

ENTREPRENEURIAL DAY (ENTRY) 2017

***Start-up* Teknologi JembatanBudaya**

O5 - Squad



Diusulkan Oleh:

Airlangga Visnhu M G64140105 2014

Respati Widrantara Putra G64140028 2014

Muhammad Murtadha G64140073 2014

Institut Pertanian Bogor

Bogor

2017

DAFTAR ISI

PENDAHULUAN.....	3
Latar Belakang	3
Deskripsi Produk/Jasa	4
Prototipe Aplikasi	6
Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	8
IDE BISNIS.....	10
Key Partners.....	10
Key Activities.....	10
Key Resources.....	11
Value Proposition	12
Customer Relationships.....	13
Channels	14
Customer Segments	14
Cost Structure.....	15
Revenue Stream.....	15
PENUTUP	17
Kesimpulan	17
Saran.....	17
LAMPIRAN	18
Lampiran 1	18
Lampiran 2.....	19
Lampiran 3.....	20
Lampiran 4.....	21
Lampiran 5.....	22

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan budaya. Menurut Badan Pusat Statistik, tercatat sedikitnya 633 kelompok suku besar yang ada di Indonesia pada tahun 2013. Setiap kelompok suku mempunyai kebudayaan masing-masing yang unik dan dituangkan dalam berbagai macam bentuk seperti tarian, nyanyian, hasta karya, bahasa, dan lain sebagainya. Keberagaman budaya tersebut menjadi daya tarik dan nilai vital bagi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia.

Potensi usaha dengan memanfaatkan nilai budaya yang ada terbuka sangat luas khususnya di bidang ekonomi kreatif. Nilai budaya yang ada dapat dipadukan dengan pemikiran kreatif serta nilai yang berkembang di masyarakat saat ini untuk menciptakan industri kreatif. Departemen Perdagangan menyebutkan bahwa terdapat 14 subsektor industri kreatif yaitu: periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, *fashion*, video-film-fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, riset dan pengembangan. Industri kreatif ini pun memberikan sumbangsih yang besar terhadap perekonomian negara terbukti dengan penambahan jumlah Produk Domestik Bruto menurut data Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2008.

Akan tetapi, pelaku industri kreatif khususnya yang bergerak dalam produk kebudayaan masih sulit dalam mempromosikan produknya ke masyarakat. Terlebih lagi, pelaku industri kreatif yang dapat diposisikan sebagai penyampai nilai budaya melalui kursus budaya seperti sanggar tari, kursus membatik, *workshop* patung, dan lain sebagainya. Platform pembelajaran budaya Indonesia masih belum banyak terekspos karena beberapa hal seperti *branding* yang belum kuat, walaupun ada contoh sukses yang telah cukup dikenal masyarakat yaitu Angklung SaungUdjo. Potensi bisnis tempat pembelajaran budaya cukup menarik perhatian masyarakat dan dapat menjadi salah satu jalan untuk melakukan promosi budaya.

Promosi budaya dengan sangat mudah dilakukan dewasa ini dengan maraknya digitalisasi dan perkembangan teknologi informasi. Namun, terkadang masih banyak pelaku industri kreatif di bidang budaya yang belum memanfaatkan platform digital sebagai penunjang kemajuan usahanya. Dewasa ini, belum ada platform aplikasi digital terintegrasi yang bertujuan untuk menghubungkan pelaku industri kreatif yang membuka kursus pembelajaran

budaya dengan masyarakat. Platform tersebut dapat menjadi gebrakan positif bagi pelestarian budaya Indonesia dan sekaligus meningkatkan penghasilan bagi para pelaku budaya lokal.

Deskripsi Produk/Jasa

JembatanBudaya merupakan sebuah start-up teknologi yang bergerak di bidang pariwisata budaya dengan membuat sebuah aplikasi *mobile* yang menjembatani pelaku industri kreatif yang menyediakan kursus pembelajaran budaya seperti seni tari, seni musik, seni gambar, seni patung, dan lain-lain dengan turis atau wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah di Indonesia. Start-up **JembatanBudaya** berlokasi di Bogor, Jawa Barat. **JembatanBudaya** mempunyai misi untuk memajukan dan mengenalkan budaya-budaya di tiap Provinsi di Indonesia.

