
dari ide sederhana dan
keberanian untuk mencoba.
Tidak perlu sempurna, yang
penting dimulai."***

(Steve Jobs)

Data UMKM

Jumlah UMKM di Indonesia

Jumlah UMKM Indonesia dari 2020 s.d 2025



KEY INSIGHTS

Terdapat kenaikan jumlah UMKM di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2025

Di Jember sendiri, terdapat 612.000 - 647.000 UMKM per 2024

Data UMKM

Jenis Usaha Terbanyak di Jember

Sektor Pertanian:

Sektor pertanian menjadi penyumbang terbesar dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Jember, dengan persentase mencapai 25,71%, menurut BPS Jember.

Produksi Tembakau:

Jember merupakan salah satu daerah penghasil tembakau utama di Indonesia, yang menjadi komoditas penting dalam sektor pertanian.

Sektor Lain:

Meskipun sektor pertanian mendominasi, sektor lain seperti transportasi dan perdagangan memiliki kontribusi yang lebih kecil dalam PDRB, yaitu hanya 2,35%, menurut BPS Jember.



Menurut teman-teman,
***Kenapa sih buka usaha sendiri
itu penting?***

Mandat Pemerintah

Landasan Dasar Kewirausahaan di Kampus

Undang-Undang Pendidikan Tinggi

UU No. 12/2012 mewajibkan perguruan tinggi untuk mengembangkan SDM unggul, termasuk dalam kewirausahaan.

Peraturan Pemerintah

Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2011 tentang Pengembangan Kewirausahaan dan Kepeloporan Pemuda, serta Penyediaan Prasarana dan Sarana.

Program Merdeka Belajar-Kampus Merdeka

Program ini memberi kebebasan mahasiswa memilih kegiatan belajar, termasuk wirausaha, untuk tingkatkan kompetensi dan dukung ekonomi digital.



Apa Sih Manfaat Menjadi Entrepreneur

Did you
Know

3 jt

Indonesia masih membutuhkan **3** **jutaan wirausaha baru** untuk mencapai minimal target menjadi negara maju

“Untuk menjadi negara maju, **Indonesia membutuhkan 11 juta wirausaha baru**. Hingga **tahun 2024**, jumlah **wirausaha di Indonesia mencapai 8 juta orang** sehingga masih **membutuhkan 3 jutaan wirausaha baru.**”

Menurut teman-teman,
Ada yang tahu apa yang dimaksud
dengan
Entrepreneur atau Wirausaha?

**Menurut teman-teman,
*Bagaimana sih cara buka usaha?***

4 Langkah Menjadi Entrepreneur



1

Kenali Tujuan & Passion



2

Temukan Ide Bisnis



3

Buat Perencanaan Bisnis



4

Eksekusi

**Menurut teman-teman,
*Ciptain Produk dulu atau Market Dulu?
Kenapa?***

Aspek	Self-Employed	Business Owner	Entrepreneur
Fokus Utama	Mencari penghasilan pribadi	Menjalankan usaha	Menciptakan solusi dan inovasi
Mindset	Saya kerja, saya dibayar	Saya bangun bisnis saya	Saya pecahkan masalah besar
Sistem	Belum ada sistem	Mulai membangun sistem	Membangun sistem yang bisa ditiru & dikembangkan
Inovasi	Tidak perlu	Kadang perlu	Sangat perlu

Aspek	Self-Employed	Business Owner	Entrepreneur
Risiko	Rendah	Sedang	Tinggi (sering uji coba ide baru)
Growth Mindset	Bertahan hidup	Stabilitas & kontrol	Skalabilitas dan ekspansi
Tujuan	Hidup dari keahlian pribadi	Cukup menghasilkan	Mengubah pasar / dunia
Skalabilitas	Sulit berkembang	Bisa berkembang perlahan	Potensial tumbuh sangat besar
Contoh	Freelancer, guru les	Pemilik warung, laundry	Pendiri Gojek, Elon Musk, pendiri EduTech lokal



"Usahamu adalah cerminan dirimu. Jika kamu paham nilai yang bisa kamu berikan, pasar akan merespons."

(Simon Sinek)



**Menurut teman-teman,
*Skill apa saja yang saat ini sudah
teman-teman miliki?***

Menurut teman-teman,
***Skill apa saja yang teman-teman
perlu di kembangkan?***

Skills yang dibutuhkan entrepreneur

Keahlian Teknis

Manajemen:

Memahami dasar-dasar manajemen, termasuk perencanaan, organisasi, pengarahan, dan pengendalian.

Keuangan:

Menguasai manajemen keuangan, termasuk perencanaan anggaran, pengelolaan kas, dan analisis keuangan.

Analisis Data:

Mampu mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data untuk pengambilan keputusan yang tepat.

Pemasaran:

Mengetahui strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk atau layanan

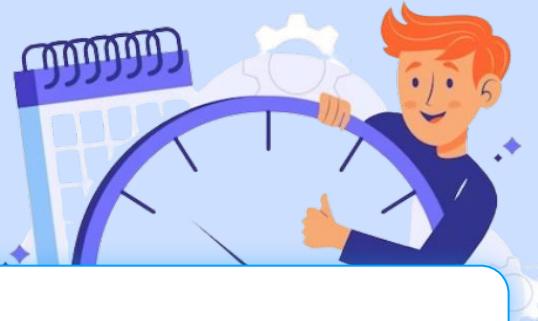
Teknologi:

Mengikuti perkembangan teknologi dan memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan bisnis.



Skills yang dibutuhkan entrepreneur

Keahlian Non-Teknis



Kepemimpinan:

Mampu memotivasi dan menginspirasi tim, serta membuat keputusan yang tepat

Bernegosiasi:

Memahami teknik negosiasi yang baik untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan.

Kecerdasan Emosional:

Memahami dan mengelola emosi sendiri serta emosi orang lain.

Growth Mindset:

Tidak mudah menyerah, Kegagalan bukanlah akhir.

Komunikasi:

Berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan, mitra, dan karyawan.

Agile:

Kemampuan pengusaha untuk cepat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan memanfaatkan peluang bisnis.

Kreativitas dan Inovasi:

Berpikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk atau layanan baru.

Ruang Lingkup Ketika Memulai Bisnis



Tips & Trick

Menjadi Pebisnis Sukses

01

Berikan respons yang cepat kepada pelanggan.

02

Bangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

03

Pahami persaingan di industri.

04

Perbanyak riset soal tren bisnis.

05

Gunakan iklan secara efektif.

Menurut teman-teman,
***Ayo sebutkan tokoh entrepreneur yang
kalian ketahui!***

Menurut teman-teman,
***Apa yang akan mengagalkan saat kita
baru mulai menjalankan usaha?***

Contoh Produk yang Redup di Pasar



Aqua rasa buah



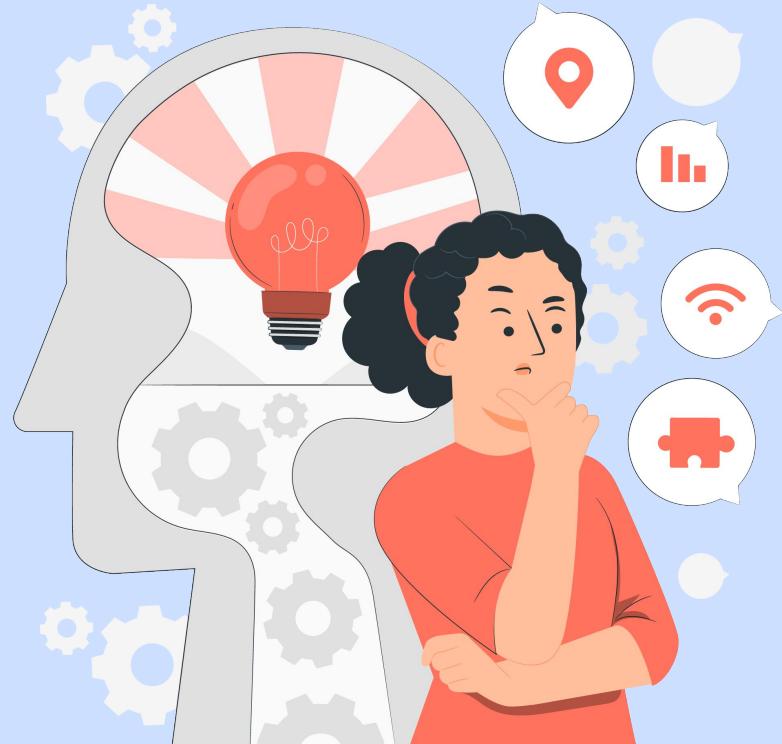
Es Kepal Milo



Karen's Diner

Five Forces Industry Analysis

kerangka analisis strategis yang dikembangkan oleh Michael E. Porter (Harvard Business School) **untuk membantu memahami struktur persaingan** dalam suatu industri dan daya tarik industrinya dari sisi profitabilitas.



Five Forces Industry Analysis



01 Mengetahui Pesaing Luar

Jika tingkat persaingan semakin tinggi, maka bisnis perlu melakukan analisis kompetitif untuk dapat bersaing dan bertahan.



02 Ancaman Pendatang Baru

Pendatang baru bisa saja menghasilkan produk yang memiliki *unique selling point* yang lebih menarik daripada produk kita.



03 Alternatif Penggantian

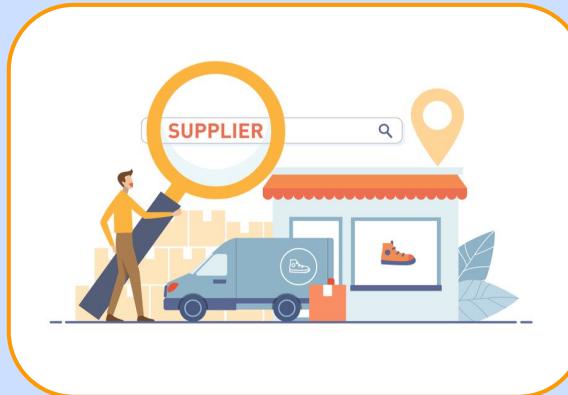
Berupa produk pengganti yang memenuhi kebutuhan konsumen yang sama seperti produk sebelumnya.

Analisis Industri Bisnis



04 Kekuatan Pembeli

Kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga yang lebih rendah atau meminta kualitas produk yang lebih tinggi.



05 Kekuatan Pemasok

Kemampuan pemasok untuk menaikkan harga yang meningkatkan keuntungan mereka.



Ketahui Kompetitor dengan Melakukan Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor adalah kegiatan analisis yang dilakukan untuk mendefinisikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan berdasarkan hubungannya dengan kompetitor di dalam sebuah pasar.

Analisis kompetitor bermanfaat untuk menciptakan strategi pemasaran yang lebih tepat serta menggali dan memunculkan peluang yang tersembunyi dalam bisnis.

Strategi Analisis Kompetitor

1

Menentukan
Kompetitor
(pesaing)

2

Mengenali Produk
Kompetitor

3

Memahami Strategi
Marketing yang
Digunakan
Kompetitor

4

Mendalami Sistem
Bisnis dan Manajemen

5

Pahami Digital
Marketing

STUDI KASUS

Menentukan Riset Market

Studi kasus:

Perusahaan elektronik konsumen, XYZ, sedang **mengembangkan jam tangan pintar** dan ingin melakukan riset pasar untuk menginformasikan keputusan pengembangan produknya. Perusahaan ingin **memahami dinamika persaingan pasar jam tangan pintar dan mengidentifikasi potensi ancaman dan peluang.**

Instruksi:

Lakukanlah **Five Forces Industry Analysis** jam tangan pintar untuk **menginformasikan keputusan pengembangan produk XYZ** seperti fitur, desain, dan harga jam tangan pintar yang akan dikembangkan

1. Pesaing / Kompetitor = Jenis Produk, Keunikan, dll.
2. Ancaman Pendatang Baru
3. Alternatif Penggantian
4. Kekuatan Pembeli Produk Kompetitor
5. Kekuatan Pemasok

Tips ; Tiga Optimasi Faktor

Pelanggan



Ketahui masalah, kebutuhan, dan nilai apa yang mereka cari.

Relasi



Membangun hubungan baik antar pelanggan, klien, partner bisnis, maupun investor.

Pasar



Mencari target pasar baru dan menyesuaikan dengan produknya agar diterima

QnA

Apakah ada pertanyaan?



Politeknik Negeri Jember

DAY 2 Startup Development Class

Nggawe Usaha Ojo Neng Ati Tok, Rek!

Jember, 18 - 20 Juni 2025



Day 1

Highlight

Indonesia menghadapi tantangan pengangguran dengan tren yang berbeda sebelum dan sesudah pandemi.

Beberapa sektor, seperti **manufaktur dan tekstil, paling terdampak PHK**.

Kewirausahaan didorong melalui program seperti Merdeka Belajar-Kampus Merdeka.

Ada perbedaan pola pikir dan skalabilitas antara pekerja mandiri, pemilik usaha, dan pengusaha.

Pengusaha membutuhkan **keterampilan teknis (manajemen, keuangan)** dan **non-teknis (kepemimpinan, komunikasi)**.

Five Forces Industry Analysis adalah alat untuk memahami dan menganalisis lanskap industri bisnis.



Day 2 List of Content



Design Thinking
Membuat Ide Produk



Lean Canvas
Bangun Bisnis dari
Masalah



Ice Breaking!

Tebak Gambar

1. Kamu akan diberikan **5 potongan logo perusahaan** populer
2. Tugas kamu adalah **menebak nama perusahaan** tersebut
3. Jika mau menjawab, **silahkan angkat tangan**





Ice Breaking!

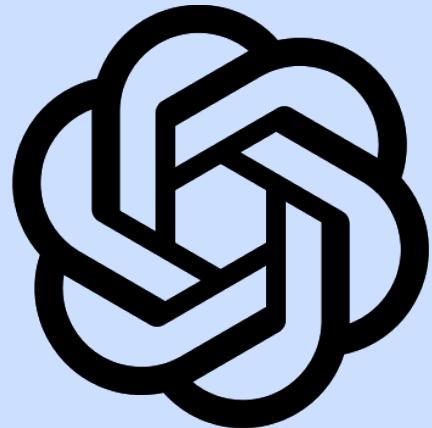
Tebak Gambar Level 1

*kopi
kenangan*



Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 2



OpenAI



Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 3





Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 4





Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 5



Bukan Telepon Biasa



Mari mulai ke materi...

Strategi Analisis Kompetitor

1

Menentukan
Kompetitor
(pesaing)

2

Mengenali Produk
Kompetitor

3

Memahami Strategi
Marketing yang
Digunakan
Kompetitor

4

Mendalami Sistem
Bisnis dan Manajemen

5

Pahami Digital
Marketing



Aspek	Design Thinking	Lean Canvas
Definisi	Pendekatan kreatif untuk memecahkan masalah dengan fokus pada kebutuhan pengguna.	Alat bisnis untuk memvalidasi ide startup dengan cepat dan efisien.
Tujuan	Menciptakan solusi inovatif yang berpusat pada manusia (human-centered).	Memvalidasi model bisnis dan mengurangi risiko kegagalan startup.
Fokus Utama	Pengalaman pengguna (UX) dan solusi inovatif.	Validasi model bisnis dan kelayakan pasar.
Penggunaan	Digunakan dalam pengembangan produk, layanan, atau pengalaman pengguna.	Digunakan oleh startup untuk merencanakan dan menguji ide bisnis.



