

PRAKTIKUM KEWIRAUSAHAAN

BUKU 1 BUKU KASUS



DR. ANINDHYTA BUDIARTI, S.E., M.M.
OKTO ADITYA SURYAWIRAWAN, S.M., M.S.M



LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA SURABAYA
2023/2024

Kata Pengantar

Syukur Alhamdulillah kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberi nikmat, kesehatan, dan kesempatan yang memungkinkan kami menyelesaikan buku ini. Buku ini merupakan edisi revisi dari buku praktikum sebelumnya, dengan menekankan lebih dalam pada formulasi *business model canvas* dan pemasaran *digital* untuk mendukung penjualan produk yang telah dilakukan.

Bahan *Praktikum Kewirausahaan* ini disusun dengan maksud memberi latihan kepada para peserta agar mereka mendapat gambaran yang jelas tentang bagaimana rasanya memulai sebuah usaha dan merasakan menjadi wirausaha selama satu semester melalui diskusi dan praktik baik di dalam maupun luar kelas, hingga praktik penjualan di lapangan.

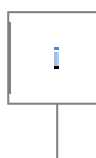
Praktikum Kewirausahaan ini direncanakan untuk tatap muka 14 kali dalam kelas dengan masing-masing pertemuan selama 150 menit. Tahapan-tahapan yang harus dikerjakan meliputi bagaimana menentukan produk yang akan dijual beserta logo, mengidentifikasi elemen *business model canvas* dari produk yang sudah ditentukan, melakukan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman pada produk, menyusun laporan anggaran, menentukan *packaging* dan melakukan *riset pasar*.

Sebagai keluaran dari hasil latihan tersebut, di akhir peserta akan diminta mempresentasikan produk yang telah dibuat lengkap beserta kemasannya, mempresentasikan hasil dan kesan dalam praktik penjualan yang sudah dilakukan, dan membukukan seluruh kegiatan tersebut dalam format Laporan PKL Kewirausahaan yang dikumpulkan pada pertemuan ke 14.

Penulis menyadari bahwa buku praktikum ini kurang sempurna. Oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang. Kepada semua pihak yang telah membantu, penulis mengucapkan banyak terima kasih

Surabaya, 24 Juli 2023

Tim Penulis



Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
Prakata	iii
Bagian I: Prototipe Produk	1
Materi 1: Menentukan Produk yang akan Dijual	2
Materi 2: Menentukan Logo Usaha	7
Materi 3: Menentukan Kemasan	11
Materi 4: Menyusun dan Mempresentasikan Analisis <i>SWOT</i>	13
Bagian II: <i>Business Model Canvas</i>	15
Materi 5: Mengidentifikasi Segmen Pasar dan Media Jalinan Hubungan dengan Konsumen	16
Materi 6: Mengidentifikasi Nilai Produk	19
Materi 7: Menentukan Aktifitas, Sumber Daya dan Mitra Kunci	21
Materi 8: Menentukan Struktur Biaya dan Aliran Pendapatan	23
Bagian III: <i>Digital Marketing</i>	27
Materi 9: Menyusun dan Mempresentasikan Pemasaran Digital: Instagram	28
Materi 10: Menyusun dan Mempresentasikan Pemasaran Digital: TikTok	31
Bagian IV: Portofolio Praktikum Kewirausahaan	34
Materi 11: Melakukan Riset Pasar dan Mempresentasikan Umpan Balik	35
Materi 12: Menyusun Laporan Keuangan	38
Materi 13: Format Portofolio Praktikum Kewirausahaan	40
Contoh	42
Daftar Pustaka	48

Prakata

Buku Praktikum Kewirausahaan ini berisikan materi yang diharapkan mampu untuk tidak hanya memberikan stimulus bagi minat mahasiswa untuk berwirausaha, tetapi dilakukan melalui penciptaan produk yang *up-to-date* dan memiliki nilai bagi pasar pada saat ini. Ada total 4 bagian dan 12 materi yang merupakan bentuk implementasi langkah demi langkah penciptaan produk yang nantinya siap untuk dijual, bagaimana dan kepada siapa menjualnya. Langkah demi langkah ini harus dilakukan oleh mahasiswa setiap minggunya. Kemudian terdapat 1 bab di akhir yang memuat bagaimana melaporkan seluruh langkah-langkah yang sudah ditempuh selama 14 kali tatap muka.

Berbeda dengan Praktikum pada umumnya, Praktikum Kewirausahaan ini dilakukan secara berkelompok. Kelompok akan dibentuk pada tatap muka perdana. Sebagian besar tatap muka di awal, kelompok akan dihadapkan dengan satu topik yang langsung akan didiskusikan dan dipresentasikan di pertemuan yang sama. Beberapa topik diberikan pengantar di akhir pertemuan topik sebelumnya, dilakukan di luar kelas serta dipresentasikan dan didiskusikan pada pertemuan yang sesuai dengan masing-masing topik tersebut.

Walaupun produk yang kemudian nantinya akan menjadi *project* dari mahasiswa diciptakan dan dijual secara berkelompok, namun pelaporannya nanti akan dilakukan secara individual. Masing-masing peserta di setiap Tatap Muka akan diberikan lembar kerja aktivitas dengan format yang sudah ditentukan dan sudah disiapkan sebelumnya, berisikan capaian apa yang telah mereka peroleh pada Tatap Muka tersebut, dikumpulkan, dan nantinya akan dilampirkan di akhir semester di dalam laporan yang mereka buat untuk diberikan poin penilaian keaktifan masing-masing.

Dengan kegiatan Praktikum Kewirausahaan yang hampir keseluruhannya ini berbentuk simulasi, beserta segala macam pengalaman baik ketika tatap muka dan di luar kelas, diharapkan mampu memberikan stimulus yang jauh lebih baik bagi minat usaha dari mahasiswa D3 Akuntansi dan Manajemen Perpajakan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya.



Bagian I

Prototipe Produk

Materi pada bagian ini mencakup:

1. Menentukan Produk yang akan dijual
2. Menentukan Logo Usaha
3. Menentukan Kemasan
4. Menyusun dan Mempresentasikan Analisis *SWOT*

Setelah menyelesaikan bagian ini, mahasiswa diharapkan mampu merencanakan dan memulai usaha dengan lebih baik. Mereka akan dapat menentukan produk yang tepat untuk dijual, memahami pentingnya branding dan identitas merek dengan menentukan logo usaha yang sesuai. Mahasiswa juga akan memiliki pengetahuan tentang bagaimana menentukan kemasan yang efektif untuk melindungi produk dan menarik minat konsumen. Selain itu, mahasiswa akan terampil dalam menyusun analisis *SWOT* untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha mereka. Dengan kemampuan ini, mereka akan dapat mengidentifikasi strategi bisnis yang tepat dan menyusun rencana tindakan yang efektif untuk meningkatkan kesuksesan usaha mereka dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Materi I

Menentukan Produk Yang Akan Dijual

Jenis Kegiatan: Diskusi

Sifat kegiatan: Dalam Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

1. Setiap materi yang telah berhasil diselesaikan oleh mahasiswa diberikan nilai aktivitas oleh dosen.
2. Rentang nilai adalah **0-100**.

Komponen nilai pada Materi I ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila setiap kelompok telah menyelesaikan pengisian seluruh buku kerja maka masing-masing individu berhak mendapatkan nilai **80**.
2. Setiap individu dalam kelompok berhak mendapat nilai tambahan pada rentang **0-20** tergantung pada pemenuhan kategori produk yang akan ditentukan pada penjelasan materi ini.
3. Pengisian buku kerja terkait Materi I harus selesai pada pertemuan yang bersangkutan.
4. Dosen berhak **mengurangi hingga menganulir** nilai aktifitas individu yang tidak menyelesaikan pengisian Materi I karena tidak hadir **tanpa alasan yang kuat** (sakit tanpa surat dokter, urusan pribadi, urusan kantor, dll.).

Dalam usaha meraih kesuksesan dalam berwirausaha, seorang wirausaha atau yang juga dikenal dengan sebutan *entrepreneur*, harus memiliki kemampuan untuk menemukan, kemudian menawarkan produk yang dibutuhkan oleh pasar atau konsumen. Proses pemilihan produk yang baik adalah fondasi utama untuk kesuksesan bisnis. Pertimbangan yang cermat memastikan bahwa produk yang dipilih memiliki nilai tambah yang jelas, memenuhi kebutuhan pasar, dan memiliki keunggulan kompetitif yang membedakannya dari pesaing. Dengan mengikuti proses pemilihan produk yang matang, pengusaha pemula dapat membangun bisnis yang kuat dan berkelanjutan dalam persaingan pasar yang kompetitif.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

1. Tentukan satu jenis usaha yang nantinya akan anda jual bersama rekan kelompok anda pada praktikum kewirausahaan ini!
2. Terdapat tambahan poin tergantung dari jenis usaha yang anda pilih sebagai berikut:
 - a. Usaha yang bergerak dibidang produk **kategori makanan** yang sudah **banyak** di pasaran: **0** nilai tambah.

