MEKANISME PENYELENGGARAAN KIDSPRENEURSHIP "FESTIVAL EPIK 2K21

(Entrepreneurship Pelajar Indonesia Kreatif)"

A. Sasaran

Siswa SMP dan SMA se-Indonesia yang memiliki minat dan bakat untuk mengembangkan kemampuan wirausaha melalui pembuatan rencana usaha. Rencana usaha disusun secara individual dan/atau kelompok, dengan mengatas namakan SMP dan SMA tempat siswa sekolah.

B. Persyaratan Peserta Kidspreneurship 2021

Berikut persyaratan yang harus dipenuhi oleh seluruh peserta Kidspreneurship Festival EPIK 2K21:

- 1. Siswa berkewarganegaraan Indonesia (WNI).
- 2. Siswa SMP & SMA negeri maupun swasta yang merupakan siswa/i aktif yang dapat dibuktikan dengan melampirkan identitas diri berupa fotocopy Kartu Pelajar sebanyak 1 lembar dan surat pengantar dari sekolah.
- 3. Rencana usaha (business plan) merupakan usaha rintisan (pemula) yang merupakan gagasan sendiri (original).
- 4. Setiap sekolah boleh mendaftarkan lebih dari 1 (satu) peserta (perorangan/kelompok) dengan kategori yang berbeda
- 5. Peserta yang melakukan penyusunan rencana usaha secara berkelompok harus berasal dari sekolah yang sama.
- 6. Peserta dapat berpartisipasi baik perorangan maupun kelompok dengan maksimum 5 (lima) siswa dalam satu kelompok
- 7. Setiap siswa/i yang mewakili sekolah hanya boleh terdaftar dalam 1 (satu) kategori kompetisi baik secara perorangan ataupun kelompok.
- 8. Biaya pendaftaran per kategori sebesar Rp 300.000 via transfer ke rekening BCA 7815 190 777 a.n Yayasan Tunas Cahaya Bangsa. Bukti pembayaran formulir dapat dikirimkan melalui WA ke no 0812 5051 5333 dengan keterangan Nama_Asal Sekolah_Kategori Kompetisi.
- 9. Pendaftaran dilakukan secara online melalui Google Form berikut https://bit.ly/EPIK-2k21.

C. Tema

Tema Kidspreneurship 2021 yaitu: "Festival EPIK 2K21" (Entrepreneur Pelajar Indonesia Kreatif). Ajang praktik pendidikan kewirausahaan yang bermanfaat untuk pengembangan dan aktualisasi diri, lingkungan sekitar, masyarakat dan terciptanya kemitraan yang baik serta menghasilkan karya yang inovatif dan kreatif.



Pendaftaran Akun Peserta : 15 Des 2020 – 20 Feb 2021

Submit Karya (Proposal, Poster, Foto) : 16 Februari – 15 Maret 2021

Penjurian seleksi Proposal : 16 - 27 Maret 2021

Pembukaaan Acara & Pengumuman Finalis : 30 Maret 2021

Finalis Submit Karya Lanjutan (Mockup, video) : 31 Maret – 22 April 2021

Upload profil peserta ke WEB dan IG : 31 Maret – 22 April 2021

Penjurian Pemenang tiap Kategori/jenjang : 27 April – 6 Mei 2021

Voting Kategori pemenang favorit/jenjang : 24 April – 6 Mei 2021

Virtual Expo Kidspreneur : 24 April – 6 Mei 2021

Proses pengumpulan & perhitungan hasil : 07 Mei & 10 Mei 2021

Penutupan Acara & Pengumuman Pemenang : 11 Mei 2021

E. Ketentuan Umum Penjurian Kidspreneurship 2021 untuk Peserta

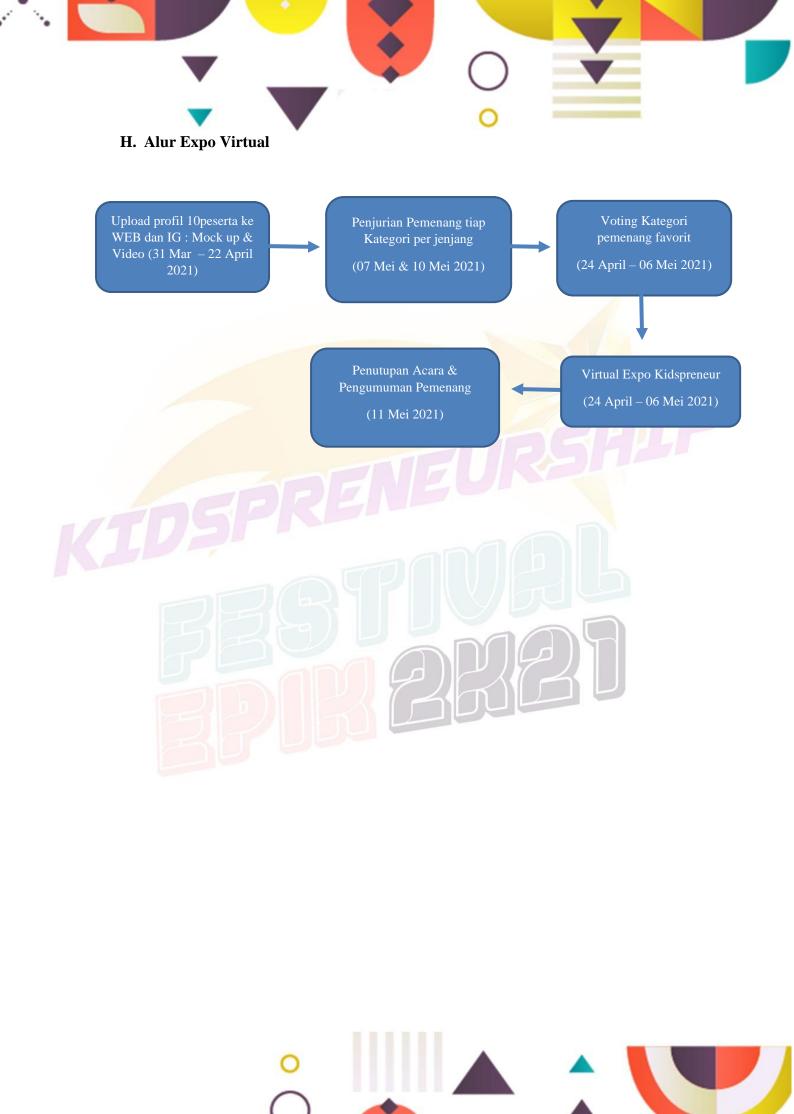
- Peserta mempersiapkan materi display berdasarkan dengan objek karya yang dibuat yang meliputi: materi poster, dokumen presentasi (proposal/business plan), foto objek karya, dan dokumen pendukung lalu dikumpulkan ke Panitia Kidspreneurship 2021 melalui email: kidspreneurship@hbics.sch.id.
- Materi pameran yang sudah diunggah oleh Panitia Kidspreneurship tidak dapat diperbaharui/diganti, dengan demikian peserta harus lebih teliti dan benar-benar dengan materi terbaiknya sebelum dikumpulkan dan diverifikasi untuk dinilai dan ditampilkan pada Kidspreneurship Festival EPIK 2K21.
- Pengunjung diperbolehkan melakukan interaksi dengan peserta dan karya/jasa wirausahanya secara virtual, meninggalkan apresiasi, pesan/komentar dan bekerja sama dengan finalis pada display mereka.
- Semua isi dalam laman pameran yang ditampilkan merupakan properti bersama di bawah wewenang penyelenggara Kidspreneurship 2021.
- Pemenang terbagi dalam beberapa kategori yaitu, juara umum, juara kategori (1,2,3) per bidang kompetisi serta juara favorit per jenjang (SMP & SMA).

 Panitia, finalis, dan pengunjung hendaknya memperhatikan etika bermedia sosial seperti dalam memberikan komentar, masukan, kritik dan saran atau mengunggah materi yang bertentangan dengan aturan, norma, dan nilai nilai yang berlaku secara hukum dan sosial di Negara Kesatuan Republik Indonesia.

F. Kriteria Penilaian Juri

- 1. Struktur dan kelengkapan proposal Konsep bisnis/Idea menggunakan format *Business Model Canvas* (BMC).
- 2. Latar belakang permasalahan atau peluang yang diangkat dan ide bisnis beserta value yang ditawarkan sebagai solusi atas permasalahan tersebut.
- 3. Analisis peluang pasar (market opportunity), akan ide bisnis yang ditawarkan (originalitas bisnis), new market atau new opportunity bisnis.
- 4. Aspek bisnis dari sisi pemasaran, Nilai Kompetitif, operasional, SDM, dan keuangan.
- 5. Dampak bisnis terhadap lingkungan atau masyarakat.
- 6. Prototype/mock-up harus dapat menjelaskan produk/jasa dan berfungsi baik/sempurna maupun masih dalam pengembangan, dan lain-lain sesuai bisnis konsep yang di kompetisikan.

G. Alur Kegiatan Kidspreneurship Festival EPIK 2K21 Akun Tidak Terverifikasi Akun Peserta Mendaftarkan Terverifikasi Mulai Akun (15 Desember 2020 – 15 Februari 2021) Akun Terverifikasi Pembukaan Acara & Submit Karya Peserta Penjurian Seleksi Pengumuman Finalis : Proposal, Pitchdek Perkategori Proposal (16 Februari – 15 (16 – 27 Maret 2021) (30 Maret 2021) Maret 2021) 10 Besar Finalis Submit Upload Profile Peserta di Penjurian Pemenang tiap Karya Lanjutan: Mock Website dan Instagram kategori per jenjang Up & Video (31 Mar – 22 April (27 April – 06 Mei (31 Mar – 22 April 2021) 2021) 2021) Proses pengumpulan Voting Kategori Virtual EXPO dan perhitungan hasil Pemenang Favorit Kidspreneur (24 April (07 Mei & 10 Mei (24 April – 6 Mei – 06 Mei 2021) 2021) 2021) Penutupan Acara & Pengumuman Pemenang (11 Mei 2021)



KETENTUAN KOMPETISI KIDSPRENEURSHIP FESTIVAL "EPIK 2K21

(Entrepreneurship Pelajar Indonesia Kreatif)"

I. Ketentuan Umum Kompetisi Kidspreneurship Festival EPIK 2K21

A. Dokumen Presentasi (Proposal & Business Plan)

Dokumen presentasi adalah kelengkapan yang menjadi syarat wajib peserta untuk mengikuti tahap selanjutnya pada Kidspreneurship Festival EPIK 2K21. Dokumen presentasi secara umum merupakan deskripi ringkas dan detail—detail penting wirausaha yang dapat menyerupai seperti profil perusahaan (company profile) yang meliputi :

- **BAB 1**: Judul karya, nama dan profil wirausaha identitas perusahaan, pendiri, asal sekolah, alamat (telp, web, email, akun media sosial)
- BAB 2: Latar belakang, masalah, solusi, dan gagasan wirausaha
- **BAB 3**: Analisa S.W.O.T dari wirausaha
- BAB 4: Konsep Produk: Deskripsi produk: maksud, tujuan, dan fungsi produk; Unique Selling Point; Sasaran (Target pasar); Nilai–nilai tambah produk (contohnya dampak positif bagi lingkungan, pemberdayan potensi lokal, penggunaan bahan–bahan yang ramah lingkungan) kesesuaian kegiatan Kidspreneurship dengan tema Festival EPIK 2K21.
- **BAB 5**: Business plan (*business model canvas*); proses usaha, yang mencakup Peta proses usaha; Alur Produksi; Pemasaran.
- **BAB 6**: Sketsa–sketsa desain final produk atau jasa
- **BAB 7**: Dokumentasi dari proses usaha

Profil Usaha

Profil usaha (*company profile*) merupakan gambaran atau pandangan mengenai kegiatan-kegiatan usaha yang dilakukan oleh seorang wirausaha atau pengusaha dengan tujuan utama untuk menginformasikan kepada orang-orang mengenai keberadaan bisnis tersebut serta produk/jasa yang ditawarkan. Biasanya, profil usaha berisi tentang:

1. Informasi Dasar Bisnis

Berikut informasi dasar sebuah bisnis yang perlu dicantumkan dalam profil usaha, antara lain : Nama/Identitas bisnis serta identitas perusahaan, Alamat (Telp, Web, Email, Facebook, Instagram).

2. Profil Produk/Layanan

Peserta harus menampilkan bahwa bisnis mereka bukan sekedar "business as usual", oleh karenanya penting untuk menunjukkan kekuatan serta "competitive advantage" yang dimiliki. Singkatnya, pada bagian ini, peserta harus berusaha meyakinkan orang lain bahwa bisnis peserta berbeda dari yang lain.

Berikut informasi terkait yang perlu peserta cantumkan: Latar belakang bisnis serta visi dan misi, deskripsi produk/layanan usaha yang di tawarkan, serta keunikan bisnis.

Ketentuan Dokumen Presentasi (Proposal & Business Plan):

• Ukuran slide/kertas : A4, posisi kertas landscape (rebah)

• Format file : .pdf

• Jumlah maksimal 15 halaman

• Ukuran file maks 20 MB per dokumen

 Dokumen presentasi dapat dikumpulkan dari tanggal 16 Februari – 15 Maret 2021 ke alamat email <u>kidspreneurship@hbics.sch.id</u>

B. Poster

Poster grafis adalah salah satu kelengkapan yang menjadi syarat wajib peserta untuk mengikuti tahap selanjutnya pada Kidspreneurship Festival EPIK 2K21. Poster grafis berisi ringkasan dari dokumen presentasi yang disusun dalam satu panel grafis dan sekaligus dapat menjadi media promosi wirausah yang bersifat informatif dan estetik.

Ketentuan Poster:

• Ukuran kertas : A3, posisi portrait (berdiri)

Ukuran resolusi image : 150dpi Warna : RGB

• Format file :.jpg

• Ukuran file : maks 10 MB

Poster dapat dikumpulkan dari 16 Februari – 15 Maret 2021 ke email kidspreneurship@hbics.sch.id

C. Foto

Foto karya dari objek Prototipe/Mock up atau objek karya asli adalah kelengkapan yang menjadi syarat wajib peserta untuk mengikuti tahap selanjutnya pada Kidspreneurship Festival EPIK 2021. Foto akan digunakan sebagai sumber visual sehingga diperlukan kualitas yang baik.

Ketentuan Foto:

- Foto tampak depan (front view), 2 foto tampak samping (kanan dan kiri), 1 foto tampak atas (top view), 1 foto tampak belakang (back view), 1 foto tampak bawah (bottom view), 1 foto tampak 3/4 (orthogonal)
- Sertakan beberapa foto perbandingan objek karya dengan objek lainnya (misalnya: koin, pena, bola, dll) untuk memperlihatkan perbandingan dimensi (scale view)
- Sertakan beberapa foto *close up* jika diperlukan (menggunakan fitur *zoom in* atau lensa khusus makro untuk menampilkan detail dan tekstur);
- Karya boleh difoto menggunakan alat dokumentasi apapun seperti, handphone, tablet, kamera analog, kamera mirrorless, maupun DSLR.
- Latar foto wajib berwarna polos dan kontras, berbeda warnanya dengan objek karya
- Perhatikan pencahayaan dalam pengambilan foto objek karya.
- Hindari penggunaan fitur atau filter beautified seperti blur, bokeh/halo, dan sejenisnya yang dapat mengganggu detail image objek, (penggunaan fitur dimaksud di perbolehkan untuk keperluan lain seperti untuk di poster, presentasi atau di unggah di media sosial

Ukuran resolusi image : min 150dpi

• Format file : .Jpeg

• Ukuran file : maks. 10MB per foto

Foto dikirim ke alamat email <u>kidspreneurship@hbics.sch.id</u> dari tanggal 16 Februari
 15 Maret 2021.

