

Universitas Sebelas Maret (UNS) Solo
Fakultas Teknik, Prodi PWK
MKU Kewirausahaan

Mengembangkan Ide Usaha
Pemilihan Produk, Presentasi Bisnis

Dr. Bambang S. Pujantiyo

Outline

1. Review Sessi ke-5

2. Pemilihan Produk (lean startup, lean canvas)

3. Contoh Penggunaan Lean Canvas

4. Presentasi Bisnis

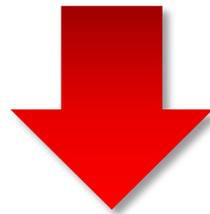
5. Contoh Presentasi Bisnis Singkat

6. Diskusi

Pemilihan Produk

(kondisi umum)

- **Produk Tren** : naik turunnya tren yang tidak bisa ditentukan kapan awal dan akhirnya, harus dapat **beradaptasi dengan cepat** untuk memanfaatkan kesempatan
- **Produk Kebutuhan umum** : sandang, pangan, papan, kebutuhan primer manusia, menjadi **daftar yang tidak terhitung**
- **Produk yang terus menerus** : dapat menjadi bisnis yang menjanjikan, karena **pasar yang selalu ramai**
- **Produk Hobi** : memiliki pasar persaingan yang **tidak begitu ketat**, tp dalam jumlah konsumen yg lbh sedikit
- **Produk Musiman** : hanya akan mendapatkan keuntungan maksimal dalam **waktu tertentu** saja
- **Produk berdasarkan peluang** : harus **cepat**, tidak membuang waktu



Pemilihan Produk Potensial ?

Pemilihan Produk

Lean Startup Methodology :

Umum :

- Dikenal pada 2004 oleh *Steve Blank* dalam buku *The Startup Owner's Manual* dan dilanjutkan oleh *Eric Ries* di tahun 2008 melalui buku *The Lean Startup*.
- Metodologi untuk mengembangkan bisnis dan produk yang bertujuan untuk mempersingkat siklus pengembangan produk dan dengan cepat **menemukan apakah model bisnis yang diusulkan layak**

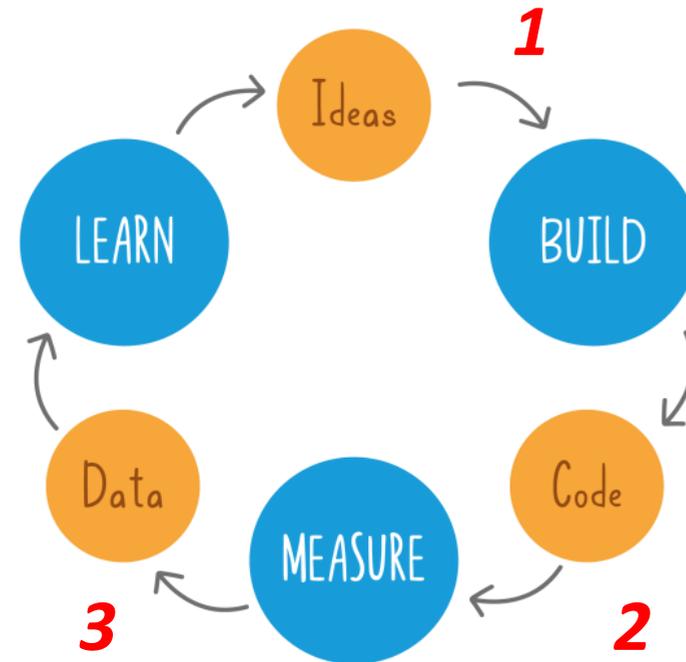
Manfaat :

- Minim Risiko Kegagalan : karena dilakukan berdasar pada **feedback konsumen** langsung.
- Produk Disukai oleh Konsumen : memungkinkan menciptakan produk terbaik bagi konsumen, menjaga kepuasan konsumen, dapat **dikembangkan dengan resiko minimal**
- Dapat digunakan utk **validasi pasar, validasi produk, validasi bisnis**

Referensi : Eric Ries, The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, 2011

Tahapan Lean Startup

- 1. Build** : dari ide mengembangkan **MVP** (Minimum Viable Product : **produk** sederhana / produk tester / prototipe) yang akan disebar ke konsumen.
- 2. Measure** : survey konsumen:
 - Kualitatif : hasilnya data masalah & solusi yg tepat
 - Kuantitatif : hasilnya **data traffic** klik, berupa angka / barchat
- 3. Learn** : Evaluasi / analisis data yang hasilnya adalah **PIVOT** (banting stir, mengganti bisnis model, atau tetap pada bisnis model semula)