- b. Usaha yang bergerak dibidang produk **kategori makanan** yang memiliki **added value yang potensial** (penilaian *added value* bersifat subjektif dari dosen; *added value* dinilai utamanya dari nilai jual produk tersebut) kelompok diharapkan dapat menjelaskan potensi produk yang mereka jual secara komprehensif): **10** nilai tambah.
 - c. Usaha yang bergerak dibidang produk **kategori non makanan**: **5** nilai tambah.
 - d. Usaha **kategori non makanan** yang memiliki **added value yang potensial** (penilaian *added value* bersifat subjektif dari dosen; *added value* dinilai utamanya dari nilai jual produk tersebut) kelompok diharapkan dapat menjelaskan potensi produk yang mereka jual secara komprehensif): **15** nilai tambah.
 - e. Usaha yang bergerak dibidang produk **kategori non makanan daur ulang**: **5** nilai tambah.
 - f. Usaha **kategori non makanan daur ulang** yang memiliki **added value yang potensial** (penilaian *added value* bersifat subjektif dari dosen; *added value* dinilai utamanya dari nilai jual produk tersebut) kelompok diharapkan dapat menjelaskan potensi produk yang mereka jual secara komprehensif): **20** nilai tambah.
3. Persyaratan usaha tersebut adalah sebagai berikut:
- a. Usaha harus bergerak di bidang **Produk/Barang**, tidak boleh bergerak dibidang **Jasa**/Produk yang **hanya** menggunakan sistem **Pre-order (PO)**.
 - b. Usaha harus dapat dilakukan dalam waktu dekat.
 - c. Usaha harus sesuai dengan akses dana yang dimiliki oleh kelompok
 - d. Usahakan produk/barang yang akan dijual memiliki keunikan tersendiri yang belum tersedia pada skala lokal, lebih baik lagi nasional. Ini akan membantu kelompok dalam melakukan analisa pada poin-poin selanjutnya

4. Tentukan nama Usaha dan Produk yang akan kelompok anda jual. Usahakan memilih nama yang *se-catchy* mungkin, agar memberikan kesan menarik bagi konsumen yang menjadi target pasar anda.
5. Untuk membantu anda dalam menentukan usaha dan produk yang akan anda jual, dalam waktu kurang lebih **50** menit, lakukan analisa mandiri dengan kelompok anda sebagai berikut:
 - a. Produk seperti apa yang anda sukai, nikmati, konsumsi, anda anggap menarik dan anda temukan manfaatnya?, analisa apakah hal-hal tersebut ada pada usaha dan produk yang anda jual!
 - b. Apabila anda menjadi konsumen, apakah anda berkenan untuk membeli produk tersebut?
 - c. Apakah 5 hingga 10 tahun kedepan produk tersebut masih bisa anda jual?, jelaskan!
 - d. Apakah produk kelompok anda dapat meningkatkan kualitas hidup atau kerja dari konsumen anda?, jeaskan bagaimana produk tersebut dapat melakukannya!
 - e. Apakah anda berkenan berinteraksi terhadap segmen konsumen potensial anda nantinya ketika anda menjual produk tersebut?
 - f. Apakah konsumen membutuhkan produk anda?
 - g. Berapa perkiraan harga produk tersebut nantinya?
 - h. Apakah konsumen potensial anda mampu membeli produk anda?
 - i. Apa keunggulan produk anda dibandingkan produk yang telah ada di pasar?
 - j. Kualitas yang lebih baik atau harga yang lebih murah. Mana yang dapat dengan lebih baik mencerminkan produk yang akan anda jual?. Pertimbangkan segmen konsumen potensial anda nanti ketika menjawab bagian ini.

6. Jadikan analisa yang dicerminkan oleh pertanyaan-pertanyaan di atas menjadi **alasan** dibalik usaha yang akan anda buat dan produk yang akan anda jual
7. Catat alasan-alasan di atas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan usaha dan produk tersebut dihadapan rekan mahasiswa dan dosen
8. Gunakan sisa waktu untuk menyalin alasan tersebut dalam buku kerja anda
9. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun rekan mahasiswa lain untuk menjadi bahan perbaikan pada usaha dan produk tersebut.

PERHATIKAN!!!

10. Produk yang telah anda tentukan hanya dapat dikembangkan atau diperbaiki. Produk tersebut tidak dapat dirubah lagi hingga semester berakhir.

Tugas diluar kelas yang harus kelompok siapkan untuk pertemuan selanjutnya adalah:

1. Setelah kelompok anda telah melakukan penciptaan usaha dan produk pada pertemuan ini. Siapkanlah logo dari usaha dan produk tersebut. Anda dapat menggunakan program *Corel*, *Photoshop*, atau sejenisnya. Bila tidak memiliki kemampuan yang cukup dalam mengoperasikan piranti lunak tersebut, kelompok sementara dapat menggunakan kertas polos dan alat gambar. Kreasikan dan ciptakan logo usaha atau produk yang semenarik mungkin.
2. **Usahakan semaksimal mungkin agar logo tidak melanggar hak cipta.**
3. Materi (Logo) harus telah siap dipresentasikan melalui komputer kelas/didepan kelas sebelum kelas dimulai. Kelompok dihimbau datang lebih awal untuk menyalin file bila akan dipresentasikan melalui Komputer kelas.

4. Perhatikan poin Analisa pada pertemuan selanjutnya dan diskusikan diluar kelas.
5. Siapkan materi presentasi dari logo untuk durasi maksimal 10 menit per kelompok.

Materi 2

Menentukan Logo Usaha

Jenis Kegiatan: Diskusi dan Presentasi

Sifat kegiatan: Dalam dan Luar Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

1. Setiap materi yang telah berhasil diselesaikan oleh mahasiswa diberikan nilai aktivitas oleh dosen.
2. Rentang nilai adalah **0-100**.

Komponen nilai pada Materi 2 ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila setiap kelompok telah menyelesaikan pengisian seluruh buku kerja maka masing-masing individu berhak mendapatkan nilai **100**.
2. Pengisian buku kerja terkait Materi 2 harus selesai pada pertemuan yang bersangkutan.
3. Dosen berhak **mengurangi hingga menganulir** nilai aktifitas individu yang tidak menyelesaikan pengisian Materi 2 karena tidak hadir **tanpa alasan yang kuat** (sakit tanpa surat dokter, urusan pribadi, urusan kantor, dll.).

Tentunya anda sudah tidak asing dengan istilah **“Jangan menilai sesuatu hanya berdasarkan sampulnya”**. Logo merupakan elemen visual yang menjadi identitas utama usaha dan mencerminkan nilai serta citra merek. Dalam dunia bisnis yang penuh dengan persaingan, logo yang kuat dan berkesan dapat membantu usaha membedakan diri dari pesaing, meningkatkan daya tarik pelanggan, dan membangun kesan positif yang tahan lama. Sebuah logo yang dirancang dengan baik juga dapat membantu memperkuat ingatan tentang merek di benak pelanggan, sehingga meningkatkan tingkat kepercayaan dan kesetiaan pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Dalam jangka panjang, logo yang kuat akan menjadi aset berharga bagi usaha, mempermudah upaya pemasaran, dan membantu menciptakan kesan profesionalisme serta kredibilitas yang esensial bagi kesuksesan usaha secara keseluruhan.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

1. Dari logo usaha dan/atau produk yang sudah anda buat, dalam waktu kurang lebih **50** menit, analisa aspek logo tersebut dari segi berikut ini:

- a. **Orisinalitas**, logo hampir dapat dipastikan akan menjadi sebuah merek dagang, yang diakui dan dilindungi hak kekayaan intelektualnya. Maka dari itu memang sudah seharusnya logo didesain sendiri. Namun terdapat kemungkinan lain bahwa logo yang sudah anda buat, memang terinspirasi dari logo lain yang sudah ada. Analisa keunikan dari logo yang sudah anda buat baik ketika memang logo seutuhnya anda desain sendiri, atau terinspirasi dari logo lain yang sudah ada!
 - b. **Memiliki kemampuan beradaptasi**, logo sebaiknya dapat mempertahankan aspek menarik yang dimiliki, baik ketika dikemas dalam bentuk, ukuran, dan warna yang berbeda. Analisa apakah logo anda masih terlihat menarik apabila bentuknya berubah (dari 2 dimensi menjadi 3 dimensi, dari gambar menjadi banner, dikemas dalam bentuk neon box dsb.), ukurannya berubah dan warnanya berubah!
 - c. **Mudah diingat**, logo yang menarik adalah logo yang dapat selalu melekat dibenak konsumen. Analisa bagaimana logo produk anda dapat dengan mudah diingat oleh konsumen?. Apa pesan yang ingin anda sampaikan melalui logo tersebut?
 - d. **Relevansi**, seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, logo adalah ibarat sampul dari buku yang merupakan usaha dan produk anda. Analisa apakah dari logo yang sudah anda buat konsumen dapat menyimpulkan walau hanya sedikit, usaha seperti apa yang anda jalankan, produk seperti apa yang anda buat.
2. Jadikan analisa yang dicerminkan oleh pertanyaan-pertanyaan di atas menjadi **alasan** dibalik logo usaha dan/atau produk yang akan anda jual
 3. Catat alasan-alasan di atas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan logo tersebut didepan kelas.
 4. Gunakan sisa waktu untuk menyalin alasan tersebut dalam buku kerja anda

5. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada logo tersebut.