D. Video

Video adalah kelengkapan yang menjadi syarat wajib finalis dalam mengikuti tahap selanjutnya, **apabila peserta dinyatakan masuk <u>KATEGORI 10 BESAR</u>**. Video berisi material verbal, audio dan visual untuk menunjukkan material, bentuk, penggunaan objek

karya hingga sebagai materi promosi wirausaha finalis dengan alur yang jelas dan estetik yaitu :

1. Video profil wirausaha (teaser dan promosi)

Video profil wirausaha terdiri atas teaser dan promosi, iklan wirausaha. Video teaser biasaya memperlihatkan bagian penting dari alur pakai atau demo penggunaan produk atau jasa wirausaha. Video promosi adalah video untuk memperlihatkan keunggulan produk atau jasa wirausaha, dalam upaya finalis mengenalkan dan memasarkan wirausahanya kepada calon konsumen, investor, sponsor, dan sebagainya.

Ketentuan Video Profil Wirausaha:

• Durasi : 30-60 Detik

• Frame size video : 16:9

• Posisi layer : Landscape (rebah)

Resolusi : minimal 720p

• Format file : .mp4

 Video diunggah ke akun Youtube pribadi/tim finalis dengan privasi pengunggahan yang dipilih adalah "tidak publik" dengan format judul Kidspreneurship Festival EPIK 2K21, Bidang Kompetisi, Nama Produk-Teaser Profil/Presentasi.

Link Video wajib dikirimkan ke email <u>kidspreneurship@hbics.sch.id</u> pada saat submit kelengkapan pada tanggal 31 Maret – 22 April 2021.

Finalis melakukan pengisian identitas & upload hasil karya finalis di website Kidspreneurship 2021. Link website akan dikirimkan saat pengumuman kategori 10 besar.

2. Video Presentasi

Video presentasi adalah pengganti presentasi finalis di hadapan juri Kidspreneurship 2021. Video presentasi berisi penjelasan ringkas poin-poin penting yang terdapat maupun tidak terdapat pada dokumen presentasi wirausaha.

Ketentuan video presentasi:

• Durasi : maks 10 menit

• Frame size video : 16:9

Posisi layar : landscape (rebah)

• Resolusi : minimal 720p

• Format file : .mp4

• Ukuran file : maks 100 MB

- Produksi video profil wirausaha dan video presentasi boleh menggunakan kamera yang dimiliki oleh finalis (seperti : handphone, tablet, kamera mirrorless, maupun DSLR);
- Latar video tidak harus polos, dapat disesuaikan sesuai kebutuhan (di teras/taman/halaman rumah, menggunakan visual grafis, animasi, atau, virtual background);
- Khusus video presentasi, peserta boleh memilih pose dan gestur (misalnya berdiri, duduk, berjalan, *close up*, seluruh badan, atau kombinasi) yang dirasa nyaman dan menyenangkan selama sesuai dengan konsep presentasi wirausaha dan tidak bertentangan dengan norma, aturan, nilai adat dan hukum yang berlaku;
- Diharapkan untuk memperhatikan pencahayaan pada saat pengambilan video;
- Video diunggah ke akun Youtube pribadi /tim finalis dengan privasi pengunggahan yang dipilih adalah "tidak publik" dengan format judul Kidspreneurship 2021 Festival EPIK 2K21, Bidang, Nama Produk-Teaser Profil/Presentasi.
- Link Video wajib dikirimkan ke email <u>kidspreneurship@hbics.sch.id</u> pada saat submit kelengkapan pada tanggal tanggal 31 Maret 22 April 2021.
- Finalis melakukan pengisian identitas & upload hasil karya finalis di website Kidspreneurship 2021. Link website akan dikirimkan saat pengumuman kategori 10 besar.

E. Prototipe/Mock up

Prototipe/Mock up atau contoh karya wirausaha asli menjadi syarat wajib finalis untuk mengikuti tahap final Kidspreneurship 2021 **apabila peserta dinyatakan masuk KATEGORI 10 BESAR.** Prototipe/Mock up akan dinilai oleh juri untuk diketahui performa material, bentuk, detail, penggunaan, kesesuaian antara konsep, dan target pasar.

Ketentuan Prototipe /Mock up:

- a. Merupakan contoh Prototipe/Mock up/model, atau objek karya wirausaha dengan material dan ukuran sesungguhnya.
- b. Prototipe/Mock up harus dipresentasikan dalam bentuk video yang berisi mengenai penjelasan produk/layanan, performa material, bentuk, detail, penggunaan, termasuk kesesuaian antara konsep, masalah, dan target pasar.
- c. Video diunggah ke akun Youtube pribadi/tim finalis dengan privasi pengunggahan yang dipilih adalah "tidak publik" dengan format judul Kidspreneurship 2021 Festival EPIK 2K21, Bidang, Nama Produk-Prototipe/Mock Up.
- d. Link Video wajib dikirimkan ke email <u>kidspreneurship@hbics.sch.id</u> saat submit kelengkapan pada tanggal tanggal 31 Maret 22 April 2021.
- e. Finalis melakukan pengisian identitas & upload hasil karya finalis di website Kidspreneurship 2021. Link website akan dikirimkan saat pengumuman kategori 10 besar.

F. Dokumen Pendukung

Dokumen pendukung adalah berkas—berkas dokumen yang disyaratkan oleh panitia dan atau tiap—tiap bidang kompetisi yang dianggap perlu untuk dilampirkan, misalnya keaslian karya, identitas finalis, spesifikasi material khusus dan sebagainya.

Ketentuan Khusus Kompetisi Kidspreneurship Festival EPIK 2K21

A. Bidang Kompetisi Kriya

Definisi bidang kompetisi kriya ini berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, dan pemasaran produk yang terbuat dari material alam atau sintetis yang dihasilkan oleh individu ataupun kelompol secara manual atau dengan alat bantu produksi. Dalam konteks karya, produk kriya dapat dibagi dalam tiga kategori berdasarkan pendekatan dalam pembuatan produk yaitu :

- 1) Produk yang berbasis material, baik material lunak seperti tekstil, serat alam, tanah liat, plastik, kulit, dll, maupun material keras seperti kayu, logam, batu, dll.
- 2) Produk yang berbasis keterampilan, dimana yang menjadi aspek utama adalah kondisi sumber daya manusia atau jenis keterampilan yang dimiliki oleh sumber daya manusianya.
- 3) Gabungan dari keduanya.

Proses kreasi sebuah produk kriya mencakup tahapan - tahapan sebagai berikut:

- Perancangan: tahap awal yang umumnya dimulai dengan gagasan atau ide dasar untuk kemudian divisualisasikan melalui sketsa bentuk, gambar kerja, hingga mekanisme proses produksinya.
- b) Penyiapan material dan alat : yaitu tahap pengumpulan bahan baku produksi atau material siap pakai atau pengolahan material mentah menjadi material siap produksi, beserta penyiapan berbagai peralatan yang dibutuhkan sesuai dengan mekanisme produksi yang dijalankan.
- c) Proses produksi: merupakan tahapan inti yang berisi rangkaian kegiatan proses produksi mulai dari tahap pembentukan awal hingga tahap fininshing produk.
- d) Pengemasan produk : yaitu tahapan mengemas produk akhir agar menjadi produk yang siap untuk didistribusikan.
- e) Distribusi : tahap akhir yang merupakan proses pendistribusian produk dari produsen ke para penjual atau penjualan langsung ke pihak konsumen.

Dalam bidang kriya, yang menjadi pertimbangan dalam penilaian terletak pada:

a. Konsep produk yang berisi antara lain:

- Latar belakang: mengungkapkan alasan utama pemilihan jenis produk atau karya yang sesuai dengan tema Kidspreneurship Festival EPIK 2K21.
- Aspek inovasi : mengungkapkan hal-hal potensial yang merupakan aspek inovasi gagasan/produk (misalkan: temuan teknologi, proses produksi, metode pemasaran baru, peluang segmen pasar yang baru, dll)
- Tujuan : mengungkapkan tujuan penciptaan produk (misalkan: Apakah gagasan/produk yang diajukan dapat menjadi solusi bagi suatu masalah?
 Atau dapat menjadi wujud ekspresi budaya/kearifan lokal/pemanfaatan sumber daya lokal yang lain? dst.)
- Target pasar/sasaran pengguna produk: menyebutkan segmentasi konsumen yang menjadi sasaran (pengguna) utama dari gagasan/ produk yang diajukan (misalkan: pelajar SMA, anak usia balita, wisatawan mancanegara, dll)
- Kualitas Produk Kriya: antara lain keunggulan properti material, karakter visual, keterampilan, keunikan, utilitas/kegunaan, dll. yang dibuktikan melalui contoh produk.
- Dampak terhadap aspek Lingkungan dan Sosial : antara lain pertimbangan pemilihan material dan kemasan produk, pengelolaan limbah, ekspresi potensi budaya dan sumber daya lokal, dll.

b. Perencanaan usaha:

- Struktur organisasi : seluruh personil dan/atau *stakeholders* yang terlibat dalam unit usaha
- Pengelolaan keuangan : biaya produksi, penentuan harga jual, dll.
- Strategi pemasaran dan pengembangan produk yang diurai dari hasil analisis SWOT.

c. Bidang Kriya dalam Kidspreneurship Festival EPIK 2K21

 Dalam pelaksanaan Kidspreneurship Festival EPIK 2K21, para peserta diharapkan memulai gagasannya dari karya-karya kriya lokal yang menjadi karakter daerah, serta proses produksi dan keterampilan yang telah dipraktikkan di daerah tersebut. Peserta juga perlu memiliki pengetahuan awal mengenai material yang berasal dari daerah tersebut, baik yang telah

- banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku produksi, maupun temuan/rekayasa material baru yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku produksi tanpa membebani biaya lebih bagi pengrajin.
- Skema kerja sama: akan lebih baik lagi bila peserta dapat bekerja sama dengan pengrajin lokal skala mikro, kecil, atau menengah, dalam melakukan pengembangan produk kriya mereka.
- Skema bisnis dan pengembangan usaha: para peserta dapat mengacu pada operasional UKM & Mikro di daerah tersebut, sehingga perhitungan rencana usaha yang diajukan menjadi lebih realistis.

Ketentuan Khusus Kompetisi Kriya

Peserta menyajikan:

1. Dokumen Presentasi

- BAB 1 : Halaman judul/identitas (brand/nama produk, nama, asal sekolah, asal kota/kab provinsi
- BAB 2 : Latar belakang/gagasan/ motivasi pemilihan produk
- **BAB 3**: Informasi tentang mitra/UKM lokal (yang berpotensi sebagai unit produksi bagi produk yang dirancang
- $BAB\ 4$: Konsep produk/karya (fungsi, material, teknik produksi, dimensi, dll
- BAB 5: Business Plan Model Canvas (BMC); Cash Flow; Alur Produksi.
- **BAB 6**: Satu halaman simulasi poster/iklan produk untuk di upload di media sosial misalnya Instagram, facebook, dll.

Ketentuan Dokumen Presentasi:

- Ukuran slide/kertas : A4, posisi kertas landscape (rebah)
- Format file : .pdf
- Jumlah maksimal : 20 halaman
- Ukuran file : maks 10 MB

2. Poster

Bidang Kriya mewajibkan agar peserta mengumpulkan poster seperti pada ketentuan umum.

3. Foto

Ketentuan Foto:

• Karya harus difoto dengan aneka tampak: 1 foto tampak depan (*front view*), 2 foto tampak samping (kanan dan kiri), 1 foto tampak atas (*top view*), 1 foto tampak belakang (*back view*), 1 foto tampak bawah (*bottom view*), 1 foto tampak ³/₄ (*orthogonal view*)

• Ukuran resolusi image : min 150dpi

• Format file : .jpg

• Ukuran file : maks 10MB per foto

4. Video

Bidang Kriya mewajibkan finalis untuk mensubmit video teaser/profil wirausaha untuk menampilkan informasi tentang produk seperti : cara kerja/penggunaan produk, peletakan produk di ruang tertentu serta informasi lain yang dianggap penting dan video presentasi yang berisi tentang gagasan, material, *unique selling point*/keunggulan, harga.

Ketentuan video profil wirausaha dan video presentasi:

- Mengikuti ketentuan umum
- Video diunggah ke akun Youtube pribadi/perusahaan finalis dengan privasi pengunggahan yang dipilih adalah "tidak publik" dengan format judul Kidspreneurship Festival EPIK 2K21, Bidang Kompetisi, Nama Produk-Teaser Profil/Presentasi. Link Video dikirimkan ke email kidspreneurship@hbics.sch.id pada saat submit kelengkapan ke Panitia Kidspreneurship pada tanggal 31 Maret 17 April 2021.
- Finalis melakukan pengisian identitas & upload hasil karya finalis di website Kidspreneurship 2021. Link website akan dikirimkan saat pengumuman kategori 10 besar.
- Video profil/wirausaha dan video presentasi dikumpulkan apabila peserta dinyatakan masuk KATEGORI 10 BESAR.

5. Prototipe /Mock up

Produk/purwarupa (prototipe) ditampilkan dalam bentuk video <u>apabila</u> peserta dinyatakan masuk dalam kategori 10 besar.

Ketentuan Prototipe /Mock up:

- Prototipe/Mock up harus dipresentasikan dalam bentuk video yang berisi mengenai penjelasan produk/layanan, performa material, bentuk, detail, penggunaan, termasuk kesesuaian antara konsep, masalah, dan target pasar.
- Video diunggah ke akun Youtube pribadi/tim finalis dengan privasi pengunggahan yang dipilih adalah "tidak publik" dengan format judul Kidspreneurship 2021 Festival EPIK 2K21, Bidang, Nama Produk-Teaser Profil/Presentasi. Link Video wajib dikirimkan ke email kidspreneurship@hbics.sch.id saat submit kelengkapan pada tanggal 31 Maret 22 April 2021.
- Finalis melakukan pengisian identitas & upload hasil karya finalis di website Kidspreneurship 2021. Link website akan dikirimkan saat pengumuman kategori 10 besar.