Aspek	Design Thinking	Lean Canvas
Fleksibilitas	Bersifat iteratif dan eksploratif.	Bersifat dinamis, dapat diubah berdasarkan validasi pasar.
Output	Menciptakan solusi inovatif yang berpusat pada manusia (human-centered).	Memvalidasi model bisnis dan mengurangi risiko kegagalan startup.
Fokus Utama	Prototype, solusi yang diuji dengan pengguna.	Business model yang terstruktur dan siap diuji.
Pemangku Kepentingan	Desainer, tim produk, pengguna.	Founder startup, investor, tim bisnis.



Yuk tonton video ini dulu



Ada yang bisa menceritakan kembali
alur singkat dari video tersebut?



+

Sebelum memulai materi...

Mari kita laksanakan misi berikut ini!

o

+

+



Misinya adalah...

The Wallet Project!



Kamu akan menjalankan misi untuk membuat sebuah dompet. Akan ada 5 misi bersambung selama topik ini disampaikan.

So, are you ready?





Partnermu sedang membutuhkan dompet dan kamu
akan membuatkan dompet baru untuknya,
misi pertama yang harus kamu lakukan adalah
menggambarkan dompet yang ideal untuk partnernya.



+

Misi Pertama:

Design Ideal Wallet

4 menit

1

2

3

4

5

Draw

+

+



Bagaimana proses yang kamu lalui pada
saat **menggambar dompet ideal untuk**
partner kelompokmu?

+

o

+



+

Yah sayangnya, aktivitas yang baru saja kita lakukan adalah langkah awal yang salah jika kita ingin membuatkan dompet ideal untuk partner kita

o

+

+



+

Mengapa Begitu?

Tanpa banyak waktu untuk berpikir dan berdiskusi seperti apa dompet yang ideal menurut partner kita, aktivitas ini menjadi contoh **pendekatan umum dalam pemecahan masalah** dengan menyelesaikannya **berdasarkan pendapat dan pengalaman pribadi kita selaku penggambarnya saja.**

o

+

+



**Padahal kita belum tahu, apakah dompet
yang dibuat sudah cukup ideal menurut
partner kita?**





Maka dari itu, yuk kita pelajari proses mendesain sebuah produk dengan pendekatan ***design thinking*** berbasis manusia agar bisa menyelesaikan **misi *The Wallet Project*** dengan tepat sampai selesai!



List of Content



Definsi
Design Thinking



Urgensi
Design Thinking



Elemen
Design Thinking



Tahapan
Design Thinking



Startup Simulation
The Discovery Challenge



Design Thinking

diperkenalkan oleh David Kelley dan Tim Brown sebagai pendiri IDEO, *design thinking* adalah **metodologi desain** yang memberikan **pendekatan berbasis solusi** untuk memecahkan masalah **berdasarkan kebutuhan pengguna atau user**





Urgensi

Design Thinking

merancang desain produk dengan lebih efektif sesuai dengan kebutuhan pengguna

mengembangkan ide-ide baru

mengatasi permasalahan yang ada dalam market atau produk





Elemen

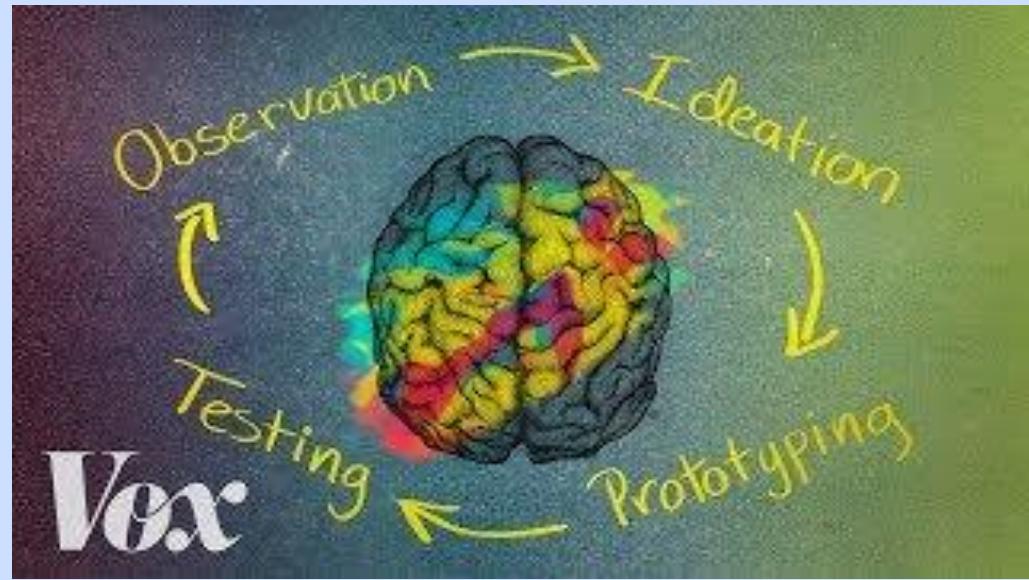
Design Thinking

People Centered

Highly Creative

Hands On





Trivia Quiz

Sebutkan minimal 2 urgensi menggunakan Design Thinking!

JAWABAN:

1. Merancang desain produk dengan lebih efektif sesuai dengan kebutuhan pengguna
2. Mengembangkan ide-ide baru
3. Mengatasi permasalahan yang ada dalam market atau produk





Tahapan Design Thinking

Empathize

Memahami user

Define

Merumuskan masalah

Ideate

Mengumpulkan ide solusi

Prototype

Memvisualisasi ide solusi

Test

Menguji prototype kepada user



+

Sebelum melanjutkan penjelasan materi..

sekarang saatnya kita kembali melanjutkan misi!

o

+

+



**Dengan kelompok yang sama,
sekarang kamu akan kembali
melanjutkan misi dengan
melakukan interview secara
bergantian untuk mengetahui
seperti apa dompet yang
bermanfaat dan berarti bagi
masing-masing partner**



+

Sudah siap? **Ayo kita mulaaai!**

Ayo Mulai

o

+

+



+

Misi Kedua:

4 menit

1

2

3

4

5

Interview

Dig Deeper

Jangan lupa untuk menuliskan hasil interviewmu pada worksheet yang sudah diberikan!



Isi bagian ini terlebih dahulu ya!

+

+



Yay! Ada waktu tambahan selama **4 menit agar kamu bisa menggali kembali seputar masalah yang dihadapi *partner* mu mengenai dompetnya.**



+

Misi Kedua:

4 menit

1

2

3

4

5

Interview

Dig Deeper

Jangan lupa untuk menuliskan hasil interviewmu pada worksheet yang sudah diberikan!

o



Sekarang isi bagian ini

+



Apa yang berhasil kamu dapatkan dari
proses *interview* dengan *partner*
kelompokmu?



Apa *insight* yang kamu dapatkan dari misi ini?



+
Dengan melakukan interview secara mendalam pada misi ini, kita bisa lebih **memahami dan menempatkan diri pada sisi partner**, hal ini merupakan salah satu contoh implementasi untuk berempati terhadap calon pengguna kita, pada design thinking tahap ini disebut dengan **EMPATHIZE**.





+

Jadi apa itu **empathize**?

o

+

+



Empathize

Langkah awal dalam proses mendesain sebuah produk yang berisi **proses mengetahui dan memahami emosi, pengalaman dan situasi dari user atau pengguna**







Mengapa **empathize** penting
bagi **entrepreneur** ?



+

Mengapa?

Entrepreneur dapat mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengguna potensial

Entrepreneur dapat mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh pengguna dengan melihat dari perspektif pengguna

Entrepreneur dapat memastikan bahwa produk yang diciptakan dapat benar-benar menyelesaikan masalah, bukan sekadar gejala yang terlihat

+

+



+

Proses Empathize

Assume a
beginner's
mindset

Interview

Giving
empathy



+

+

Trivia Quiz

Apa yang dimaksud dengan proses *Emphasize* dalam *design thinking*?

JAWABAN:

Langkah awal dalam proses mendesain sebuah produk yang berisi proses mengetahui dan memahami emosi, pengalaman dan situasi dari user atau pengguna





Tahapan Design Thinking

Empathize

Memahami user

Define

Merumuskan masalah

Ideate

Mengumpulkan ide solusi

Prototype

Memvisualisasi ide solusi

Test

Menguji prototype kepada user





Saatnya melanjutkan misi!

Ayo Mulai!





Misi kali ini akan kamu lakukan secara individu. Tugasmu adalah **menjabarkan masalah yang dialami partnermu** dari hasil interview yang sudah dilakukan pada misi sebelumnya.



+

Misi ketiga:

Reframe The Problem

4 menit

1

2

3

4

5

Yuk isi kolom ini untuk menciptakan sebuah problem statement!

Define Problem Statement

nama atau deskripsi user:



isi dengan nama atau deskripsi diri
partner kelompokmu!

kebutuhan user:



isi dengan kebutuhan partner
kelompokmu! (berkaitan dengan
dompet)

insight/problem user:



+

+



**Ceritakan yuk apa yang sudah kamu
kerjakan pada misi ini!**



**Saat akan memberi dompet
kepada *partner* kita, mengapa kita
perlu menjabarkan terlebih dahulu
masalah yang mereka alami?**



+

Dengan berusaha menjabarkan masalah yang dialami partner, akan membantu kita untuk **bisa melihat masalah dari sudut pandang yang berbeda dan menawarkan kemungkinan solusi** yang sebelumnya tidak terlihat atau diabaikan.

proses ini merupakan bagian dari tahap kedua *design thinking* yaitu **DEFINE**

o

+

+



Define

Setelah mengumpulkan informasi pada tahap empathize, **langkah selanjutnya** adalah **merumuskan masalah secara jelas dan spesifik**. pada tahap ini kita dapat mengidentifikasi kesenjangan antara kebutuhan pengguna dan solusi yang ada





+

Urgensi Tahap Define

Membantu dalam memahami kebutuhan dan masalah pengguna secara mendalam

dengan memahami pengguna secara menyeluruh, kita dapat mengembangkan produk yang relevan dan bermanfaat bagi penggunanya dan mengurangi risiko mengembangkan produk yang tidak diminati

Membantu mengidentifikasi peluang bisnis dengan merumuskan masalah yang ingin dipecahkan

dengan mengidentifikasi masalah yang belum diatasi atau kebutuhan yang belum terpenuhi, kita dapat menemukan peluang untuk menciptakan solusi baru dan membedakan bisnis kita dari pesaing

Membantu mengarahkan energi dan sumber daya bisnis ke arah yang tepat

hal ini dapat menghindari dispersi dan memastikan penggunaan yang efektif dari waktu dan sumber daya yang terbatas

+

+



+

Output dari Tahap Define

Problem Statement

pernyataan yang menjelaskan secara jelas dan terperinci tentang masalah atau tantangan yang ingin dipecahkan.



+

+



+

Contoh Problem Statement 1:

“Vinie seorang mahasiswa yang membutuhkan dompet baru”

Menurutmu, *problem statement* ini sudah cukup potensial atau belum?



+

+



+

o

Contoh Problem Statement 1:

"Vinie seorang mahasiswa membutuhkan dompet baru"

Menurutmu, *problem statement* ini sudah cukup potensial atau belum?

contoh *problem statement* ini tidak memberikan informasi yang cukup atau spesifik tentang masalah yang dihadapi oleh user atau pengguna dompet. pernyataan tersebut terlalu fokus pada solusi tanpa memberikan konteks permasalahan yang dihadapi oleh user. tidak ada rincian yang spesifik tentang tantangan yang dihadapi

+

+



+

Contoh Problem Statement 2:

“Vinie seorang mahasiswa yang harus mengategorikan penyimpanan kartu-kartu, uang kertas, dan logam yang ia miliki, tetapi dompetnya memiliki keterbatasan kompartemen.”

Bagaimana dengan yang ini? Apakah sudah cukup potensial?

○

+

+

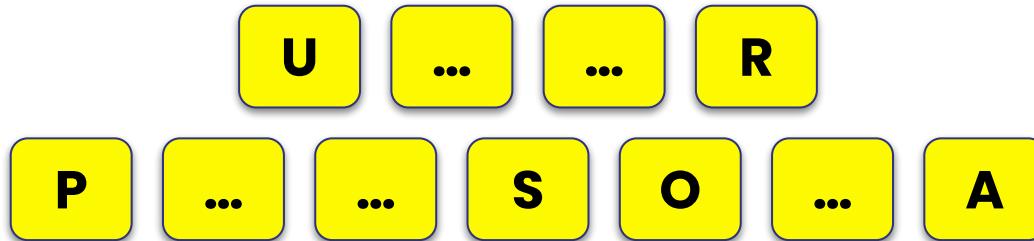


Contoh Problem Statement 2:

“Vinie seorang mahasiswa yang harus mengategorikan penyimpanan kartu-kartu, uang kertas, dan logam yang ia miliki, tetapi dompetnya memiliki keterbatasan kompartemen.”

Bagaimana dengan yang ini? Apakah sudah cukup potensial?

contoh problem statement ini secara spesifik mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh user, yaitu kesulitan dalam mengategorikan penyimpanan kartu-kartu, uang kertas, dan logam miliknya. problem statement ini juga mencantumkan alasan di balik masalah tersebut, seperti keterbatasan kompartemen yang ada pada dompet user. dengan memahami masalah ini, kita dapat fokus untuk membantu user mencari solusi yang dapat membantu mereka mengatasi hambatan yang dihadapi



Menjadi hal yang sangat penting pada saat proses menentukan problem statement karena membantu dalam menggali pemahaman yang lebih baik tentang identitas pengguna, target, atau audiens potensial.





U S E R
P E R S O N A



Menjadi hal yang sangat penting pada saat proses menentukan problem statement karena membantu dalam menggali pemahaman yang lebih baik tentang identitas pengguna, target, atau audiens potensial.



User Persona

Definisi

Gambaran wujud dari pelanggan potensial yang akan menjadi target pasar dari suatu produk atau layanan yang akan kita rancang

Fungsi

Membantu dalam memahami target audiens dan *customer needs*

Membantu untuk memastikan apa yang ingin diperoleh dari produk yang akan dikembangkan

Membantu dalam meningkatkan pertimbangan dalam membuat perencanaan bisnis

Bagian

Nama Persona

Peran Persona

Tren Positif
Persona

Tren Negatif
Persona

Usia Persona

Gambaran
Persona

Peluang Persona

Ketakutan
Persona

Jenis Kelamin
Persona

Kebutuhan
Persona

Harapan Persona





User Persona

Gambaran wujud dari pelanggan potensial yang akan menjadi target pasar dari suatu produk atau layanan yang akan kita rancang



Fungsi User Persona

Membantu dalam memahami target audiens dan *customer needs*

Membantu untuk memastikan apa yang ingin diperoleh dari produk yang akan dikembangkan

Membantu dalam meningkatkan pertimbangan dalam membuat perencanaan bisnis





+

Bagian User Persona

Nama Persona

Peran Persona

**Tren Positif
Persona**

**Tren Negatif
Persona**

Usia Persona

**Gambaran
Persona**

Peluang Persona

**Ketakutan
Persona**

**Jenis Kelamin
Persona**

**Kebutuhan
Persona**

Harapan Persona

+

+



Contoh hasil pembuatan user persona



Tony Stark

Buyer Persona

Hobi & Minat

- Golf
- Koleksi mobil listrik
- Liburan keliling dunia

Sumber Informasi

- Portal berita online
- Media cetak
- Facebook

Demografi

Umur: 65 tahun

Pekerjaan: CEO perusahaan farmasi

Lokasi: Jakarta

Pendidikan: Sarjana Teknik Kimia

Tujuan/Motivasi

Ingin melepas stress karena sudah puluhan tahun bekerja keras di usia mudanya.