PERHATIKAN!!!

Logo yang telah anda tentukan dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda melakukan Riset Pasar.

Untuk membantu anda dalam melakukan analisa di atas, coba lihat beberapa contoh logo dan artinya berikut ini:

1. Apple



Makna dari logo *Apple Rainbow* didasarkan pada pernyataan pendiri *Apple*, Steve Jobs. Menurut Jobs, logo ini terinspirasi oleh apa yang dilihatnya ketika mengunjungi kebun apel. Ketika dia melihat apel terpotong dengan warna-warna cerah di kebun apel, ide untuk logo muncul di benaknya. Dia ingin logo tersebut mencerminkan kegembiraan, kreativitas, dan imajinasi manusia.

2. Jollibee



Logo *Jollibee* menampilkan karakter utama *Jollibee*, sebuah maskot yang mencerminkan citra kesenangan dan kebahagiaan dalam memberikan layanan

terbaik kepada pelanggan. Warna merah yang dominan melambangkan semangat, keberanian, dan energi perusahaan.

3. Baskin Robbins



Angka 31 adalah elemen yang sangat khas dalam logo Baskin-Robbins. Angka ini melambangkan jumlah rasa es krim yang tersedia setiap hari dalam sebulan. Dengan slogan "31 Flavors" (31 Rasa), Baskin-Robbins menonjolkan beragam pilihan rasa es krim yang mereka tawarkan, di mana pelanggan dapat menikmati berbagai macam pilihan setiap hari dalam sebulan. Angka 31 yang ditampilkan dalam logo menjadi ciri khas yang mudah diingat dan dikenali oleh pelanggan.

Tugas diluar kelas yang harus kelompok siapkan untuk pertemuan selanjutnya adalah:

1. Desain kemasan produk yang akan anda jual
2. Kemasan harus dapat mencapai ke-6 tujuan yang tercantum pada Materi 3
3. Kelompok harus mempresentasikan contoh prototipe kemasan tersebut di depan kelas
4. Kelompok harus dapat menjelaskan capaian terhadap 6 komponen tujuan yang telah dibahas sebelumnya
5. Materi (Kemasan) harus telah siap dipresentasikan melalui komputer kelas/didepan kelas sebelum kelas dimulai. Kelompok dihimbau datang lebih awal untuk menyalin file bila akan dipresentasikan melalui Komputer kelas.
6. Siapkan materi presentasi dari kemasan untuk durasi maksimal 10 menit per kelompok

Materi 3

Menentukan Kemasan

Jenis Kegiatan: Presentasi

Sifat kegiatan: Dalam dan Luar Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

1. Setiap materi yang telah berhasil diselesaikan oleh mahasiswa diberikan nilai aktivitas oleh dosen.
2. Rentang nilai adalah **0-100**.

Komponen nilai pada Materi 3 ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila setiap kelompok telah menyelesaikan pengisian seluruh buku kerja maka masing-masing individu berhak mendapatkan nilai **100**.
2. Pengisian buku kerja terkait Materi 3 harus selesai pada pertemuan yang bersangkutan.
3. Dosen berhak **mengurangi hingga menganulir** nilai aktifitas individu yang tidak menyelesaikan pengisian Materi 3 karena tidak hadir **tanpa alasan yang kuat** (sakit tanpa surat dokter, urusan pribadi, urusan kantor, dll.).

Studi yang ada telah membuktikan bahwa lebih dari 60% keputusan pembelian diambil sejak pertama kali konsumen melihat etalase atau display dari produk yang dijual kemasan berfungsi sebagai sarana perlindungan dan keamanan untuk produk selama transportasi, penyimpanan, dan distribusi, mencegah kerusakan atau kontaminasi. Selain itu, kemasan juga berperan sebagai wadah yang membantu menjaga kualitas dan kesegaran produk dari paparan lingkungan. Selain aspek fungsional, kemasan juga menjadi elemen visual yang kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Desain kemasan yang menarik dan kreatif dapat menarik perhatian calon pembeli, mencerminkan nilai dan identitas merek, serta meningkatkan daya tarik produk di rak toko. Kemasan yang baik dapat membantu membedakan produk dari pesaing, meningkatkan kesan premium, dan membangun citra positif yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang. Oleh karena itu, kemasan bukan hanya sebagai wadah fisik, tetapi juga merupakan alat pemasaran yang kuat untuk memengaruhi persepsi konsumen dan memastikan keberhasilan produk di pasar. Kemasan yang digunakan pada sebuah produk biasanya memiliki tujuan sebagai berikut:

1. *Menunjukkan keunikan dari produk tersebut dibandingkan produk lain*

2. Meningkatkan estetika yang kemudian dapat menaikkan nilai dari produk yang dijual
3. Melindungi produk dari kerusakan, kontaminasi, atau paparan lingkungan yang dapat merusak kualitas dan kesegaran produk selama transportasi, penyimpanan, dan distribusi
4. Menyediakan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk, seperti nama produk, merek, bahan baku, berat/netto, tanggal kadaluwarsa, instruksi penggunaan, dan label keamanan
5. Menarik perhatian pembeli dengan visual yang cantik
6. Dapat mengandung bahan yang lebih murah, lebih kuat, atau lebih ramah lingkungan

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

1. Jadikan analisa komponen tujuan di atas menjadi **alasan** dibalik kemasan produk yang akan anda jual
2. Catat alasan-alasan di atas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan kemasan produk tersebut didepan kelas.
3. Gunakan sisa waktu untuk menyalin alasan tersebut dalam buku kerja Anda
4. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada kemasan tersebut.

PERHATIKAN!!!

Kemasan yang telah anda tentukan dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda melakukan Riset Pasar.

Materi 4

Menyusun dan Mempresentasikan Analisis SWOT

Jenis Kegiatan: Diskusi dan Presentasi

Sifat kegiatan: Dalam Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

3. Setiap materi yang telah berhasil diselesaikan oleh mahasiswa diberikan nilai aktivitas oleh dosen.
4. Rentang nilai adalah **0-100**.

Komponen nilai pada Materi 4 ini adalah sebagai berikut:

4. Apabila setiap kelompok telah menyelesaikan pengisian seluruh buku kerja maka masing-masing individu berhak mendapatkan nilai **100**.
5. Pengisian buku kerja terkait Materi 4 harus selesai pada pertemuan yang bersangkutan.
6. Dosen berhak **mengurangi hingga menganulir** nilai aktifitas individu yang tidak menyelesaikan pengisian Materi 4 karena tidak hadir **tanpa alasan yang kuat** (sakit tanpa surat dokter, urusan pribadi, urusan kantor, dll.).

Menganalisis SWOT produk sebelum produk dirilis ke pasar sangat penting karena membantu perusahaan memahami posisi produk di pasar dengan lebih baik. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk mereka, peluang yang dapat dimanfaatkan, dan ancaman yang mungkin dihadapi. Dengan memahami aspek-aspek ini, perusahaan dapat mengambil keputusan strategis yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk, memanfaatkan peluang, dan mengatasi tantangan. Analisis SWOT juga membantu merumuskan rencana pemasaran yang efektif, menyusun strategi penjualan yang tepat, dan menentukan cara terbaik untuk memosisikan produk di pasar. Dengan begitu, perusahaan dapat mengoptimalkan potensi keberhasilan produk, mengurangi risiko kegagalan, dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang kompetitif.

Strength dan **Weakness** berasal dari produk itu sendiri (Internal). **Strength** adalah kekuatan, karakter positif dari produk anda dibandingkan dengan produk lain yang telah ada lebih dulu (Harga yang lebih murah, rasa yang lebih beragam, dsb.), sedangkan **weakness** adalah kelemahan, karakter negatif produk anda dibandingkan produk yang lain (produk tidak

eksklusif, tidak tahan lama, dsb.). **Opportunity** dan **Threat** berasal dari lingkungan pasar anda (eksternal). **Opportunity** adalah peluang, karakter positif dari pasar yang akan mendukung penjualan produk anda (pesaing sedikit, dsb.), sedangkan **threat** adalah ancaman, karakter negatif yang menjadi kendala terjualnya produk anda dipasar (selera konsumen sangat selektif, dsb.).

Dalam waktu kurang lebih **50** menit, tugas anda pada pertemuan ini adalah:

1. Analisa masing-masing poin SWOT produk anda
2. Analisa masing-masing poin SWOT pada 2 produk pesaing utama
3. Buat kesimpulan terkait strategi dari hasil analisis yang telah dilakukan
4. Catat analisis di atas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan segmen pasar tersebut didepan kelas.
5. Gunakan sisa waktu untuk menyalin hasil analisis tersebut dalam buku kerja Anda
6. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada potensi pasar tersebut.

PERHATIKAN!!!

Analisis SWOT yang telah anda rumuskan dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda melakukan Riset Pasar.