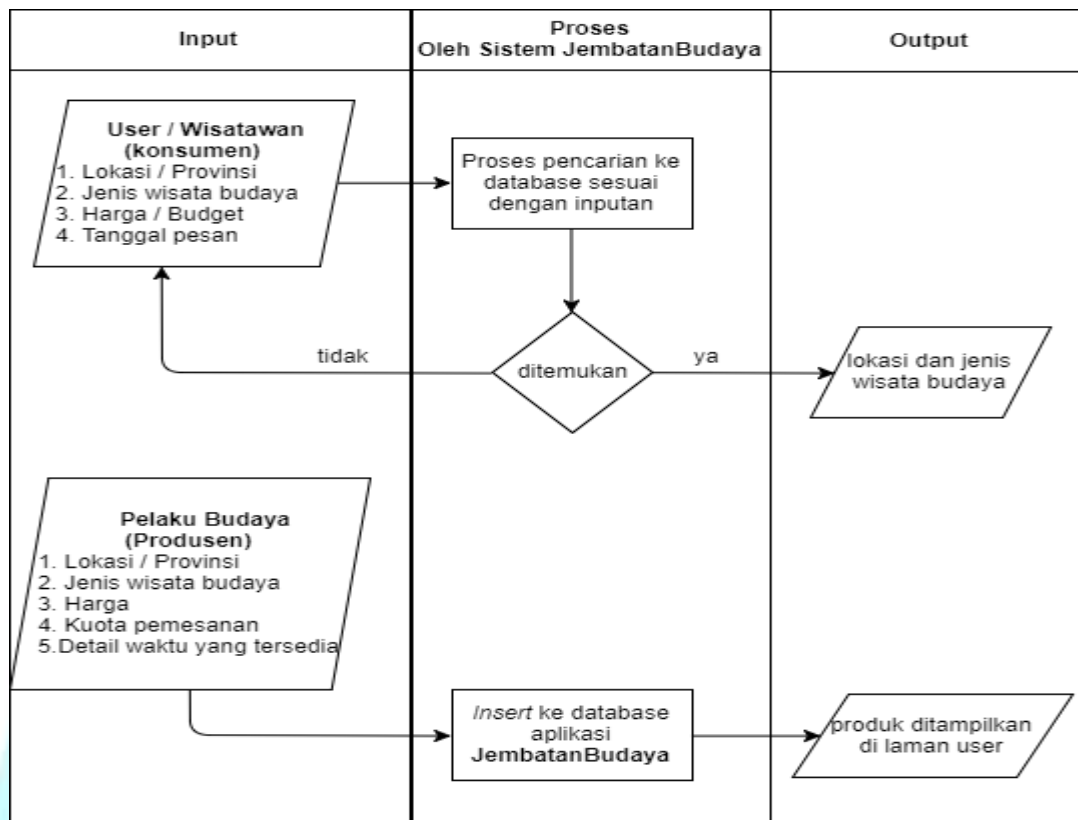
- **Teknologi**

JembatanBudaya berfokus pada pengembangan aplikasi mobile dengan teknologi *hybrid* dengan detail sebagai berikut:

- *Front-end* dikembangkan dengan *framework Ionic 3*
- *Back-end* dikembangkan dengan *framework NodeJs*

- **Arus produksi dari produsen ke konsumen**

JembatanBudaya akan menjadi penghubung antara wisatawan dengan pelaku budaya. *User* atau wisatawan nantinya dapat memilih jenis wisata budaya seperti (*seni tari, seni musik, seni gambar, seni patung dll*) diberbagai tempat di seluruh Indonesia.



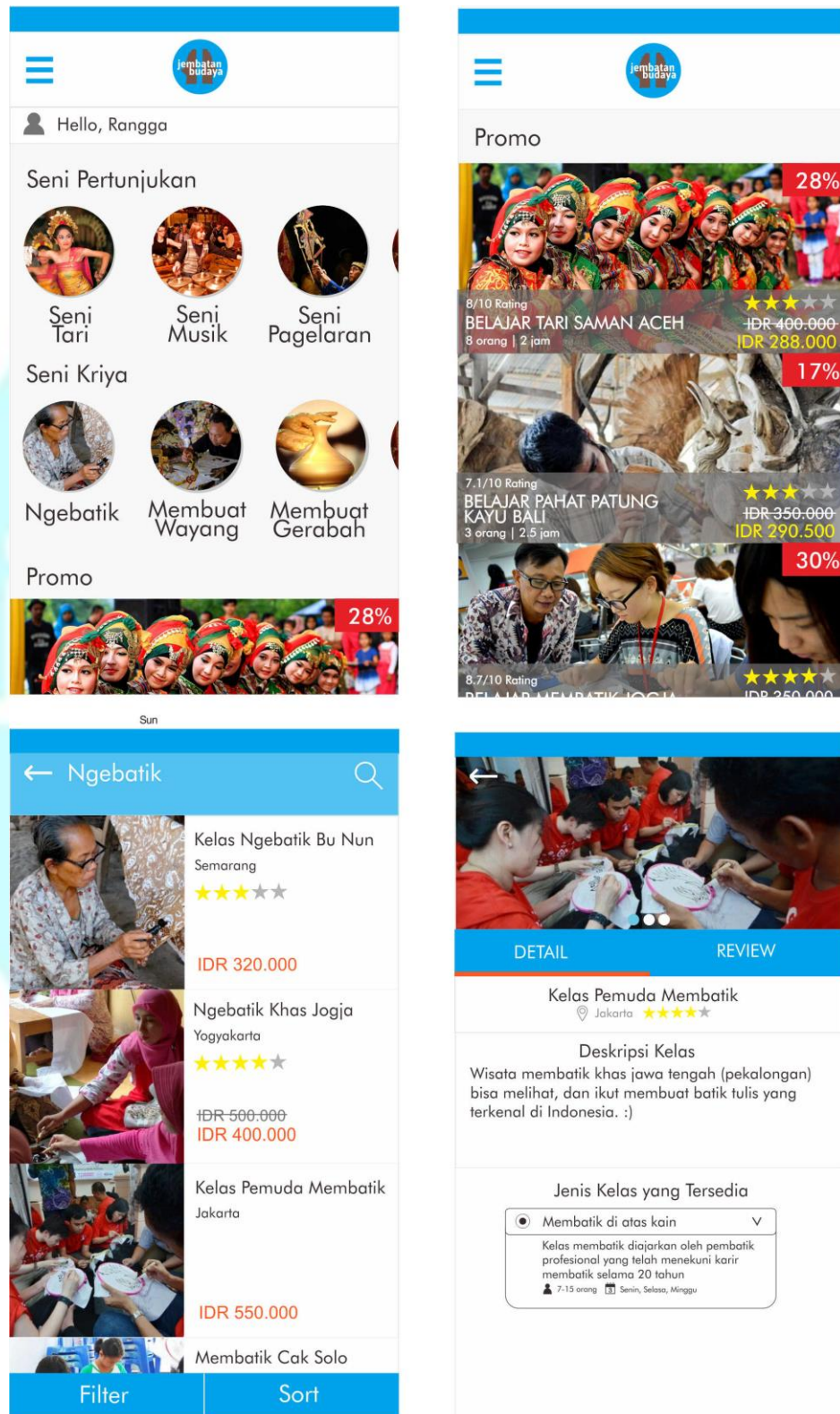
Gambar.1 Arus Produksi dari Produsen ke Konsumen