Pain Points/Tantangan

- Sibuk tapi ingin liburan
- Cepat bosan karena sudah mencoba banyak hal



Contoh hasil pembuatan user persona

RITA
Marketing

SHOP **REVIEW**

LATAR BELAKANG
wanita lajang, 27 tahun, tinggal di Jakarta.

Gemar berbelanja online, suka mencari diskon, dan mengikuti tren mode

MOTIVASI DAN TUJUAN
Ingin tampil modis dengan budget terbatas.

KEBUTUHAN DAN TANTANGAN
Membutuhkan aplikasi yang responsif, memiliki berbagai pilihan produk, dan menawarkan diskon. Kesulitan menemukan produk yang tepat dan menginginkan proses checkout yang cepat.

PAIN POINT
Proses return yang rumit, gambar produk yang tidak sesuai kenyataan.

PERILAKU DIGITAL
Aktif di media sosial, sering membaca review produk sebelum membeli, dan menggunakan aplikasi e-wallet.

**Yuk simulasikan pembuatan
user persona!**



+

Proses Menentukan **Problem Statement**

menggunakan formula:

Nama atau Deskripsi User

+

Kebutuhan user

+

Insight/Problem

dibuat dalam bentuk kalimat atau paragraf

+

+

Trivia Quiz

Sebutkan minimal 2 urgensi
melakukan tahap define!

JAWABAN:

1. Memahami kebutuhan dan masalah pengguna secara mendalam
2. Mengidentifikasi peluang bisnis dengan merumuskan masalah yang ingin dipecahkan
3. Mengarahkan energi dan sumber daya bisnis ke arah yang tepat





Tahapan Design Thinking

Empathize

Memahami user



Define

Merumuskan masalah



Ideate

Mengumpulkan ide solusi

Prototype

Memvisualisasi ide solusi

Test

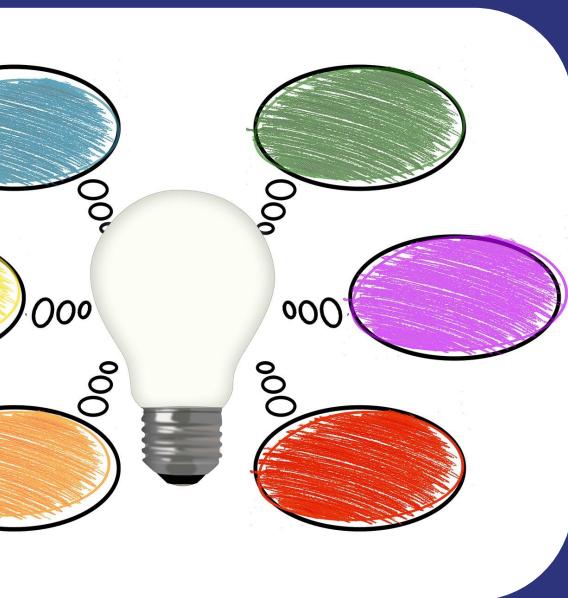
Menguji prototype kepada user



Saatnya melanjutkan misi!

Ayo Mulai!





Misi kali ini masih akan kamu lakukan secara individu. Tugasmu sekarang adalah mencari beberapa solusi untuk membantu masalah *partner* mu berkaitan dengan dompetnya.



+

Misi keempat:

4 menit

1

2

3

4

5

Generate Alternative Solutions

Yuk isi kolom ini untuk membuat *alternative solutions!*

Tuliskan problem statement yang sudah kamu buat pada kolom yang disediakan di atas!

Sketsa Alternatif Solusi

gambarkan 5 alternatif solusi untuk menyelesaikan masalah yang dialami partnemu!

**peserta diberi kesempatan untuk menggambar minimal pada 3 dari 5 kolom yang sudah disediakan*

+

+



Times Up!

**Yuk tunjukan sketsa yang sudah kamu buat
dan ceritakan proses pembuatannya!**



Mengapa kita harus mencari beberapa
alternatif solusi untuk memecahkan
masalah *partner* kita?





+

"setiap solusi alternatif dapat menawarkan perspektif yang unik"

dengan mengumpulkan beberapa alternatif solusi, kita memiliki kesempatan untuk mengeksplorasi berbagai pendekatan yang berbeda.



dengan memiliki solusi cadangan atau opsi alternatif, kita dapat bersiap menghadapi potensi masalah yang dapat menghambat implementasi solusi utama



dalam proses mempertimbangkan berbagai opsi, kita dapat menemukan solusi yang lebih baik dan efektif



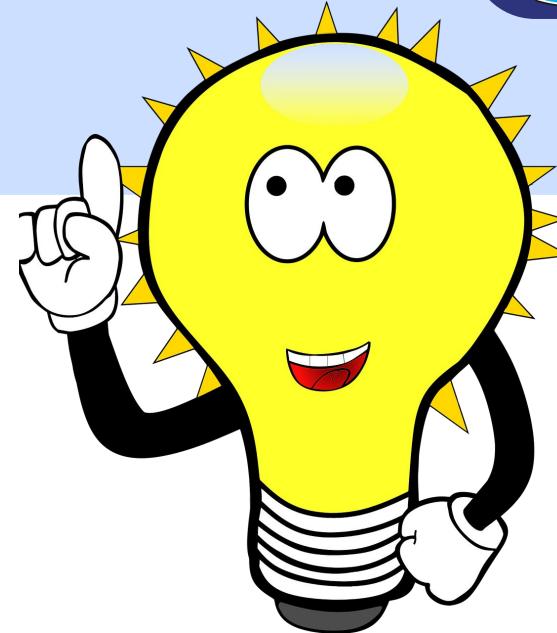
proses ini termasuk ke dalam bagian dari **ideate** pada proses *design thinking* yang merupakan step lanjutan dari *define*

+

+

I^diate

tahap **pengumpulan ide**
solusi dalam merancang
usaha/bisnis





Urgensi Idiata

Menghasilkan sebanyak mungkin ide solusi yang kreatif dan inovatif

Membantu menciptakan solusi yang unik dan membedakan bisnis kita dari pesaing

Meningkatkan peluang untuk menemukan solusi dan merancang produk yang lebih baik dan efektif





Output
Idiante

Hipotesis





+

Proses untuk Melakukan Ideate

menggunakan pendekatan brainstorming:

Mengulas kembali problem statement yang sudah ditemukan

Mengumpulkan beberapa ide solusi untuk memecahkan masalah

Membuat sketsa dari beberapa ide solusi yang sudah dikumpulkan

Mengidentifikasi ide solusi yang paling tepat untuk memecahkan masalah

+

+

Trivia Quiz

Apa yang dimaksud tahapan **Idiate** dalam *design thinking*?

JAWABAN:

Tahap pengumpulan ide solusi dalam merancang usaha/bisnis





Tahapan Design Thinking

Empathize

Memahami user



Define

Merumuskan masalah



Ideate

Mengumpulkan ide solusi



Prototype

Memvisualisasi ide solusi

Test

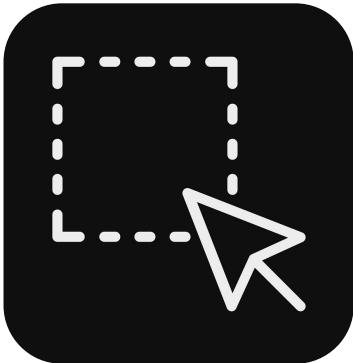
Menguji prototype kepada user



**Wah gak kerasa kita udah sampai di misi
terakhir nih! Sekarang saatnya kamu
mengreasikan dompet yang sudah kamu
buat terlebih dahulu sketsanya.**



15 Menit



Pertama-tama, kamu perlu memilih 1 dari 5 sketsa solusi yang sudah dibuat.



Kemudian gunakanlah kertas lipat, karton, gunting, lem, dan spidol untuk membantumu membuat dompet



Times Up!

**Sekarang saatnya kamu memberikan
dompet kreasimu kepada masing-masing
*partner kelompok.***



+

Bagaimana? Apakah dompet yang dibuat *partner kelompokmu* sudah sesuai dengan yang kamu butuhkan?

Secara bergantian, setiap peserta boleh memberikan feedback atau komentar mengenai dompet yang sudah dibuatkan oleh *partner kelompoknya*

+

+



+

Misi kelimat:

3 menit

1

2

3

4

5

Build and Test

Jangan lupa untuk mencatat *feedback* dari *partner* kelompokmu pada *worksheet* berikut!

Apa yang perlu diperbaiki? tuliskan hal-hal yang perlu diperbaiki dari dompet yang kamu buatkan kepada *partnermu*!

Apa yang sudah baik?

tuliskan hal-hal yang sudah baik dari dompet yang kamu berikan kepada *partnermu*!

Pertanyaan

tuliskan pertanyaan yang diajukan oleh *partnermu* setelah diberikan dompet!

Ide

tuliskan ide dari *partnermu* untuk memperbaiki dompet yang kamu berikan kepadanya!

+

+



Jadi siapa nih yang berhasil membuat
dompet dan diterima oleh *partner*
kelompoknya?

+

o

+



Berapa banyak di antara kalian yang mendapatkan *feedback* dari *partner kelompok*?

+

o

+



+

Membuat, memperbaiki, hingga memberikan dompet kepada *partner* = contoh implementasi **tahap prototype dan test**.

Proses ini membantu kita dalam **menguji, memvalidasi, dan memperbaiki produk** yang akan diluncurkan kepada penggunanya.

Pada saat memberikan sampel fisik produk kepada pengguna mungkin saja masih **belum sesuai dengan kebutuhan** mereka, di sini kita dapat **mencatat feedback dan memperbaiki produk agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan**.

+

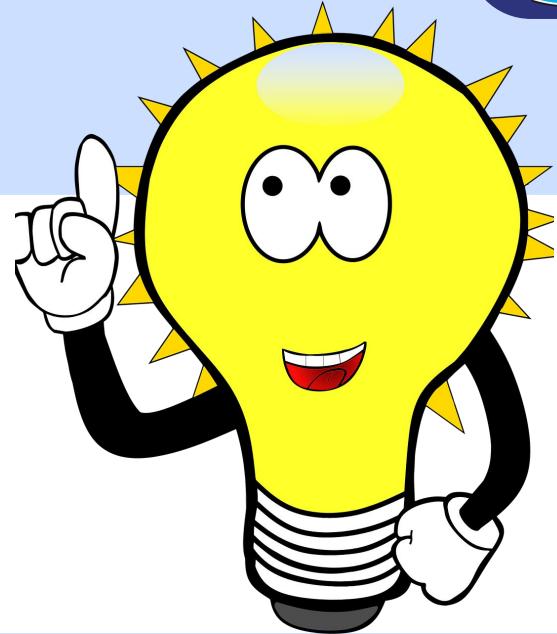
+

A photograph of a workshop scene. In the center, a wooden workbench holds a mechanical prototype. The prototype features a large white frame with two circular cutouts, a black gear assembly, and a red vise. A camera mounted on a tripod is positioned to film the prototype. A person's hands are visible; one holds a red tool, and another wears a red and yellow beaded bracelet. The background shows shelves with various tools and components.

Lalu apa itu **prototype** dan **test**?

Prototype

proses **memvisualisasi**
ide/solusi yang didapatkan
melalui tahap sebelumnya
yaitu ideate





Urgensi **Prototype**

Membuat sampel produk dalam bentuk fisik (2D/3D) yang sebelumnya sudah dirancang dalam bentuk sketsa

Menguji, memvalidasi, dan memperbaiki produk pada bisnis sebelum diluncurkan secara penuh





Output **Prototype**

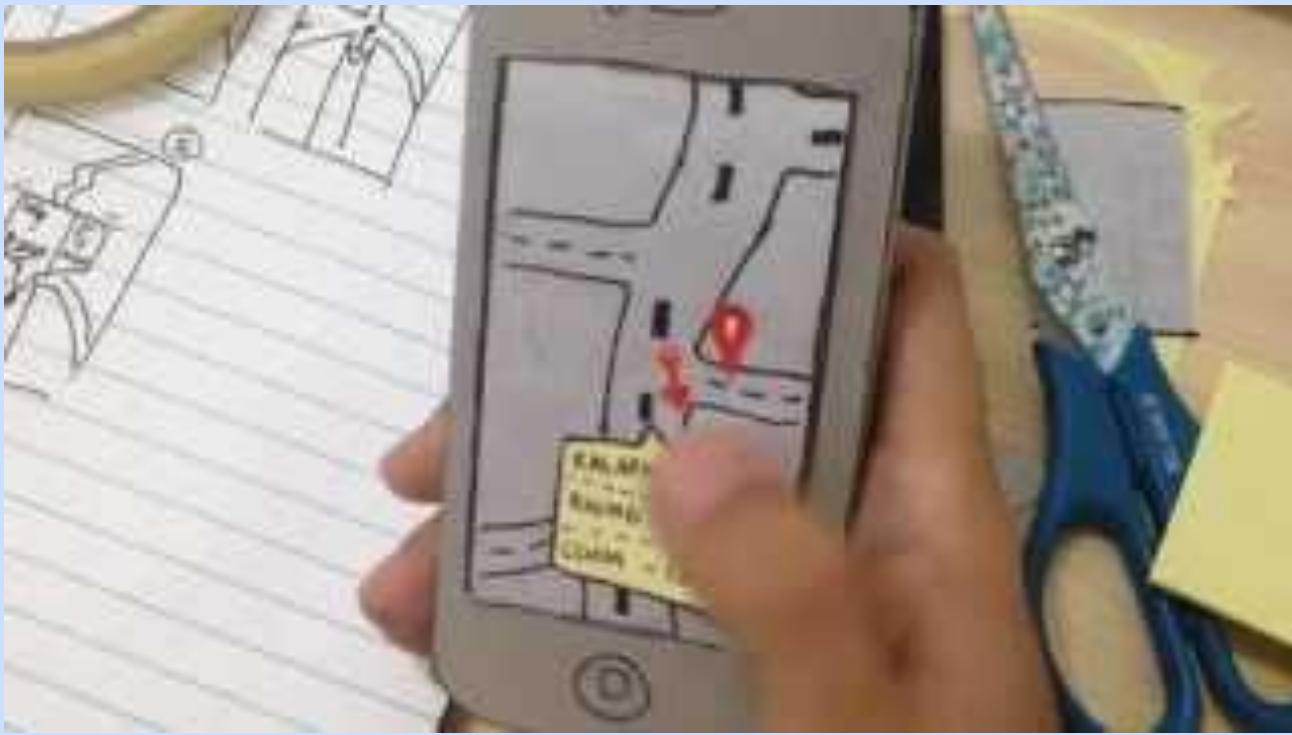
Lean Canvas

Pitch Deck

Produk/Jasa

Process **Prototype**

Membuat sampel
prototype dalam bentuk
fisik (2D/3D)





Trivia Quiz

Apa yang dimaksud tahap
Prototype dalam *design thinking*?