Bagian 2

Business Model Canvas

Materi pada bagian ini mencakup:

1. Mengidentifikasi Segmen Pasar dan Media Jalinan Hubungan dengan Konsumen
2. Mengidentifikasi Nilai Produk
3. Menentukan Aktifitas, Sumber Daya dan Mitra Kunci
4. Menentukan Struktur Biaya dan Aliran Pendapatan

Setelah menyelesaikan bagian ini, mahasiswa diharapkan memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang aspek strategis dalam mengembangkan dan memasarkan produk secara efektif. Mereka akan mampu mengidentifikasi segmen pasar yang tepat dan memahami cara berinteraksi dengan konsumen potensial melalui media dan hubungan yang relevan. Selain itu, mahasiswa akan memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi nilai produk dan mengkomunikasikan manfaat produk dengan lebih baik kepada pelanggan. Dengan memahami aktivitas, sumber daya, dan mitra kunci, mahasiswa dapat merencanakan pengelolaan sumber daya secara efisien dan menjalin kemitraan yang strategis untuk mendukung kesuksesan produk. Selain itu, peserta juga akan dapat menyusun struktur biaya yang sesuai dan mengidentifikasi aliran pendapatan yang dapat meningkatkan profitabilitas produk. Dengan kemampuan ini, mereka akan siap menghadapi tantangan dalam mengembangkan produk dan mengoptimalkan peluang bisnis di pasar yang kompetitif.

Materi 5

Mengidentifikasi Segmen Pasar dan Media Jalinan Hubungan dengan Konsumen

Jenis Kegiatan: Diskusi dan Presentasi

Sifat kegiatan: Dalam Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

1. Setiap materi yang telah berhasil diselesaikan oleh mahasiswa diberikan nilai aktivitas oleh dosen.
2. Rentang nilai adalah **0-100**.

Komponen nilai pada Materi 5 ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila setiap kelompok telah menyelesaikan pengisian seluruh buku kerja maka masing-masing individu berhak mendapatkan nilai **100**.
2. Pengisian buku kerja terkait Materi 5 harus selesai pada pertemuan yang bersangkutan.
3. Dosen berhak **mengurangi hingga menganulir** nilai aktifitas individu yang tidak menyelesaikan pengisian Materi 5 karena tidak hadir **tanpa alasan yang kuat** (sakit tanpa surat dokter, urusan pribadi, urusan kantor, dll.).

Kotler (2012) menyatakan bahwa tidak ada usaha yang dapat memenuhi kebutuhan dari keseluruhan populasi yang ada di dalam pasar. Usaha biasanya memilah kumpulan konsumen atau segmen yang memiliki kebutuhan yang spesifik. Menentukan segmen pasar bagi sebuah produk sangat penting karena membantu perusahaan memfokuskan pemasaran secara efisien. Dengan mengidentifikasi kelompok konsumen yang memiliki karakteristik dan kebutuhan serupa, perusahaan dapat memahami konsumen lebih baik dan menyampaikan pesan pemasaran yang relevan. Fokus pada segmen pasar yang tepat juga membantu meningkatkan efisiensi pemasaran, mengalokasikan sumber daya dengan bijaksana, dan menciptakan produk yang lebih diminati oleh konsumen. Dengan strategi yang sesuai, perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan pangsa pasar serta kepuasan pelanggan..

Osterwalder dan Pigneur (2010) menyatakan bahwa sebuah perusahaan harus mendefinisikan jenis hubungan yang akan mereka jalin dengan segmen pasar mereka. Hal yang dapat memotivasi perusahaan melakukan ini dapat didorong oleh keinginan untuk memperoleh konsumen baru, mempertahankan pelanggan tetap atau meningkatkan penjualan. Media yang

perusahaan gunakan untuk mewujudkan hal tersebut harus disesuaikan dengan segmen pasar mereka agar dapat meningkatkan pengalaman yang dimiliki pelanggan terhadap produk yang mereka jual.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

- I. Melakukan diskusi mengenai segmen pasar dan Media Jalinan Hubungan dengan Konsumen ditempat selama **75 menit**, dengan menganalisa beberapa aspek berikut ini:
 - a. Sampai pada pertemuan ini, anda pasti sudah memiliki rencana mengenai lokasi penjualan, mayoritas populasi segmen yang ada dilokasi tersebut dan media pemasaran dari produk anda. Identifikasi secara spesifik dimana lokasi berjualan yang anda rencanakan dan siapa konsumen yang anda harapkan untuk membeli produk anda dilokasi tersebut?
 - b. Apakah segmen anda di atas spesifik secara gender?
 - c. Apakah segmen anda di atas pada umumnya mampu membeli produk anda?
 - d. Apakah segmen anda di atas termasuk didalam generasi yang memahami konsep dari produk yang anda jual?
 - e. Mempertimbangkan segmen anda di atas, siapa yang memegang peranan untuk mengambil keputusan pembelian?
 - f. Apakah produk anda termasuk sebagai produk yang akan dikonsumsi terus menerus oleh segmen anda?, bagaimana anda menyasati kebutuhan konsumen tersebut?
 - g. Media pemasaran apa yang akan anda gunakan?, apakah media tersebut dapat diterima oleh segmen yang telah anda tentukan di atas?
 - h. Bagaimana cara anda memperoleh konsumen baru, mempertahankan pelanggan tetap dan meningkatkan penjualan melalui media tersebut?

2. Jadikan diskusi di atas menjadi **pemaparan** segmen dari usaha dan/atau produk yang akan anda jual dan media jalinan hubungan dengan konsumen!
3. Catat pemaparan di atas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan segmen pasar tersebut didepan kelas.
4. Gunakan sisa waktu untuk menyalin alasan tersebut dalam buku kerja Anda
5. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada potensi pasar tersebut.

PERHATIKAN!!!

Segmen yang telah anda tentukan dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda melakukan Riset Pasar.

Media Pemasaran/Penjualan tidak diperkenankan hanya secara Online

Materi 6

Mengidentifikasi Nilai Produk

Jenis Kegiatan: Diskusi dan Presentasi

Sifat kegiatan: Dalam Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

1. Setiap materi yang telah berhasil diselesaikan oleh mahasiswa diberikan nilai aktivitas oleh dosen.
2. Rentang nilai adalah **0-100**.

Komponen nilai pada Materi 6 ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila setiap kelompok telah menyelesaikan pengisian seluruh buku kerja maka masing-masing individu berhak mendapatkan nilai **100**.
2. Pengisian buku kerja terkait Materi 6 harus selesai pada pertemuan yang bersangkutan.
3. Dosen berhak **mengurangi hingga menganulir** nilai aktifitas individu yang tidak menyelesaikan pengisian Materi 6 karena tidak hadir **tanpa alasan yang kuat** (sakit tanpa surat dokter, urusan pribadi, urusan kantor, dll.).

Tidak jarang usaha-usaha yang ada diluar sana harus gulung tikar dalam waktu yang relatif tidak lama. Besar kemungkinan usaha-usaha tersebut gulung tikar bukan karena ketidakmampuan dari wirausaha dalam menciptakan produk, tetapi karena kurangnya konsumen yang berminat terhadap produk perusahaan tersebut. Banyak perusahaan yang gulung tikar karena mereka terlalu fokus pada produk, bukan pada apa yang dapat menjadi alasan bagi konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan menentukan nilai produk yang jelas, perusahaan dapat memahami apa yang membuat produknya unik dan bagaimana produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini membantu perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif, mengkomunikasikan manfaat produk dengan lebih baik kepada konsumen, dan menciptakan diferensiasi dari pesaing. Penentuan nilai produk juga berkontribusi pada penciptaan loyalitas pelanggan, meningkatkan citra merek, dan mencapai kesuksesan jangka panjang dalam pasar yang kompetitif.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

- I. Melakukan diskusi mengenai nilai produk ditempat selama **50 menit**, dengan menganalisa beberapa aspek berikut ini:

- a. **Kebaruan**, apakah produk yang dimiliki menawarkan hal baru yang belum pernah ditemukan konsumen?
 - b. **Performa**, apakah produk yang dimiliki menawarkan performa yang lebih baik daripada sebelumnya?
 - c. **Kustomisasi**, apakah produk dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik konsumen?
 - d. **Solutif**, apakah produk memberikan solusi yang spesifik dan tidak bisa diberikan oleh produk lain?
 - e. **Desain**, apakah desain menjadi faktor utama produk dibandingkan pesaing?
 - f. **Prestise**, apakah merek menjadi faktor utama produk yang dapat meningkatkan status pengguna?
 - g. **Price**, apakah harga menjadi faktor utama dari produk dibandingkan pesaing?
2. Jadikan riset di atas menjadi **pemaparan** nilai produk yang akan anda jual
 3. Catat pemaparan di atas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan nilai pasar tersebut didepan kelas.
 4. Gunakan sisa waktu untuk menyalin pemaparan tersebut dalam buku kerja Anda
 5. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada nilai produk anda.

PERHATIKAN!!!

Nilai Produk yang telah anda temukan dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda melakukan Riset Pasar.

Materi 7

Menentukan Aktifitas, Sumber Daya dan Mitra Kunci

Jenis Kegiatan: Diskusi dan Presentasi

Sifat kegiatan: Dalam Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

1. Setiap materi yang telah berhasil diselesaikan oleh mahasiswa diberikan nilai aktivitas oleh dosen.
2. Rentang nilai adalah **0-100**.