Referensi : Eric Ries, *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*, 2011

Tahap 0 : Idea (Pemilihan Produk) dengan Lean Startup - Lean Canvas

| | | | | |
|---|---|---|---|--|
| <p>PROBLEM <i>List your top 1-3 problems.</i></p> <p style="font-size: 48px; text-align: center;">1</p> <p>EXISTING ALTERNATIVES <i>List how these problems are solved today.</i></p> | <p>SOLUTION <i>Outline a possible solution for each problem.</i></p> <p style="font-size: 48px; text-align: center;">3</p> | <p>UNIQUE VALUE PROPOSITION <i>Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention.</i></p> <p style="font-size: 48px; text-align: center;">4 MVP</p> <p>HIGH-LEVEL CONCEPT <i>List your X for Y analogy e.g. YouTube = Flickr for videos.</i></p> | <p>UNFAIR ADVANTAGE <i>Something that cannot easily be bought or copied.</i></p> <p style="font-size: 48px; text-align: center;">5</p> | <p>CUSTOMER SEGMENTS <i>List your target customers and users.</i></p> <p style="font-size: 48px; text-align: center;">2</p> <p>EARLY ADOPTERS <i>List the characteristics of your ideal customers.</i></p> |
| <p>COST STRUCTURE <i>List your fixed and variable costs.</i></p> <p style="font-size: 48px; text-align: center;">8</p> | | <p>REVENUE STREAMS <i>List your sources of revenue.</i></p> <p style="font-size: 48px; text-align: center;">9</p> | | |

Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (www.businessmodelgeneration.com) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.



Lean Canvas

Created by Spark59 // Online version available at www.leancanvas.com

Tahap 1 : Minimum Viable Product (MVP)

- MVP bukan obyek yang dibangun dengan memenuhi bagian fungsional
- MVP dibangun dengan memenuhi syarat sudah berjalan secara *functional*, *reliable*, *usable* dan *good design* untuk satu fitur utama yang dipilih untuk dikembangkan awal dan divalidasi

Referensi : Eric Ries, The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, 2011

Tahap 3 : Measure Customer Needs

(contoh mengukur keinginan konsumen)

1. **Fungsi** : produk dapat **menyelesaikan masalah**
2. **Harga** : **sesuai** untuk sebuah produk
3. **Pengalaman** : sensasi menarik yang **bisa dirasakan** dalam penggunaan
4. **Desain** : memiliki desain yang menarik,
5. **Inovatif** : memudahkan penggunaan, bermanfaat/kompatibel dengan produk lain, menambah layanan, mudah mendapatkan

-
6. **Transparan** : **keterbukaan** thdp kemungkinan potensi masalah pd produk
 7. **Kontrol** : **kemudahan** pengembalian produk, mengubah paket langganan, dll
 8. **Opsi** : **keragaman fitur**, paket , pembayaran dlm pembelian produk
 9. **Aksesibilitas** : **kemudahan mengakses** dan komunikasi dengan customer service.

Contoh Sukses menggunakan Lean Startup



Drew Houston, CEO dan Founder dari Dropbox menemukan blog Lean Startup dan kemudian menerapkannya bagi startup yang sedang ia kelola. Ternyata, hasilnya sangat bagus, di mana proses penciptaan produk lebih cepat untuk memenuhi keinginan customer tepat seperti yang diharapkan oleh customer itu sendiri. Dengan menggunakan Lean Startup Methodology ini, hanya dalam kurun waktu 15 bulan Dropbox yang awalnya hanya memiliki jumlah user 100,000 menjadi 4000,000 user

Pengertian Presentasi Bisnis

- Presentasi bisnis adalah presentasi yang dilakukan untuk kegiatan bisnis. Pada umumnya, dilakukan untuk **memperkenalkan suatu produk**, **mempromosikan produk**, atau **mengusulkan dilakukannya pengembangan produk atau bisnis**
- Dalam melakukan presentasi bisnis harus dilakukan **persiapan** secara matang sehingga tujuan presentasi bisnis yang **efektif dan efisien** dapat tercapai

Persiapan : Prinsip CRAP

C.R.A.P merupakan singkatan dari

- C** = Contrast (kontras),
- R** = Repetition (pengulangan),
- A** = Alignment (kesejajaran/keselarasan),
- P** = Proximity (kedekatan).