JAWABAN:

proses memvisualisasi ide/solusi yang didapatkan melalui tahap sebelumnya yaitu ideate





Tahapan Design Thinking

Empathize

Memahami user



Define

Merumuskan masalah



Ideate

Mengumpulkan ide solusi



Prototype

Memvisualisasi ide solusi

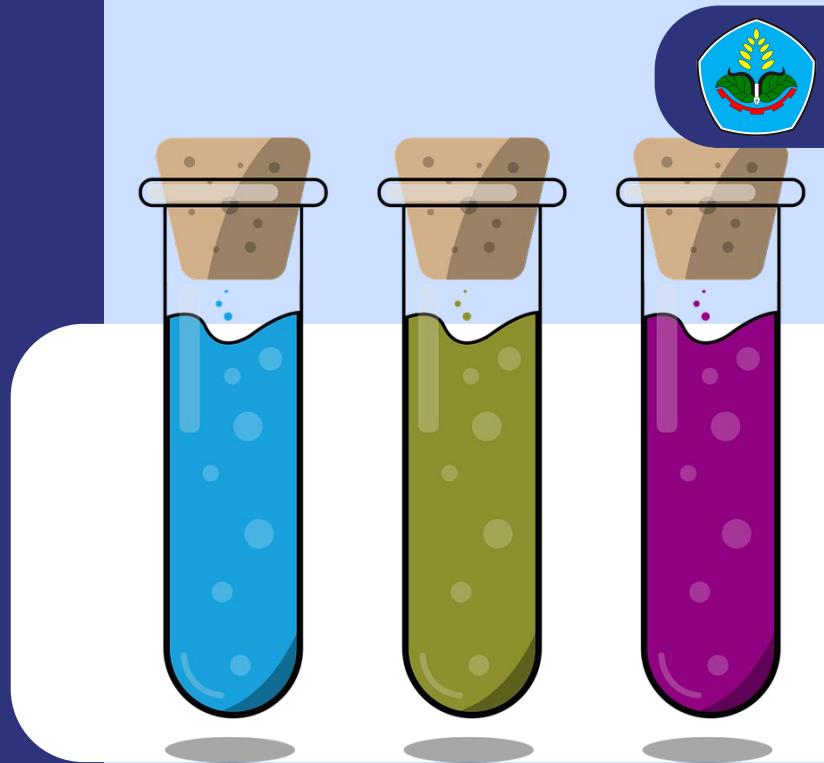


Test

Menguji prototype kepada user

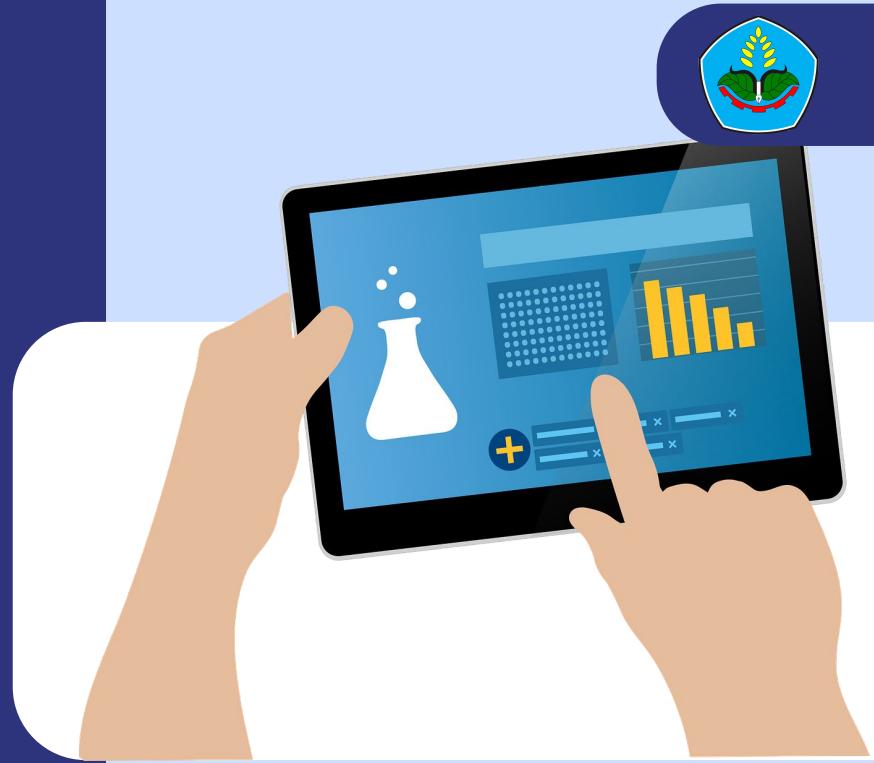
Test

Proses menguji prototype kepada pengguna.



Test

Dapat membantu memvalidasi ide, konsep, dan solusi yang dihasilkan selama tahap perancangan (desain) produk bisnis sebelum diimplementasikan secara luas.





Output Test

Feedback dari juri/mentor ataupun langsung dari customer atau calon customer

Process Test

Usability testing: melibatkan pengumpulan feedback dari pengguna yang mencoba menggunakan prototipe atau solusi yang telah dibuat

A/B Testing: melibatkan perbandingan langsung antara dua versi solusi atau fitur yang berbeda untuk melihat mana yang lebih efektif atau lebih disukai oleh pengguna



Tahapan Design Thinking

Empathize

Memahami user

Define

Merumuskan masalah

Ideate

Mengumpulkan ide solusi

Prototype

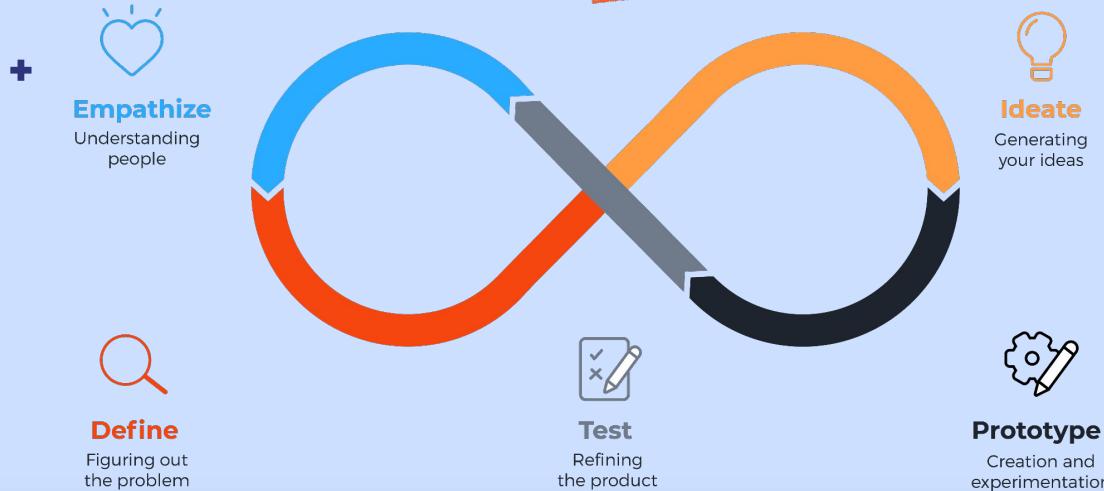
Memvisualisasi ide solusi

Test

Menguji prototype kepada user



DESIGN THINKING



Setelah mendapatkan feedback di **tahapan testing**, selanjutnya kita memperbaiki produk yang akan diberikan kepada pelanggan, di sana terdapat pola iteratif dari tahap 5 menuju tahap 4 atau mungkin ke tahap 3, 2, atau 1.

Ini lah yang membuat tahap dalam design thinking disebut tahapan **non-linear** karena prosesnya **tidak berjalan secara linear** dan **terstruktur**.



***"Jangan menebak-nebak
kebutuhan pelanggan.
Keluar, amati, dan
dengarkan. Desain solusi
dari sana, bukan dari
asumsi."***

(Steve Jobs)





Mari Praktik

Design Thinking

1. Silahkan Siapkan **Kertas dan alat tulis**
2. Tugas kamu adalah melakukan **analisa masalah yang kamu temukan di sekitar fasilitas kampus** (misal: antrian kantin panjang, makanan kantin kurang sehat, dll.) menggunakan prinsip design thinking
3. Tuliskan analisis hasil empathize, buat problem statement, dan proposed solution & produk di kertas
4. Waktu Praktik 30 menit.
5. Kemudian nanti hasil analisisnya dipresentasikan



**WAKTUNYA
PRESENTASI**



Menurut teman-teman,
*Bagaimana ide-ide bisnis itu bisa
dijalankan?*



Day 2 List of Content



Design Thinking
Membuat Ide Produk



Lean Canvas
Bangun Bisnis dari
Masalah



Tahapan Design Thinking

Fokus kita hari ini:





Lean Canvas

Sebuah **template rencana bisnis** yang dapat membantu memecah ide dan menganalisis kekuatan serta kelemahan bisnis yang dimiliki supaya lebih mudah dibaca dan dipahami

Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Proposition Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target customers
Existing Alternatives	Key metrics Key activities you measure	High-Level Concept	Channels Path to customers	Early Adopters
Cost Structure Customer acquisition costs, Distribution costs, Hosting, People, etc			Revenue Streams Revenue model, Life time value, Revenue, Gross margin	





Kelompok **bagian atas** berkaitan erat untuk tujuan validasi ide atau rencana bisnis

Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Proposition Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target customers
Existing Alternatives	Key metrics Key activities you measure	High-Level Concept	Channels Path to customers	Early Adopters

Kelompok **bagian bawah** menjadi gambaran pendukung untuk bisnis yang ingin dibangun

Cost Structure Customer acquisition costs, Distribution costs, Hosting, People, etc	Revenue Streams Revenue model, Life time value, Revenue, Gross margin
--	--



+

Urgensi Lean Canvas

Fungsi 1

**Memvisualisasi
rencana bisnis** dalam
satu tampilan agar
lebih **sederhana dan
jelas** dalam menyusun
ide bisnis

Fungsi 2

Ide atau rencana bisnis
dapat **divalidasi secara
lean**, yakni dengan lebih
sedikit waktu, uang, dan
orang dibandingkan jika
tidak menggunakan
Lean Canvas

+

+



+

Urgensi Lean Canvas

Fungsi 1

Memvisualisasi rencana bisnis dalam satu tampilan agar lebih **sederhana dan jelas** dalam menyusun ide bisnis

Bagaimana caranya ya?

Fungsi 2

Ide atau rencana bisnis dapat **divalidasi secara lean**, yakni dengan lebih sedikit waktu, uang, dan orang dibandingkan jika tidak menggunakan Lean Canvas

+

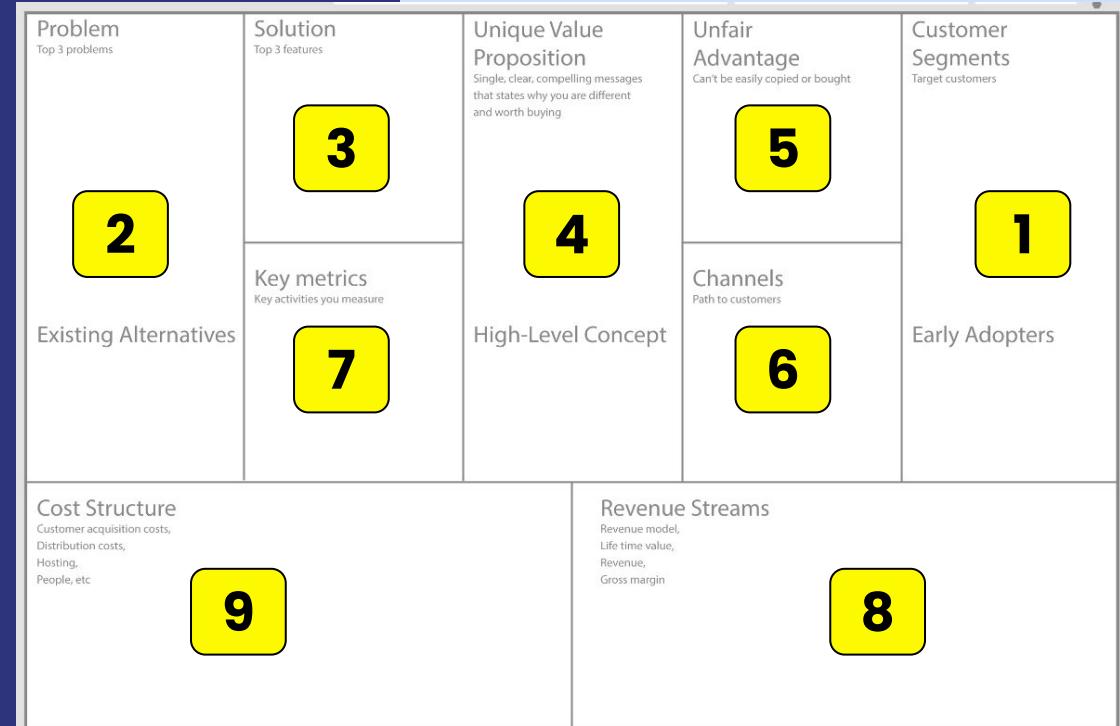
+



Rekomendasi Urutan Pengisian

Lean Canvas

- Customer Segment & Early Adopters**
- Problem & Existing Alternatives**
- Solution**
- Unique Value Proposition & High-Level Concept**
- Unfair Advantages**
- Channels**
- Key Metrics**
- Revenue Streams**
- Cost Structure**





Nah sekarang saatnya kita coba
Menyusun Lean Canvas?