Pada sistem **JembatanBudaya**, pertama-pertama para pelaku budaya atau pemilik usaha budaya mendaftarkan usaha budaya lokal mereka secara langsung pada aplikasi **JembatanBudaya** dengan memasukkan nama usaha, deskripsi usaha, lokasi usaha, jenis kunjungan, kuota kunjungan, jadwal kunjungan, biaya kunjungan, paket kunjungan dan contoh hasta karya (jika ada). Untuk paket kunjungan, **JembatanBudaya** akan menyediakan 2 jenis paket secara *default*, yaitu kunjungan perorangan dan kunjungan rombongan. Para pemilik pengusaha dan pelaku budaya dapat menentukan sendiri biaya yang akan dikenakan pada kedua paket tersebut. Kemudian sistem akan menampilkan usaha lokal mereka pada laman dalam bentuk katalog yang nantinya dilihat oleh para calon pengunjung atau turis.

Sementara bagi para turis atau calon pengunjung, mereka dapat melihat, mencari, menentukan dan memesan jenis kunjungan budaya lokal sesuai keinginan mereka melalui sistem **JembatanBudaya**. Para turis atau calon pengunjung dapat melakukan pemesanan kunjungan dengan memilih paket yang telah disediakan oleh pihak pengusaha budaya atau pelaku budaya, yaitu paket kunjungan perorangan dan paket kunjungan rombongan. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan pembayaran melalui beberapa metode seperti transfer melalui bank.