6. Data Pendukung

Tidak ada

B. Bidang Kompetisi Desain Grafis

Kategori bidang wirausaha Desain Grafis adalah kegiatan usaha kreatif dalam ranah "rekayasa visual" yang menggunakan bahasa komunikasi visual (huruf dan gambar) untuk menyampaikan pesan dan disampaikan melalui media (desain) dengan tujuan menyampaikan informasi, identifikasi/memberi identitas, dan mempersuasi, hingga mengubah perilaku khalayak sasaran. Bahasa Komunikasi Visual berwujud image grafis, tanda/simbol, multimedia dan unsur grafis lainnya (warna, bidang, tipografi, tekstur dll) yang disusun berdasar prinsip desain. Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi (alternatif) untuk permasalahan yang akan disampaikan (dapat bersifat sosial maupun komersial).

Desain Grafis dituntut mampu merancang solusi dan konsep komunikasi visual melalui identitas, informasi, dan persuasi yang tepat, sesuai dengan prinsip- prinsip desain dan dikemas menjadi media visual untuk mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan dan dimengerti khalayak sasarannya. Adapun luaran dari wirausaha Desain Grafis adalah jasa dan produk komunikasi visual mencakup aktivitas perancangan (desain), pengembangan purwarupa (prototyping), dan wirausaha berbasis teknologi cetak dan digital dengan kriteria pada media sebagai berikut:

- I. Graphic Design on surface (berbasis cetak/printed matter) seperti majalah, surat kabar, buku, T-Shirt, kalender, billboard, kartu ucapan, poster, brosur, booklet, leaflet, infografis, komik, cerita bergambar untuk anak-anak, graphic novel, ilustrasi untuk lembar peraga atau pelajaran, Ilustrasi untuk produk retail: kaos, tas dan sepatu (silk screen/digital printing), Desain Karakter: toys character, mascot event (stationary character), untuk buku cerita atau komik (story character), gamifikasi: boardgame, kemasan (packaging).
- II. Graphic Design on screen (media digital) meliputi: e-magazine, e-book, webtoon, web design, multimedia interaktif, desain karakter, sticker untuk apps, digital imaging, komik digital, digital company profile, dll. Bidang wirausaha Desain Grafis menuntut kolaborasi dua kemampuan kreatif dan inovatif, antara kewirausahaan dan kerja desain grafis. Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang menjadi dasar untuk membaca kebutuhan/peluang pasar/pengguna. Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan melihat permasalahan di masyarakat, menggali ide (pemikiran) sebagai solusi serta

menciptakan sesuatu yang baru untuk diterapkan sebagai bentuk inovasi.

a) Jenis-jenis Karya Desain Grafis:

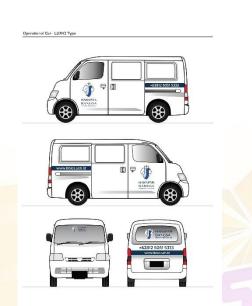
Desain Grafis Sebagai Sarana Identifikasi

Sebagai sarana identifikasi, desain grafis bertujuan untuk memberi identitas pada produk, jasa, perusahaan maupun perorangan sehingga mampu menjawab pertanyaan tentang apa, siapa, dimana, dan bagaimana hal (produk, jasa, perusahaan, atau personal) yang dimaksudkan tersebut. Identitas dapat mencerminkan kualitas ataupun karakteristik dari produk, jasa, perusahaan ataupun personal yang diidentifikasikan (dirancang). Sebagai contoh adalah penggunaan logo atau visual identity/corporate, identity/brand identity yang dipergunakan untuk membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain atau satu brand dengan brand yang lainnya.

Desain Grafis Sebagai Sarana Identifikasi meliputi :
Perancangan Logo (*Visual Identity/Corporate Identity*), aplikasi Logo
pada media : Gedung, Kendaraan, Stationary, Seragam, website,
company profile, dll



Gambar 1. Contoh Aplikasi Perancangan Visual Identity pada media stationary



Gambar 2. Contoh Aplikasi Perancangan Visual Identity pada kendaraan





Gambar 3. Contoh Aplikasi Perancangan corporate Identity pada media website (corporate web design)

Desain Grafis Sebagai Sarana Informasi dan Instruksi

Sebagai sebuah sarana informasi dan instruksi karya Desain Grafis dalam hal ini bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara suatu hal yang ada dengan hal yang lainnya, yang fungsi akhirnya berkaitan dengan petunjuk, arah, posisi, dan skala, contoh : desain penunjuk arah (*sign system/signage/ way finding design*, infografis lokasi/kawasan).

Informasi melalui grafis yang disampaikan akan sangat berguna jika dikomunikasikan kepada orang dalam waktu dan tempat yang tepat, dalam bentuk yang dapat dimengerti dan dipresentasikan secara menarik, simple, logis dan konsisten, mengikuti aturan baku yang telah ditetapkan sebelumnya. Sehingga karya desain grafis yang dihasilkan tersebut bersifat universal (dapat dimengerti oleh semua orang).



Gambar 4. Contoh Sign System / Wayfinding Design



Gambar 5. Contoh Desain Infografis Kawasan

Desain Grafis Sebagai Sarana Presentasi dan Promosi/Pemasaran

Sebagai bagian dari sarana presentasi dan promosi karya desain grafis lebih bertujuan sebagai penyampai pesan. Dimana pesan tersebut haruslah diolah sehingga mendapat perhatian dari mata (secara visual) dan akan membuat pesan tersebut dapat diingat selama mungkin. Oleh karenanya tampilan visual yang digunakan harus bersifat persuasif dan menarik. Contohnya adalah poster, brosur, billboard, grafis media luar ruang, dan lain-lain.

Dalam media tersebut perlu adanya pembatasan gambar dan tulisan, teks yang ada harus mempunyai satu makna dan mengesankan. Tujuan akhir daripada karya / produk ini adalah untuk merangsang sasaran yaitu konsumen agar memahami produk serta melakukan pembelian terhadap produk yang diiklankan atau dirancang.





Gambar 6. Contoh Desain Grafis sebagai sarana presentasi dan promosi / pemasaran



Gambar 7. Contoh Iklan Majalah



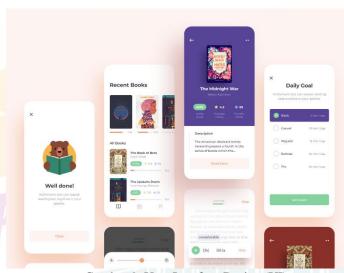
Desain Grafis Antar Muka (Interface Design)

Desain antar muka adalah bagaimana pengguna berinteraksi dengan perangkat atau aplikasi (User Interface / UI). Desainer User Interface (UI) merancang interface antarmuka untuk membuatnya mudah digunakan dan memberikan pengalaman yang ramah bagi pengguna. UI mencakup semua hal yang berinteraksi dengan penggunaan layar / screen, keyboard, dan mouse. Tetapi dalam konteks desain grafis, desain UI berfokus pada pengalaman visual pengguna dan desain elemen grafis di layar seperti tombol, icon, menu, mikrointeraksi, dan banyak lagi.

Adalah tugas seorang desainer UI untuk menyeimbangkan daya tarik estetika dengan fungsi teknis. Desainer UI berspesialisasi dalam aplikasi desktop, aplikasi seluler, aplikasi web, dan game. Mereka bekerja sama dengan desainer UX (User Experience / pengalaman

pengguna) yang menentukan cara kerja aplikasi dan pengembang UI (yang menulis kode untuk membuatnya berfungsi).

Contoh: Desain halaman web (Web Design), Theme Design For Website (WordPress, Shopify, dll), Game Interface, Desain aplikasi (Apps, software, dll), Multimedia Interaktif.



Gambar 9. User Interface Design (UI)



Gambar 10. Multimedia Interaktif

Desain Grafis Publikasi (*Publishing*)

Desain Publikasi adalah karya (Cetak maupun Digital) yang berkomunikasi dengan audiens melalui distribusi publik. Mereka secara tradisional menjadi media cetak, buku, koran, majalah, dan katalog. Seiring dengan kemajuan teknologi karya-karya publishing merambah kedalam penerbitan digital. Contoh desain grafis publikasi : Buku, Majalah/Koran, Direktori (cetak maupun digital), Laporan Tahunan (Annual Report), Company Profile, Katalog, E-Book.





Gambar 11. Contoh Desain Cover Buku



Desain Grafis Kemasan (Packaging Design)

Sebagian besar produk memerlukan beberapa bentuk kemasan untuk melindungi dan menyiapkannya untuk disimpan, didistribusikan, dan dijual. Namun desain kemasan juga dapat berkomunikasi langsung dengan konsumen, yang menjadikannya alat pemasaran yang sangat berharga. Setiap kotak, botol dan tas, setiap kaleng, wadah, atau tabung adalah kesempatan menceritakan kisah sebuah merek dan produk.

Desainer kemasan membuat konsep, mengembangkan dummy (prototype) dan membuat file siap cetak untuk suatu produk. Ini membutuhkan pengetahuan ahli tentang proses cetak dan pemahaman yang tajam tentang desain, bentuk, material dan manufaktur industri.



Karena desain kemasan menyentuh begitu banyak disiplin ilmu, tidak jarang bagi perancang menemukan diri mereka menciptakan aset lain untuk suatu produk seperti fotografi, ilustrasi, dan identitas visual. Contoh:



Gambar 13. Desain Kemasan (Packaging)

Motion Graphic

Motion Graphic mencakup animasi, audio, audiovisual, tipografi, image/footage, video, dan visual effects yang digunakan dalam media online, televisi, video dan film. Popularitas media telah meroket dalam beberapa tahun terakhir karena teknologi meningkat dan konten video menjadi raja. Desainer motion graphic adalah spesialisasi baru untuk bidang desain. Secara formal sangat dibutuhkan pada industri media, TV, video, film, dan konten video digital. Kemajuan teknologi telah mengurangi waktu dan biaya produksi, membuat bentuk seni dan kreatifitas lebih mudah diakses dan terjangkau. Sekarang, motion graphic / grafik gerak dapat ditemukan di semua platform digital, yang telah menciptakan segala macam bidang dan peluang baru. Contoh: Logo animasi, Trailer, Film Opening, Video Presentasi, Video promosi, Video tutorial, Situs web, Aplikasi, video motion graphic, Video Bumper.



Gambar 14. Contoh Motion Graphic

Environment Graphic

Environment Graphic / Desain Grafis lingkungan secara visual menghubungkan orang-orang ke tempat-tempat untuk meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan dengan membuat ruang lebih mudah diingat, menarik, informatif atau lebih mudah dinavigasi. Contoh Environment Graphic: Signage, Mural dinding, Grafis Ruangan Pameran, Navigasi transportasi umum, Interior toko eceran, Grafis ruang acara dan konferensi.



Gambar 15. Contoh Enviromental Graphic

Desain Grafis Ilustrasi (Illustrator)

Seni grafis ilustrasi sering dianggap sama dengan desain grafis, namun mereka masing-masing sangat berbeda. Desainer membuat komposisi untuk berkomunikasi dan menyelesaikan masalah, seniman grafis (illustrator) membuat karya seni (visual art), seni mereka mengambil sejumlah bentuk, dari seni rupa hingga dekorasi hingga ilustrasi mendongeng. Walaupun seni grafis dan ilustrasinya bukan jenis desain grafis secara teknis, banyak yang dibuat untuk penggunaan komersial dalam konteks desain grafis.



Contoh: Novel grafis, Komik, ilustrasi (manual dan digital), vector graphic, poster ilustrasi.







Gambar 16. Contoh Vector Graphic, Illustration

I. Model Bisnis

Model bisnis yang dapat diikutsertakan dalam kategori bidang usaha desain grafis ini yaitu:

- Bisnis berbasis jasa *(client based oriented)*. Suatu bisnis yang memberikan layanan jasa perancangan desain grafis untuk pihak tertentu (berdasarkan pesanan).
- b. Bisnis berbasis produk (product based oriented). Suatu bisnis yang mengembangkan dan memasarkan produk desain grafis untuk segmen tertentu berdasarkan ide dan konsep sendiri.

Antisipasi untuk kemungkinan akan dilangsungkan Expo Kidspreneurship Festival EPIK 2K21 melalui media virtual/online, maka untuk bidang Desain Grafis perlu diperhatikan hal-hal yang terkait karya/produk peserta (dari konsep, perancangan dan hasil akhir/karya) sebagai berikut :

1) Mengingat Expo akan dilaksanakan secara virtual maka peserta yang lolos ke tahap Expo (finalis 10 besar) diminta untuk membuat konten video singkat tentang karya yang meliputi konsep, proses perancangan dan hasil akhir/karya jadi. Video dibuat menarik dan informatif, tidak perlu menampilkan banyak visual yang tidak relevan, video fokus kepada konsep karya (ide, riset, latar belakang masalah, dll), proses dan

- perancangan yang berisi tentang analisa keuangan, marketing, promosi, serta hasil jadi/karya. Video tersebut akan diakses oleh dewan juri serta pengunjung (*virtual audience*)
- 2) Peserta yang lolos ke tahap Expo membuat infografis tentang karya yang menjelaskan karyanya, sehingga hal-hal yang menjadi keunggulan karya, spesifikasi karya, konsep karya, keunikan karya dapat dinformasikan dalam infografis yang menarik. Infografis ini akan muncul di halaman/page peserta dan dapat diakses oleh dewan juri dan pengunjung (virtual audience).
- 3) Informasi mengenai proses perancangan (berupa gambar/grafis) perlu ditampilkan, peserta harus menyertakan proses perancangan (berupa gambar, foto atau grafis). Jangan sampai proposal tidak ada/minim gambar karya.

II. Ketentuan khusus kompetisi Desain Grafis:

- a. Peserta wajib membuat pernyataan tentang:
 - Keaslian karya dan isi/konten produk/jasa desain grafis serta tidak sedang dalam sengketa atau klaim dari pihak lain;
 - Belum pernah menang di kompetisi atau mendapatkan penghargaan di bidang atau kategori sejenis di tingkat nasional atau lebih tinggi.
 - Karya yang disubmit peserta merupakan karya asli (tidak plagiasi).
- b. Peserta wajib menyertakan dokumen visual rancangan yang meliputi:

1. Dokumen Presentasi

Bidang Desain Grafis mewajibkan agar format dan isi dokumen presentasi disesuaikan dengan format Company Profile wirausaha

- **BAB 1**: Judul karya, nama dan profil wirausaha: identitas perusahaan, pendiri, alamat (telp, web, email, akun media sosial)
- **BAB 2**: Latar belakang, masalah, solusi, dan gagasan wirausaha
- **BAB 3**: Analisa S.W.O.T dari wirausaha
- **BAB 4**: Konsep Produk: Deskripsi produk: maksud, tujuan, dan fungsi produk; *Unique Selling Point*; Sasaran (Target pasar); Nilai nilai tambah produk (contohnya: dampak positif bagi lingkungan, pemberdayan potensi lokal, penggunaan bahan

bahan yang ramah lingkungan, kesesuaian dengan tema Kidspreneurship 2021).