Ayo bayangkan...
Kamu pemilik sebuah bisnis...
MIE GACOAN! 😎





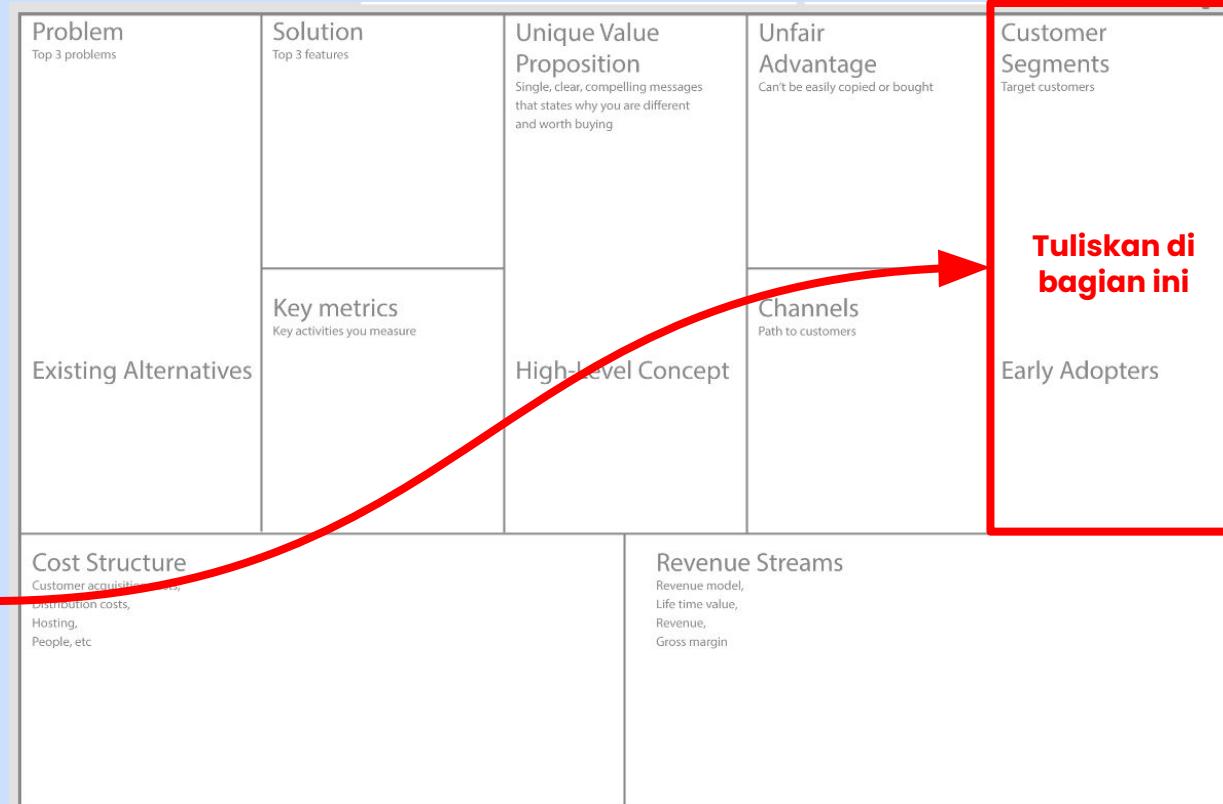
+

Bagian 1



Siapa saja yang menjadi **target customer** dari bisnismu ini?

Tuliskan dalam 2 menit





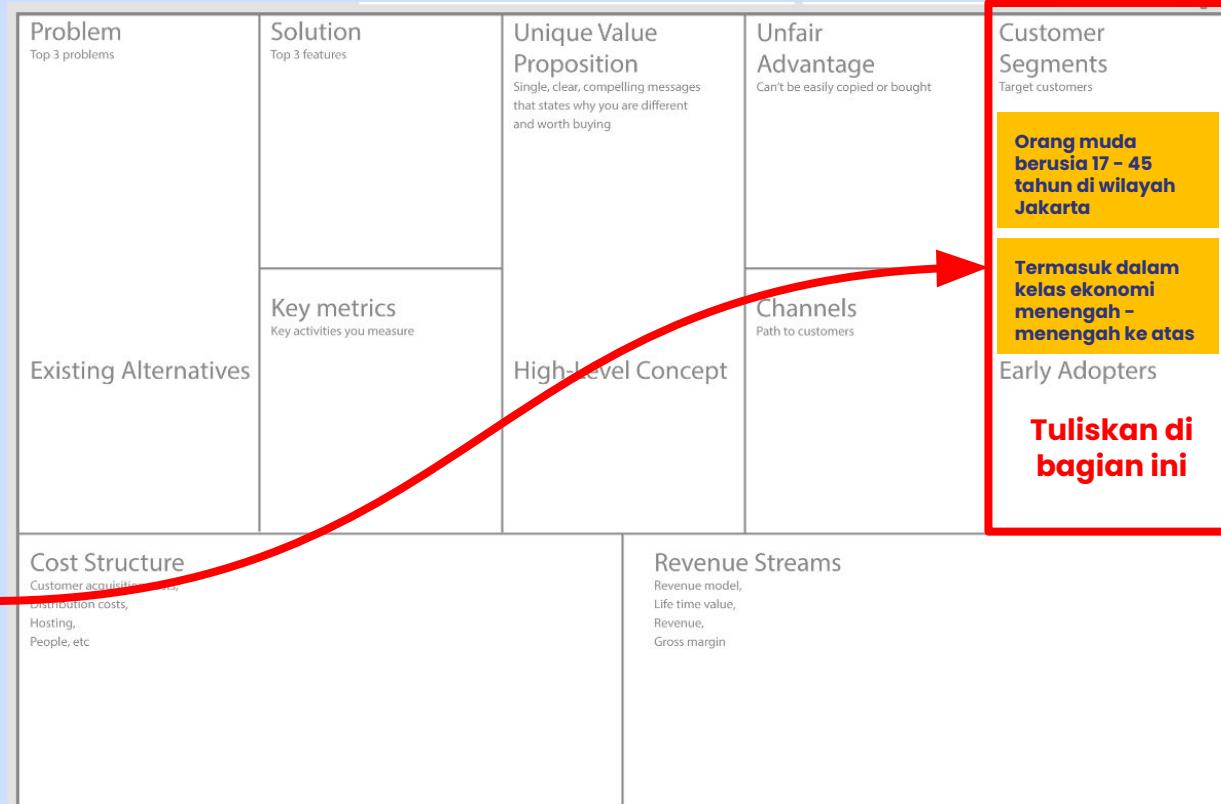
+

Bagian 1



Diantara orang-orang yang ditulis di *Customer Segment*, siapa 1 segmen yang **paling bisa kamu tawarkan untuk bisnismu?**

Tuliskan dalam 2 menit





Customer
Segments
Target customers

Early Adopters

Siapa saja Customer Segment & Early Adopters yang dituliskan?

Mengapa menuliskan Customer Segment & Early Adopters tersebut?





Customer
Segments
Target customers

Early Adopters

Untuk apa bagian **Customer Segment** pada Lean Canvas?

Membantu bisnis kita untuk penentuan produk atau jasa yang tepat hingga dapat membantu dalam proses pemasaran bisnis.





Customer Segments

Target customers

Orang muda
berusia 17 - 45
tahun di wilayah
Jakarta

Termasuk dalam
kelas ekonomi
menengah -
menengah ke atas

Early Adopters

Apa itu **Customer Segment** pada Lean Canvas?

Penentuan siapa saja yang akan menjadi segmen target customer bisnis kita.

Dapat dituliskan dengan demografi atau sosio ekonominya.

Saat ingin menentukan bagian Customer Segment untuk menuliskan Lean Canvas, kita dapat kembali merujuk kepada User Persona yang telah dibahas di hari pertama



Customer Segments

Target customers

Orang muda
berusia 17 - 45
tahun di wilayah
Jakarta

Termasuk dalam
kelas ekonomi
menengah -
menengah ke atas

Early Adopters

Orang muda
berusia 17 - 45
tahun di wilayah
Jakarta

**Pada bagian Customer Segment
juga terdapat Early Adopters**

**Siapa diantara customer segment yang akan
pertama kali menggunakan produk atau jasa dan
bisa segera memberikan feedback**





+

Bagian 2



Apa saja **masalah** yang dimiliki segmen target customer tersebut yang dapat diatasi dengan bisnismu ini?

Tuliskan dalam 2 menit

Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Proposition Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target customers
Tuliskan di bagian ini				Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta
Existing Alternatives	Key metrics Key activities you measure	High-Level Concept	Channels Path to customers	Termasuk dalam kelas ekonomi menengah – menengah ke atas
Cost Structure Customer acquisition costs, Distribution costs, Hosting, People, etc	Revenue Streams Revenue model, Life time value, Revenue, Gross margin			Early Adopters Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta



+

Bagian 2



Diantara orang-orang yang ditulis di *Customer Segment*, siapa 1 segmen yang **paling bisa kamu tawarkan untuk bisnismu?**

Tuliskan dalam 2 menit

Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Proposition Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target customers
Harga makanan di restoran yang mahal				Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta
Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih				Termasuk dalam kelas ekonomi menengah – menengah ke atas
Existing Alternatives	Key metrics Key activities you measure	High-Level Concept	Channels Path to customers	Early Adopters
Tuliskan di bagian ini				Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta
Cost Structure Customer acquisition costs, Distribution costs, Hosting, People, etc		Revenue Streams Revenue model, Life time value, Revenue, Gross margin		



Problem

Top 3 problems:

Existing Alternatives

Apa saja Problem & Existing Alternatives yang dituliskan?

Mengapa menuliskan Problem & Existing Alternatives tersebut?





Problem

Top 3 problems:

1. ...
2. ...
3. ...

Untuk apa bagian **Problem** pada Lean Canvas?

Membantu menemukan fokus atau tujuan yang ingin diatasi oleh bisnis kita.

Existing Alternatives





Apa itu **Problem** pada Lean Canvas?

Permasalahan yang ditemukan pada segmen target customer bisnis kita dan diatasi dengan produk yang kita tawarkan.

Saat ingin menentukan bagian Problem untuk menuliskan Lean Canvas, kita dapat kembali merujuk kepada **User Persona yang telah dibahas di hari pertama.** ○



Problem

Top 3 problems

Harga makanan
di restoran yang
mahal

Tempat makan
murah namun
tempatnya
kurang bersih

Existing Alternatives

Bakmi GM

Bakmi pinggir
jalan

**Pada bagian Problem juga
terdapat Existing Alternatives**

**Bisnis yang sudah ada untuk menyelesaikan
permasalahan tersebut.**

**Existing Alternatives ini kelak dapat menjadi
kompetitor bisnis kita.**





+

Bagian 3



Pengalaman solusi seperti apa yang dapat dirasakan customer dengan bisnismu ini?

Tuliskan dalam 2 menit

Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Proposition Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target customers
Harga makanan di restoran yang mahal Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Tuliskan di bagian ini	Key metrics Key activities you measure	Channels Path to customers	Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta
Existing Alternatives	Bakmi GM Bakmi pinggir jalan	High-Level Concept		Termasuk dalam kelas ekonomi menengah – menengah ke atas
Cost Structure Customer acquisition costs, Distribution costs, Hosting, People, etc			Revenue Streams Revenue model, Life time value, Revenue, Gross margin	Early Adopters Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta



Solution

Top 3 features

Apa saja **Solution** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Solution** tersebut?





Solution
Top 3 features

Untuk apa bagian **Solution** pada Lean Canvas?

Membantu menciptakan produk bisnismu untuk mengatasi *problem* yang sebelumnya telah ditemukan.



+

Apa itu **Solution** pada Lean Canvas?



Solusi pada Lean Canvas dituliskan berupa pengalaman seperti apa yang dapat dirasakan customer untuk mengatasi masalah yang telah ditemukan.

Saat ingin menentukan bagian Problem untuk menuliskan Lean Canvas, kita dapat kembali merujuk kepada User Persona yang telah dibahas di hari pertama.

+

+



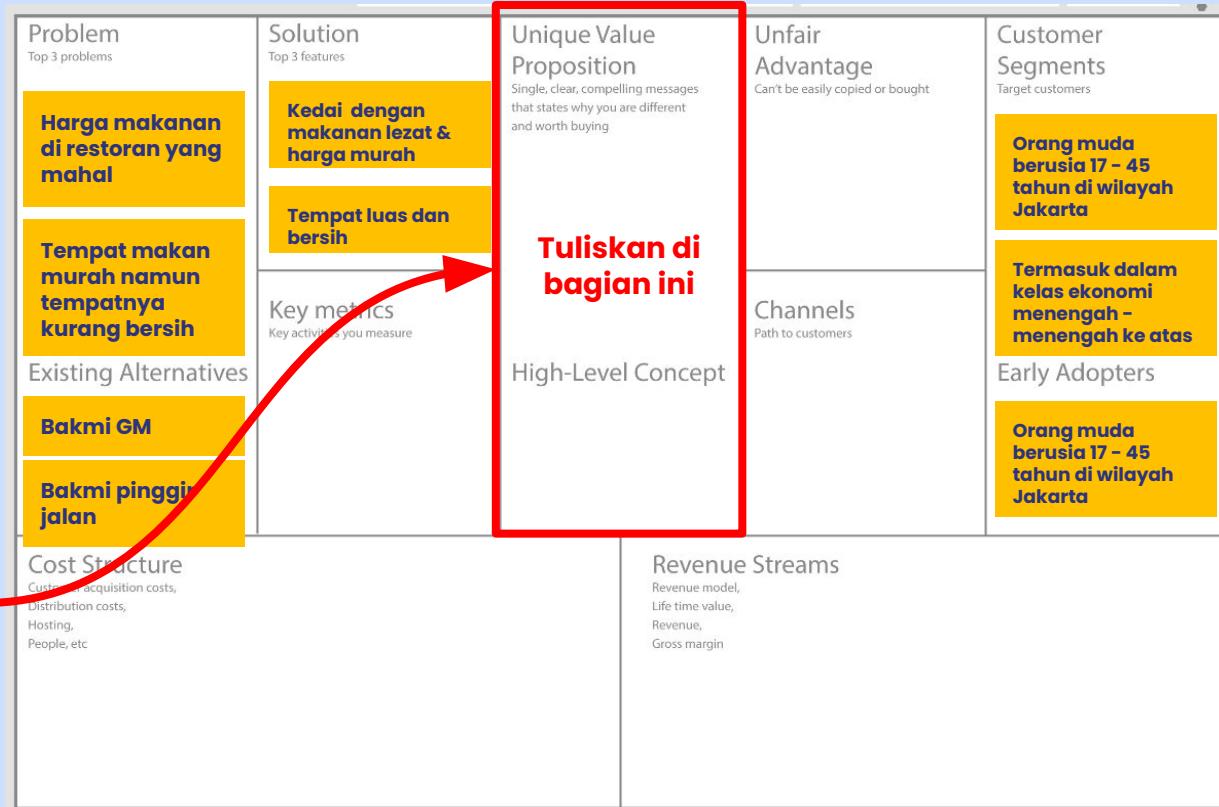
+

Bagian 4



Apa **keunikan** dari bisnismu ini?