Komponen nilai pada Materi 7 ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila setiap kelompok telah menyelesaikan pengisian seluruh buku kerja maka masing-masing individu berhak mendapatkan nilai **100**.
2. Pengisian buku kerja terkait Materi 7 harus selesai pada pertemuan yang bersangkutan.
3. Dosen berhak **mengurangi hingga menganulir** nilai aktifitas individu yang tidak menyelesaikan pengisian Materi 7 karena tidak hadir **tanpa alasan yang kuat** (sakit tanpa surat dokter, urusan pribadi, urusan kantor, dll.).

Aktivitas kunci pada *Business Model Canvas* adalah rangkaian kegiatan utama yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mengoperasikan model bisnisnya dengan efisien dan mencapai proposisi nilai yang dijanjikan kepada pelanggan. Aktivitas kunci mencakup semua langkah dan proses yang penting dalam menghasilkan, mengantarkan, dan mendukung produk atau layanan. Dari produksi, pemasaran, distribusi, hingga layanan purna jual, aktivitas kunci menggambarkan inti dari operasi bisnis yang membentuk bagaimana perusahaan menciptakan nilai, menjaga keberlanjutan, dan mengoptimalkan hubungan dengan pelanggan dan mitra. Memahami aktivitas kunci membantu perusahaan untuk mengidentifikasi sumber daya yang diperlukan, mengevaluasi efisiensi operasional, serta mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk atau layanan yang ditawarkan.

Sumber daya kunci pada *Business Model Canvas* adalah aset, fasilitas, dan elemen inti lainnya yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengoperasikan bisnisnya dengan sukses. Sumber daya ini mencakup berbagai aspek seperti sumber daya fisik (misalnya, pabrik, peralatan, gudang), sumber daya manusia (keterampilan, pengetahuan, pengalaman karyawan), sumber daya finansial (modal, pinjaman), serta sumber daya intelektual (paten, merek dagang).

Memahami sumber daya kunci membantu perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan dan keterbatasan yang dimilikinya, mengevaluasi kebutuhan investasi, serta merencanakan penggunaan sumber daya dengan efisien untuk mencapai tujuan bisnis dan memberikan nilai terbaik kepada pelanggan.

Mitra kunci pada *Business Model Canvas* adalah entitas atau pihak eksternal yang berperan penting dalam menjalankan dan memperkuat model bisnis perusahaan. Mitra kunci dapat berupa pemasok bahan baku, produsen komponen, distributor, perusahaan logistik, atau mitra strategis lainnya yang berkontribusi dalam rantai nilai perusahaan. Keterlibatan mitra kunci dapat membantu perusahaan mengoptimalkan operasional, mengurangi risiko, dan memperluas jangkauan pasar. Memilih mitra kunci yang tepat memungkinkan perusahaan untuk fokus pada inti bisnisnya, meningkatkan daya saing, dan menghadapi persaingan dengan lebih efektif. Kemitraan yang baik juga dapat meningkatkan nilai yang diberikan kepada pelanggan, serta menciptakan kesempatan untuk kolaborasi inovatif dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

- I. Melakukan diskusi mengenai aktifitas, sumber daya dan mitra kunci ditempat selama **75** menit, dengan menganalisis beberapa aspek berikut ini:
 - a. **Langkah Produksi**, jelaskan langkah demi Langkah dalam membuat produk yang akan anda jual
 - b. **Sumber Daya**, analisis sumber daya fisik, sumber daya manusia dan sumber daya intelektual yang dibutuhkan dalam usaha anda
 - c. **Mitra**, analisis siapa saja pemasok bahan baku, produsen komponen, distributor, perusahaan logistik, atau mitra strategis lainnya yang berperan penting dalam usaha anda

2. Jadikan analisis di atas menjadi **pemaparan** aktifitas, sumber daya dan mitra kunci dari produk yang akan anda jual
3. Catat pemaparan di atas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan aktifitas, sumber daya dan mitra kunci tersebut didepan kelas.
4. Gunakan sisa waktu untuk menyalin pemaparan tersebut dalam buku kerja Anda
5. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada nilai produk anda.

PERHATIKAN!!!

Hasil analisis terhadap aktifitas, sumber daya dan mitra kunci dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda melakukan Riset Pasar.

Materi 8

Menentukan Struktur Biaya dan Aliran Pendapatan

Jenis Kegiatan: Diskusi dan Presentasi

Sifat kegiatan: Dalam Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

1. Setiap materi yang telah berhasil diselesaikan oleh mahasiswa diberikan nilai aktivitas oleh dosen.
2. Rentang nilai adalah **0-100**.

Komponen nilai pada Materi 8 ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila setiap kelompok telah menyelesaikan pengisian seluruh buku kerja maka masing-masing individu berhak mendapatkan nilai **100**.
2. Pengisian buku kerja terkait Materi 8 harus selesai pada pertemuan yang bersangkutan.
3. Dosen berhak **mengurangi hingga menganulir** nilai aktifitas individu yang tidak menyelesaikan pengisian Materi 8 karena tidak hadir **tanpa alasan yang kuat** (sakit tanpa surat dokter, urusan pribadi, urusan kantor, dll.).

Struktur biaya pada *Business Model Canvas* adalah gambaran tentang semua biaya yang terkait dengan operasional perusahaan dalam menjalankan model bisnisnya. Struktur biaya mencakup biaya produksi, biaya pemasaran, biaya distribusi, biaya riset dan pengembangan, biaya sumber daya manusia, serta biaya-biaya lainnya yang dikeluarkan dalam menghasilkan dan memberikan produk atau layanan kepada pelanggan. Memahami struktur biaya membantu perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengelola komponen biaya yang paling signifikan, menilai efisiensi operasional, serta membuat keputusan strategis dalam mencapai profitabilitas dan keberlanjutan bisnis. Pengelolaan struktur biaya yang baik juga memungkinkan perusahaan untuk menentukan harga produk yang tepat dan memastikan bahwa pengeluaran tetap dalam batas yang dapat diakomodasi oleh pendapatan yang diperoleh.

Aliran pendapatan pada *Business Model Canvas* adalah gambaran tentang bagaimana perusahaan menghasilkan penerimaan atau pendapatan dari penjualan produk atau layanan kepada pelanggan. Aliran pendapatan mencakup berbagai sumber penerimaan seperti penjualan langsung, langganan, biaya berlangganan, penjualan berulang, lisensi, iklan, atau model bisnis lainnya. Memahami aliran pendapatan membantu perusahaan untuk mengidentifikasi

model bisnis yang paling efektif, menentukan strategi harga yang tepat, dan mencari peluang untuk menciptakan diversifikasi pendapatan. Pengelolaan aliran pendapatan yang baik juga memungkinkan perusahaan untuk memastikan kestabilan dan keberlanjutan keuangan, serta meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

- I. Melakukan diskusi mengenai struktur biaya dan aliran pendapatan ditempat selama **50** menit, dengan menganalisis beberapa aspek berikut ini:
 - a. **Struktur Biaya**, jelaskan secara rinci struktur biaya pada produk anda seperti yang sudah dijelaskan pada bagian sebelumnya
 - b. **Societal Cost**, jelaskan efek samping yang mungkin ditanggung oleh masyarakat sebagai dampak dari operasional atau kegiatan bisnis perusahaan
 - c. **Environmental Cost**, jelaskan efek samping yang mungkin ditanggung oleh lingkungan hidup di sekitar sebagai dampak dari operasional atau kegiatan bisnis perusahaan
 - d. **Aliran Pendapatan**, jelaskan secara rinci aliran pendapatan pada produk anda seperti yang sudah dijelaskan pada bagian sebelumnya
 - e. **Societal Benefit**, jelaskan manfaat yang bisa diterima oleh masyarakat sebagai dampak dari operasional atau kegiatan bisnis perusahaan
 - f. **Environmental Benefit**, jelaskan manfaat yang bisa diterima oleh lingkungan hidup di sekitar sebagai dampak dari operasional atau kegiatan bisnis perusahaan
2. Jadikan analisis di atas menjadi **pemaparan** struktur biaya dan aliran pendapatan dari produk yang akan anda jual
3. Catat pemaparan di atas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan struktur biaya dan aliran pendapatan tersebut didepan kelas.

4. Gunakan sisa waktu untuk menyalin pemaparan tersebut dalam buku kerja Anda
5. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada nilai produk anda.

PERHATIKAN!!!

Hasil analisis terhadap struktur biaya dan aliran pendapatan dapat dikembangkan, diperbaiki dan juga masih dapat diganti sampai saat anda melakukan Riset Pasar.