BAB 5: Business Plan Model Canvas (BMC); Cash Flow; Alur Produksi

BAB 6: Visualisasi dari sketsa sampai finalisasi desain/rancangan (foto produk/karya, tipografi, logo, karakter, sistem grafis, skema warna, dsb);

BAB 7: Dokumentasi dari proses pembuatan design (foto)

Ketentuan Dokumen Presentasi:

Ukuran slide/keatas : A4, posisi kertas landscape

(rebah)

■ Format file : .pdf

■ Jumlah maksimal : 15 halaman

Ukuran file : maks 20 MB per dokumen

2. Poster

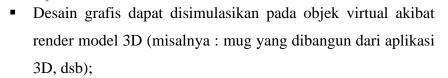
Bidang Desain Grafis mewajibkan agar finalis mensubmit poster seperti yang tertera dalam ketentuan umum

3. Foto

Bidang Desain Grafis mewajibkan agar finalis mensubmit foto seperti dalam ketentuan umum disertai beberapa ketentuan khusus.

Ketentuan Foto:

- Karya harus difoto dengan aneka tampak: 1 foto tampak depan (front view), 1 foto tampak samping (kanan dan kiri), 1 foto tampak belakang (back view), 1 foto tampak ³/₄ (orthogonal view)
- Sertakan beberapa desain grafis yang sudah teraplikasikan pada objek tertentu (t-shirt, mug, pin, totebag, sampai interface di layar monitor perangkat elektronik/digital lainnya) dan simulasi interaksi pengguna dengan karya tersebut (misalnya mug dipegang, bantal yang dipeluk, dsb);



• Ukuran resolusi image: min 150dpi

• Format file : .jpg

Ukuran file : maks 10MB per foto

4. Video

Video adalah kelengkapan yang menjadi syarat wajib finalis mengikuti tahap final Kidspreneurship 2021 apabila peserta dinyatakan masuk menjadi FINALIS 10 BESAR. Video berisi materi verbal, audio, dan visual untuk menunjukkan material, bentuk, penggunaan, ekspresi interaksi, hingga sebagai materi promosi wirausaha finalis dengan alur yang runut dan estetik yaitu:

a. Video Profil Wirausaha (Teaser dan Promosi)

Video profil wirausaha berisi mengenai profile usaha produk/karya dengan poin–poin

promosi/marketing (unik, kreatif, keunggulan produk dan menarik)

Ketentuan Video Profil Wirausaha:

■ Durasi : 3 menit

• Frame size video : 16:9

Posisi layar : landscape (rebah)

Resolusi : minimal 720p

■ Format file : .mp4/H.264

- Video diunggah ke akun Youtube pribadi /perusahaan finalis dengan privasi pengunggahan yang dipilih adalah "tidak publik" dengan format judul Kidspreneurship Festival EPIK 2K21, Bidang Kompetisi, Nama Produk-Teaser Profil/Presentasi paling lambat Maret 2021.
- Link Video wajib dikirmkan ke email kidspreneurship@hbics.sch.id saat submit kelengkapan di laman pada tanggal tanggal 31 Maret 22 April 2021.
- Finalis melakukan pengisian identitas & upload hasil karya

finalis di website Kidspreneurship 2021. Link website akan dikirimkan saat pengumuman kategori 10 besar.

b. Video Presentasi

Video presentasi berisi ide, konsep, deskripsi produk, proses dan produksi produk/karya.

Ketentuan Video Presentasi:

■ Durasi : maks 7 menit

■ Frame size video : 16:9

Posisi layar : landscape (rebah)

Resolusi: minimal 72op

Format file : .mp4/H.264

Video diunggah ke akun Youtube pribadi /perusahaan finalis dengan privasi pengunggahan yang dipilih adalah "tidak publik" dengan format judul Kidspreneurship Festival EPIK 2K21, Bidang Kompetisi, Nama Produk-Teaser Profil/Presentasi paling lambat Maret 2021.

Link video wajib dikirmkan ke email kidspreneurship@hbics.sch.id saat submit kelengkapan di laman pada tanggal tanggal 31 Maret – 22 April 2021.

Finalis melakukan pengisian identitas & upload hasil karya finalis di website Kidspreneurship 2021. Link website akan dikirimkan saat pengumuman kategori 10 besar.

5. Prototipe /Mock up

Prototipe /Mock up atau contoh karya wirausaha Bidang Desain Grafis berupa file dalam format file digital (lihat bagian foto), sehingga finalis diperbolehkan hanya mengirim foto karya desain grafis atau diperbolehkan juga mengirimkan objek yang dimaksud (misalnya: contoh mug, contoh brosur, contoh buku, contoh bantal, dsb) ke panitia dengan memerhatikan ketentuan umum **apabila peserta dinyatakan masuk menjadi FINALIS 10 BESAR**.



Tidak ada

C. Bidang Kompetisi Fashion

Fashion pada dasarnya adalah gaya hidup masyarakat di suatu masa tertentu yang cenderung ditentukan, digemari dan digunakan sebagai *style* dalam berpenampilan. Cara berpenampilan tersebut tertuang dalam gaya berbusana yang digunakan sebagai media komunikasi serta ekspresi diri yang hadir sebagai respon dari berbagai peristiwa sosial, politik, ekonomi dan budaya serta teknologi sesuai tempat dan waktunya. Sehingga fashion di Indonesia dapat dikatakan sebagai Sehingga fashion di Indonesia dapat dikatakan sebagai salah satu media komunikasi dan ekspresi bangsa Indonesia yang perkembangannya disesuaikan dengan budaya bangsa serta mengangkat keragaman potensi sumber daya lewat cara berbusana.

Secara sederhana pengkategorian produk fashion dapat dikelompokan menjadi:

a) Kategori produk busana: produk busana pria, wanita dan anak. Busana meliputi busana atasan (jaket, kemeja, kaos, rompi) dan busana bawahan (celana, rok, sarung).





Gambar 17. Kategori Produk Busana dari kiri ke kanan adalah koleksi busana pria oleh label Ikat Indonesia, busana wanita oleh label Seratuskapas

b) Kategori produk aksesoris: merupakan produk yang dikenakan untuk melengkapi produk busana agar seseorang dapat tampil lebih maksimal. Aksesoris meliputi produk alas kaki, tas, aksesoris kepala (kacamata, topi, kerudung, *hairpiece*), syal, dasi, perhiasan (seperti anting, kalung, gelang), sarung tangan, sapu tangan.





Gambar 18. Kategori Produk Aksesoris Scarf dari Label Sejauh MataMemandang dan tas dari Label Mytulisan.

I. Ketentuan Khusus Kompetisi Fashion

1. Dokumen Presentasi

Bidang Fashion mewajibkan agar format dan isi dokumen presentasi disesuaikan dengan format *Company Profile* wirausaha

BAB 1: Judul karya, nama dan profil wirausaha: identitas perusahaan, pendiri, alamat

(telp, web, email, akun media sosial)

BAB 2: Latar belakang, gagasan wirausaha

BAB 3 : Analisa S.W.O.T dari wirausaha

BAB 4: Penjelasan konsep dan inspirasi produk (sertakan gambar moodboard). Konsep Produk berisi tentang deskripsi produk: maksud, tujuan, dan fungsi produk; *Unique Selling Point*; Sasaran (Target pasar); Nilai–nilai tambah produk (contohnya: dampak positif bagi lingkungan, pemberdayan potensi lokal, penggunaan bahan–bahan yang ramah lingkungan, kesesuaian dengan tema Kidspreneurship 2021).

BAB 5 : Business Plan Model Canvas (BMC); Cash Flow; Alur Produksi

BAB 6: Visualisasi dari sketsa sampai finalisasi desain/rancangan (foto produk /karya, tipografi, logo, karakter, sistem grafis, skema warna, dsb);

BAB 7: Dokumentasi dari proses pembuatan design produk (foto)

Ketentuan Dokumen Presentasi:

Ukuran slide/keatas : A4, posisi kertas landscape (rebah)

■ Format file : .pdf

Jumlah maksimal : 15 halaman

Ukuran file : maks 20 MB per dokumen









Gambar 19. Proses berkarya dalam bidang fashion secara berurutan dimulai dari pembuatan Moodboard, Ilustrasi Busana, Dokumentasi Pembuatan dan Produk Akhir.

2. Poster

Bidang fashion mengikuti ketentuan umum.

3. Foto

Bidang fashion mewajibkan peserta mensubmit foto dengan kualitas yang baik dan jelas.

Ketentuan Foto:

- Sertakan beberapa foto perbandingan objek karya dengan objek lainnya (misalnya: koin, pena, bola, dll) untuk memperlihatkan perbandingan dimensi (scale view)
- Sertakan beberapa foto *close up* jika diperlukan (menggunakan fitur zoom in atau lensa khusus makro untuk memerlihatkan detail dan tekstur bahan);
- Karya boleh difoto menggunakan kamera seadanya yang dimiliki oleh finalis dari perangka mobile (handphone, tablet, kamera analog, kamera mirrorless, maupun DSLR)

- Latar foto wajib berwarna polos dan kontras berbeda warnanya dengan objek karya;
- Perhatikan pencahayaan dalam pengambilan foto agar objek karya tidak gelap sebagian atau terlalu banyak cahaya
- Hindari penggunaan fitur atau filter beautified seperti blur, bokeh/halo, dan sejenisnya yang dapat mengganggu detail image objek, (penggunaan fitur dimaksud di perbolehkan untuk keperluan lain seperti untuk di poster, presentasi atau di unggah di media social
- Ukuran resolusi image : min 150dpi
- Format file: .jpg
- Ukuran file: maks 10MB per foto

4. Video

Bidang fashion mengutamakan video yang menunjukkan karya wirausaha terlihat dikenakan/diperagakan oleh model yang sesuai dengan konsumen/target market. Pengambilan adegan dalam video (live shooting atau slideshow dengan penambahan musik latar atau narasi) yang dapat menunjukkan keunikan/kelebihan produk (inovasi, potensi lokal, unsur ramah lingkungan, dan kebermanfaatan karya wirausaha) sesuai tema utama Kidspreneurship 2021 yaitu Festival EPIK 2K21 dengan durasi video 1–2 menit.

Contoh video:

Sejauh Mata Memandang

(https://www.youtube.com/watchYv=Uui3EEx CCyQ), **Kami Idea** (https://www.youtube.com/watchYv=A5F- gwDSiW9w)

 Video diunggah ke akun Youtube pribadi/finalis dengan privasi pengunggahan yang dipilih adalah "tidak publik" dengan format judul Kidspreneurship Festival EPIK 2K21, Bidang Kompetisi, Nama Produk-Teaser Profil. Link Video wajib dicantumkan pada saat submit kelengkapan ke Panitia Kidspreneurship

- melalui email <u>kidspreneruship@hbics.sch.id</u> pada tanggal tanggal 31 Maret 22 April 2021.
- Finalis melakukan pengisian identitas & upload hasil karya finalis di website Kidspreneurship 2021. Link website akan dikirimkan saat pengumuman kategori 10 besar.

D. Bidang Kompetisi Aplikasi dan Permainan Interaktif Digital (Digital Game)

Bidang wirausaha aplikasi dan permainan interaktif digital hadir sebagai hasil dari kolaborasi antara bidang rekayasa (teknologi komputer, telekomunikasi, dan informasi digital) dan bidang desain (desain grafis, user interface, dan desain interaksi) sebagai salah satu bidang yang berkembang pesat seiring fenomena global yang terjadi saat ini yaitu revolusi industri 4.0. Bidang wirausaha aplikasi dan permainan interaktif digital mencakup aktivitas perancangan (desain), pengembangan purwarupa (prototyping), dan upaya kewirausahaan. Seluruh aktivitas ini harus dilakukan secara kreatif untuk menciptakan inovasi sebagai solusi terhadap masalahmasalah yang muncul di masyarakat sekitar dengan cara memberikan informasi, mempermudah akses, mempermudah kinerja, mempermudahkan belajar, dsb. Karya produk atau jasa dari bidang aplikasi dan permainan interaktif digital dikatakan baik jika memiliki manfaat positif yaitu dapat menyelesaikan masalah atau memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal tertentu dengan memenuhi dua prinsip berikut:

- I. *Prinsip usability* (mudah digunakan): Desain Aplikasi/game digital tidak cukup hanya memiliki manfaat yang positif, namun dapat dengan mudah digunakan, atau mudah dikuasai/ dipahami cara penggunaanya. Hal ini terkait dengan perancangan antar muka (*interface*) yang informatif.
- II. Prinsip user experience: Desain aplikasi/game digital juga harus dapat menghadirkan pengalaman yang positif bagi penggunanya. Pengalaman positif tersebut yaitu sebuah pengalaman dalam penggunaan/bermain yang menyenangkan, menghibur, memotivasi dan otentik (memenuhi keinginan emosional pengguna). Hal ini terkait dengan desain interaksi dan antar muka yang menarik, unik, dan artistik. Adapun asepk-aspek penting dalam kedua prinsip ini dapat dilihat pada tabel berikut:

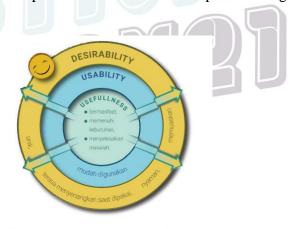


Tujuan untuk kemudahgunaan (usability goals) Tujuan untuk kebaruan pengalaman pengguna (user-experience goals)

- Efektif
- Efisien
- · Keamanan
- · Kemudahan dipelajari
- Kemudahan diingat
- · Kegunaan

- · Kenikmatan
- Kepuasan
- Keceriaan
- · Bantuan
- · Hiburan
- Motivasi
- · Pemenuhan emosi
- · Penghargaan
- Dukung kreativitas
- Pemuasan estetik

Menciptakan produk yang memiliki manfaat positif, dapat digunakan dengan mudah, dan memberikan pengalaman baru yang otentik merupakan kerangka kerja yang harus dipahami dalam mendesain aplikasi dan game.



Kerangka Kerja Desain Interaksi untuk Aplikasi dan Game.
(Diadaptasi dari Nielsen (2008))

Dengan dipahaminya kerangka kerja, maka diharapkan dalam ajang Festival EPIK 2K21 akan dihasilkan karya aplikasi dan game yang dapat diapresiasi secara positif oleh masyarakat dalam artian berpotensi besar menjadi komoditi berdaya jual atau banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Karya bidang aplikasi dan permainan interaktif digital yang diikutkan dalam Festival

EPIK 2021 merupakan rintisan kewirausahaan yang memiliki beberapa kriteria berikut:

a. Jenis Karya (produk):

a) Aplikasi interaktif digital (apps) perangkat lunak (software) yang diciptakan untuk menyelesaikan suatu masalah, membantu aktivitas penggunanya, atau untuk memenuhi kebutuhan tertentu seperti hiburan, informasi, jasa, dll. Contoh aplikasinya diantaranya: perjalanan (Traveloka, Pegipegi, GenPI), ibadah (Masagi Kartu Shalat 3D), kesehatan (Halodoc, Konsula, Kawal Covid), pertanian-perikanan (iGrow, e-Fishery), kuliner (JajanYuk, Zomato), tradisi/budaya (musik: iAngklung, Degung), pendidikan (Ruangguru.com, HarukaEdu), pemerintahan (Lapor, Gampil, iJakarta, Sambara), lain-lain (stiker Ma'Onam), dsb.



