




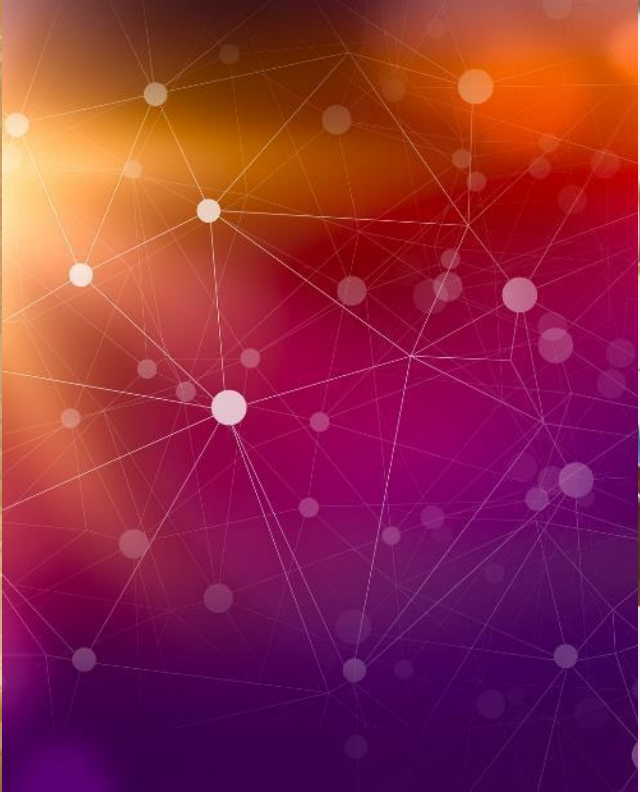
Technopreneurship

1. Obed Yudaha Pambudi 202131082
 2. Naufal Irbah Rabbani 202131082
 3. Benjamin Agapa 201931235
 4. Frengky Joshua Purba 202131193
- 

Agenda

1. Masalah yang akan di pecahkan
2. Solusi
3. Target pasar
4. Strategi marketing





Masalah

Layanan perbankan Indonesia telah membantu memberi kemudahan menyimpan uang dan dalam hal finansial lainnya, tetapi dalam hal menabung untuk anak usia dini masih terbilang kurang efisien.

Sebelumnya apa yang kita pikirkan dalam hal menabung? Sebagai contoh anak SD yang diberikan uang jajan harian oleh orang tuanya. Ketika disekolah mereka di edukasi dalam hal menabung, Tapi ketika mereka menabung kebanyakan dari mereka selalu ingin cepat menghabiskannya karena masih kecil dan belum mengerti manajemen keuangan dan juga mereka tabung masih berbentuk uang fisik sehingga sangat mudah untuk diambil sewaktu waktu mereka mau. Sehingga koteks menabung jangka panjang mungkin tidak akan tercapai. Ditambah lagi ketika mereka ingin menabung di bank ada minimal transaksi dalam menabung dan juga biaya administrasi yang menyulitkan mereka menabung dalam jumlah kecil / recehan di usia mereka yang sangat muda.

Solusi

Biasanya tabungan mereka berasal dari kembalian pecahan kecil uang jajan harian . Bagaimana kita memudahkan mereka menabung dari uang yang mereka sisihkan ?

Dan tentu karena ini untuk jangka panjang maka celengan hanya bisa dibongkar saat tabungan nya sudah memenuhi jangka waktu yang telah di tetapkan dan nasabah sudah mencapai usia 18 tahun, kita beri contoh dari permasalahan yang telah di jabarkan sebelumnya, coba kita bayangkan sejak duduk dibangku SD mereka menabung sekitar Rp 2 rb /hari dan baru bisa diambil 10 tahun kemudian, kurang lebih total tabungan yang didapat Rp 7 jt di akhir periode tabungan. Setelah 10 tahun, selain dana tabungan bisa diambil, nasabah pun bisa mendepositokan tabungannya ataupun membeli instrumen keuangan lainnya. Disini kita ambil sample siswa SD, ketika mereka disekolah biasanya ada beberapa sekolah yang biasanya mengarahkan siswanya untuk menabung di sekolah. bagaimana jika kita memusatkan tabungan mereka di dalam satu celengan digital yang menggabungkan tabungan mereka di sekolah dengan celengan mereka dirumah. Sumber isi celengan siswa SD yang dirumah biasanya berasal dari kembalian sisa belanja jajan harian di warung, ritel, dan pedagang asongan. maka salah satu manfaat layanan ini memudahkan mereka untuk langsung menyalurkan kembalian tersebut masuk kedalam celengan digital mereka. 02 Sesuai masalah yang ingin teknologi ini pecahkan yaitu masalah kemudahan menabung dengan menciptakan celengan digital. Seperti yang kita ketahui, celengan bisa menabung dalam jumlah berapapun tanpa minimal nominal. Layanan celengan digital ini kita beri nama Simpan Receh. The Solution SIMPAN RECEH Layanan celengan digital Jika dilihat dari permasalahan di atas , solusinya adalah menciptakan produk perbankan yang memudahkan mereka menabung recehan/uang kecil.

- Data face recognition, fingerprint dan nomor telepon dibutuhkan ketika mendaftar sebagai nasabah, sehingga ketika nasabah ingin menabung cukup hanya scan wajah atau sidik jari. dan untukantisipasi nasabah bisa menggunakan nomor telepon sewaktu-waktu terjadi masalah di sistem scan biometrik di warung dan sekolah mitra. Technology Layanan dimaksud mirip seperti dompet digital namun bedanya penarikan dana hanya bisa dilakukan pada jangka waktu tertentu. Teknologi biometrik diimplementasikan sebagai ganti dari buku tabungan konvensional yang sepakat masih dinilai kurang fleksibel dan berbelit-belit.
- Maka dari itu ritel/warung yang sudah menjadi mitra layanan ini cukup menyediakan ponsel pintar, begitu juga sekolah yang mempunyai sistem tabungan



Target Marketing

Karena pasar utama layanan ini adalah anak usia SD untuk program tabungan jangka panjang mereka. Maka untuk langkah awal, perusahaan melobi ke sekolah-sekolah seluruh negeri dan mensosialisasi ke orangtua/wali menjadi fokus utama layanan ini. kementerian pendidikan melalui dinas pendidikan daerah direncanakan bisa membantu untuk sosialisasi layanan ini ke seluruh sekolah di Indonesia.

Kemudian untuk menggaret nasabah umum, melobi merchantmerchant yang bertebaran di Indonesia merupakan cara efektif untuk mendapatkan mitra di sektor mini market dan umkm. Sementara di sektor toko kelontong kemitraan dengan startup toko kelontong akan menjadi langkah strategis dengan market share yang sudah mereka miliki sebelumnya. Di sektor kemitraan dengan UMKM belum terdigitalisasi, pemasaran dilakukan melalui sosial media seperti halnya layanan dompet digital lainnya.



Kenapa Pilih Kami

Karena ide yang kita usungkan jika terealisasikan akan sangat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia. Karena akan mendorong terciptanya budaya menabung saat usia dini, dan memudahkan siapapun untuk menabung. Layanan yang kami usung pun dinilai lebih bersifat kolaboratif dengan berbagai layanan digital lainnya yang sudah lebih dulu hadir, bukan sebaliknya malah berebut market share