Tugas diluar kelas yang harus kelompok siapkan untuk pertemuan selanjutnya adalah:

1. Buat akun Instagram produk anda
2. Buat konten/postingan pada akun Instagram tersebut dengan mempertimbangkan 4 poin aspek yang dijelaskan pada Materi 9
3. Kelompok harus mempresentasikan akun dan postingan Instagram tersebut
4. Kelompok harus dapat menjelaskan capaian terhadap 4 komponen poin aspek pada Materi 9
5. Pastikan jumlah konten sesuai dengan persyaratan nilai penuh pada Materi 9
6. Materi (Instagram) harus telah siap dipresentasikan melalui komputer kelas/didepan kelas sebelum kelas dimulai. Kelompok dihimbau datang lebih awal untuk membuka link.
7. Siapkan materi presentasi untuk durasi maksimal 10 menit per kelompok

Bagian 3

Digital Marketing

Materi pada bagian ini mencakup:

1. Menyusun dan Mempresentasikan Pemasaran Digital: Instagram
2. Menyusun dan Mempresentasikan Pemasaran Digital: TikTok

Setelah menyelesaikan bagian ini, mahasiswa diharapkan memiliki pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran digital di platform media sosial tersebut. Mereka akan mampu menyusun rencana pemasaran digital yang efektif dengan memanfaatkan fitur-fitur unik dari Instagram dan TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan. Mahasiswa akan dapat memahami cara mengoptimalkan konten visual dan kreatif, menggunakan fitur-fitur interaktif, dan berinteraksi dengan audiens secara efektif untuk membangun kesadaran merek, meningkatkan engagement, dan meningkatkan konversi penjualan. Selain itu, mahasiswa juga akan memiliki kemampuan untuk menganalisis performa kampanye pemasaran digital dan menyusun laporan presentasi yang informatif untuk mengukur keberhasilan strategi pemasaran mereka di Instagram dan TikTok. Dengan kemampuan ini, mereka akan siap untuk menghadapi dunia pemasaran digital yang dinamis dan bersaing dalam mencapai tujuan bisnis secara efektif melalui platform media sosial yang semakin populer ini.

Materi 9

Menyusun dan Mempresentasikan Pemasaran Digital: Instagram

Jenis Kegiatan: Diskusi dan Presentasi

Sifat kegiatan: Dalam dan Luar Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

1. Setiap materi yang telah berhasil diselesaikan oleh mahasiswa diberikan nilai aktivitas oleh dosen.
2. Rentang nilai adalah **0-100**.

Komponen nilai pada Materi 9 ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila setiap kelompok telah mempresentasikan akun Instagram produk maka masing-masing individu berhak mendapatkan nilai **80**.
2. Apabila terdapat setidaknya tiga konten/postingan pada Instagram dengan desain dan substansi yang relevan maka individu berhak mendapatkan **20** nilai tambah.
3. Pengisian buku kerja terkait Materi 9 harus selesai pada pertemuan yang bersangkutan.
4. Dosen berhak **mengurangi hingga menganulir** nilai aktifitas individu yang tidak menyelesaikan pengisian Materi 9 karena tidak hadir **tanpa alasan yang kuat** (sakit tanpa surat dokter, urusan pribadi, urusan kantor, dll.).

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer di kalangan pengguna internet, terutama di kalangan milenial dan generasi Z. Instagram menyediakan fitur berbagi foto dan video yang menarik, serta berbagai alat kreatif dan interaktif seperti *Instagram Stories*, IGTV, dan fitur-fitur lainnya. Platform ini memiliki jangkauan luas dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan, sehingga menjadi tempat yang sangat potensial untuk pemasaran produk. Dengan fitur-fitur visual yang menarik, Instagram memungkinkan perusahaan untuk menghadirkan konten yang kreatif dan menarik perhatian, sehingga dapat meningkatkan kesadaran merek dan menciptakan koneksi emosional dengan audiens. Selain itu, Instagram juga menyediakan fitur penggunaan hashtag yang efektif untuk menjangkau audiens target yang lebih spesifik dan memperluas jangkauan pemasaran. Keberadaan *influencer* dan akun bisnis yang populer di Instagram juga memberikan peluang bagi perusahaan untuk bekerjasama dalam kampanye pemasaran yang berdampak besar. Dengan demikian, Instagram menjadi alat yang sangat penting bagi pemasaran produk, memungkinkan perusahaan untuk mencapai audiens yang lebih luas, menciptakan engagement yang tinggi, dan meningkatkan konversi penjualan.

Pentingnya Instagram bagi pemasaran produk juga terletak pada kemampuannya untuk menciptakan konten yang lebih visual dan berinteraksi langsung dengan audiens. Visualisasi produk dan cerita merek melalui gambar dan video memungkinkan perusahaan untuk menyampaikan pesan dengan lebih menarik dan menyenangkan. Dengan menggunakan fitur-fitur interaktif seperti polling, tanya jawab, dan kolom komentar, perusahaan dapat berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan, mengumpulkan umpan balik, dan merespon pertanyaan atau keluhan secara efisien. Keaktifan dan interaksi ini dapat membantu membangun koneksi yang lebih mendalam dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas merek. Selain itu, Instagram juga memberikan kemampuan untuk menargetkan audiens dengan lebih akurat berdasarkan minat, perilaku, dan lokasi, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mencapai audiens yang paling relevan dengan produk mereka. Dengan strategi pemasaran yang tepat, Instagram dapat menjadi saluran yang efektif untuk meningkatkan eksposur merek, menarik calon pelanggan, dan meningkatkan penjualan produk secara signifikan.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

1. Mempresentasikan akun Instagram yang sudah anda buat. Konten dalam akun Instagram harus memuat:
 - a. **Visual yang Menarik** (maksimum 20 nilai)
 - b. **Cerita/Fitur Produk** (maksimum 20 nilai)
 - c. **Penggunaan Produk dalam Kehidupan Sehari-hari/ Konten Interaktif/Penawaran Khusus** (maksimum 20 nilai)
 - d. **Penggunaan Tagar yang Relevan dan Cara Pembelian** (maksimum 20 nilai)
2. Dosen akan menilai presentasi kelompok berdasarkan 4 poin di atas

3. Cetak screenshot akun Instagram dan masing-masing postingan di dalam akun tersebut
4. Rekatkan hasil cetak screenshot pada buku kerja anda
5. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada nilai produk anda.

PERHATIKAN!!!

Penilaian terhadap konten dilakukan pada saat pertemuan berlangsung dan tidak dapat diajukan untuk perbaikan pada pertemuan-pertemuan selanjutnya.

Tugas diluar kelas yang harus kelompok siapkan untuk pertemuan selanjutnya adalah:

1. Buat akun TikTok produk anda
2. Buat konten/postingan pada akun TikTok tersebut dengan mempertimbangkan 4 poin aspek yang dijelaskan pada Materi 10
3. Kelompok harus mempresentasikan akun dan postingan Instagram tersebut
4. Kelompok harus dapat menjelaskan capaian terhadap 4 komponen poin aspek pada Materi 10
5. Pastikan jumlah konten sesuai dengan persyaratan nilai penuh pada Materi 10
6. Materi (TikTok) harus telah siap dipresentasikan melalui komputer kelas/didepan kelas sebelum kelas dimulai. Kelompok dihimbau datang lebih awal untuk membuka link.
7. Siapkan materi presentasi untuk durasi maksimal 10 menit per kelompok

Materi 10

Menyusun dan Mempresentasikan Pemasaran Digital: TikTok

Jenis Kegiatan: Diskusi dan Presentasi

Sifat kegiatan: Dalam dan Luar Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

1. Setiap materi yang telah berhasil diselesaikan oleh mahasiswa diberikan nilai aktivitas oleh dosen.
2. Rentang nilai adalah **0-100**.

Komponen nilai pada Materi 10 ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila setiap kelompok telah mempresentasikan akun TikTok produk maka masing-masing individu berhak mendapatkan nilai **80**.
2. Apabila terdapat setidaknya tiga konten/postingan pada TikTok dengan desain dan substansi yang relevan maka individu berhak mendapatkan **20** nilai tambah.
3. Pengisian buku kerja terkait Materi 10 harus selesai pada pertemuan yang bersangkutan.
4. Dosen berhak **mengurangi hingga menganulir** nilai aktifitas individu yang tidak menyelesaikan pengisian Materi 10 karena tidak hadir **tanpa alasan yang kuat** (sakit tanpa surat dokter, urusan pribadi, urusan kantor, dll.).

TikTok adalah platform media sosial yang menghadirkan video pendek dengan beragam konten kreatif, seperti tarian, tantangan, komedi, dan tips. TikTok telah menjadi fenomena global dengan lebih dari 1 miliar pengguna aktif bulanan, terutama di kalangan generasi muda. Keunikan dari TikTok terletak pada algoritma canggih yang menyajikan konten yang relevan dan menarik bagi setiap pengguna, sehingga menciptakan kesempatan besar untuk pemasaran produk. Pentingnya TikTok bagi pemasaran produk terletak pada daya tariknya yang luas, karena pengguna dari berbagai latar belakang dapat dengan mudah menemukan dan berinteraksi dengan konten yang menarik. Dalam hal ini, pengusaha dapat menciptakan konten kreatif yang relevan dengan produk mereka, menggunakan tren atau tantangan yang sedang populer untuk menarik perhatian, dan dengan cepat memperoleh pengikut dan kesadaran merek yang lebih besar. TikTok juga merupakan platform yang sangat interaktif, sehingga memberikan kesempatan bagi pengguna untuk berpartisipasi dalam hashtag challenges atau ikut dalam tren, sehingga menciptakan keterlibatan tinggi yang berdampak positif pada kesuksesan kampanye pemasaran produk.