Contrast (Kontras)

Kontras adalah **perbedaan yang mencolok**, harus bisa dibedakan dengan yang lain (warna, corak, ukuran, ataupun bentuk) :

- Membedakan hal-hal yang penting dan tidak penting
- Menyembunyikan hal yang tidak terlalu penting

Repetition (Pengulangan)

Bila melakukan pengulangan elemen yang sama, harus konsisten menggunakan **warna, jenis font, atau corak** yang sama. Intinya di setiap desain harus konsisten — jangan berbeda-beda

Referensi : Megan Brooks and Chrissa Lindahl, Design principles: CRAP, Research and Instructional Support, LITS

Persiapan : Prinsip CRAP

Alignment (kesejajaran/keselarasan)

- Alignment menentukan cara setiap elemen ditempatkan dalam desain, akan terlihat lebih rapi dan jelas untuk dibaca atau dipahami.
- Dua jenis dasar perataan adalah perataan tepi dan perataan tengah.

Proximity (Kedekatan)

Jika ada dua elemen yang berhubungan, sebaiknya diletakan berdekatan, hindari kesemrawutan desain dan pastinya akan memudahkan pengguna untuk memahami

Jenis Presentasi Bisnis

- **Laporan kegiatan usaha** : Internal perusahaan
- **Memperkenalkan dan mempromosikan suatu produk** : Eksternal perusahaan:
 - calon pembeli,
 - penyandang dana (hibah),
 - lembaga keuangan (angel, VC, Bank, dll)
- **Mengusulkan dilakukannya pengembangan produk atau bisnis** : Calon mitra usaha (angle, VC, dll)

Pelaksanaan Presentasi Bisnis

- **Tunjukkan Kredibilitas**
 - Cerita singkat tentang latar belakang diri yang berkaitan dengan topik, sehingga **audiens percaya** dengan apa yang akan dipresentasikan
 - ceritakan pengalaman yg akan membuat **penonton merasa memiliki kesamaan**
- **Mulai Bercerita**
 - Buat cerita yang menarik yg membuat disukai dan dipercayai oleh audiens, **shg tidak bosan dan mengantuk**
 - Buatlah para audiens merasa terhubung melalui cerita tsb, **memicu respon emosi**, shg akan terus diingat
 - Bicara dengan **jelas dan ugas**
- **Jangan Ikuti Standar**
 - Jangan hanya mengikuti **standar template** yg sudah ada
 - Jangan takut mengubah **warna, gambar, huruf, logo** yang lebih menarik
 - menambahkan suara, foto, atau video untuk yg **menarik dan tidak terlupakan**
 - dapat menggunakan Teori **10-20-30** : slide yang digunakan < 10, durasi presentasi < 20 menit, dan ukuran font pada slide < 30
 - Singkat dan Padat

Contoh Presentasi Bisnis : Elevator Pitch

- **Deskripsi singkat** dari sebuah ide, produk, atau perusahaan yang menjelaskan konsep sedemikian rupa sehingga setiap pendengar dapat memahaminya dalam waktu singkat
- **Ringkasan uraian bisnis dlm 2 menit** utk paparan di dalam elevator (utk calon investor / penyandang dana)

Elevator Pitch

utk calon investor / penyandang dana

1. **Identitas Diri** : Cukup sampaikan hal tersebut dalam satu kalimat
2. **Apa yang ditawarkan** : Pekerjaan, produk apa yang ditawarkan (value). Buat penjelasan tersebut spesifik dan menarik dalam 1-2 kalimat.
3. **Apa masalah yang berusaha diselesaikan** : Menjelaskan apa masalah yang ingin diselesaikan. Contoh ; *fintech*, membuat kemudahan transaksi, meningkatkan kesadaran generasi milenial akan pentingnya mengelola finansial
4. **Apa yang membedakan dengan orang / perusahaan lain?**
5. **Call to Action (CTA)** : membuat audiens semakin penasaran dan ingin tahu lebih lanjut, CTA bisa mendorong adanya *follow up*. Sampaikan kontak person / kartu nama



<https://youtu.be/QLUyzXhoBik>

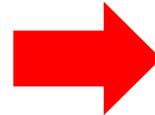
Catatan & Tugas

Catatan :