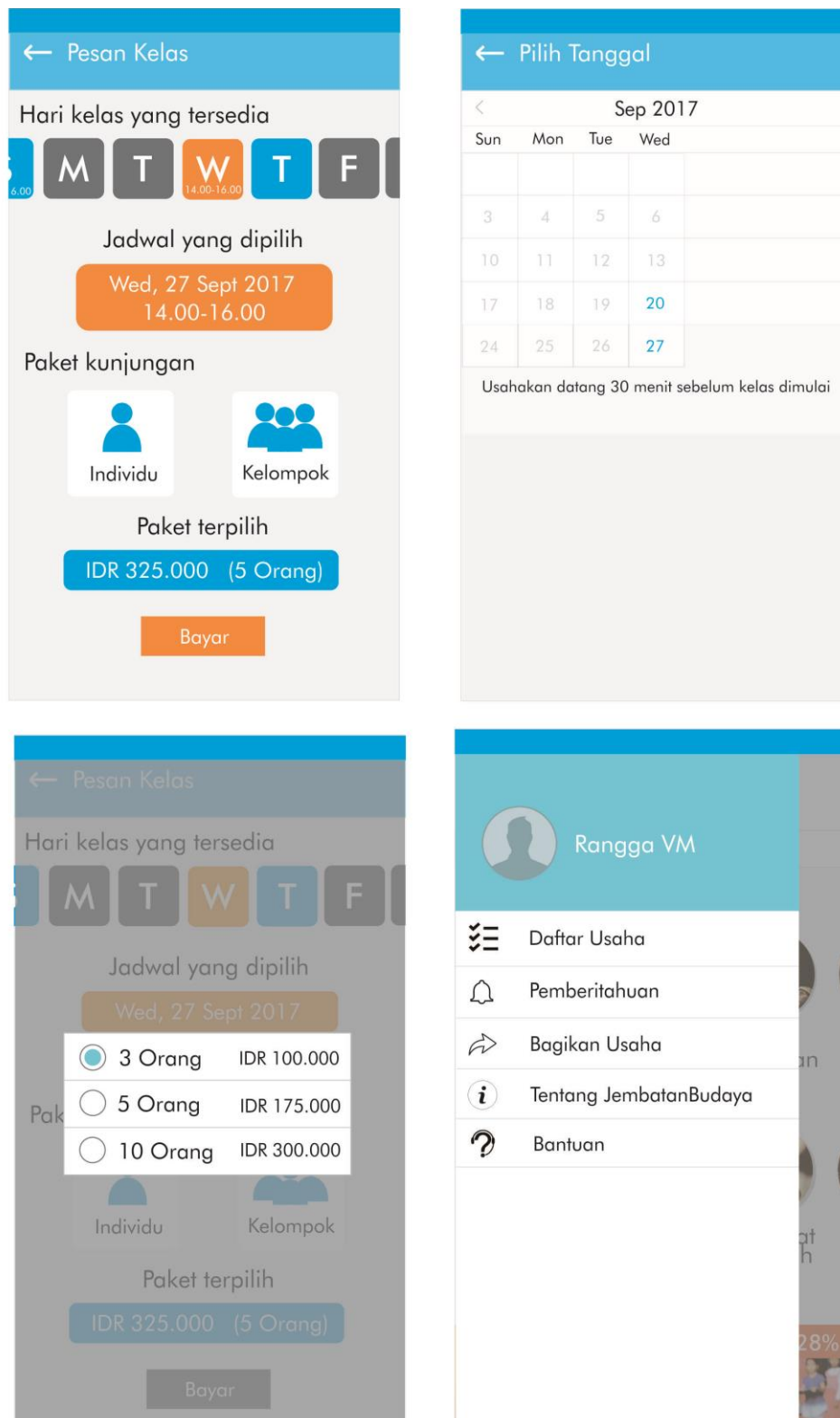
Prototipe Aplikasi

Sebagai gambaran aplikasi JembatanBudaya, kami telah merancang sebuah *prototype* aplikasi **JembatanBudaya**. Berikut adalah gambar *prototype* aplikasi **JembatanBudaya**



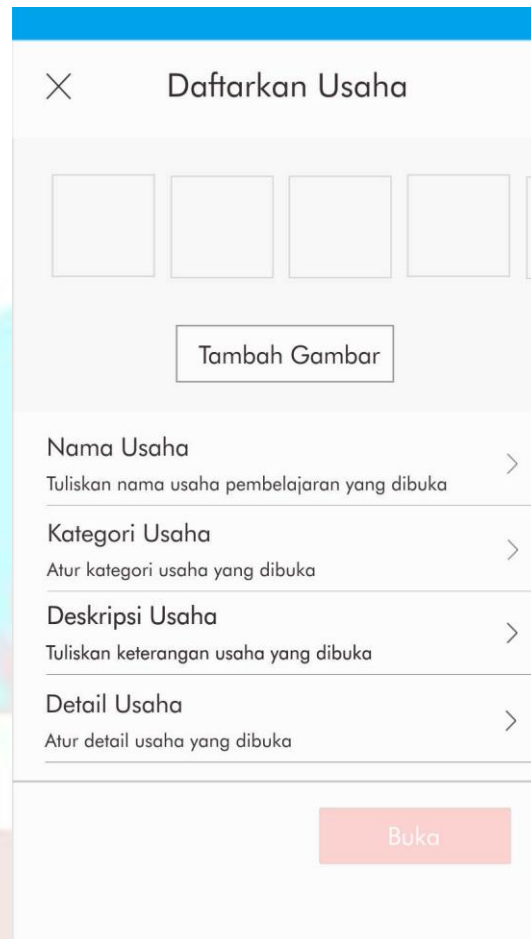
Gambar 2. Prototipe Aplikasi **JembatanBudaya**

Gambar tersebut memperlihatkan halaman awal aplikasi **JembatanBudaya**, para turis dapat mencari lokasi budaya daerah lokal yang dapat dikunjungi. Kemudian, para turis dapat memilih jenis kunjungan pada lokasi budaya yang telah dipilih.



Gambar 3. Prototipe lanjutan Aplikasi **JembatanBudaya**

Para turis dapat menentukan hari dan tanggal kunjungan. Kemudian, turis menentukan jenis paket yang ditawarkan, secara pribadi atau secara rombongan.



Gambar 4 Prototipe lanjutan aplikasi **JembatanBudaya**

Gambar 3 ditunjukkan kepada para pengusaha budaya. Prototipe dalam mendaftarkan usaha mereka pada aplikasi **JembatanBudaya**

Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

a. Visi

“Menjadi Pionir Startup Teknologi yang Memajukan , Melestarikan dan Mempromosikan Nilai Kebudayaan Indonesia di Masyarakat Lokal Maupun Mancanegara”

b. Misi

- Memperkenalkan budaya-budaya di Indonesia ke mancanegara.