Tuliskan dalam 2 menit





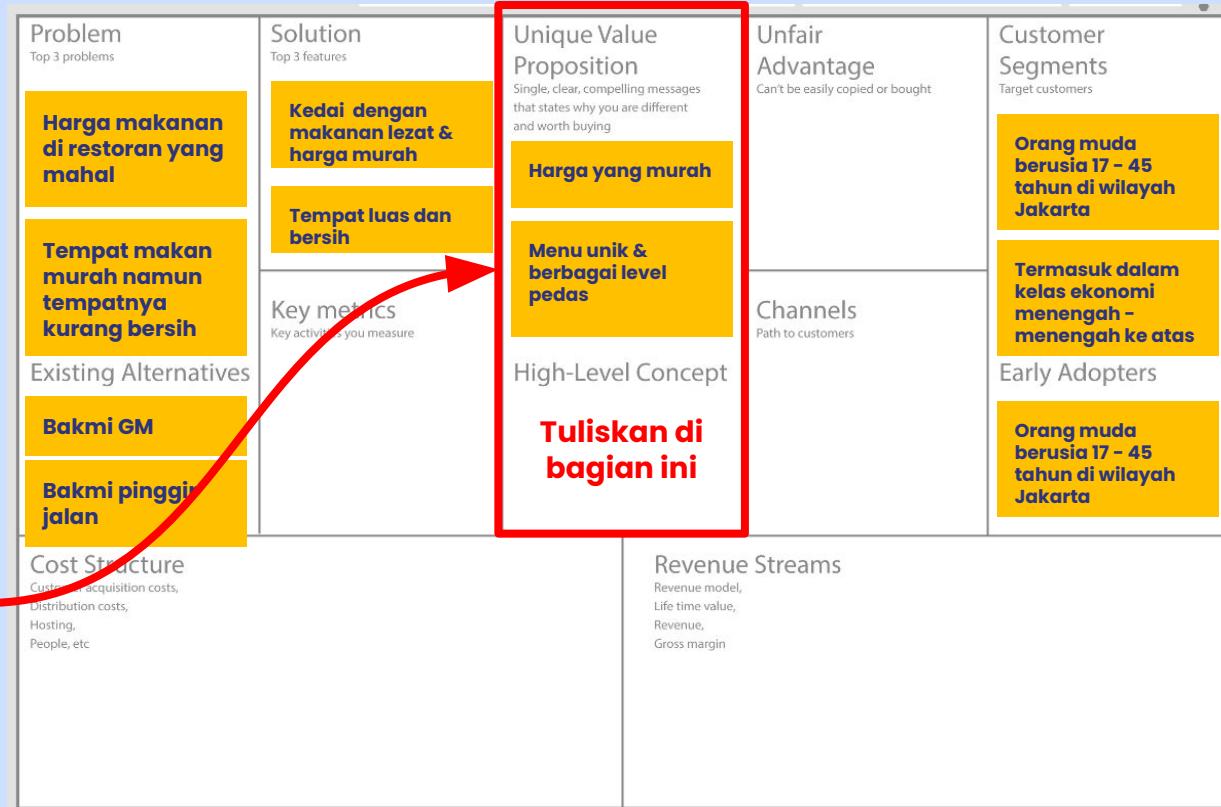
+

Bagian 4



Jika dianalogikan, dapat
dianalogikan seperti apa
ide bisnismu ini?

Tuliskan dalam 2 menit





Unique Value Proposition

Single, clear, compelling messages
that states why you are different
and worth buying

High-Level Concept

Apa saja Unique Value Proposition & High-Level Concept yang dituliskan?

Mengapa menuliskan Unique Value Proposition & High-Level Concept tersebut?





Unique Value Proposition

Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying

High-Level Concept

Untuk apa bagian Unique Value Proposition pada Lean Canvas?

Membantu mengenali apa yang dapat membuat bisnis memiliki nilai yang dapat menarik bagi *customer*.





Unique Value Proposition

Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying.

Harga yang murah

Menu unik & berbagai level pedas

High-Level Concept

Tempat makan bintang 5 harga kaki 5

Apa itu Unique Value Proposition pada Lean Canvas?

Pesan singkat yang digunakan untuk menarik perhatian *customer*.

Pada bagian Unique Value Proposition juga terdapat High-level Concept

Analogi bisnis dengan alternatif yang telah ada.

Trivia Quiz

Jelaskan apa itu **Problem** pada Lean Canvas?

JAWABAN:

Permasalahan yang ditemukan pada segmen target customer bisnis kita dan diatasi dengan produk yang kita tawarkan.



Trivia Quiz

Sebutkan manfaat menuliskan
Unique Value Proposition (UVP)
dalam Lean Canvas?

JAWABAN:

Membantu mengenali apa yang dapat membuat bisnis memiliki nilai yang dapat menarik bagi customer.





+

Bagian 5



Pengalaman solusi seperti apa yang dapat dirasakan customer dengan bisnismu ini?

Tuliskan dalam 2 menit

Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Proposition Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target customers
Harga makanan di restoran yang mahal Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Kedai dengan makanan lezat & harga murah Tempat luas dan bersih	Harga yang murah Menu unik & berbagai level pedas	Tuliskan di bagian ini	Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta
Existing Alternatives	Key metrics Key activities you measure	High-Level Concept	Channels Path to customers	Termasuk dalam kelas ekonomi menengah – menengah ke atas
Bakmi GM Bakmi pinggir jalan		Tempat makan bintang 5 harga kaki 5		Early Adopters
Cost Structure Customer acquisition costs, Production costs, Distribution costs, Hosting, People, etc			Revenue Streams Revenue model, Life time value, Revenue, Gross margin	Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta



Unfair
Advantage
Can't be easily copied or bought

Apa saja **Unfair Advantage** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Unfair Advantage** tersebut?



Unfair
Advantage
Can't be easily copied or bought

Untuk apa bagian **Unfair Advantage** pada Lean Canvas?

Membantu mengenali apa yang dapat membuat bisnis kita unggul dibandingkan dengan bisnis milik kompetitor.



Apa itu **Unfair Advantage** pada Lean Canvas?



Hal spesial dari ide bisnis yang tidak dapat ditiru atau dimiliki oleh kompetitor.

Misalnya: reputasi yang baik, akses eksklusif kepada informasi atau data tertentu, otoritas tertentu, komunitas, atau keunikan lainnya.



+

Bagian 6



Bagaimana caramu
membuat bisnismu bisa
diketahui oleh segmen
target customer?

Tuliskan dalam 1.5 menit

Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Proposition Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target customers
Harga makanan di restoran yang mahal Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Kedai dengan makanan lezat & harga murah Tempat luas dan bersih	Harga yang murah Menu unik & berbagai level pedas	Kolaborasi dengan EXO Kolaborasi dengan BRI	Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta
Existing Alternatives	Key metrics Key activities you measure	High-Level Concept	Channels Path to customers	Termasuk dalam kelas ekonomi menengah – menengah ke atas
Bakmi GM Bakmi pinggir jalan		Tempat makan bintang 5 harga kaki 5	Tuliskan di bagian ini	Early Adopters
Cost Structure Customer acquisition costs; Distribution costs; Hosting, People, etc			Revenue Streams Revenue model, Life time value, Revenue, Gross margin	Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta



Channels
Path to customers
www.indonesianagriculture.go.id

Apa saja **Channels** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Channels** tersebut?



Channels
Path to customers
www.upg.edu

Untuk apa bagian **Channels** pada Lean Canvas?

Membantu mengetahui opsi cara apa saja yang bisa ditempuh dalam memasarkan bisnis.



Channels

Path to customers.

Membuka
kemitraan

Media sosial:
IG & Tiktok

Apa itu **Channels** pada Lean Canvas?

Kanal komunikasi agar bisnis dapat mencapai target **customer**.



+

Bagian 7



Bagaimana cara kamu
mengukur perkembangan
bisnismu?

Tuliskan dalam 2 menit

Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Proposition Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target customers
Harga makanan di restoran yang mahal Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Kedai dengan makanan lezat & harga murah Tempat luas dan bersih	Harga yang murah Menu unik & berbagai level pedas	Kolaborasi dengan EXO Kolaborasi dengan BRI	Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta
Existing Alternatives	Key metrics Key activities you measure	High-Level Concept	Channels Path to customers	Termasuk dalam kelas ekonomi menengah – menengah ke atas
Bakmi GM Bakmi pinggir jalan	Tuliskan di bagian ini	Tempat makan bintang 5 harga kaki 5	Membuka kemitraan Media sosial: IG & Tiktok	Early Adopters Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta
Cost Structure Customer acquisition costs, Distribution costs, Hosting, People, etc		Revenue Streams Revenue model, Life time value, Revenue, Gross margin		



Key metrics
Key activities you measure

Apa saja **Key Metrics** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Key Metrics** tersebut?



Key metrics
Key activities you measure

Untuk apa bagian Key Metrics pada Lean Canvas?

Membantu mengetahui apakah bisnis kita berkembang, sehingga kita bisa melakukan upaya-upaya tertentu untuk mengupayakan perkembangan bisnis.



Key metrics

Key activities you measure

Jumlah pembeli &
jumlah cabang

% sentimen positif
di sosmed

Apa itu Key Metrics pada Lean Canvas?

Key metrics merupakan parameter untuk mengukur perkembangan bisnis.



+

Bagian 8



Bagaimana cara bisnismu ini memberikan keuntungan?

Tuliskan dalam 1.5 menit

Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Proposition Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target customers
Harga makanan di restoran yang mahal	Kedai dengan makanan lezat & harga murah	Harga yang murah	Kolaborasi dengan EXO	Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta
Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Tempat luas dan bersih	Menu unik & berbagai level pedas	Kolaborasi dengan BRI	Termasuk dalam kelas ekonomi menengah – menengah ke atas
Existing Alternatives	Key metrics Key activities you measure	High-Level Concept	Channels Path to customers	Early Adopters
Bakmi GM	Jumlah pembeli & jumlah cabang	Tempat makan bintang 5 harga kaki 5	Membuka kemitraan	Orang muda berusia 17 – 45 tahun di wilayah Jakarta
Bakmi pinggir jalan	% sentimen positif di sosmed		Media sosial: IG & Tiktok	
Cost Structure Customer acquisition costs, Branding, Marketing, Hosting, People, etc		Revenue Streams Revenue model, Life time value, Revenue, Gross margin		
				Tuliskan di bagian ini



+

Revenue Streams

Revenue model,
Life time value,
Revenue,
Gross margin

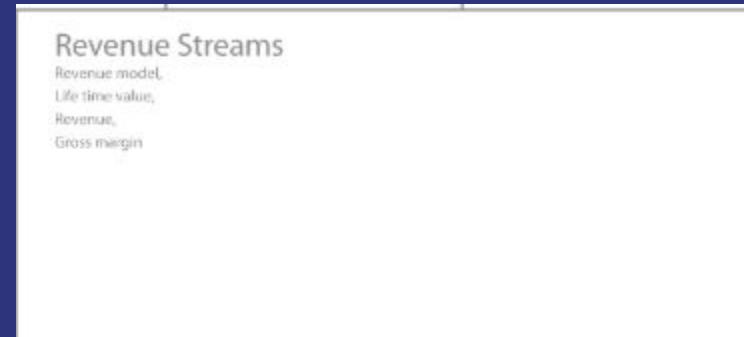
Apa saja **Revenue Streams** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Revenue Streams** tersebut?

o

+

+



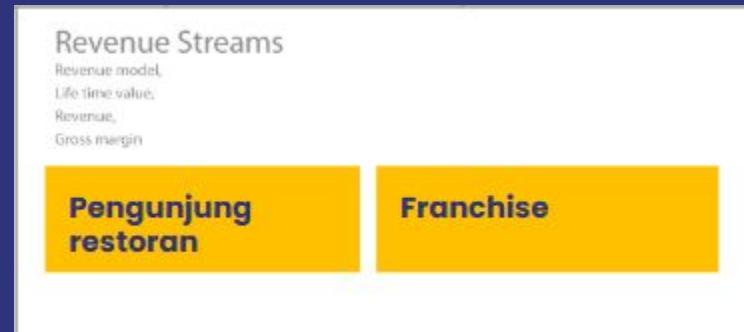
Untuk apa bagian Revenue Streams pada Lean Canvas?

Membantu melihat potensi sumber-sumber keuntungan dari bisnis.





+



Apa itu **Revenue Streams** pada Lean Canvas?

Revenue streams adalah cara-cara bisnis kita bisa mendapatkan keuntungan dari tiap segmen customer.

o

+

+



+

Bagian 9



Biaya apa saja yang dikeluarkan untuk menjalani bisnismu?

Tuliskan dalam 2 menit

Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Proposition Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target customers
Harga makanan di restoran yang mahal	Kedai dengan makanan lezat & harga murah	Harga yang murah	Kolaborasi dengan EXO	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Tempat luas dan bersih	Menu unik & berbagai level pedas	Kolaborasi dengan BRI	Termasuk dalam kelas ekonomi menengah - menengah ke atas
Existing Alternatives	Key metrics Key activities you measure	High-Level Concept	Channels Path to customers	Early Adopters
Bakmi GM	Jumlah pembeli & jumlah cabang	Tempat makan bintang 5 harga kaki 5	Membuka kemitraan	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Bakmi pinggir jalan	% sentimen positif di sosmed		Media sosial: IG & Tiktok	
Cost Structure Customer acquisition costs, Distribution costs, Hosting, People, etc	Tuliskan di bagian ini	Revenue Streams Revenue model, Life time value, Revenue, Gross margin	Pengunjung restoran	Franchise



+

Cost Structure

Customer acquisition costs,
Distribution costs,
Hosting,
People, etc.

Apa saja **Cost Structure** yang dituliskan?

Mengapa menuliskan **Cost Structure** tersebut?

o

+

+



+

Cost Structure

Customer acquisition costs,
Distribution costs,
Hosting,
People, etc.

Untuk apa bagian **Cost Structure** pada Lean Canvas?

Membantu mempertimbangkan pengeluaran yang dibutuhkan bisnis dengan tetap bisa mendapat keuntungan.

+

+



+



Apa itu **Cost Structure** pada Lean Canvas?

Cost structure adalah biaya-biaya yang diperlukan dalam membangun dan menjalani bisnis.

Hal ini bisa berkaitan dalam menentukan harga jual.

+

+



Ini Hasilnya

Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Proposition Single, clear, compelling messages that states why you are different and worth buying	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target customers
Harga makanan di restoran yang mahal	Kedai dengan makanan lezat & harga murah	Harga yang murah	Kolaborasi dengan EXO	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Tempat makan murah namun tempatnya kurang bersih	Tempat luas dan bersih	Menu unik & berbagai level pedas	Kolaborasi dengan BRI	Termasuk dalam kelas ekonomi menengah - menengah ke atas
Existing Alternatives	Key metrics Key activities you measure	High-Level Concept	Channels Path to customers	Early Adopters
Bakmi GM	Jumlah pembeli & jumlah cabang	Tempat makan bintang 5 harga kaki 5	Membuka kemitraan	Orang muda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta
Bakmi pinggir jalan	% sentimen positif di sosmed		Media sosial: IG & Tiktok	
Cost Structure Customer acquisition costs, Distribution costs, Hosting, People, etc	Iklan	Revenue Streams Revenue model, Life time value, Revenue, Gross margin	Pengunjung restoran	Franchise
Sewa tempat	Gaji pegawai			
Listrik & air	Bahan baku			

Trivia Quiz

Jelaskan apa itu **Unfair Advantages** pada Lean Canvas?

JAWABAN:

Hal spesial dari ide bisnis yang tidak dapat ditiru atau dimiliki oleh kompetitor.



Trivia Quiz

Sebutkan manfaat menuliskan
Key Metrics dalam Lean Canvas?

JAWABAN:

Membantu mengetahui apakah bisnis kita berkembang, sehingga kita bisa melakukan upaya-upaya tertentu untuk mengupayakan perkembangan bisnis.





+

Urgensi Lean Canvas



Fungsi 1

Memvisualisasi rencana bisnis dalam satu tampilan agar lebih **sederhana dan jelas** dalam menyusun ide bisnis

+

Fungsi 2

Ide atau rencana bisnis dapat **divalidasi secara lean**, yakni dengan lebih sedikit waktu, uang, dan orang dibandingkan jika tidak menggunakan Lean Canvas

Bagaimana caranya ya?