- Pemilihan Produk (lean startup, lean canvas)
- Presentasi Bisnis (persiapan, pelaksanaan, elevator pitch)

Tugas :

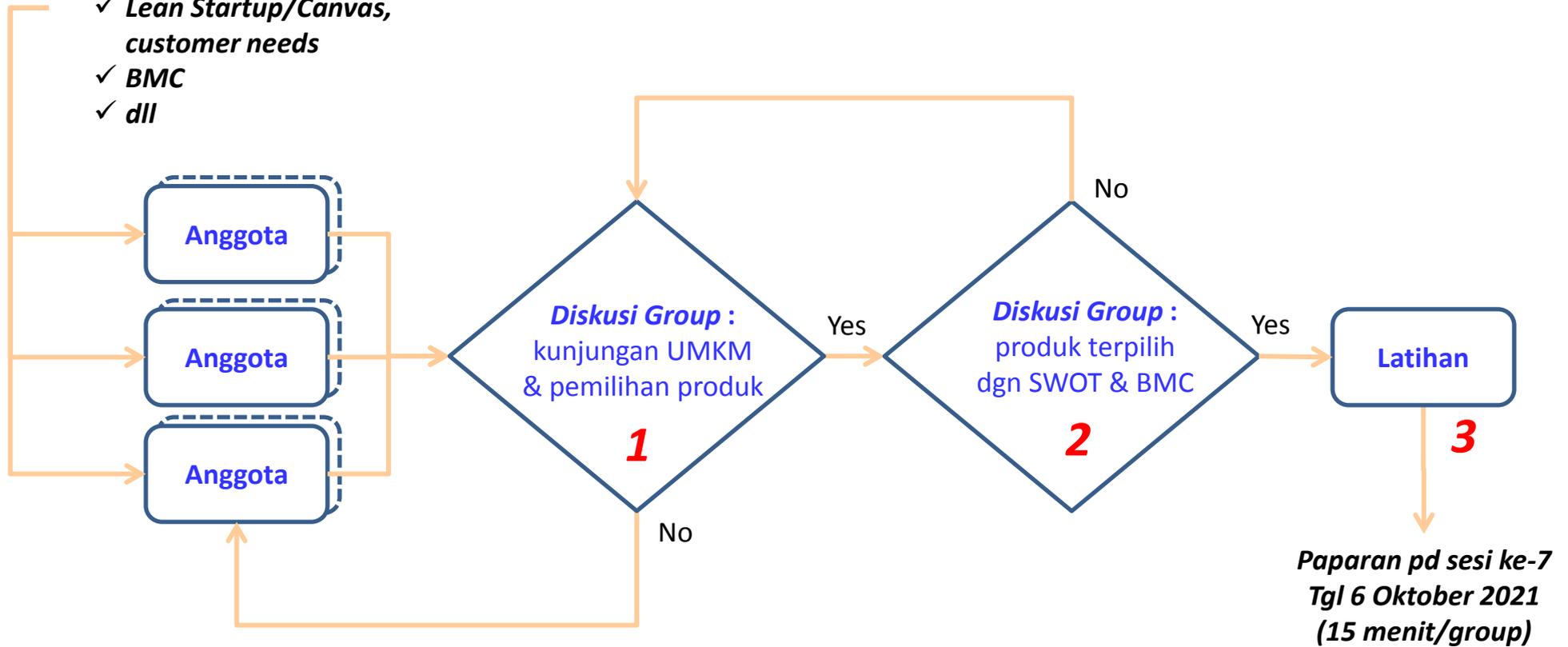
1. Kunjungan UMKM terdekat (diutamakan berbasis PWK), laporan menggunakan form lampiran (perorangan)
2. Buat Usulan Usaha : gunakan SWOT + BMC (group)



- *Logbook berbentuk 1-2 video (zoom) 2-5 menit/diskusi, ttg pemilihan produk dgn Lean Startup, SWOT & BMC*
- *Paparan pada sesi 7 :*
 - *Hasil Kunjungan UMKM,*
 - *Usulan Usaha (SWOT & BMC),*
 - *15 menit/group*

Tahapan Diskusi Group

- Hasil Kunjungan UMKM
- Materi Kuliah :
 - ✓ Kreatif & Inovatif,
 - ✓ Lean Startup/Canvas, customer needs
 - ✓ BMC
 - ✓ dll



PJ : Koordinator / Moderator