PERTANYAAN KLARIFIKASI UNTUK TIM RELASI DIRI
Kemitraan Relasi Diri x NOUIU: panduan membaca chart Human Design
Disusun: 15 Oktober 2026

==========
CARA MENGISI
==========
- Setiap pertanyaan punya "Rekomendasi kami". Kalau setuju, cukup tulis "setuju". Kalau tidak, tulis jawaban Tim di baris "Jawaban Tim RD".
- Urutan pertanyaan disusun dari yang paling menentukan. Jawaban di bagian A dan B mengubah isi bagian sesudahnya, jadi mohon diisi dulu.
- Tanda [WAJIB] berarti proposal belum bisa difinalkan tanpa jawaban ini. Tanda [BOLEH NANTI] berarti bisa dijawab setelah pertemuan pertama.

==========
POSISI SAAT INI (untuk pegangan bersama)
==========
- NOUIU (nouiu.com) adalah kalkulator chart Human Design gratis, berbahasa Indonesia dan Inggris, masih status beta.
- Pembacaan chart secara mendalam saat ini dilakukan manual oleh pemilik NOUIU sendiri. Harga sesinya belum kita ketahui.
- Ide inti proposal: sistem yang memandu pengguna membaca chart-nya sendiri dalam 8 langkah, dengan cara pemilik NOUIU membaca. Langkah 1 dan 2 gratis, sisanya dibuka sekali bayar, plus PDF. Isi disusun dari rekaman sesi pemilik dan disetujui olehnya. AI hanya merangkai.
- Draf proposal 16:9 (8 slide) sudah ada. Draf itu belum membahas bayaran dan masih gambaran kasar.

==========
A. POSISI RELASI DIRI DALAM KEMITRAAN INI
==========

A1. [WAJIB] Proposal ini atas nama siapa: Relasi Diri sebagai lembaga, atau Fuad secara pribadi?
Kenapa penting: menentukan sampul, nada tulisan, siapa yang menandatangani kesepakatan, dan ke rekening siapa uang masuk.
Rekomendasi kami: atas nama Relasi Diri, dengan Fuad sebagai penanggung jawab teknis. Lembaga terlihat lebih kuat dan lebih tahan lama di mata pemilik NOUIU dibanding perorangan.
Jawaban Tim RD: _____

A2. [WAJIB] Human Design bukan ilmu psikologi berbasis bukti, sementara Relasi Diri adalah lembaga psikologi. Bagaimana Relasi Diri ingin tampil dalam kemitraan ini?
Kenapa penting: risiko reputasi. Kalau nama Relasi Diri menempel pada produk Human Design tanpa batas yang jelas, klien korporat bisa membacanya sebagai dukungan ilmiah terhadap Human Design.
Pilihan:

(a) Relasi Diri hanya sebagai mitra teknologi dan pengembang, tidak memberi pernyataan tentang Human Design.
(b) Relasi Diri ikut menyumbang lapisan refleksi diri yang ditulis psikolog, dengan batas jelas bahwa itu bukan bagian dari Human Design.
(c) Relasi Diri tidak tampil sama sekali di produk; hanya di kesepakatan kerja.

Rekomendasi kami: (a). Nama Relasi Diri tidak muncul di halaman produk NOUIU, dan semua halaman memuat penegasan "alat refleksi diri, bukan ramalan, bukan klaim ilmiah, bukan nasihat profesional".
Jawaban Tim RD: _____

A3. [WAJIB] Apa tujuan utama Relasi Diri dari kemitraan ini? Pilih SATU yang paling penting, lalu urutkan sisanya.
(a) Pemasukan baru dari luar bisnis inti
(b) Portofolio dan studi kasus produk digital berbayar
(c) Akses ke pengguna NOUIU (20 sampai 40 tahun, suka pengenalan diri) sebagai calon klien konseling Relasi Diri
(d) Hubungan jangka panjang dengan pemilik NOUIU

Kenapa penting: tujuan (c) mengubah produk, karena perlu jalur yang sopan dari NOUIU ke layanan Relasi Diri. Tujuan (a) mengubah cara bayar. Tujuan (b) membuat kita boleh lebih murah di awal.
Rekomendasi kami: (a) dulu, (b) kedua. Tujuan (c) perlu diputuskan hati-hati karena bertabrakan dengan pilihan A2.
Jawaban Tim RD: _____

A4. [WAJIB] Kemitraan ini bagian dari lini B2B Relasi Diri, lini B2C, atau proyek terpisah di luar keduanya?
Kenapa penting: Relasi Diri saat ini fokus B2B. Produk NOUIU dijual ke perorangan, jadi siapa yang mengurus dan dari anggaran mana perlu jelas.
Rekomendasi kami: proyek terpisah di bawah tim teknologi Relasi Diri, dengan laporan sendiri, supaya tidak mengganggu lini B2B.
Jawaban Tim RD: _____

==========

B. TENTANG NOUIU DAN PEMILIKNYA

==========

B1. [WAJIB] Bagaimana Relasi Diri kenal pemilik NOUIU, dan sejauh mana pembicaraan sudah berjalan?
(a) Belum pernah bicara, proposal ini pendekatan pertama
(b) Sudah ngobrol santai, belum ada pembahasan kerja sama
(c) Pemilik sudah menyampaikan kebutuhan atau masalahnya