+



+

Kenapa melakukan **Validasi Lean Canvas**

Isi Lean Canvas merupakan **hipotesis-hipotesis ide bisnis**

Perlu **diuji** validitasnya atau dilakukan **testing** kepada customer dan mendapatkan feedback atau data

Begitu ada *feedback* dari customer, **Lean Canvas** yang sudah dibuat perlu **disesuaikan** kembali

*Psst, ingat bahwa proses Design Thinking dapat terjadi secara **non-linear!***

+

+



Cara Validasi

Lean Canvas

Kunci melakukan validasi Lean Canvas adalah **Get Out of The Building** untuk berinteraksi langsung dengan target customer

Proses validasi dapat dibantu dengan **Experimentation Board**

Experiments	1	2	3	4	5
Customer					
Problem					
Solution					
Riskiest Assumption					
Method & Success Criterion					
🏃 GET OUT OF THE BUILDING! 🏃					
Result & Decision					
Learning					



4 bagian diisi sebelum berinteraksi dengan target customer:

Customer

Segmen target customer yang akan menjadi target validasi, atau dapat gunakan Early Adopter

Problem

Salah satu masalah dari daftar masalah utama yang telah ditemukan

Riskiest Assumption

dugaan yang PALING BISA BIKIN BISNIS GAGAL kalau ternyata dugaan itu SALAH.

Method & Success Criteria

Metode yang digunakan untuk memvalidasi asumsi & kriteria yang digunakan untuk menilai asumsi valid

Experiments	1	2	3	4	5
Customer	Pemuda berusia 17 - 45 tahun di wilayah Jakarta				
Problem	Harga makanan di restoran yang mahal				
Solution					
Riskiest Assumption	Bahan baku mahal				
Method & Success Criterion	Interview. 3 dari 4 interviewee merasakan hal yang diasumsikan				
GET OUT OF THE BUILDING!					
Result & Decision					
Learning					



2 bagian diisi setelah berinteraksi dengan target customer:

Result & Discussion

Hasil validasi

Learning

Insight atau pembelajaran yang dapat diambil dari hasil validasi

Experiments	1	2	3	4	5
Customer					
Problem					
Solution					
Riskiest Assumption					
Method & Success Criterion					
Result & Decision	GET OUT OF THE BUILDING!				
Learning	3 dari 4 merasakan hal yang diasumsikan, maka asumsi VALID				
	Ramai di daerah perumahan				



1 bagian diisi setelah mendapatkan kesimpulan dari hasil validasi tersebut:

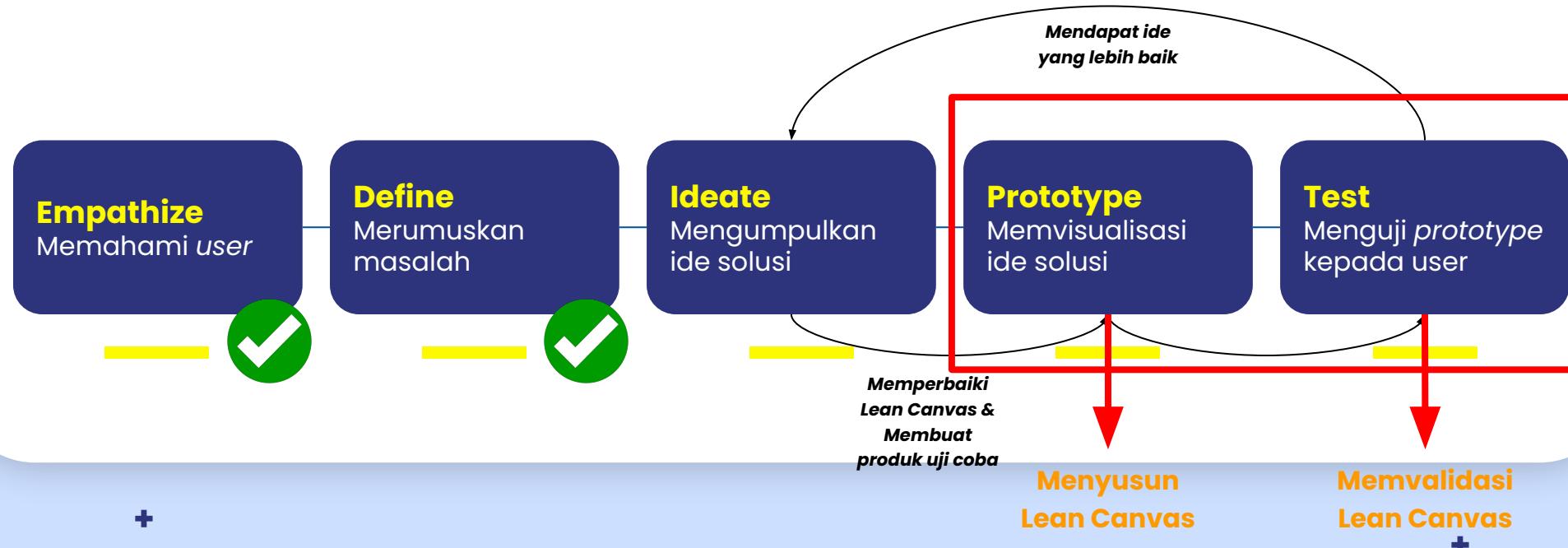
Solution

Solusi yang bisa ditawarkan sesuai dengan temuan hasil validasi

Experiments	1	2	3	4	5
Customer					
Problem					
Solution	Kedai dengan makanan lezat & harga murah				
Riskiest Assumption					
Method & Success Criterion					
GET OUT OF THE BUILDING!					
Result & Decision					
Learning					



Tahapan Design Thinking





Mari Praktik Lean Canvas

1. Silahkan Siapkan **Kertas dan alat tulis**
2. Tugas kamu adalah **membuat lean canvas** berdasarkan masalah yang kamu solve pada praktik Design Thinking sebelumnya
3. **Tuliskan semua bagian dari Lean Canvas** dan hasil analisamu di kertas
4. Waktu Praktik 30 menit.
5. Kemudian nanti hasil analisisnya dipresentasikan



**WAKTUNYA
PRESENTASI**



Nah sekarang saatnya kita coba Soft Launch Plan



TUJUAN SOFT LAUNCH

- Mulai menjual secara aktif ke pasar kecil (bukan masif)
- Menguji proses distribusi, kemasan, respon harga, dan repeat order
- Mengumpulkan testimoni & data untuk jualan tahap selanjutnya

GO TO MARKET STRATEGY

SOFT LAUNCH

GTM yang gak bikin kamu stres, tapi bikin kamu langsung bergerak

- 1. Durasi.**
- 2. Target Market Awal (micro segment).**
- 3. Penawaran Soft Launch (Contoh Paket Produk).**
- 4. Buatkan Aktivitas cara menjualnya.**



QnA

Apakah ada pertanyaan?



Politeknik Negeri Jember

DAY 3 Startup Development Class **Laris Opo Gunane Yen Ra Iso Untung?**

Jember, 18 - 20 Juni 2025



Ice Breaking!

Tebak Gambar

1. Kamu akan diberikan **5 potongan logo perusahaan** populer
2. Tugas kamu adalah **menebak nama perusahaan** tersebut
3. Jika mau menjawab, **silahkan angkat tangan**





Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 1



PlayStation®



Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 2



**World Health
Organization**



Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 3

go!t!

4G+



Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 4





Ice Breaking!

Tebak Gambar Level 5

Bata



Day 3 List of Content



Pentingnya
Keuangan Dasar dan Alur
Operasional Sederhana



Pentingnya
Customer Journey



Menurut teman-teman,
***Kalau ada order 20 pcs hari ini, apa yang
kamu lakukan duluan?***



**Menurut teman-teman,
lebih penting mana:
jualan banyak dulu,
atau nyiapin cara agar jualannya bisa
terus berulang?**



Menurut teman-teman,
*Apakah bisnis bisa berkembang tanpa
legalitas yang jelas?*

berikan alasannya.



**Menurut teman-teman,
*Lebih penting mana saat mulai usaha?***

A. Punya produk keren

B. Punya sistem kerja yang jelas



Menurut teman-teman,

Kalau kamu harus milih satu hal yang paling susah dibangun dalam bisnis, apa itu?

- A. Sistem kerja yang rapi**
- B. Konsumen loyal**
- C. Tim kerja yang kompak**



Menurut teman-teman,
bisnis UMKM paling sering gagal karena:

- A. Kurang promosi**
- B. Tidak punya sistem dasar**
- C. Gak tahu harga modal dan untung**



Masalah UMKM

Pencatatan & Pelaporan Keuangan

77.5% UMKM tidak memiliki laporan keuangan, menurut penelitian SMesta Kemenkop UKM

Sebagian besar UMKM hanya melakukan pencatatan berbasis kas, yaitu mencatat uang masuk dan keluar, tanpa menyusun laporan keuangan yang lengkap.

68% pelaku UMKM di Kelurahan Seganteng belum membuat laporan keuangan: karena keterbatasan pemahaman akuntans





Pengertian Keuangan Dasar UMKM

UMKM perlu menguasai dasar keuangan seperti **mengelola arus kas, mencatat transaksi, membuat laporan sederhana, dan merencanakan anggaran** untuk menjaga kesehatan bisnis.



**Apa manfaat jika kita
menguasai dasar keuangan seperti mengelola
arus kas, mencatat transaksi, membuat laporan
sederhana, dan merencanakan anggaran?**



Pentingnya Keuangan Dasar UMKM

Pengelolaan Modal:

Keuangan dasar membantu UMKM mengelola modal awal dan kerja, mengalokasikan dana untuk bahan baku, operasional, dan pemasaran secara efisien tanpa pemborosan.

Perencanaan Keuangan:

Keuangan dasar memungkinkan bisnis membuat perencanaan jangka pendek dan panjang, termasuk anggaran, proyeksi keuangan, serta rencana investasi untuk mengantisipasi tantangan.

Kepatuhan Pajak:

Keuangan dasar yang baik memastikan pemenuhan kewajiban pajak dengan pencatatan akurat, menghindari denda dan masalah hukum akibat ketidakpatuhan.

Pengendalian Biaya:

Keuangan yang baik membantu bisnis mengendalikan biaya operasional, mengidentifikasi area untuk efisiensi, dan memastikan keuntungan dengan mengurangi pengeluaran tidak perlu.

Pengambilan Keputusan:

Informasi keuangan yang akurat membantu pengambilan keputusan tepat, evaluasi kinerja, identifikasi peluang, dan pengurangan risiko bisnis.

Akses Pendanaan:

Laporan keuangan yang baik memudahkan pengajuan pinjaman atau menarik investor dengan menunjukkan kesehatan dan kredibilitas bisnis untuk mendapatkan pendanaan.



Komponen Keuangan Dasar UMKM

Modal Awal (Capex - Capital Expenditure):

Uang yang dikeluarkan di awal untuk membeli aset atau peralatan bisnis (contoh: mesin, gedung, kendaraan, atau teknologi).

Biaya Bulanan (Opex - Operational Expenditure):

Pengeluaran rutin yang diperlukan untuk menjalankan bisnis setiap bulan (contoh: gaji karyawan, listrik, sewa, bahan baku, atau pemeliharaan).

Pendapatan (Revenue):

Uang yang didapat dari hasil penjualan produk/jasa sebelum dikurangi biaya-biaya.

Laba Rugi Sederhana:

Pendapatan - Biaya Bulanan = Untung/Rugi?





PRAKTEK SEDERHANA

Simulasi Usaha: Bakso Tenda Pak Bowo

Misal kamu pakai **modal awal Rp 500.000** untuk belanja bahan buat **jualan 50 porsi/hari**:

Buatkan **Harga Pokok Produksi (HPP) untuk 1 (Satu) Porsi Bakso.**
Dengan **harga jual Rp 10.000**.

1. Buatkanlah item dan harga yang menjadi bahan produksi apa saja?
2. Berapa keuntungan yang didapatkan dari 1 (satu) porsi mangkok?
3. Berapa lama kamu dapat Break Event Point (BEP) atau Balik Modal?



Komponen	Total biaya produksi	Jumlah porsi dijual	Harga jual per porsi	HPP per porsi	Keuntungan per porsi
Nilai	Rp 330.000	50 porsi	Rp 10.000	Rp 6.600	Rp 3.400
Komponen	Total keuntungan	BEP (Break Even Point)			
Nilai	Rp 170.000	98 porsi (2 hari)			



Detail

Arus Kas Harian

Tanggal	Keterangan	Uang Masuk (Rp)	Uang Keluar (Rp)	Saldo Akhir (Rp)
1 Juli	Jualan 20 botol susu @22.000	440.000	0	440.000
1 Juli	Beli rumput dan plastik kemasan	0	150.000	290.000
2 Juli	Jualan Brownies 10 box	250.000	0	540.000
2 Juli	Beli bahan brownies	0	100.000	440.000



Sharing Session

*Yuk sharing hasil yang kamu
dapatkan*



**Menurut teman-teman,
*apa saja revenue streams dari
jualan bakso?***

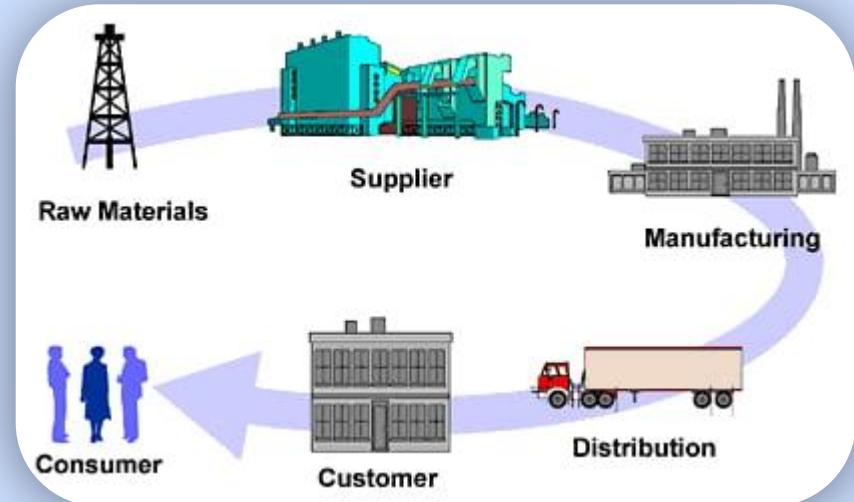


**Menurut teman-teman,
apa saja biaya yang tetap harus dibayar
walau tidak ada pembeli?**

Contoh

Alur Operasional Sederhana

Langkah-langkah dasar atau proses inti yang terjadi dalam menjalankan sebuah bisnis, dari awal hingga akhir, tanpa banyak detail yang kompleks.





**Silahkan membuat Alur Operasional
Sederhana untuk bisnis kamu.**

Contoh

Alur Operasional Sederhana

- **Persiapan:** Beli bahan baku (teh, gula, es), bersih-bersih, siapkan meja.
- **Produksi:** Merebus teh, menakar gula, menaruh di gelas.
- **Penjualan:** Berapa target harian atau yang akan dijual? Terima pesanan, terima uang.
- **Pencatatan:** Hitung sisa bahan, hitung uang masuk, uang keluar.