Contoh produk aplikasi. (a) Aplikasi Igrow (sumber: igrow. asia), (b) Aplikasi Ruang Guru (sumber: ruangguru.com)

Pada Kidspreneurship Festival EPIK 2K21 terdapat beberapa ide jenis aplikasi digital yang harus dihindari oleh peserta, seperti :

- Kategori toko online (e-commerce)
- Kategori *marketplace* (seperti Tokopedia, Bukalapak, dst.)
- Kategori transportasi digital (seperti Gojek, Grab, dst.)
- Kategori sosial network dan chat
- b) Permainan interaktif digital perangkat lunak yang diciptakan untuk mengakomodasi aktivitas bermain melalui serangkaian aturan dan tantangan yang harus diselesaikan pengguna. Tujuan permainan interaktif digital ini biasanya adalah untuk menghadirkan kesenangan/ hiburan bagi

penggunanya. Namun demikian, pada Festival EPIK 2K21 diharapkan karya-karya permainan yang didaftarkan memiliki kebaruan, kelokalan yang kuat, serta mampu memberikan manfaat lebih, bukan hanya sekedar kesenangan/hiburan. Manfaat tersebut dapat berupa manfaat edukasi, pelatihan keterampilan tertentu (simulasi), terapi, atau pengenalan terhadap nilai lokal/budaya Indonesia. Misalnya: Game Nitiki, KlungBot, Tahu Bulat, Diponegoro - Towers Defense, Angkot the Game, Warung Chain atau Pippo Belajar Alphabet.



Game Edukasi: Pippo Belajar Alphabet (sumber: arsanesia.com)



Game Diponegoro Tower Defense (sumber: thewaligames.com)

Di samping itu permainan yang didaftarkan harus berada dalam kategori rating kelompok pengguna semua usia, 3+, 7+ atau 13 +. Kidspreneurship Festival



Kategori rating Game Indonesia berdasarkan kelompok usia (sumber: IGRS.id)

EPIK 2K21 tidak menerima game dengan rating usia 18+. Syarat dan kriteria rating game mengacu pada Indonesia Game Rating System/ IGRS (Untuk



informasi lebih lanjut silakan baca: www.igrs.id atau Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 11 Tahun 2016 tanggal 20 Juli 2016 tentang Klasifikasi Permainan Interaktif Elektronik).

Perangkat Produk Game dan Aplikasi yang dikembangkan peserta dapat memanfaatkan perangkat keras/ teknologi seperti:

- Smartphone & tablet PC
- Komputer/PC
- Robotik/mekatronik
- Multi touch screen
- Hologram
- Augmented Reality
- Virtual Reality
- Kontrol & Sensor Elektronik
- Smarthome
- Wearable technology
- GPS Tracking
- dll

Produk aplikasi dan permainan interaktif digital yang dikembangkan dapat berupa produk yang bekerja dalam sistem jaringan online, offline, ataupun gabungan dari keduanya.

- b. Model kewirausahaan terdapat dua model kewirusahaan yang dapat diikutsertakan yaitu :
 - Kewirausahaan berbasis produk (barang) berupa aplikasi dan game dalam bentuk software, atau hardware untuk segmen tertentu berdasarkan ide dan konsep sendiri
 - Kewirausahaan berbasis jasa yang memberikan layanan perancangan dan pengembangan aplikasi atau game untuk pihak tertentu (berdasarkan pesanan).

- c. Kewirausahaan aplikasi dan permainan interaktif digital ini sebaiknya merupakan hasil kolaborasi antara dua atau lebih kemampuan maupun minat pada bidang-bidang berikut ini :
 - Desain : mampu mengolah elemen visual untuk kebutuhan artistik karya (desain grafis/ komunikasi visual; desain multimedia; dsb)
 - Teknologi elektronika dan informatika : mampu menyusun dan membangun konten gagasan dan desain melalui pemrograman perangkat lunak ataupun perangkat keras yang sesuai dengan kemampuan;
 - Editorial: mampu mengolah gagasan dalam bentuk penulisan naskah (narasi) atau penceritaan yang dapat dimengerti.
 - Wirausaha: mampu membaca peluang dan kebutuhan pasar/pengguna dengan memperhatikan aspek operasional (kegiatan produksi/jasa), pemasaran (mencari dan menentukan konsumen), manajemen SDM (tata kelola sumber daya manusia), dan keuangan (tata kelola pengaturan, pengadaan, dan pengontrolan keuangan perusahaan).

d. Tema Karya

Tema Kidspreneurship 2021 yaitu: "Festival EPIK 2K21" (Entrepreneur Pelajar Indonesia Kreatif). Ajang praktik pendidikan kewirausahaan yang bermanfaat untuk pengembangan dan aktualisasi diri, lingkungan sekitar, masyarakat dan terciptanya kemitraan yang baik serta menghasilkan karya yang inovatif dan kreatif. Berikut ini adalah rekomendasi untuk aplikasi dan game yang akan didaftarkan ke Kidspreneurship Festival EPIK 2K21:

- Berorientasi ke masa depan (lifetime lebih panjang, dapat dimanfaatkan dalam waktu yang cukup lama),
- Unik, mutakhir, belum/tidak terpikirkan oleh pendahulu-pendahulu,
- Dapat melibatkan interaksi secara fisik, baik verbal, motorik/gerakan, dapat dimainkan secara berkelompok



- a) Peserta wajib membuat pernyataan tentang:
 - Keaslian karya dan isi/konten produk/jasa aplikasi dan digital game serta tidak sedang dalam sengketa atau klaim dari pihak lain;
 - Belum pernah menang di kompetisi atau mendapatkan penghargaan di bidang atau kategori sejenis di tingkat nasional atau lebih tinggi.
- b) Peserta wajib menyertakan dokumen desain yang meliputi kelengkapan:
 - Visualisasi aset desain: sketsa dan desain akhir (tipografi, logo, antarmuka, tata letak, ilustrasi, karakter, properti, simbol, ikon, skema warna, animasi, dsb);
 - Diagram alur (flowchart) cara pakai aplikasi atau permainan interaktif digital;
 - Teaser animasi atau video dengan durasi dibatasi 1-2 menit yang memperlihatkan alur interaksi, fungsi, dan cara penggunaan produk.

Ketentuan Khusus Bidang Kompetisi Aplikasi dan Permainan Interaktif Digital (Digital Game)

1. Dokumen Presentasi

Dokumen presentasi adalah kelengkapan yang menjadi syarat wajib peserta untuk mengikuti tahap selanjutnya Kidspreneurship 2021. Dokumen presentasi secara umum merupakan deskripi ringkas dan detail—detail penting wirausaha dapat menyerupai seperti profil perusahaan yang meliputi :

BAB 1 : Judul karya, nama dan profil wirausaha: identitas perusahaan, pendiri, alamat

(telp, web, email, akun media sosial)

BAB 2: Latar belakang, masalah, solusi, dan gagasan wirausaha

BAB 3 : Analisa S.W.O.T dari wirausaha

BAB 4 : Konsep aplikasi/game: information, flowchart, *unique selling point*.

Khusus game digital: agar memberikan info terkait gameplay, genre,

premis dan leveling. Penjelasan produk: visualisasi desain (sketsa, tipografi, logo, antarmuka, tata letak, ilustrasi, karakter, latar, properti, simbol, ikon, skema warna, animasi, dsb.), *audio, musik, how to play, feature, navigation system, Jeward/rating system, how to interaction, user experience/gamification.*

BAB 5 : Business Plan Model Canvas (BMC); Cash Flow; Alur Produksi

BAB 6 : Sketsa–sketsa desain final produk atau jasa

BAB 7 : Dokumentasi dari proses usaha (foto) & Mockup / Prototipe / Mock up

*Diperkenankan memasukkan diagram, tabel, bagan, ilustrasi, sketsa,

foto, dan desain yang Jelevan pada tiap topik.

(Khusus untuk jenis karya permainan digital, peserta wajib mencantumkan kategori rating produknya, (SU, 3+, 7+, atau 13+)

Ketentuan Dokumen Presentasi:

Ukuran slide/kertas : A4, posisi kertas landscape (rebah)

• Format file : .pdf

lumlah maksimal : 15 halaman

Ukuran file : maks 20 MB per dokumen

2. Poster

Mengikuti ketentuan umum

3. Foto

Foto produk dapat diganti dengan submit desain *interface* aplikasi atau Game tiap halaman atau adegan–adegan penting pada game yang menempel pada perangkat digital. Bagi tim yang di dalam aplikasi dan permainan interaktif digitalnya memiliki karakter (sebagai tokoh utama) maka desain karakter (render 2D atau 3D: tampak depan, tampak samping, tampak belakang, dan tampak orthogonal wajib disubmit dalam kategori materi foto sesuai ketentuan umum foto.

4. Video

Video adalah kelengkapan yang menjadi syarat wajib peserta untuk mengikuti tahap final Kidspreneurship 2021 **apabila peserta dinyatakan masuk dalam kategori**

<u>10 besar</u>. Video berisi materi verbal, audio, dan visual untuk menunjukkan material, bentuk, penggunaan, ekspresi interaksi, hingga sebagai materi promosi wirausaha finalis dengan alur yang runut dan estetik yaitu:

a. Video Profil Wirausaha (Teaser dan Promosi)

Video profil wirausaha terdiri atas teaser dan promosi (iklan) wirausaha yang berfokus pada informasi-informasi internal karya yang menampilkan kekuatan how to play, how to interaction, fitur yang tersedia, keunggulan desain karakter dan interface, leveling, rewards, ekosistem aplikasi atau permainan, dan nilai apa (pengalaman baru apa, keunikan, manfaat yang diharapkan dari konsumen setelah berinteraksi dengan karya wirausaha terkait tema besar Kidspreneurship 2021 yaitu Festival EPIK 2K21 di masa Pandemi Covid–19). Video profil wirausaha juga harus mampu menampilkan daya tawar, posisi wirausaha dengan wirausaha sejenis termasuk kompetitor, dan bagaimana mempersuasi calon pengguna dan calon pembeli karya wirausaha bidang aplikasi dan permainan interaktif digital.

Contoh video:

Traveloka (https://youtu.be/nlhFZ6bRN_U)

Dish Divvy (https://youtu.be/a4B6ux_OGH0)

iGrow (https://youtu.be/TZnaNVSqOqM)

Ketentuan video profil wirausaha:

Durasi : 30–60 detik

• Frame size video : 16:9

Posisi layar : landscape (rebah)

■ Resolusi : minimal 720p

■ Format file : .mp4

■ Ukuran file : maks 100MB

b. Video Presentasi

Mengikuti ketentuan umum

5. Prototipe/Mock up

Prototipe/Mock up di Bidang Aplikasi Digital dan Permainan Interaktif Digital secara umum berbentuk file atau tautan digital, tidak berbentuk fisikal seperti

bidang lainnya. Tetapi jika ada salah satu finalis yang karyanya menempel pada konsol khusus (robotik, atau alat sensor), maka finalis diperkenankan mengirimkan Prototipe/Mock up tersebut ke panitia **apabila peserta berhasil dinyatakan masuk dalam kategori 10 besar**. Purwarupa (prototipe) yang dapat digunakan sebagai alat simulasi aplikasi atau permainan yang dimaksud dengan cara:

- Mock up/Index card, yaitu menggunakan kartu seukuran layar perangkat telepon genggam atau tablet yang memperlihatkan setiap antar muka halaman dari aplikasi atau game.
- Purwarupa software fungsional, yaitu aplikasi terpasang di perangkat elektronik digital dan dapat dimainkan/dioperasikan;



Contoh bentuk mock up atau index card antar muka aplikasi (sumber: justinmind.com)

Ketentuan prototipe/mock up:

- File aplikasi atau permainan interaktif digital secara umum dalam format: .apk atau .exe atau sejenis yang dapat dapat dikirimkan melalui email kidspreneurship@hbics.sch.id atau mencantumkan URL di Dokumen Presentasi atau Video Presentasi jika karyanya berbasis web. Sertakan informasi cara unduh atau install, informasi spesifikasi perangkat minimal (PC, mobile, konsol khusus), dan OS beserta minimal versi (android atau iOs).
- Video Prototipe/Mock up, penggunaan game/aplikasi wajib direkam melalui screen recorder yang meliputi UI (user interface) dan UX (user experience). Selanjutnya finalis melakukan pengisian identitas & upload hasil karya finalis di website Kidspreneurship 2021. Link website akan dikirimkan saat pengumuman kategori 10 besar.



6. Dokumen Pendukung

Disesuaikan berdasarkan kebutuhan tiap tim peserta finalis

D. Bidang Kompetisi F&B (Food & Beverage)

Kegiatan usaha dibidang boga adalah kegiatan yang terkait dengan produksi, pemasaran dan penjualan produk makanan serta minuman. Tema Kidspreneurship 2021 yaitu: "Festival EPIK 2K21, Entrepreneur Pelajar Indonesia Kreatif" (Ajang praktik pendidikan kewirausahaan yang bermanfaat untuk pengembangan dan aktualisasi diri, lingkungan sekitar, masyarakat dan terciptanya kemitraan yang baik serta menghasilkan karya yang inovatif dan kreatif) sehingga inovasi produk di bidang *food & beverage* dapat bermanfaat antar manusia, lingkungan, perdamaian, kesejahteraan dan kemitraan.

Produk yang dikompetisikan merupakan pengolahan makanan atau minuman Siap Masak (*Ready to Cook*) dan makanan atau minuman Siap Saji (*Ready to Eat & Drink*). Usaha Boga terbagi atas beberapa kategori menurut jenis produknya. Pengkategorian bentuk usahanya dapat dikelompokan menjadi :

I. Kategori Produk Siap Saji (Ready to Eat & Drink)

Usaha boga yang mengolah produk makanan dan minuman dalam keadaan siap disajikan dan dapat dikonsumsi langsung. Contoh produk siap saji antara lain adalah:

- a. Aneka roti
- b. Aneka kudapan kering dan kue basah
- c. Aneka minuman dan es
- d. Aneka makanan berbasis nabati
- e. Aneka makanan berbasis hewani
- f. Aneka kreasi makanan lainnya



Peserta kompetisi F&B Kidspreneurship 2021 juga dapat menggunakan 4 Keys Point berikut sebagai alat bantu dalam penyusunan rencana usaha:



Gambar 21. Keys Festival EPIK 2K21- F&B



Ketentuan Khusus Bidang Kompetisi F&B

1. Dokumen Presentasi

BAB 1: Judul karya, nama dan profil wirausaha: identitas perusahaan, pendiri, alamat (telp,web, email, akun media sosial)

BAB 2 : Latar belakang, masalah, solusi, dan gagasan wirausaha

BAB 3: Analisa S.W.O.T dari wirausaha

BAB 4 : Produk beserta keterangan bahan baku, masa berlaku, saran penyajian, kategori produk

BAB 5 : Business Plan Model Canvas (BMC); Cash Flow; Alur Produksi

BAB 6 : Sketsa–sketsa desain final produk atau jasa

BAB 7 : Dokumentasi dari proses usaha (foto) & Mockup / Prototipe / Mock up

*Diperkenankan memasukkan, ilustrasi, sketsa, foto, dan desain yang relevan pada tiap topik.