- Melestarikan dan memberikan peluang bisnis bagi para pelaku budaya dan pemilik sanggar.
- Menawarkan jenis wisata budaya seperti (*seni tari, seni musik, seni gambar, seni patung dll*) dengan konsep berbeda ke wisatawan domestik maupun mancanegara.
- Menjadi jembatan untuk wisatawan dan pelaku budaya di Indonesia .
- Menyediakan tempat atau wadah untuk menyebarluaskan usaha budaya lokal bagi para pemilik atau pelaku budaya dan pengusaha produk lokal Indonesia



IDE BISNIS

Ide bisnis kami terlintas saat melihat kondisi budaya lokal serta produk budaya Indonesia yang kurang berkembang. Kondisi para pemilik usaha lokal budaya terlihat sangat minim ketenarannya di kancah dunia. Di era digital, usaha-usaha lokal budaya Indonesia masih kurang terlihat di kancah layar teknologi. Tidak adanya wadah atau tempat yang tepat bagi para pengusaha ini membuat budaya Indonesia kurang dikenal di masyarakat Indonesia maupun global.

Ditambah, minimnya informasi dan akses bagi para turis yang ingin melakukan wisata atau kunjungan budaya di Indonesia. Menyebabkan para pengusaha dan pelaku budaya sepi pengunjung. Secara tidak langsung, hal ini mengakibatkan budaya-budaya di Indonesia tidak terekspose dimata wisatawan lokal maupun mancanegara.

Melihat kondisi tersebut, tim kami ingin memanfaatkan teknologi dengan membuat sebuah *platform* yang menghubungkan turis lokal maupun mancanegara dengan para pelaku budaya di Indonesia.

Key Partners

a. Pemilik Usaha Budaya

Para pemilik usaha lokal budaya Indonesia merupakan salah satu *Key Partners* dari **JembatanBudaya**. Mereka akan membuka pasar mereka pada aplikasi kami dengan menawarkan kunjungan wisata agar usaha mereka dapat berkembang. Nantinya para wisatawan atau turis akan mendapat pelatihan singkat maupun melihat langsung proses pembuatan suatu barang ataupun produk lokal.

b. Travel Agency

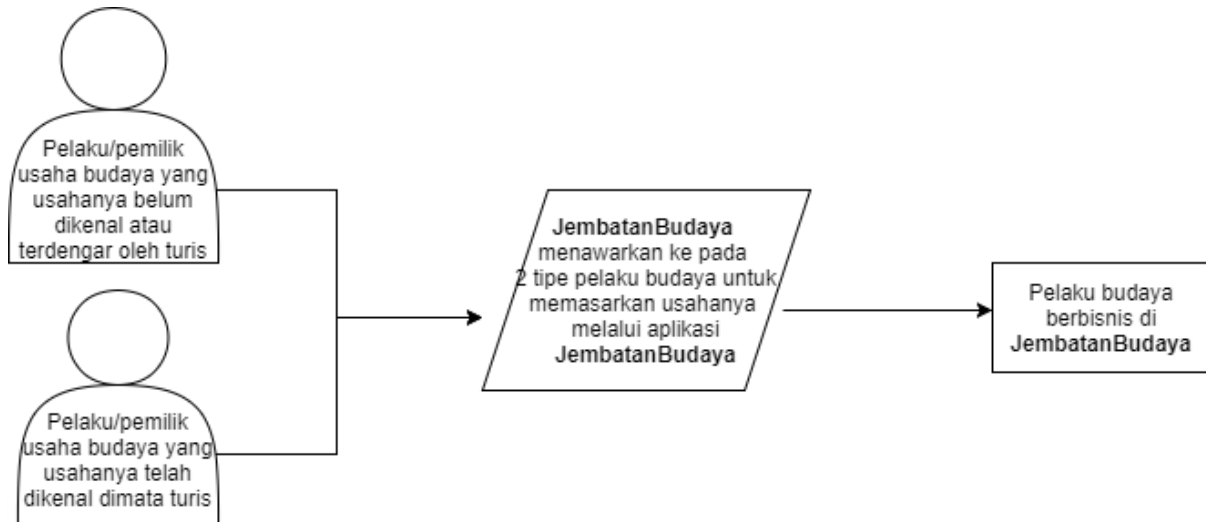
Partner potensial yang kedua adalah *travel agency*. *Travel agency tours* dapat bekerjasama dengan bisnis kami untuk menjadikan lokasi wisata budaya atau hasta karya sebagai destinasi kunjungan perjalanan bagi para konsumennya.

Key Activities

a. Marketing and Sales

Dalam awal tahap pengembangan, pemasaran produk akan dilakukan dengan cara langsung maupun tidak langsung terhadap para pelaku budaya di Indonesia. Pemasaran secara

langsung dilakukan dengan cara menghubungi pihak-pihak pelaku budaya lokal yang potensial kemudian mengajak bekerjasama agar usaha mereka lebih maju dan mendapatkan keuntungan yang lebih. Pemasaran secara tidak langsung dilakukan dengan cara menyebarkan ide bisnis kami melalui sosial media dan iklan.