Brownies Panggang (Produk Kue Siap Saji)

Alur:

1. Belanja bahan baku (bisa mingguan)
2. Penimbangan & pencampuran bahan sesuai resep
3. Proses panggang & pendinginan
4. Pemotongan dan pengemasan (box, stiker, label expired)
5. Pencatatan batch produksi & stok
6. Promosi harian di WA Story / IG / Shopee
7. Penerimaan & pengepakan pesanan
8. Pengiriman via kurir / pengantaran langsung
9. Request testimoni & evaluasi rasa/kepuasan
10. Evaluasi, Stock Stock dan Bahan Sisa



Susu Kambing Botol



Brownies Panggang



Ayam Geprek



Kopi Literan



3. Jadwal Harian Operasional

Tuliskan waktu-waktu penting dalam operasionalmu.

Jam/Waktu

Kegiatan Operasional

05.00 - 07.00

07.00 - 10.00

10.00 - 13.00

13.00 - 16.00

16.00 - 18.00

18.00 - 21.00



Sharing Session

*Yuk sharing hasil yang kamu
dapatkan*



QnA

Apakah ada pertanyaan?



***Menurut kamu,
mana yang lebih penting;
Skill Individu yang hebat atau kekompakan tim?***

A. ***Skill Individu***

B. ***Kekompakan Tim***

C. ***Dua-duanya penting, tapi saya lebih suka
kerja sendiri!***



***Menurut kamu,
mana yang lebih penting;
Apa tantangan terbesar dalam memebentuk
tim yang kuat?***

Kenapa Penting Membangun Tim?

3

Tahu siapa kerjain apa

Di awal bisnis, sering terjadi: semua dikerjakan sendiri → capek, stres, gak efektif. Tanpa struktur, pemilik bisnis bisa jadi tukang promosi, kasir, tukang masak, admin, dan kurir sekaligus.



Konsisten

Hasilnya
apa?

Bangun Hubungan Emosional
dengan Pelanggan



*Silahkan buat struktur
organisasi
dan
peran / tanggung jawab.*



Menurut teman-teman,
*Bagaimana caranya agar bisnis dapat
keuntungan?*



CUSTOMER JOURNEY



Pengertian Customer Journey

Proses atau langkah-langkah yang dilalui pelanggan dari pertama kali mengenal produk/jasa sampai akhirnya membeli dan menjadi pelanggan setia.

Contoh Sederhana:

1. Tahu produk (lihat iklan di Instagram).
2. Penasaran (kunjungi website atau tanya-tanya).
3. Bandingkan (baca review atau cek harga di tempat lain).
4. Beli (transaksi pertama).
5. Puas/Tidak Puas (pakai produk, kasih ulasan).
6. Loyal/Beralih (jadi langganan atau cari merek lain).

Stage	Awareness	Consideration	Decision	Service	Loyalty
Customer Actions	View online ad, see social media campaign, hear about from friends	Conduct research, research competitors, compare features and pricing	Make a purchase	Receive product/service, contact customer service, read product/service documentation	Make another purchase, share experience
Touchpoints	Traditional media, social media, word of mouth	Word of mouth, website, social media	Website, mobile app, phone	Phone, chatbot, email	Word of mouth, social media, review sites
KPIs	Number of people reached	New website visitors	Conversion rate, online sales	Product reviews, customer service success rate, waiting time	Retention rate, customer satisfaction score
Customer Experience	Interested, hesitant 	Curious, excited 	Excited 	Frustrated 	Satisfied, excited 
Business Goal	Increase awareness, internet	Increase website visitors	Increase conversion rate, online sales	Increase customer service satisfaction, minimize wait time	Generate positive reviews, increase retention rate



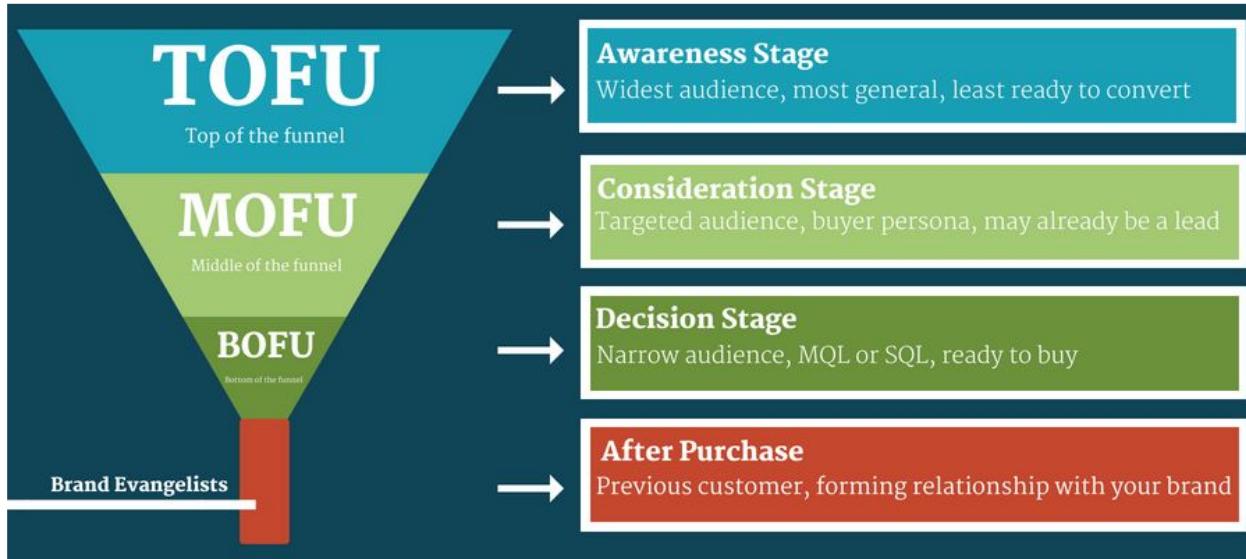
“Pelanggan yang meninggalkan keranjang belanja atau membatalkan langganan sedang memberi Anda petunjuk berharga. Dengarkan, analisis, perbaiki.”

(Blake Morgan ~ Penulis The Customer of the Future)



**Menurut teman-teman,
*Lebih mudah mencari pelanggan, atau
mempertahankan pelanggan?***

Consumer Journey dari perspektif bisnis
adalah sebagai berikut:





Tahapan Customer Journey

1. Awareness (Sadar)

"Aku baru tahu ada produk ini ya..."

2. Interest (Tertarik)

"Kayaknya menarik nih, cek ah!"

3. Consideration (Membandingkan)

"Bagus mana ya sama merek lain?"

4. Purchase (Beli)

"Oke, aku coba beli deh."

5. Retention (Setia)

"Enak nih, besok beli lagi ah!"

6. Advocacy (Ngajak orang lain)

"Teman-teman, ini enak banget loh!"





PRAKTEK SEDERHANA

Customer Journey

INSTRUKSI

1. Siapkan kertas dan alat tulis
2. Silahkan menuliskan Nama dan Produk yang kamu jual
3. Kemudian, jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut sesuai prinsip customer journey

1. Awareness (Sadar)

Bagaimana pelanggan pertama kali tahu produkmu?

2. Interest (Tertarik)

Apa yang membuat mereka tertarik?

3. Consideration (Membandingkan)

Apa yang mereka pertimbangkan?

4. Purchase (Beli)

Bagaimana proses pembeliannya?

5. Retention (Setia)

Apa yang membuat mereka balik lagi?

6. Advocacy (Ngajak orang lain)

Apa yang membuat mereka promosiin ke orang lain?



***“Pelanggan nggak langsung beli,
mereka jalan dulu. Kalau kita ngerti
jalannya, baru kita bisa temani sampai
mereka loyal.***



Politeknik Negeri Jember

DAY 4 Startup Development Class

Belajar Nguntung, Tapi Ojo Cepet Ambruk!

Jember, 18 - 20 Juni 2025



Day 3

Highlight

Day ke-3 membahas pentingnya dasar keuangan, alur operasi sederhana, dan perjalanan pelanggan.

Menguasai dasar keuangan penting bagi UMKM untuk **mengelola modal, merencanakan bisnis, mengendalikan biaya, mengambil keputusan, mematuhi pajak, dan mendapatkan pendanaan.**

Alur operasi sederhana menjelaskan langkah dasar menjalankan bisnis dari awal sampai akhir, mulai persiapan, produksi, penjualan, hingga pencatatan.

UMKM sering kesulitan dalam laporan keuangan karena kurangnya pemahaman akuntansi, sehingga hanya mencatat arus kas saja.

UMKM perlu memahami tiga komponen keuangan utama: modal awal (Capex), biaya operasional bulanan (Opex), dan pendapatan untuk menghitung laba/rugi.

Customer Journey menjelaskan tahapan dari **mengenal produk/layanan hingga menjadi pelanggan setia**, meliputi kesadaran, ketertarikan, pertimbangan, pembelian, retensi, dan rekomendasi.



Day 4 List of Content



Pitch Deck
Presentasi Produk



Value Ladder
Mmebangun Value dari
Kebutuhan



Pengertian **Sustainability dalam Bisnis?**

Bisa terus menghasilkan

Bisnis bisa terus berjalan dan berkembang dalam jangka panjang.

Mengelola tim dan keuangan

Termasuk mengatur tim, keuangan, dan bahan baku secara efisien tanpa boros.

Adaptif dengan perubahan pasar

Bisnis harus fleksibel menghadapi tren pasar, teknologi baru, atau peraturan yang berubah agar tidak tertinggal.



Pentingnya Sustainability & Pemantapan Ide

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan:

Bisnis berkelanjutan adalah bisnis yang ramah lingkungan dan bermanfaat untuk masyarakat.

Efisiensi Operasional:

Bisnis yang menerapkan praktik berkelanjutan bisa lebih hemat dan untung karena mengurangi pemakaian energi dan bahan baku.

Ketahanan Bisnis:

Bisnis yang memperhatikan lingkungan dan sosial lebih kuat menghadapi perubahan pasar, aturan baru, dan tuntutan stakeholder.

Reputasi Positif:

Perusahaan berkelanjutan dapat meningkatkan reputasi, menarik pelanggan dan investor, serta mempererat hubungan dengan masyarakat.

Inovasi:

Bisnis berkelanjutan bisa memicu kreativitas, mendorong perusahaan menciptakan produk ramah lingkungan dengan ide-ide baru.

Strategi yang Kuat:

Membantu menciptakan strategi kuat untuk bersaing, memasarkan produk, dan mengelola SDM secara efektif.



Uji Ide Bisnis Pakai Filter

Kaca Pembesar “Sustainability”

Evaluasi Rutin” (Weekly Check-in)

Pahami & Dengarkan Konsumen Secara Konsisten

Kembangkan “Produk Bertahap”

Bangun Komunitas Pelanggan

Sistem dan Automasi Sederhana

Strategi Bertahan Saat Sepi

Temukan Mentor





STRATEGI MELAKUKAN ADAPTASI



1

Identifikasi
sinyal
perubahan

2

Mendorong
eksplorasi &
eksperimen

3

Perbarui & uji
produk atau
layanan baru

4

Memperluas
Jaringan &
Koneksi



Tips

The Value Ladder

Strategi untuk menciptakan berbagai tingkatan produk atau layanan dengan nilai yang meningkat. (Russell Brunson)





***“Sekarang kita ubah rencana kerja
kalian menjadi presentasi yang bisa
bikin orang percaya pada bisnis kalian
dalam 5–7 menit.”***



PITCHING PRESENTATION



Pengertian **Pitching**

Pitching bisnis bertujuan
meyakinkan investor/mitra
untuk mendukung ide Anda,
baik untuk pendanaan, kerjasama,
atau persetujuan proyek.



Pembagian **2 Jenis Pitching**

Pitching secara verbal (tanpa slide)

Pitching dengan pitch deck





***“Kalau kamu cuma punya 1 menit buat
meyakinkan investor, bagian apa yang
paling penting dari bisnismu?”***



Praktik Sederhana **Pitching Tanpa PPT**

1. Presentasikan Produk / Bisnis Kalian dalam 2 menit kepada investor!
2. Hal yang dibahas:
 - a. Memperkenalkan diri
 - b. Masalah / Pain Points dari bisnis
 - c. Solusi Produk
 - d. Target Market, Unique Selling Product atau Unique Value Product
 - e. Penutup & Call to Action.



Menurut teman-teman,
***Bagaimana rasanya presentasi pitching
tanpa PPT?***



**Menurut teman-teman,
*Pernah dengar pitching yang
menurutmu keren banget? Apa yang
bikin beda?***



Praktik Sederhana **Pitching DENGAN PPT**

1. Persiapkan PowerPoint dengan template berikut ini selama 30 menit
2. Hal yang dibahas:
 - a. Memperkenalkan diri
 - b. Masalah / Pain Point dari bisnis
 - c. Solusi Produk
 - d. Target Market, Unique Selling Product atau Unique Value Product
 - e. Penutup & Call to Action.
3. Presentasikan Produk / Bisnis Kalian dalam 5 menit kepada investor!



WAKTU PRESENTASI

PITCH DECK

Teman-teman silahkan menilai presentasi rekannya berdasarkan kriteria berikut ini

Kejelasan Masalah

Apakah masalahnya nyata dan relate?

Solusi & Produk

Apakah solusi yang ditawarkan tepat sasaran?

Kejelasan Bicara

Apakah cara bicaranya runtut dan mudah dipahami?

Kreativitas & Unik

Apakah idenya menarik dan beda dari yang lain?

Percaya Diri

Apakah penyampaiannya percaya diri dan antusias?



Menurut teman-teman,
*Apakah pitching menggunakan PPT lebih
mudah daripada tanpa PPT?*

SOCIAL IMPACT



Self-transcendence

LIFE CHANGING



Provides hope



Self-actualization



Motivation



Heirloom



Affiliation/
belonging

EMOTIONAL



Reduces anxiety



Rewards me



Nostalgia



Design/
aesthetics



Badge value



Wellness



Therapeutic
value



Fun/
entertainment



Attractiveness



Provides
access

FUNCTIONAL



Saves time



Simplifies



Makes
money



Reduces
risk



Organizes



Integrates



Connects



Reduces
effort



Avoids
hassles



Reduces
cost



Quality



Variety



Sensory
appeal



Informs

SOURCE © 2015 BAIN & COMPANY INC.
FROM "THE ELEMENTS OF VALUE," SEPTEMBER 2016

© HBR.ORG

Piramida Kebutuhan Dasar Pelanggan.

Dikembangkan oleh perusahaan konsultan Bain & Company, piramida ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi bagaimana bisnis/usaha dapat memenuhi kebutuhan dasar dengan hubungan pelanggan.

Terbagi dalam empat kelompok:

1. Fungsional.
2. Emosional.
3. Life Changing (Perubahan hidup).
4. Social Impact (dampak sosial).

Di seluruh tingkatan ini, terdapat 30 peluang bagi perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan mereka melalui hubungan yang positif.



QnA

Apakah ada pertanyaan?



***“saya ingin ingatkan satu hal
penting: bisnis itu bukan soal ide
paling keren, tapi soal siapa yang
berani eksekusi lebih konsisten.***

karena disana

***Kota Jember menunggu karya
kalian dan Indonesia butuh
keberanian kalian”***





Untuk Kedepannya Materi Pendukung

AI for Marketing

Digital Marketing

Community

Personal Branding



ChatGPT





TERIMA KASIH



Linkedin : Muhamad Mirza, CBHC



Instagram : msmecoach_mirza



No Wa : 0858-9389-0724