Kenapa penting: kalau (a), proposal harus singkat dan memancing rasa ingin tahu. Kalau (c), proposal harus menjawab masalah yang ia sebut dengan kata-katanya sendiri.
Rekomendasi kami: kalau (a) atau (b), kirim versi pendek 5 slide dan

minta pertemuan 30 menit, bukan proposal lengkap.
Jawaban Tim RD: _____

B2. [WAJIB] Apakah pemilik NOUIU memang merasa butuh menghasilkan uang dari NOUIU, atau ini ide dari pihak kita?
Kenapa penting: kalau NOUIU proyek hobi atau dakwah pribadi, tawaran "monetisasi" bisa terasa mengganggu. Pendekatannya perlu diganti menjadi "membantu menjangkau lebih banyak orang".
Rekomendasi kami: cari tahu dulu lewat obrolan ringan sebelum mengirim proposal.
Jawaban Tim RD: _____

B3. [BOLEH NANTI] Data apa yang sudah kita ketahui tentang NOUIU?
Mohon isi yang diketahui, kosongkan yang tidak:
- Jumlah chart dibuat per bulan: _____
- Sumber pengunjung utama (Instagram, TikTok, Google, mulut ke mulut): _____
- Jumlah sesi baca manual per bulan: _____
- Harga sesi baca manual: _____
- Pengguna mayoritas Indonesia atau luar negeri: _____

Kenapa penting: angka ini menentukan apakah proyeksi pemasukan perlu dicantumkan, dan apakah harga Rupiah atau Dolar yang utama.
Rekomendasi kami: kalau datanya belum ada, proposal tidak memuat proyeksi angka, cukup skenario.
Jawaban Tim RD: _____

B4. [BOLEH NANTI] Siapa pemilik NOUIU dari sisi keahlian: praktisi Human Design bersertifikat, atau belajar mandiri?
Kenapa penting: isi panduan bersumber dari cara ia membaca. Kalau ia bersertifikat, itu jadi nilai jual. Kalau tidak, kita perlu lebih hati-hati dengan klaim "dibaca oleh ahli".
Rekomendasi kami: sebut "cara pemilik NOUIU membaca", bukan "ahli bersertifikat", sampai statusnya jelas.
Jawaban Tim RD: _____

==========
C. PRODUK YANG DITAWARKAN
==========

C1. [WAJIB] Apakah "panduan membaca chart 8 langkah" sudah disepakati sebagai inti tawaran, atau masih terbuka untuk ide lain?
Ide lain yang sempat dibahas: laporan PDF tebal, langganan harian, alat untuk praktisi (white-label), program afiliasi.
Rekomendasi kami: panduan 8 langkah sebagai inti; yang lain cukup satu slide "peluang berikutnya" supaya proposal tetap fokus.
Jawaban Tim RD: _____

C2. [WAJIB] Apakah wajar meminta pemilik merekam 3 sampai 5 sesi

pembacaannya sebagai bahan isi panduan?
Kenapa penting: ini permintaan besar di pertemuan awal, dan ada izin klien yang harus diurus pemilik.
Pilihan:
(a) Minta rekaman sesi asli (paling kaya, paling berat)
(b) Minta pemilik menjelaskan cara ia membaca dalam 1 sampai 2 sesi wawancara dengan kita (lebih ringan, tanpa data klien)
(c) Minta pemilik menulis sendiri
Rekomendasi kami: (b). Lebih ringan, tidak menyentuh data klien pemilik, dan hasilnya cukup untuk menyusun isi.
Jawaban Tim RD: _____

C3. [WAJIB] Apakah psikolog Relasi Diri perlu meninjau isi panduan sebelum terbit?
Kenapa penting: panduan memberi saran perilaku ("tunda keputusan sampai besok", "beri jeda saat emosi tinggi"). Saran semacam ini bisa disalahartikan pengguna yang sedang dalam kondisi rentan.
Rekomendasi kami: ya, tinjauan ringan untuk bahasa yang aman, ditambah jalur rujukan bila pengguna menulis hal yang mengarah ke krisis. Tinjauan ini tidak menyentuh isi Human Design-nya.
Jawaban Tim RD: _____

C4. [BOLEH NANTI] Bahasa produk: Indonesia dulu, atau langsung Indonesia dan Inggris?
Rekomendasi kami: Indonesia dulu. Inggris menyusul bila data B3 menunjukkan banyak pengguna luar negeri.
Jawaban Tim RD: _____

==========
D. BENTUK KERJA SAMA (sikap internal, belum masuk proposal)
==========

D1. [WAJIB] Model kerja sama apa yang Relasi Diri inginkan?
(a) Jasa bangun sekali bayar
(b) Bagi hasil murni dari penjualan panduan
(c) Gabungan: biaya awal kecil ditambah bagi hasil untuk masa tertentu (misalnya 12 bulan)
(d) Usaha bersama: produk dimiliki berdua
Kenapa penting: proposal awal sengaja tidak membahas bayaran, tetapi Tim perlu punya sikap sebelum pemilik bertanya di pertemuan.
Rekomendasi kami: (c). Biaya awal menunjukkan keseriusan, bagi hasil menyamakan kepentingan, batas waktu mencegah kesepakatan menggantung.
Jawaban Tim RD: _____