Gambar 5 Pemasaran JembatanBudaya kepada para *Customer*

b. *Software Development*

Dalam membangun sebuah *platform* aplikasi *mobile* dibutuhkan aktifitas pengembangan aplikasi, untuk itu *Software Development* merupakan kunci aktifitas ide bisnis kami. **JembatanBudaya** berfokus pada pengembangan aplikasi *mobile* dengan teknologi *hybrid*.

c. *System Maintenance*

Aktifitas yang terakhir adalah *System Maintenance*. Dalam membangun dan mengembangkan sebuah aplikasi dibutuhkan pembaharuan sistem agar sistem yang digunakan dapat terus *useable* dan memiliki *user experience* yang baik bagi pengguna.

Key Resources

Pada tahap awal pengembangan aplikasi, start-up **JembatanBudaya** membutuhkan sumber daya manusia dengan detail sebagai berikut:

- 2 orang *Front-end* programmer
- 2 orang *Back-end* programmer

Total sebanyak 4 *Software Developer* akan membangun aplikasi kami secara keseluruhan serta melakukan *maintance*

- 5 orang *Marketing and Sales*.

- 1 orang *Finance*.

Marketing and Sales serta bagian *Finance* ini nantinya akan membantu menyebarluaskan aplikasi kami kepada para *user* serta konsumen yang potensial.

Value Proposition

a. *Learning experience*

Salah satu nilai yang menjadi daya tarik aplikasi kami adalah kami memudahkan para konsumen (turis lokal dan turis mancanegara) untuk melakukan kunjungan wisata budaya seperti (*seni tari, seni musik, seni gambar, seni patung dll*). Pengalaman pembelajaran/pelatihan budaya secara langsung ditempat asli pembuatan ataupun penyedia hasil karya budaya Indonesia memberikan pengalaman tersendiri yang berbeda jika dibandingkan dengan membeli ataupun hanya melihat hasil budaya lokal tersebut di toko-toko ataupun panggung pertunjukan.

b. *Original Local Goods*

Maraknya penjual yang menjual barang-barang hasil tiruan membuat para konsumen merasa khawatir untuk membeli hasil budaya lokal tersebut. Sedangkan para produsen atau pelaku budaya khususnya hasta karya menderita kerugian karena produk orisinalnya tersisih di pasar. Bagi para turis atau pembeli yang ingin membeli hasil budaya lokal (*hasta karya*) seperti barang seni, *fashion*, kerajinan, maupun desain tidak perlu merasa khawatir jika ingin membeli barang-barang *orisinal*. Dengan memesan dan melakukan kunjungan melalui aplikasi **JembatanBudaya**, maka dapat dipastikan bahwa barang yang dibeli tersebut asli dan langsung dari lokasi pembuatan.

c. *Lower Price Product*

Salah satu keuntungan dengan mengunjungi lokasi wisata budaya seperti pembuatan barang-barang lokal budaya melalui aplikasi kami adalah para pembeli atau pengunjung dapat membeli barang-barang orisinal yang memiliki kualitas terbaik dengan harga dibawah pasaran.

d. *Open a new business idea for Local Product Owner*

Dengan membuka dan menyebarluaskan usaha budaya lokal di aplikasi kami, maka para pemilik/pelaku usaha budaya lokal dapat membuka peluang bisnis baru selain menjual hasil produk mereka. Mereka dapat membuka bisnis baru dengan membuka kunjungan wisata

terhadap proses pembuatan hasil produk mereka. Bagi para pemilik sanggar budaya, juga dapat membuka dan menyebarluaskan sanggar mereka di aplikasi kami, sehingga sanggar tersebut dapat dikunjungi oleh para turis lokal maupun mancanegara.

e. Unique Promotion Selling Experience

Memasarkan hasil produk kepada para konsumen untuk diperjualbelikan kepada pihak konsumen sudah merupakan hal yang lumrah dalam dunia bisnis. Dengan menggunakan aplikasi kami, para pemilik usaha dapat memasarkan proses pembuatan karya budaya lokal mereka maupun membuka kunjungan terhadap kebudayaan lokal.

Customer Relationships

a. Promotions

Salah satu cara untuk mencari customer dan mempertahankan pelanggan kami adalah menyediakan berbagai promosi untuk menarik perhatian pelanggan kami. Salah satu promosi yang akan kami berikan adalah potongan harga untuk kunjungan secara rombongan (paket). Aplikasi **JembatanBudaya** juga akan mengirimkan notification yang berisi penawaran-penawaran menarik melalui e-mail agar para turis atau user dapat lebih *up to date* mengenai lokasi wisata budaya yang ada di Indonesia.

b. Social Media

Dengan semakin pesatnya dan semakin maraknya sosial media di dunia, sosial media banyak digunakan untuk mencari konsumen-konsumen potensial. Dengan melakukan hubungan melalui sosial media, aplikasi kami dapat langsung menerima *feedback* serta pendapat pelanggan terhadap pelayanan kami.

c. Improving User Interface and User Experience

Dalam pengembangan sebuah aplikasi yang nantinya akan digunakan oleh banyak orang diperlukan pembaharuan *User Interface* dan *User Experience*. **JembatanBudaya** akan terus meningkatkan pelayanan melalui desain *User Interface* dan *User Experience* yang memudahkan para turis maupun para pelaku budaya sehingga mereka akan terus merasa nyaman dalam berbisnis melalui aplikasi **JembatanBudaya** ini.