Selain itu, TikTok juga menawarkan potensi viralitas yang tinggi. Konten yang kreatif, unik, atau menghibur dapat dengan cepat menjadi viral dan menyebar ke berbagai pengguna di seluruh dunia. Hal ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk mencapai audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan platform pemasaran tradisional. Kemampuan platform ini untuk mencapai audiens yang lebih luas dan terlibat dengan cara yang autentik juga memungkinkan perusahaan untuk membangun koneksi emosional dengan pelanggan dan menciptakan ikatan yang lebih kuat dengan merek. Dalam era pemasaran digital yang berkembang pesat, TikTok telah menjadi saluran pemasaran yang tak terelakkan bagi perusahaan untuk mencapai target audiens yang lebih muda dan menciptakan dampak besar dalam mempromosikan produk mereka secara inovatif dan menarik.

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

1. Mempresentasikan akun TikTok yang sudah anda buat. Konten dalam akun TikTok harus memuat:
 - a. **Kreativitas** (maksimum 20 nilai)
 - b. **Pesan/Fitur Produk** (maksimum 20 nilai)
 - c. **Challenges/Tema Konten yang FYP/Storytelling/Tutorial** (maksimum 20 nilai)
 - d. **Penggunaan Tagar yang Relevan dan Cara Pembelian** (maksimum 20 nilai)
2. Dosen akan menilai presentasi kelompok berdasarkan 4 poin di atas
3. Cetak screenshot akun TikTok dan masing-masing postingan di dalam akun tersebut
4. Rekatkan hasil cetak screenshot pada buku kerja anda

5. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada nilai produk anda.

PERHATIKAN!!!

Penilaian terhadap konten dilakukan pada saat pertemuan berlangsung dan tidak dapat diajukan untuk perbaikan pada pertemuan-pertemuan selanjutnya.

Bagian 4

Portofolio Praktikum Kewirausahaan

Materi pada bagian ini mencakup:

1. Melakukan Riset Pasar dan Mempresentasikan Umpan Balik
2. Menyusun Laporan Keuangan
3. Format Portofolio Praktikum Kewirausahaan

Setelah menyelesaikan bagian I, mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan untuk melakukan analisis mendalam tentang pasar dan pelanggan, serta mengumpulkan umpan balik yang berharga untuk pengembangan bisnis mereka. Mahasiswa akan terampil dalam menyusun laporan keuangan yang akurat dan relevan, sehingga dapat memahami kesehatan keuangan perusahaan mereka. Dengan menguasai format portofolio praktikum kewirausahaan, mahasiswa akan dapat menyusun rencana bisnis yang terstruktur dengan jelas dan presentasi yang efektif untuk mengkomunikasikan visi bisnis dan peluang kepada para pemangku kepentingan. Dengan kombinasi kemampuan ini, mahasiswa akan siap untuk menghadapi tantangan dalam mengelola bisnis mereka secara efisien, mengidentifikasi peluang pertumbuhan, dan mengambil keputusan strategis yang tepat untuk mencapai keberhasilan bisnis jangka panjang.

Materi II

Melakukan Riset Pasar dan Mempresentasikan Umpan Balik

Jenis Kegiatan: Diskusi dan Presentasi

Sifat kegiatan: Dalam dan Luar Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

1. Setiap materi yang telah berhasil diselesaikan oleh mahasiswa diberikan nilai aktivitas oleh dosen.
2. Rentang nilai adalah **0-100**.

Komponen nilai pada Materi II ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila setiap kelompok telah menyelesaikan pengisian seluruh buku kerja maka masing-masing individu berhak mendapatkan nilai **100**.
2. Pengisian buku kerja terkait Materi II harus selesai pada pertemuan yang bersangkutan.
3. Dosen berhak **mengurangi hingga menganulir** nilai aktifitas individu yang tidak menyelesaikan pengisian Materi II karena tidak hadir **tanpa alasan yang kuat** (sakit tanpa surat dokter, urusan pribadi, urusan kantor, dll.).

Melakukan riset pasar merupakan langkah penting bagi sebuah bisnis karena membantu pengusaha memahami pasar dan pelanggan dengan lebih baik. Dengan melakukan riset pasar, pengusaha dapat mengidentifikasi potensi pasar yang ada, tren konsumen, kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta persaingan yang ada di pasar. Informasi ini menjadi dasar untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, mengoptimalkan produk atau layanan agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dan mengidentifikasi peluang untuk mengembangkan segmen pasar baru. Selain itu, riset pasar juga membantu mengurangi risiko bisnis karena keputusan dan inisiatif yang diambil didasarkan pada data dan fakta yang valid. Dengan demikian, riset pasar memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang potensi pasar dan membantu pengusaha dalam merencanakan langkah-langkah yang lebih terarah dan efisien.

Mempresentasikan umpan balik, baik dari pelanggan maupun mitra bisnis, juga memiliki peran penting dalam pengembangan bisnis. Umpan balik merupakan refleksi tentang bagaimana bisnis dan produk direpson oleh pelanggan dan mitra, serta memberikan wawasan tentang area-area yang perlu ditingkatkan atau diubah. Menerima umpan balik yang positif memberikan kepercayaan diri bahwa bisnis berjalan dengan baik dan layanan yang diberikan dinilai positif

oleh pelanggan. Sementara itu, umpan balik konstruktif yang mencakup kritik dan masukan dari pelanggan membantu pengusaha untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian, sehingga meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan. Selain itu, mempresentasikan umpan balik kepada para pemangku kepentingan juga menunjukkan bahwa bisnis berkomitmen untuk menjadi lebih baik dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan membantu bisnis untuk tumbuh dan berkembang dengan berlandaskan pada keinginan dan kebutuhan pelanggan yang sebenarnya.

Pelaksanaan Riset Pasar terbagi menjadi 2 tahapan.

Tahap I

Tugas anda pada pertemuan ini adalah:

I. Melakukan diskusi selama **100** menit mengenai setidaknya 10 item pertanyaan yang nantinya akan dipergunakan sebagai survey terhadap pelanggan potensial dari produk anda. Apa saja yang sekiranya dapat anda tanyakan kepada mereka terkait dengan produk yang anda tawarkan?

Contoh:

1. Setelah menggunakan/merasakan/melihat produk kami, apakah anda menyukainya?
2. Apa yang ada sukai/tidak sukai dari produk kami?
3. Apa yang biasanya membuat anda tertarik untuk membeli produk sejenis ini?

2. Catat poin-poin di atas dan siapkan diri anda untuk mempresentasikan pertanyaan riset pasar tersebut didepan kelas. Lakukan perbaikan berdasarkan masukan dari Dosen/kelompok lain
3. Gunakan sisa waktu untuk menyalin pertanyaan tersebut dalam buku kerja Anda
4. Catat setiap masukan dan pertanyaan yang datang baik dari dosen ataupun kelompok lain untuk menjadi bahan perbaikan pada potensi pasar tersebut.

Tahap 2

1. Setelah kelompok anda telah mendiskusikan komponen riset pasar yang telah anda buat pada pertemuan ini, dalam waktu satu minggu kedepan buat prototipe produk untuk diperlihatkan/dicobakan ke konsumen potensial. Lakukan riset sesuai dengan apa yang sudah anda diskusikan selama pertemuan dan simpulkan hasilnya. Siapkan presentasi sesuai dengan hasil survey anda pada pertemuan berikutnya.
2. Materi (Riset Pasar) harus telah siap dipresentasikan melalui komputer kelas/didepan kelas sebelum kelas dimulai. Kelompok dihimbau datang lebih awal untuk menyalin file ke komputer kelas
3. Siapkan materi presentasi untuk durasi maksimal 10 menit per kelompok

PERHATIKAN!!!

Pertanyaan pada Riset Pasar masih dapat diperbaiki/diganti hingga Kelompok Mahasiswa terjun ke Pasar untuk melakukan Riset.

Materi 12

Menyusun Laporan Keuangan

Jenis Kegiatan: Diskusi dan Presentasi

Sifat kegiatan: Dalam dan Luar Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

1. Setiap materi yang telah berhasil diselesaikan oleh mahasiswa diberikan nilai aktivitas oleh dosen.
2. Rentang nilai adalah **0-100**.

Komponen nilai pada Materi 12 ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila setiap kelompok telah menyelesaikan pengisian seluruh buku kerja maka masing-masing individu berhak mendapatkan nilai **100**.
2. Pengisian buku kerja terkait Materi 12 harus selesai pada pertemuan yang bersangkutan.
3. Dosen berhak **mengurangi hingga menganulir** nilai aktifitas individu yang tidak menyelesaikan pengisian Materi 12 karena tidak hadir **tanpa alasan yang kuat** (sakit tanpa surat dokter, urusan pribadi, urusan kantor, dll.).