Ketentuan Dokumen Presentasi: sesuai ketentuan umum

2. Poster

Mengikuti ketentuan umum dan khusus kompetisi F&B poster dalam bentuk infografis yang berisi resume business plan model canvas.

3. Foto

Foto karya dari objek Prototipe/Mock up atau objek karya asli adalah kelengkapan yang menjadi

4. Foto

Ketentuan Foto:

- Karya harus difoto dengan aneka tampak siap saji: 1 foto tampak depan (front view), 1 foto tampak samping (side view), 1 foto tampak atas (top view), 1 foto tampak ³/₄ (orthogonal view);
- Sertakan beberapa foto perbandingan objek karya dengan objek lainnya (misalnya: koin, pena, bola, dll) untuk memperlihatkan perbandingan dimensi (scale view);
- Sertakan beberapa foto close up jika diperlukan (menggunakan fitur zoom in atau lensa khusus makro untuk memerlihatkan detail dan tekstur);

- Karya boleh difoto menggunakan alat dokumentasi yang dimiliki oleh peserta seperti handphone, tablet, kamera analog, kamera mirrorless, maupun DSLR;
- Latar foto wajib berwarna polos dan kontras berbeda warnanya dengan objek karya;
- Diharapkan peserta memperhatikan pencahayaan dalam pengambilan foto agar objek karya tidak terlalu gelap maupun terlalu terang;
- Hindari penggunaan fitur atau filter beautified seperti blur, bokeh/halo, dan sejenisnya yang dapat mengganggu detail image objek, (penggunaan fitur dimaksud diperbolehkan untuk keperluan lain seperti untuk di poster, presentasi, atau diunggah di media sosial);

• Ukuran resolusi image : min 15 dpi

Format file : .Jpeg

• Ukuran file : maks. 10MB per foto.

5. Video

Video adalah kelengkapan yang menjadi syarat wajib finalis mengikuti tahap final Kidspreneurship 2021 **apabila peserta masuk kategori 10 besar**. Video berisi materi verbal, audio, dan visual untuk menunjukkan material, bentuk, penggunaan, ekspresi interaksi, hingga sebagai materi promosi wirausaha finalis dengan alur yang runut dan estetik yaitu:

a. Video Profil Wirausaha (Teaser dan Promosi)

Mengikuti deskripsi dan ketentuan umum

b. Video Presentasi

Video presentasi adalah pengganti presentasi finalis di hadapan juri Kidspreneurship 2021. Video presentasi berisi penjelasan ringkas poin—poin penting yang terdapat maupun tidak terdapat pada dokumen presentasi wirausaha, diutamakan menunjukkan tahapan produksi dari persiapan sampai dengan penyajian.

Ketentuan video profil presentasi:

Durasi : maks 3 menit

■ Frame size video : 16:9

Posisi layar : landscape (rebah)

Resolusi: minimal 720p

■ Format file : .mp4

■ Ukuran file : maks 100MB

6. Prototipe / Mock up

Bidang kompetisi F&B agar dapat memperhatikan keterbatasan produk (rasa kecap, aroma, raba) yang sulit diapresiasi oleh indera visual—audio dalam layar digital dan yang memiliki masa berlaku singkat atau kategori *food & beverage* yang khusus.

Ketentuan Prototipe/Mock up :

- Merupakan contoh, Prototipe /Mock up/model, atau objek karya wirausaha dengan material dan ukuran sesungguhnya.
- Prototipe/Mock up harus dipresentasikan dalam bentuk video yang berisi mengenai penjelasan produk/layanan, performa material, bentuk, detail, penggunaan, termasuk kesesuaian antara konsep, masalah, dan target pasar.
- Video diunggah ke akun Youtube pribadi/tim finalis dengan privasi pengunggahan yang dipilih adalah "tidak publik" dengan format judul Kidspreneurship 2021 Festival EPIK 2K21, Bidang, Nama Produk-Prototipe/Mock Up. Link Video wajib dikirimkan ke email kidspreneurship@hbics.sch.id saat submit kelengkapan pada tanggal 31 Maret 22 April 2021.
- Finalis melakukan pengisian identitas & upload hasil karya finalis di website Kidspreneurship 2021. Link website akan dikirimkan saat pengumuman kategori 10 besar.

7. Dokumen Pendukung

Bidang kompetisi *food & beverage* mensyaratkan agar finalis dapat:

- Melampirkan informasi masa berlaku produk di dokumen presentasi, poster, atau melalui dokumen pendukung
- Melampirkan informasi komposisi bahan baku, berat, dan tahapan produksinya (resep)
- Melampirkan informasi kategori produk dalam bentuk label
- Melampirkan informasi saran penyimpanan, persiapan, sampai penyajian yang jelas agar dapat dilakukan oleh siapapun.





Telpon / WA : 081250515333 (Ms. Jean)

Instagram: @kidspreneurship.hbics

Email : kidspreneurship@hbics.sch.id

Website :







PENILAIAN

A. Mekanisme Penilaian

Penjurian
Proposal

2
Video Mock
Up

3
Virtual Expo

Proposal Rencana Usaha terdiri atas:

9 item bussiness model canvas (tersedia pada lampiran)

B. Kriteria Penilaian Kompetisi

- 1. Struktur dan kelengkapan proposal Konsep bisnis/Idea menggunakan format *Business Model Canvas* (BMC).
- 2. Latar belakang permasalahan atau peluang yang diangkat dan ide bisnis beserta value yang ditawarkan sebagai solusi atas permasalahan tersebut.
- Analisis peluang pasar (market opportunity), akan ide bisnis yang ditawarkan (originalitas bisnis), new market atau new opportunity bisnis.
- **4.** Aspek bisnis dari sisi pemasaran, Nilai Kompetitif, operasional, SDM, dan keuangan.
- **5.** Dampak bisnis terhadap lingkungan atau masyarakat.
- 6. Prototype/mock-up harus dapat menjelaskan produk/jasa dan berfungsi baik/sempurna maupun masih dalam pengembangan, dan lain-lain sesuai bisnis konsep yang di kompetisikan.

BAB IV

PENUTUP

Kegiatan Kidspreneurship 2021 dengan tema Festival EPIK 2K21 kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk mendorong tumbuhnya bibit wirausahawan baru yang dapat berkontribusi untuk memajukan industri kreatif di Indonesia, toleran terhadap perbedaan kultur, mendambakan keadilan, dan sangat peduli pada lingkungan melalui penciptaan usaha-usaha inovatif yang memanfaatkan teknologi digital dan informatika, serta mengangkat potensi sumber daya lokal.





Pedoman FIKSI 2020,

https://psma.kemdikbud.go.id/index/lib/files/Pedoman%20FIKSI%202019.pdf http://sma.pusatprestasinasional.kemdikbud.go.id/fiksi/index.php/kategori

http://docplayer.info/186607088-Festival-inovasi-dan-kewirausahaan-siswa-indonesia-tahun-2020.html

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 11 Tahun 2016 tanggal 20 Juli 2016 tentang Klasifikasi Permainan Interaktif Elektronik, www.igrs.id

https://displaystore.id/signage/way-finding-directory/hanging-directory-1-row-2-side.html https://kkp.go.id/djpb/infografis

https://blog.sribu.com/id/inilah-15-contoh-desain-majalah-yang-harus-kamu-lihat/

http://www.melkboerdienste.co.za/saving-water-dairies

https://indonesiamendesain.com/2020/06/30/20-inspirasi-konsep-desain-ui-ponsel-yang-

menyenangkan/

https://www.freepik.com/free-photos-vectors/book-cover-design

https://www.myedisi.com/idea/3095

https://id.pinterest.com/pin/750764200352219614/

http://tokokemasankita.com/kenapa-sih-desain-kemasan-kita-harus-menarik/

https://www.coroflot.com/azamdolatkhahi/Environmental-graphic-design

https://www.speedpro.com/north-indianapolis/environmental-graphics/

https://caramembuat.id/cara-membuat-roti-manis/

https://resephariini.com/10-resep-minuman-dingin-segar-ala-cafe/





LAMPIRAN 1

Levelin	Ktiteria	Kriya	Design	Fashion	Aplikasi &	F&B
g			Grafis		Game	
Rintisan	-Ideasi	-Web & Medsos	-Web & Medsos	- Web & Medsos	- Web & Medsos	- Web & Medsos
Pemula						
	-Prototipe	-Showcase/Moc	-Showcase	- Showcase	- Showcase	- Showcase
	/Mock up	k Up				
	-Online:	-Posting	-Posting	- Posting	- Posting	- Posting
	Web &	Web/IG/	Web/IG/	Web/IG/	Web/IG/	Web/IG/
	Medsos	Youtube	Youtube	Youtube	Youtube	Youtube





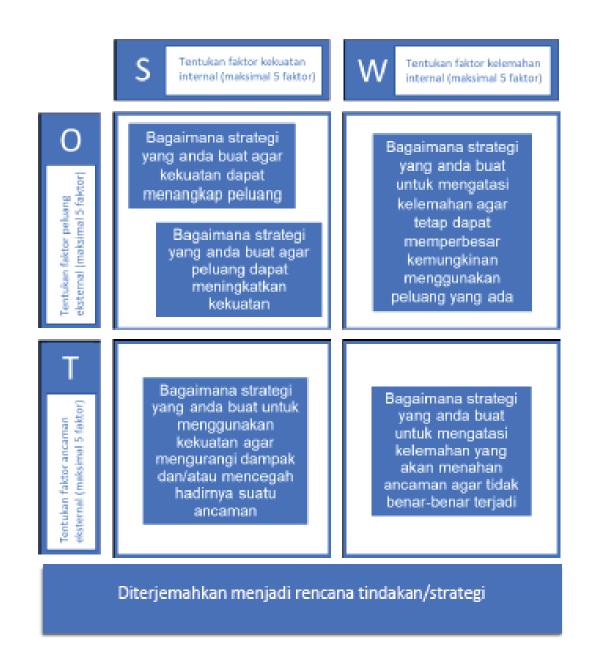
LAMPIRAN 2

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertar	nda tangan d	ibawah ini	:				
Nama Lengkap I	Ketua	:					
Tempat/Tanggal	Lahir	:					
Jenis Kelamin		:					
Sekolah		:					
Alamat		:					
No Telp/HP		:					
Email		:					
Menyatakan	bahwa	karya	dan	isi/konten	produk/jasa	dengan	judul
mendapatkan per Karya tersebut ad tidak menjiplak/i Demikian surat p ketentuan tersebu Surat pernyataan	dalah karya i mencontek d pernyataan ii ut, saya bers	novasi asli lan tidak se ni saya bua edia mener	atau peng dang dala t sebagai ima sank	gembangan d am sengketa mana semest si sesuai pera	lari ide yang suc atau klaim dari inya. Apabila te aturan yang berl	lah ada dikelola pihak lain. erbukti telah me	sendiri,
						,	2021
					Yan	g membuat perr	ıyataan,
						Mater	rai 6000
						(Nama L	engkap)



Template Matrik SW



*peserta diharapkan memahami panduan pembuatan SWOT di (web fiksi)

Sumber: penyesuaian dari Rangkuti (2009) dari buku Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama



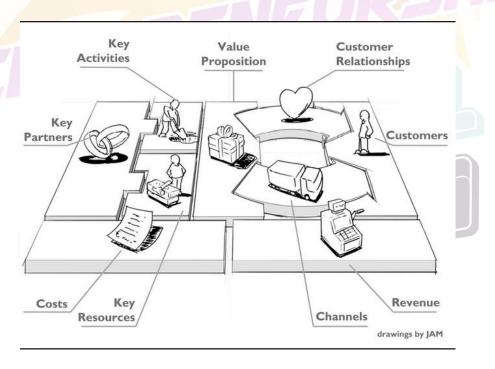


Business Model Canvas

A. Pengertian

Business Model Canvas (BMC) adalah sebuah *tools* yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder, yang dipopulerkan melalui bukunya *Business Model Generation*. Business Model Canvas (BMC) merupakan rancangan konsep abstrak sebuah model bisnis yang merepresentasikan strategi dan proses bisnis dalam organisasi (Alex Osterwalder, 2009).

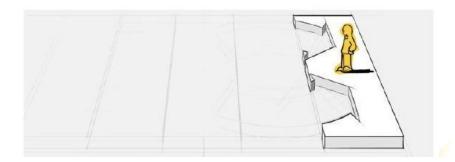
Proses ini adalah proses yang vital bagi perusahaan yang baru berjalan. Menggunakan proses ini, Pemimpin dapat merancang tahap awal hingga akhir, proses *revenue stream*, hingga pengaturan hubungan dengan pelanggan. Dalam salah satu referensi menyebutkan pengertian Model Bisnis Kanvas adalah sebuah management strategi bisnis yang memungkinkan kita untuk menggambarkan, mendesain kemudian mengerucutkan beberapa aspek bisnis menjadi satu strategi bisnis yang utuh. Model Bisnis Kanvas merupakan konsep yang menyederhanakan konsep bisnis yang digambarkan dalam satu lembar kertas kerja.



I. Keuntungan Bisnis Model Canvas

- a. Bisa dipakai untuk semua jenis model bisnis, travelling, restoran, hotel, perkebunan, mining dan lain sebagainya.
- b. Mempercepat mengetahui keseluruhan kekuatan dan kekuragan bisnis.
- c. Proses analisa kebutuhan dan profit dilakukan secara cepat.
- d. Memetakan bisnis untuk mengetahui kelemahan semenjak dini dan memahami kekuatan bisnis dari sudut pandang yang benar.
- e. Pemetaan business model canvas menggambarkan secara sistematis bisnis yang kemudian dapat digunakan untuk pengambilan keputusan pengembangan manajemen strategis bisnis.

f. Business Model Canvas (BMC) membuat entrepreneur mempunyai waktu lebih lama dalam mengeksekusi bisnisnya, tidak buang waktu dalam membuat rencana.



II. Cara Memanfaatkan Bisnis Model Canvas

a. Membangun Relasi Konsumen

Business Model Canvas (BMC) penting untuk membangun relasi dengan konsumen. Relasi dengan konsumen penting agar konsumen kita tidak lari ke pesaing.

b. Meningkatkan Penjualan

Ketika strategi marketing kita satukan melalui Business Model Canvas (BMC) ini, diharapkan target penjualan tercapai. *Customer Segment, Channel, Customer Relationship* (3 Blok di *Business Model Canvas* (BMC)) memiliki tujuan untuk meningkatkan Penjualan.

c. Menghadapi Pesaing

Hal yang tidak kalah penting, ketika *Business Model Canvas* (BMC) sudah dijalankan adalah kita akan membangun bisnis yang kokoh untuk menghadapi pesaing.

d. Memastikan Bisnis Berjalan

Seringkali kita bingung memulai dan menjalankan bisnis, di *Business Model Canvas* (BMC) ini kita memasukkan siapa-siapa saja yang nantinya akan mendukung bisnis kita berjalan. *Business Model Canvas* (BMC) ini penting untuk memetakan apa saja yang dibutuhkan agar bisnis kita tetap berjalan.

e. Mempunyai Sistem Bisnis

Business Model Canvas (BMC) ini adalah cara yangg efektif untuk membuat sistem bisnis, tujuannya membuat bisnis makin efektif dan bisa menghasilkan maksimal meskipun kita tidak rutin berada di bisnis kita.