Channels

a. *Mobile apps*

Dalam menjangkau para pelanggan kami, kami menggunakan aplikasi berbasis *mobile* yang saat ini gemar digunakan oleh para masyarakat. Hal ini memberikan kenyamanan tersendiri bagi para pelanggan dibandingkan harus menggunakan aplikasi kami melalui *web*.

b. *Ads*

Periklanan kami gunakan agar lebih mudah dalam menjangkau pelanggan di pasar lokal maupun mancanegara. Periklanan akan kami lakukan melalui sosial media seperti *Instagram*, *Facebook*, serta *Twitter*. Periklanan kami sebarluaskan juga melalui tempat-tempat wisata budaya di Indonesia.

Customer Segments

a. Turis Lokal

Segmen pelanggan pertama adalah para turis lokal seperti siswa-siswi dan masyarakat perkotaan yang ingin melakukan kunjungan wisata budaya, keluarga yang sedang berlibur, serta para turis yang mencari kunjungan wisata edukatif.

b. Turis Mancanegara

Segmen pelanggan kedua adalah turis mancanegara yang berkunjung ke Indonesia, yang memiliki rasa penasaran yang tinggi terhadap kebudayaan maupun hasil karya budaya Indonesia. Mulai dari sejarah, pembentukan, proses pembuatan suatu produk, hingga pertunjukkan budaya lokal. Untuk itu turis mancanegara kami menjadi target pasar yang cukup potensial.

c. Pemilik Usaha Budaya Lokal Kreatif (batik, gerabah dll)

Segmen pelanggan bisnis kami juga berfokus kepada para pemilik usaha lokal budaya yang mempunyai potensi untuk dapat dikunjungi oleh para turis. Terdapat 2 segmentasi pemilik usaha budaya lokal, yaitu

1. Pemilik Usaha budaya yang usahanya belum pernah terdengar maupun dikunjungi oleh para turis

2. Pemilik Usaha budaya yang usahanya sudah pernah dikunjungi oleh para turis tetapi kunjungan masih bersifat tertutup atau *private*.

Fokus bidang pengusaha yang kami cari adalah pengusaha lokal pada bidang kerajinan seni, barang seni dan *fashion* yang melakukan proses pembuatan produk budaya dari awal hingga akhir penyelesaian produk. Sehingga para pengunjung dapat melihat maupun melakukan langsung proses pembuatan dari barang tersebut. Para pengusaha lokal seperti ini yang akan dijadikan sebagai pasar atau katalog pada aplikasi kami.

d. Pemilik Pelaku Budaya Kesenian (Sanggar Pertunjukkan)

Selain para pengusaha lokal kreatif, fokus pelanggan pada ide kami adalah para pemilik pelaku budaya kesenian seperti pemilik sanggar seni pertunjukan. Terdapat 2 segmentasi pemilik usaha lokal budaya, yaitu

1. Pemilik Pelaku Budaya Lokal yang usahanya belum pernah dikunjungi oleh para turis
2. Pemilik Pelaku Budaya Lokal yang usahanya sudah pernah dikunjungi oleh para turis tetapi kunjungan masih bersifat tertutup *private*.

Para pemilik pelaku budaya, dapat membuka pelatihan singkat terhadap penggunaan suatu alat seni musik budaya, tarian tradisional, dan semacamnya.

Cost Structure

Dalam membangun ide bisnis kami, dibutuhkan biaya dalam pengembangan dari segi pengembangan produk sampai pemasaran produk. Untuk itu biaya dalam *Software Development*, *Software Maintenance*, dan *Advertisement* merupakan biaya utama kami dalam membangun ide bisnis kami.

Revenue Stream

Aliran keuntungan utama ide bisnis kami adalah kami mengambil keuntungan dari turis yang memesan kunjungan budaya melalui aplikasi **JembatanBudaya**. Pengambilan keuntungan yang diambil adalah 10% dari total biaya kunjungan per pesanan.

Aliran keuntungan yang kedua didapat melalui jasa periklanan pada aplikasi *mobile*. Sebagai salah satu *market place* JembatanBudaya merupakan salah satu tempat untuk mengiklankan produk maupun jasa yang berhubungan dengan *Key Partners*.