Menyusun laporan keuangan sederhana sangat penting bagi bisnis karena memberikan gambaran yang jelas tentang kesehatan keuangan perusahaan. Dengan laporan keuangan yang sederhana dan mudah dipahami, pengusaha dapat dengan cepat menilai pendapatan, biaya, dan keuntungan bisnis mereka. Laporan keuangan sederhana memungkinkan pengusaha untuk mengidentifikasi tren keuangan, mengenali sumber-sumber pendapatan dan pengeluaran yang signifikan, serta melakukan analisis kinerja keuangan yang lebih efektif. Informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan sederhana juga menjadi panduan bagi pengusaha dalam mengambil keputusan strategis, mengelola kas secara efisien, dan mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan atau penghematan. Dengan pemahaman yang jelas tentang laporan keuangan, pengusaha dapat merencanakan langkah-langkah yang tepat untuk mengoptimalkan profitabilitas dan pertumbuhan bisnis, serta menjaga stabilitas keuangan yang lebih baik dalam menghadapi tantangan dan peluang di pasar.

Setelah anda melakukan riset pasar susun Laporan Keuangan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. *Fixed Cost*, adalah biaya komponen tidak habis pakai yang anda butuhkan untuk merealisasikan produk yang direncanakan dalam satuan Rupiah
2. *Variable Cost*, adalah biaya komponen habis pakai yang anda butuhkan untuk merealisasikan produk yang direncanakan dalam satuan Rupiah
3. *Total Cost*, adalah total biaya yang anda keluarkan, didapatkan dari menjumlahkan *fixed cost* dan *variable cost* dalam satuan Rupiah (*Fixed cost + Variable Cost*)

PERHATIKAN!!!

Biaya yang dinyatakan pada Laporan Keuangan adalah biaya riil yang anda telah keluarkan untuk Riset Pasar. Biaya Fixed Cost atas peralatan yang sifatnya milik pribadi harus ditaksir harganya berdasarkan referensi yang dapat dipertanggungjawabkan

Materi 13

Format Portofolio Praktikum Kewirausahaan

Jenis Kegiatan: Diskusi

Sifat kegiatan: Luar Kelas

Panduan Penilaian Dosen:

1. Portofolio Praktikum Kewirausahaan oleh mahasiswa diberikan nilai ujian oleh dosen.
2. Rentang nilai adalah **0-100**.
3. Komponen nilai pada Portofolio Praktikum Kewirausahaan dapat dilihat pada Lembar Penilaian yang menjadi bagian dari Portofolio
4. Dosen dipersilahkan untuk menentukan waktu pengumpulan portofolio, detail terkait teknis pengumpulan merupakan kewenangan masing-masing Dosen untuk menentukan.

Teknis Penulisan:

1. Konten paper secara umum terdiri dari:
 - a. Cover STIESIA
 - b. Cover Produk
 - c. Lembar Penilaian
 - d. Daftar Isi
 - e. Isi dari Portofolio adalah seluruh bab yang telah ditempuh mahasiswa selama Praktikum Kewirausahaan (mahasiswa dapat melihat contoh pada lampiran)
 - f. Penutup
 - g. Lampiran
2. Jenis font yang diterima adalah Arial/Calibri
3. Ketentuan Cover:
 - a. Ditulis dengan ukuran font 14 alignment center (rata tengah), spasi 1,5
 - b. Judul ditulis dengan huruf besar terdiri dari
 - i. Portofolio Praktikum Kewirausahaan
 - ii. Nama Produk
 - c. Logo STIESIA berwarna dengan diameter tidak lebih dari 8cm
 - d. Nomor kelompok
 - e. Nama anggota kelompok
 - f. Laboratorium Kewirausahaan

g. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

h. STIESIA SURABAYA

i. Tahun pembuatan

4. Ketentuan Isi

a. Ditulis dengan font berukuran 11 untuk Arial & 12 untuk Calibri, alignment justify (rata kanan kiri), spasi 1,5

b. Bab pada Isi ditulis secara berkelanjutan tanpa perlu berganti halaman di sebelah Kiri

c. Judul bab ditulis dengan menggunakan huruf tebal (Bold)

d. Awalan paragraf menjorok kedalam dengan jarak 1 cm

e. Setiap paragraf hanya berisi tidak lebih dari 1 ide pokok

5. Makalah dijilid softcover dengan laminasi berwarna putih

Contoh Cover:

**PORTOFOLIO PRAKTIKUM KEWIRAUSAHAAN
DMP/DMPX/DA/DAX
AYAM GEPREK NESU**



RAISA ANDRIANA	1610000001
ISYANA SARASVATI	1610000002
YURA YUNITA	1610000003

**LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA STIESIA
SURABAYA
2023/2024**

Contoh Cover Produk:

**PORTOFOLIO PRAKTIKUM KEWIRAUSAHAAN
DMP/DMPX/DA/DAX**

TEMPEL LOGO PRODUK ANDA DISINI

RAISA ANDRIANA	1610000001
ISYANA SARASVATI	1610000002
YURA YUNITA	1610000003

**LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA STIESIA
SURABAYA**

2023/2024

Format Lembar Penilaian

Indikator Penilaian	Bobot Max	Nilai
Tata Bahasa	15	
Kerapian Penulisan	20	
Kelengkapan Isi Laporan	15	
Kualitas Isi Laporan	30	
Penggunaan Alat Bantu Visual	20	
Nilai Akhir	100	

Contoh Format Isi

Bagian I: Prototipe Produk

Penentuan Produk

Produk yang kami jual adalah..... Alasan kami menjual produk ini adalah..... Kami yakin konsumen akan berkenan membeli produk kami karena..... Kami yakin bahwa produk ini akan bertahan dalam kurun waktu 5 hingga 10 tahun kedepan karena..... dst.

Logo Usaha

Masukkan logo disini.

Logo kami diatas memiliki arti..... Orisinalitas logo kami terletak pada..... Menurut kami, logo yang kami gunakan mampu beradaptasi dengan berbagai media promosi karena..... dst.

Kemasan

Masukkan gambar kemasan disini.

Kemasan kami ini mampu menunjukkan keunikan dari produk kami karena..... dst.

Analisis SWOT

Masukkan tabel SWOT dan Perumusan Strategi

Bagian 2: Business Model Canvas

Segmen Pasar

Segmen dari produk kami adalah Segmen kami spesifik menasar pada....
Karena..... dst.

Media Jalinan Hubungan Dengan Konsumen

.....
..... dst.

Nilai Produk

.....
..... dst.

Aktifitas, Sumber Daya dan Mitra Kunci

.....
..... dst.

Struktur Biaya

.....
..... dst.

Aliran Pendapatan

.....
..... dst.

Business Model Canvas

Masukkan tabel *Business Model Canvas*

Bagian 3: *Digital Marketing*

Pemasaran Digital: Instagram

Konsep akun Instagram kami adalah..... Kami memutuskan untuk menggunakan konsep tersebut karena..... dst.

Masukkan *screenshot* akun Instagram dan beberapa postingan

Pemasaran Digital: TikTok

Konsep akun TikTok kami adalah..... Kami memutuskan untuk menggunakan konsep tersebut karena..... dst.

Masukkan *screenshot* akun Tiktok dan beberapa postingan

Bagian 4: Portofolio Praktikum Kewirausahaan

Riset Pasar

Riset pasar kami lakukan dengan menanyakan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1.
2.
3. dst.

Berikut adalah hasil dari riset pasar yang telah kami lakukan (dapat disajikan dalam bentuk grafik disertai penjelasan)..... dst.

Berdasarkan hasil umpan balik kami menarik kesimpulan bahwa..... Perbaikan akan kami lakukan pada..... dst.

Laporan Keuangan

Masukkan Tabel Laporan Keuangan

Penutup

Kesimpulan

Setelah serangkaian kegiatan baik mulai dari penentuan produk hingga riset pasar, maka kami dapat menarik beberapa kesimpulan. Yang pertama, dst

Daftar Pustaka

- Berry, T. 2017. What Is a SWOT Analysis?. <https://articles.bplans.com/how-to-perform-swot-analysis>, Diakses 6 November 2016 (12:00)
- Klimchuk, M. R. & Krasover, S. A. 2012. Packaging Design. Canada: John Wiley & Sons Inc.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2012. Marketing Management. USA: Prentice Hal.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. 2010. Business Model Generation. Canada: John Wiley & Sons Inc.
- Tracy, B. 2005. Choosing a Product or Service to Sell. <https://www.entrepreneur.com/article/78778>, Diakses 6 November 2016 (9:47)



Dr. Anindhyta Budiarti, S.E., MM. lahir di Mojokerto 6 Maret 1982, sebagai dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Menempuh pendidikan S3 di PDIM-FEB Universitas Brawijaya (UB) Malang tahun 2013, S2 di Pascasarjana FEB Universitas Brawijaya (UB) Malang tahun 2008, S1 di FEB Universitas Airlangga (UA) Surabaya tahun 2005.



Okto Aditya Suryawirawan, S.M., M.S.M lahir di Malang 10 Oktober 1987, sebagai dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Menempuh S2 di MSM Universitas Airlangga (UA) Surabaya, S1 di FEB Universitas Airlangga (UA) Surabaya. Aktif dalam kegiatan pendampingan di berbagai program kewirausahaan mahasiswa seperti PKM-K dan P2MW.