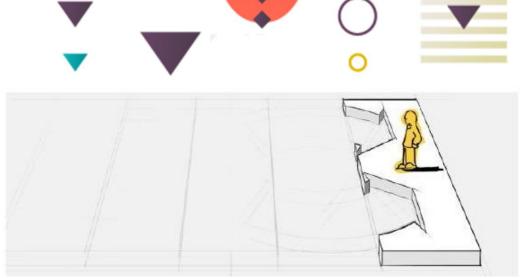
B. Panduan 9 langkah Business Model Canvas (BMC)

I. Customer segments

Point yang akan dipenuhi:

- a. Siapa yang akan membeli produk anda?
- b. Siapa yang mau membayar Anda?





Bagian ini akan menjelaskan siapa pelanggan potensial dari produk Anda. Bisa juga berisi profil orang yang memiliki masalah yang akan dipecahkan oleh bisnis Anda. Untuk model bisnis ecommerce yang berkembang sekarang ini, customer segment mencakup si penjual barang dan pembeli. Untuk lebih jelas mengenali siapa segmentasi pelanggan Anda, ada baiknya kamu juga mempelajari apa itu buyer personal.

Customer segments atau segmen konsumen yang ditarget merupakan hal terpenting yang harus bisa dijawab dari *Business Model Canvas*. Kebanyakan model bisnis tidak memberikan hasil yang diharapkan karena *customer segment* tidak dapat didefinisikan dengan jelas.

Untuk dapat mengisi customer segment dengan jelas, hal berikut ini perlu diperhatikan:

- a. Customer Segment Dimensions (Dimensi Segmen Konsumen)
 - Perhatikan apakah bisnis Anda menargetkan konsumen single atau multi-sided market? Maksud multi-sided market, misalnya Facebook yang memiliki model bisnis untuk melayani dua pihak: *advertiser* dan *user*. *multi-sided* market umumnya memiliki segmen tersendiri untuk setiap kategorinya.
- b. Customer Characteristics (Karakteristik Konsumen)
 - Setelah memetakan dimensi segmen, maka selanjutnya adalah mendefinisikan karakter segmen di masing-masing dimensi tadi. Sebagai contoh, apabila kita memiliki segmen *user*, maka *user* yang karakteristiknya seperti apa? Beberapa pertimbangan untuk karakteristik, misalnya:
 - Usia dan gender
 - Passion, habit, hobi
 - Tingkat penghasilan
 - Tingkat Pendidikan
 - Target yang ingin dicapai dan lain sebagainya.
- c. Customer Problems/Needs (Masalah/Kebutuhan Konsumen)

Apa masalah yang dirasakan konsumen yang telah Anda petakan?

Apa pain yang sedang ingin mereka sembuhkan?

Apa *target* yang sedang ingin mereka kejar?

Apa needs yang mereka perlukan untuk mencapai impian-impian mereka?



Satu hal yang perlu Anda lakukan adalah mengurangi asumsi apa yang dibutuhkan konsumen dengan bertanya langsung kepada *mereka*. Buat pengamatan lapangan atau wawancara langsung agar Anda semakin dekat dengan konsumen Anda.

Hal yang harus diperhatikan dalam segmentasi pelanggan adalah harus benar-benar bisa mendefinisikan secara *spesifik* siapa *segment* target pelanggan kita. Segmen *target bisa* dibedakan berdasarkan hal-hal seperti:

- Tingkat ekonomi (kalangan menengah atau kalangan atas)
- Umur
- Komunitas tertentu (misalnya komunitas sepeda, komunitas pecinta hewan tertentu atau komunitas ibu-ibu pengajian dll.)
- Perilaku khusus dari target konsumen kita. pengguna gadget dari Apple, atau pasar yang sensitive terhadap harga. dll.
- Daerah tertentu.
- Dan lain-lain.

Idealnya lakukan riset untuk memastikan customer segments Anda. Contoh jika Anda menjual produk-produk fashion di online store, maka segment yang tepat Anda adalah anakanak remaja. Dalam menjalankan roda bisnisnya, pertama-tama organisasi harus menetapkan siapa yang harus dilayani. Organisasi dapat menetapkan untuk melayani satu atau lebih segmen. Penetapan segmen ini akan menentukan komponen-komponen lain dalam model bisnis.

Contoh cara mengisi business model canvas: Customer Segments untuk Evelyn's Boutique:

Prioritas 1 (early adopters): ibu muda yang mempunyai anak berusia di bawah 12 tahun

Prioritas 2: toko retail dan eceran anak-anak di Surabaya.

Prioritas 3: toko retail dan eceran batik di Surabaya.

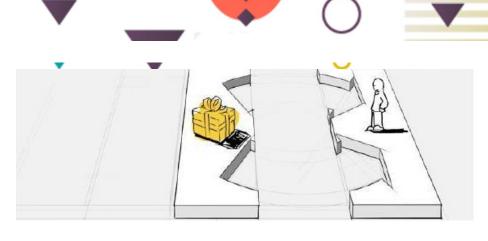
Output:

Pada bagian ini Anda akan menghasilkan daftar target konsumen Anda berdasarkan segmen yang berbeda-beda, plus penjelasan detil tentang karakteristik masing-masing konsumen. Jika segmen Anda ada banyak, saya menyarankan untuk membuat prioritas dalam melayani konsumen. Coba tanyakan "seandainya saya hanya bisa melayani 1 konsumen saja, siapakah yang ingin saya layani?"

II. Value Propositions

Point yang akan dipenuhi:

- a. Mengapa orang memilih untuk menggunakan produk/jasa Anda?
- b. Apa keunggulan bisnis Anda dibanding kompetitor yang lain?
- c. Apa yang paling menarik dari model bisnis Anda?



Blok ini berisi tentang nilai tambah yang akan membuat bisnis Anda terlihat menarik dan berbeda dengan bisnis lainnya. Biasanya berupa solusi atau inovasi yang Anda tawarkan dan menjadi keunggulan utama perusahaan.

Pada dasarnya, value proposition adalah blok pertama yang harus diisi apabila kita menggunakan metode offer-led. Value proposition sendiri merupakan nilai atau value yang kita tawarkan untuk pelanggan. Kelebihan dan keunggulan produk kita dibanding pesaing adalah hal yang harus dituliskan di value proposition.

Ketika pemetaan *customer segment* sudah jelas, maka selanjutnya kita memilih mana masalah atau kebutuhan dari pelanggan itu yang ingin kita penuhi? Selain itu, di *value proposition* juga harus mempertimbangkan apa keunikan / keunggulan solusi yang kita tawarkan dibandingkan solusi-solusi lainnya?

Kategori dalam value proposition:

1. Newness

Produk/jasa yang baru yang belum pernah ditawarkan sebelumnya biasanya banyak ditemukan di dunia teknologi.

2. Performance

Produk/jasa yang ditawarkan meningkatkan kinerja customer agar menjadi lebih efisien/lebih efektif.

3. Customization

Produk/jasa yang ditawarkan berbeda / ada pilihan untuk setiap segmen yang memiliki kebutuhan yang beragam/berbeda.

4. Getting the Job Done

Dengan membeli brg tersebut akan membantu customer menyelesaikan sesuatu.

5. Desain (*Design*)

Menawarkan nilai artistik lebih dari sekedar fungsional.

6. Status (*Brand*)

Merk yang high class memberi social status kepada pembelinya.

7. Harga (*Price*)

Menawarkan harga yang bersaing atau sesuai dengan ciri customer segmennya.

8. Hemat (*Cost reduction*)

Produk/jasa yang ditawarkan membantu customer mengefisienkan biaya pemakaian.

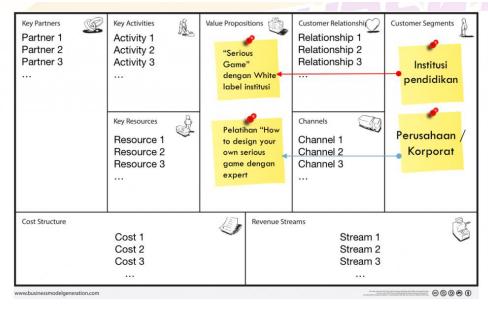


- 9. Meminimasi Resiko (Risk reduction)
 - Menawarkan produk/jasa yang meminimalkan risiko yang ditanggung customer seperti garansi.
- 10. Akses (Accessibility)
 - Mempermudah akses customer terhadap produk/jasa yang ditawarkan.
- 11. Kenyamanan (*Convenience/usability*)
 - Menawarkan produk/jasa yang nyaman dan cenderung mempermudah customer.

Contoh Cara mengisi business model canvas value proposition:

Evelyn's Boutique adalah butik yang menjual pakaian batik untuk anak-anak. Tidak seperti produk batik lainnya yang membosankan, kami membuat desain batik yang disukai anak-anak. Untuk anak-anak di bawah 12 tahun, batik dari Evelyn's Boutique bisa digunakan untuk acara formal maupun santai.

Setelah Anda menemukan value proposition, pastikan Anda menghubungkan koneksi antara VP yang Anda miliki dengan customer segment yang telah Anda petakan. Contohnya adalah seperti ini,



Output:

Daftar solusi atau "obat" yang lebih baik atau kompetitif dari yang sudah ada berdasarkan masalah atau kebutuhan konsumen.

III. Channel

Point yang akan dipenuhi:

- a. Bagaimana cara pelanggan dapat mengetahui produk/jasa yang Anda tawarkan?
- b. Bagaimana cara produk/jasa bisa sampai ke tangan pelanggan?
- c. Apakah cara itu efektif?





Pada dasarnya channels adalah cara Anda menjangkau customer. Tidak terbatas pada distribusi, tapi juga hal lainnya yang menyebabkan bisnis Anda dan customer bisa bersentuhan. Sederhananya, channel adalah media yang bisnis Anda gunakan untuk men-*deliver* solusi yang kamu tawarkan untuk sampai ke konsumen.

Channel ini bisa berupa website, online advertisement, aplikasi, bahkan seorang sales person. Untuk mempelajari lebih dalam mengenai channel marketing di era modern, kamu bisa simak dalam tulisan strategi marketing era digital.

Channels dalam Business Model Canvas (BMC) adalah entitas yang digunakan oleh organisasi bisnis untuk membuat value proposition yang sudah dibuat itu 'sampai' ke konsumen. Biasanya saya menggunakan framework AIDA (Attention – Interest – Desire – Action) sebagai tahap awal, ditambah bagaimana proses pengiriman barang atau jasa tersebut ke konsumen.

Misalnya, apa yang bisa dilakukan untuk menarik *attention* konsumen terhadap *value proposition* yang dibuat? Beberapa pilihan menarik, antara lain:

- 1. Membuat iklan
- 2. Memasang FB Ads atau Google Adwords

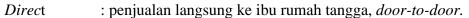
Dua contoh di atas adalah termasuk *channels*. Sebagai contoh, SignifierGames.com menggunakan media Website, Brosur, dan Buku yang dijual di retailer seperti Amazon.com untuk menyampaikan *value proposition* kepada konsumen.

Kategori di dalam channels:

- a. Direct: sales force, web sales, own stores.
- b. Indirect: partner stores, wholesaler.
- c. Awareness: tahap awal menginformasikan ke customer.
- d. *Evaluation*: cara membantu customer mengevaluasi *value proposition* yang ditawarkan.
- e. *Purchase*: cara-cara customer melakukan pembelian.
- f. Delivery: cara menyampaikan value proposition (produk/jasa) kepada customer.
- g. After Sales: customer support setelah terjadi transaksi.

Contoh Cara mengisi business model canvas: channels





Indirect : menitipkan barang Evelyn's Boutique ke pedagang retail di Pasar Turi.

Awareness: menggunakan social media dan internet untuk mempopulerkan Evelyn's

Boutique.

Output:

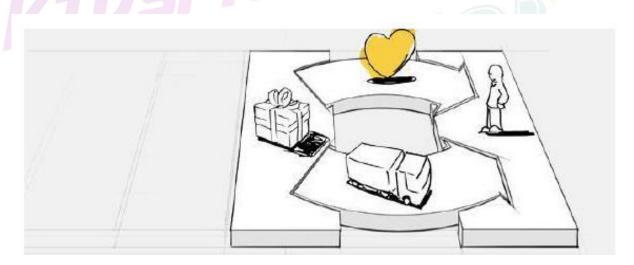
Daftar dari *channel* yang penting untuk mendistribusikan informasi dan *value* kepada konsumen. Biasanya, berbeda segmen konsumen maka akan berbeda pula *channelnya*.

IV. Customer Relationships

Point yang akan dipenuhi:

- a. Bagaimana cara Anda untuk selalu connect dengan pelanggan?
- b. Bagaimana Anda memastikan pelanggan puas setelah menggunakan produk/jasa Anda?

Jika *channel* lebih banyak menjangkau orang yang belum tahu produk Anda, maka customer relationship adalah kebalikannya. Kamu harus tahu bagaimana cara bisnis Anda bisa terus *keep in touch* dengan para pelanggan. Bentuknya pun bisa sangat beragam, mulai dari newsletter, layanan *after sales*, dan sejenisnya.



Bagian *customer relationship* diisi tentang bagaimana kita berinteraksi kepada konsumen setelah terjadi transaksi, untuk memastikan konsumen puas dengan *value* yang kita tawarkan sepanjang hingga akhir *life cycle* nya.

Customer relationship adalah cara-cara yang bisa Anda gunakan untuk berkomunikasi dengan customer segments. Biasanya, banyak orang yang bingung membedakan antara customer relationship atau channels. Kata kuncinya adalah relationship. Customer relationship soal hubungan, kalau channel soal cara Anda menjangkau customer segments.

Perusahaan penerbangan, misalnya setelah kita menggunakan jasa penerbangannya umumnya akan ditawarkan berbagai email penawaran, memberikan *membership* khusus, yang apabila sudah mencakup beberapa poin akan mendapatkan benefit tertentu.



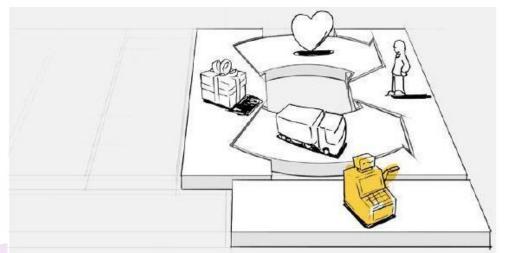
Output:

Penjelasan tentang bagaimana caranya organisasi menjalin hubungan dengan konsumen yang sudah 'membeli' *value* yang ditawarkan agar tercipta loyalitas atau transaksi kembali.

V. Revenue Streams

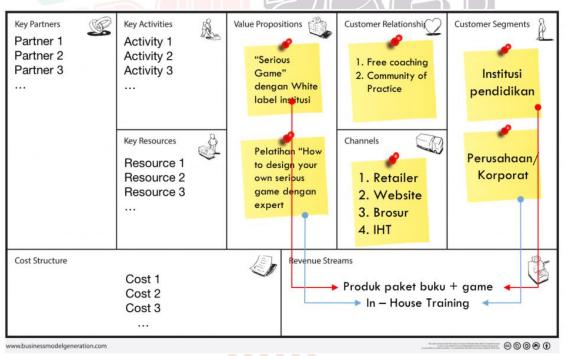
Point yang akan dipenuhi:

- a. Bagaimana cara bisnis Anda menghasilkan uang?
- b. Apa saja produk/jasa yang Anda jual?