Aliran keuntungan yang ketiga didapat melalui *membership* oleh pelaku budaya dengan menyediakan 3 paket utama (*Bronze* , *Silver*, *Gold*). Membership ini nantinya akan membuat usaha budaya lokal yang di daftarkan menempati urutan pertama, kedua atau ketiga pada laman pencarian.

Aliran keuntungan lainnya adalah melalui kerjasama dengan *Key Partner* seperti GO-JEK, GRAB, Traveloka dan lain-lain. Melalui aliran keuntungan ini diharapkan JembatanBudaya dapat menyentuh semua sektor yang berhubungan dengan pariwisata budaya baik akomodasi maupun transportasi



PENUTUP

Kesimpulan

Aplikasi **JembatanBudaya** merupakan salah *market place* yang menjanjikan . Selain membuka peluang bisnis baru di dunia pariwisata budaya aplikasi **JembatanBudaya** juga mempermudah para turis lokal maupun mancanegara yang ingin melakukan kunjungan atau pariwisata budaya di Indonesia.

Saran

Dalam mengembangkan sebuah aplikasi, **JembatanBudaya** memerlukan studi lebih lanjut mengenai desain *user experience* dan *user interface* yang baik bagi penggunaanya. Hal ini dimaksudkan agar para turis, pelaku budaya dan pihak-pihak yang ikut berbisnis di aplikasi **JembatanBudaya** merasa nyaman dan tetap menggunakan aplikasi ini.



jembatan
budaya

LAMPIRAN

Lampiran 1

FORMULIR PENDAFTARAN
BUSINESS MODEL COMPETITION
Entrepreneurial Day (ENTRY) 2017

- | | |
|--------------------------|--|
| 1. Judul Proposal | : JembatanBudaya |
| 2. Nama Perguruan Tinggi | : Institut Pertanian Bogor |
| 3. Identitas Peserta | : |
| a. Nama Ketua | : Airlangga Visnhu Murthi |
| Fakultas/Jurusan | : FMIPA/Ilmu Komputer |
| No. Hp | : 085709153450 |
| Email | : airlanggamurthi@gmail.com |
| Alamat Lengkap | : Jl. Babakan Raya Lingkar Perwira,
Dramaga Bogor |
| b. Nama Anggota 1 | : Respati Widrantara Putra |
| Fakultas/Jurusan | : FMIPA/Ilmu Komputer |
| No. Hp | : 081281891277 |
| Email | : iresputra@gmail.com |
| Alamat Lengkap | : Jl. Babakan Raya Lingkar Perwira,
Dramaga Bogor |
| c. Nama Anggota 2 | : Muhammad Murtadha Ramadhan |
| Fakultas/Jurusan | : FMIPA/Ilmu Komputer |
| No. Hp | : 087742645033 |
| Email | : muhmurtadha29@gmail.com |
| Alamat Lengkap | : Jl. Babakan Raya Lingkar Perwira,
Dramaga Bogor |



Dengan ini saya menyatakan bahwa data yang saya sampaikan adalah benar adanya.

Bogor, 13 September 2017

Airlangga Visnhu Murthi

Lampiran 2



Lampiran 3



Lampiran 4

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

BUSINESS MODEL COMPETITION Entrepreneurial Day (ENTRY) 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Airlangga Visnhu Murthi
NIM : G64140105
Jurusan/Fakultas : Ilmu Komputer/FMIPA
Universitas : Institut Pertanian Bogor
Jabatan : Ketua Tim
2. Nama : Respati Widrantara Putra
NIM : G64140028
Jurusan/Fakultas : Ilmu Komputer/FMIPA
Universitas : Institut Pertanian Bogor
Jabatan : Anggota 1 Tim
3. Nama : Muhammad Murtadha Ramadhan
NIM : G64140073
Jurusan/Fakultas : Ilmu Komputer/FMIPA
Universitas : Institut Pertanian Bogor
Jabatan : Anggota 2 Tim

Dengan ini menyatakan bahwa karya dengan judul “JembatanBudaya” belum pernah dipublikasikan dan belum pernah menjuarai perlombaan di tingkat Nasional/Internasional sebelumnya serta tidak mengandung unsur plagiat didalamnya.

Demikianlah pernyataan ini kami buat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Apabila dikemudian hari terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh pihak panitia Entrepreneurial Day (ENTRY) 2017.










Bogor, 13 September 2017

Ketua Tim,

A handwritten signature in blue ink is written over a yellow 5000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'PETERAI IMPEL', '6AD775292182', and '5000 RUPIAH'.

Airlangga Visnhu Murthi

Lampiran 5

Key Partners  entrepreneur who own local product business travel tours agency	Key Activities  marketing & sales software development system maintenance	Value Proposition  learning experiences original local goods lower price than actual market open a new business idea for local product owner	Customer Relationships  <i>Promotions</i> <i>Social Media</i> <i>UI/UX Improvement</i>	Customer Segments  local tourist international tourist entrepreneur who own local product business
Key Resources  software developer marketing & sales		Channels  mobile apps ads		
Cost Structure  software development software maintenance Ads			Revenue Streams  booking a visit ads revenues memberships	