Revenue stream dalam Business Model Canvas (BMC) akan kita isi dengan berbagai cara untuk menghasilkan keuntungan dari value proposition kita. Pada kedua blok bagian bawah (cost & revenue), kamu perlu menjabarkan struktur finansial dari perusahaan. Di bagian revenue, tentu yang perlu kamu tuliskan adalah produk/jasa apa saja yang dapat memberikan pemasukan.

Revenue streams adalah pendapatan yang diterima oleh perusahaan atau organisasi yang berasal dari *value proposition* yang ditawarkan. Hal paling penting adalah harus terjadi

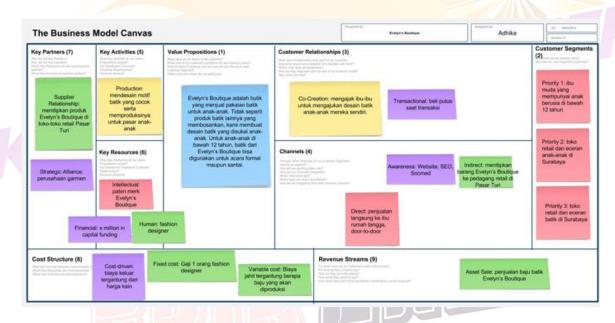




Koneksi yang *clear* antara *revenue stream* yang dihasilkan dari value, *proposition*, dan *customer segment* mana yang membayar untuk hal tersebut. Sebagai contoh, di bawah ini saya ambil dari Business Model Canvas (BMC) Signifiergames.com, di mana *revenue streams* berasal dari penjualan paket game dan buku untuk akademik, dan yang membayar adalah institusi pendidikan.

Contoh pengisian revenue stream Business Model Canvas (BMC) pada SignifierGames.com Kategori di dalam revenue stream :

- a. Asset Sale: penjualan produk secara fisik.
- b. *Usage Fee*: customer membayar sesuai lamanya menggunakan produk/jasa.
- c. Subscription Fees: biaya berlangganan
- d. Lending/renting/leasing: biaya peminjaman/pemakaian/penggunaan sementara.
- e. Licensing: biaya izin pakai jasa/produk.



Output:

Daftar dari *revenue streams*, yang berasal dari *value proposition x* yang ditawarkan, dengan *customer segmen y* sebagai pihak yang bersedia membayar.

VI. Key Activities

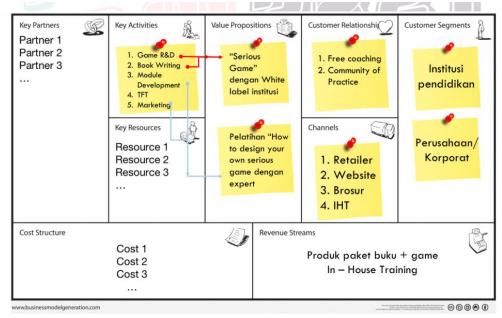
Point yang akan dipenuhi:

- a. Apa kegiatan yang Anda lakukan untuk menciptakan *value proposition*?
- b. Apa strategi yang bisnis Anda lakukan sehingga target perusahaan dapat tercapai?



Kolom key activities harus diisi dengan kegiatan wajib yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan value proposition yang ditawarkan. Blok ini adalah bagian yang menjelaskan bagaimana kamu bisa menciptakan value preposition perusahaan. Jika bisnis kamu adalah product-based, maka inovasi teknologi dalam proses pembuatan produk bisa menjadi key activities.

Untuk menciptakan *value proposition* yang lebih baik dan kompetitif, tentunya ada beragam aktivitas kunci untuk dapat menghasilkan *value porposition* sesuai dengan yang diharapkan. Aktivitas ini adalah aktivitas pokok yang apabila hilang atau tidak ada, maka *value proposition* yang kompetitif tidak dapat direalisasikan. Sebagai contoh, SignifierGames.com mengajukan *value proposition* yaitu *serious game* berkualitas yang dikembangkan oleh *expert* di Universitas Indonesia, dan *key activities* yang diperlukan adalah *game design & development*. Contoh lebih jelas dapat dilihat pada gambar di bawah ini;



Pengisian key activities dalam Business Model Canvas



Kategori di dalam key activities:

- a. *Production*: aktivitas merancang, membuat, mengirimkan produk.
- b. *Problem Solving*: aktivitas operasi yang biasanya muncul pada perusahaan konsultan, rumah sakit, organisasi penyedia jasa.
- c. *Platform Network*: menjadi tempat atau wadah bertemunya dua atau lebih segmen pasar untuk saling berinteraksi/transaksi atau membangun network.

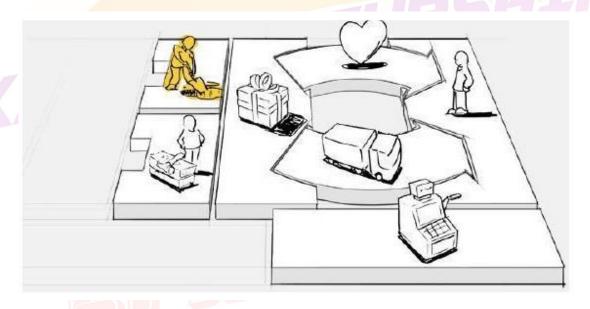
Output:

Daftar aktivitas utama / kunci untuk dapat menghasilkan value proposition yang diinginkan.

VII. Key Resources

Point yang akan dipenuhi:

- a. Apa sumber daya utama yang harus Anda miliki untuk menjalankan bisnis Anda?
- b. Asset apa saja yang Anda butuhkan agar bisnis dapat bersaing dengan bisnis serupa?

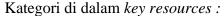


Key resources adalah hal-hal paling penting yang harus Anda punyai agar key activities bisa dijalankan dan value proposition bisa diberikan pada customer. Sumber daya utama, key resources merupakan kolom yang akan menjelaskan asset strategis perusahaan. Aset ini bisa berupa bahan baku produk, infrastruktur yang dibutuhkan dan semacamnya.

Key resources adalah sumber daya strategis yang dibutuhkan untuk menunjang key activities agar bisa berjalan lancar untuk menghasilkan value proposition sesuai dengan yang diharapkan. Dengan terpetakannya key resource, diharapkan sebuah bisnis dapat menjadi lebih kompetitif dibandingkan pesaingnya.

Sebagai lembaga pengembang 'serious games', SignifierGames.com bergantung penuh terhadap SDM bertalenta atau para *expert* di bidang pengembangan *serious games*. *Talented people* ini kemudian menjadi *key resources* dari SignifierGames.com





- a. *Physical asset*: fasilitas pabrik, gedung-gedung, kendaraan, mesin-mesin.
- b. *Intellectual*: brand, hak paten, *copyright*, database customer dan database partnership, informasi rahasia perusahaan
- c. Human: tenaga kerja
- d. Financial: sumber daya keuangan perusahaan cash, credit, obligasi, saham

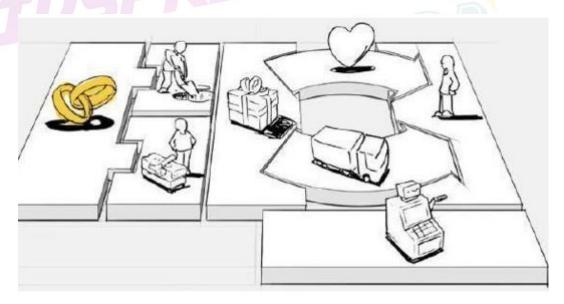
Output:

Daftar dari sumber daya utama yang dibutuhkan untuk menunjang key activities agar dapat menghasilkan value proposition yang diinginkan.

VIII. Key Partnerships

Point yang akan dipenuhi:

- a. Siapa yang dapat mengerjakan hal-hal kebutuhan perusahaan diluar key activities-nya?
- b. Siapa pihak supplier/vendor yang paling menentukan kesuksesan perusahaan Anda?



Key partners adalah pihak-pihak yang bisa diajak kerjasama dengan tujuan:

- Optimization and Economy: motivasi berpartner untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya dan aktivitas mengingat sebuah perusahaan tidak perlu memiliki semua sumber daya dan melakukan kegiatannya sendirian.
- Reduction of Risk and Uncertaint y: mengurangi risiko dan ketidakpastian dalam lingkungan persaingan.
- Acquisition of particular resources and activities: mengakui sisi perusahaan lain untuk meningkatkan kemampuan kinerja perusahaan.

Tidak ada bisnis besar yang berjalan sendiri, dalam menjalankan sebuah aktivitas bisnis, tentu kita membutuhkan mitra. Disinilah tempat kita memasukkan mitra strategis yang kita miliki. Dalam konteks bisnis, mitra bisa berupa supplier, vendor, agensi, dan sejenisnya. Sebuah organisasi bisnis tentunya tidak bisa berjalan hanya mengandalkan dirinya sendiri. Ketimbang mengembangkan dan menjalankan semuanya sendiri, ada baiknya untuk bekerjasama dengan mereka yang telah *expert* di bidangnya masing-masing.

Misalnya, salah satu *key activities* dari SignifierGames.com adalah membuat dan mencetak buku. Maka, daripada *handling* semuanya sendirian, ada baiknya SignifierGames.com bekerjasama dengan penerbit yang memang sudah malang melintang di bidang penerbitan buku. SignifierGames.com pun kemudian hanya menyiapkan naskahnya saja, untuk nanti diubah dan di *layout* oleh penerbit utama.

Key activities lainnya di SignifierGames.com, misalnya adalah melakukan training for trainer untuk kaderisasi. Namun, karena kaderisasi trainer dan fasilitator itu cukup lama, maka SignifierGames.com bisa bekerjasama dengan trainer profesional yang sudah berpengalaman untuk menjadi narasumber workshop atau seminar yang dibawakan tentang bagaimana cara membuat game.

Kategori di dalam key partners:

- a. *Strategic Alliance between non-competitors*: kerjasama dengan perusahaan yg tidak sejenis.
- b. Joint ventures to develop new business: kerjasama untuk membentuk usaha baru.
- c. Buyer supplier relationship: hubungan hanya sebagai pembeli dan penjual biasanya terjadi pada motif optimization and economy of scale.

Contoh cara mengisi business model canvas key partners:

Dalam startup, *key partners* sangat penting, karena bisa mengurangi biaya dan mempercepat pertumbuhan. Berikut skenario kami untuk Evelyn's Boutique:

- Strategic Alliance: dengan perusahaan garmen untuk menjahitkan produk-produk Evelyn's Boutique.
- Supplier Relationship: menitipkan produk Evelyn's Boutique di toko-toko retail Pasar Turi.

Output:

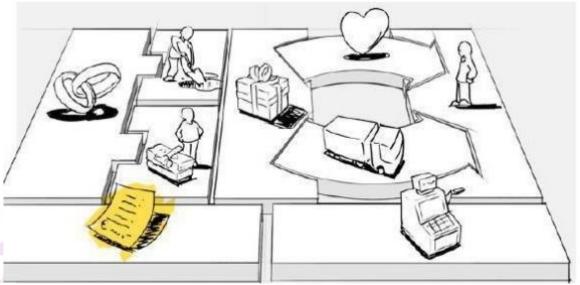
Daftar rekanan kunci di luar organisasi yang dapat mendongkrak performa key activities sehingga dapat menghasilkan value proposition dengan lebih kompetitif lagi.

IX. Cost Structure

Point yang akan dipenuhi:

- a. Pengeluaran apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan model bisnis ini?
- b. Komponen biaya apa yang dibutuhkan pada setiap elemen key acivities, key resources, dan channel?

Cost structure adalah rincian biaya-biaya terbesar yang harus dikeluarkan untuk melakukan key activities dan menghasilkan value proposition. Pada bagian terakhir ini, kita harus menentukan biaya apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan keseluruhan aktivitas bisnis. Untuk mempermudah, struktur biaya dapat diisi berdasarkan isian pada kolom key activities, key resources, dan channel.

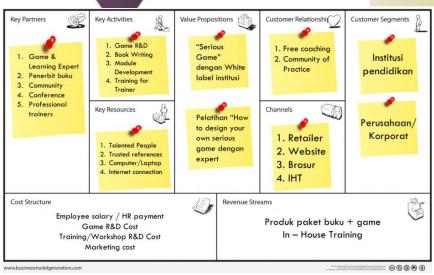


Cost structure adalah daftar biaya yang dikeluarkan oleh organisasi bisnis dalam rangka menciptakan value proposition kepada konsumen. Biasanya, cost structure ini 'ditarik' dari key activities. Beberapa pertanyaan penting untuk diajukan saat memetakan biaya:

- a. Apakah biaya yang dikeluarkan dalam rangka menciptakan *value*?
- b. Mana jenis biaya yang lebih banyak, fixed cost atau variable cost?
- c. Jika bisnis diskala menjadi lebih besar, apakah peningkatannya linear, eksponensial, atau tetap?

Pemetaan struktur biaya perlu dilakukan dengan lebih hati-hati, karena sangat penting apabila organisasi bisnis ingin dibuat dalam skala yang lebih besar dari sebelumnya





Contoh Pengisian Business Model Canvas SignifierGames.com

Kategori di dalam cost structure:

- a. Cost-driven : sensitif terhadap harga bahan baku.
- b. *Value-driven*: perusahaan tidak terlalu memikirkan harga produksi/bahan baku karena yang dijual adalah nilai/seni/status/gaya hidup.
- c. *Fixed cost* : biaya-biaya tetap yang muncul yang tidak tergantung pada jumlah produksi
- d. Variable cost : biaya-biaya yang muncul bervariasi sesuai jumlah yang diproduksi

Output:

Daftar elemen struktur biaya yang dikeluarkan untuk membiayai key activities dalam menciptakan value proposition.



C. Form Business Model Canvas

Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer
				Segments
Who are your key partners? Who are your key suppliers? Which key resources are we acquiring from our key partners? Which key activities do our key partners perform?	Which key activities do our value propositions require? Our distribution channels? Customer relationships? Revenue streams? Key Resources What key resources do our value propositions require? Our distribution channels? Customer relationships?	What value do we deliver to our customers? Which of our cusotomer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each customer segment? Which customer needs are we satisfying?	Which type of relationship does each of our customer segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they? Channels Through which channels do our customers want to be reached? How are we reaching them now? How are our channels integrated?	
	Revenue streams?		Which ones work best?	
			Which ones are most cost efficient?	
			How are they integrating with the customer routines?	
Cost Structure		Revenue		

What are the most important costs inherent in our business model?

Which key resources are the most expensive?

Which key activities are the most expensive?

For what value are our customer really willing to pay?

For what do they currently pay?

How are they currently paying?

How much would they prefer to pay?

How much does each revenue stream contributing to overall revenues?