D2. [WAJIB] Siapa yang menerima uang dari pembeli panduan?
(a) Rekening dan akun pembayaran milik NOUIU, Relasi Diri ditagih bagiannya

(b) Rekening Relasi Diri, NOUIU ditransfer bagiannya
Kenapa penting: pihak yang menerima uang menanggung pajak, refund, dan keluhan pembeli. Ini juga menentukan siapa yang mendaftar ke Duitku dan Paddle.
Rekomendasi kami: (a). Produk milik NOUIU, jadi uang masuk ke NOUIU. Relasi Diri tidak menanggung urusan pajak dan keluhan konsumen perorangan.
Jawaban Tim RD: _____

D3. [WAJIB] Siapa pemilik sistem dan data pengguna, dan sistemnya berjalan di server siapa?
Kenapa penting: data lahir adalah data pribadi. Pada kemitraan Lingkar Akademi, Relasi Diri memilih server milik mitra tanpa akses Relasi Diri. Apakah pola yang sama berlaku di sini?
Rekomendasi kami: data pengguna milik NOUIU dan disimpan di server NOUIU. Relasi Diri hanya punya akses perawatan selama masa kerja sama, dan akses itu dicabut setelah selesai.
Jawaban Tim RD: _____

D4. [BOLEH NANTI] Kalau kemitraan berakhir, apa yang terjadi?
Rekomendasi kami: sistem tetap berjalan milik NOUIU, dengan masa serah terima 30 hari dan dokumentasi lengkap. Relasi Diri boleh mencantumkan proyek ini di portofolio tanpa menyebut angka.
Jawaban Tim RD: _____

==========
E. PROPOSAL DAN PERTEMUAN
==========

E1. [WAJIB] Siapa penerima proposal dan bagaimana disampaikan?
(a) Dikirim lewat WhatsApp atau email untuk dibaca sendiri
(b) Dipresentasikan langsung atau lewat video call
Rekomendasi kami: (b). Proposal dipakai sebagai alat bantu bicara, lalu dikirim setelah pertemuan. Versi untuk dibaca sendiri butuh lebih banyak teks penjelas.
Jawaban Tim RD: _____

E2. [WAJIB] Perlukah prototype yang bisa dicoba sebelum pertemuan pertama, atau cukup proposal dulu?
Kenapa penting: prototype paling meyakinkan (pemilik bisa mencoba chart-nya sendiri), tetapi butuh waktu kerja beberapa hari.
Rekomendasi kami: cukup proposal dulu, ditambah satu contoh pembacaan nyata untuk chart pemilik NOUIU sendiri (kalau data lahirnya bisa didapat). Prototype dibangun setelah pemilik tertarik.
Jawaban Tim RD: _____

E3. [WAJIB] Kapan target pertemuan atau pengiriman proposal?
Tanggal: _____

E4. [WAJIB] Hal apa yang TIDAK boleh disebut di proposal?
Contoh: harga, bayaran Relasi Diri, nama klien Relasi Diri lain, hubungan dengan Lingkar Akademi.
Rekomendasi kami: tidak menyebut bayaran dan tidak menyebut klien lain. Harga panduan tetap ditulis sebagai rekomendasi.
Jawaban Tim RD: _____

E5. [WAJIB] Pertemuan pertama dianggap berhasil kalau pemilik NOUIU setuju apa?
(a) Setuju bertemu lagi untuk melihat prototype
(b) Setuju sesi wawancara cara ia membaca chart (bahan isi)
(c) Setuju uji coba terbatas, misalnya 1 bulan
(d) Setuju kerja sama penuh
Rekomendasi kami: target realistis (b). Begitu pemilik mau menjelaskan cara membacanya, ia sudah ikut memiliki proyeknya.
Jawaban Tim RD: _____

==========
F. SUMBER DAYA RELASI DIRI
==========

F1. [BOLEH NANTI] Siapa saja dari Relasi Diri yang terlibat, dan berapa jam per minggu?
Rekomendasi kami: Fuad sebagai penanggung jawab teknis, satu psikolog untuk tinjauan C3 (sekitar 2 jam per bulan), satu orang untuk komunikasi dengan pemilik NOUIU.
Jawaban Tim RD: _____

F2. [BOLEH NANTI] Berapa biaya awal yang siap ditanggung Relasi Diri selama uji coba (server, domain, biaya AI, pesan WhatsApp)?
Rekomendasi kami: di bawah Rp500 ribu per bulan selama uji coba, dan ditanggung pemilik NOUIU begitu produk mulai menghasilkan.
Jawaban Tim RD: _____

==========
RINGKASAN: YANG PALING PERLU DIJAWAB DULU
==========

1. A1 Atas nama siapa
2. A2 Bagaimana Relasi Diri tampil terhadap Human Design
3. A3 Tujuan utama kemitraan
4. B1 Sudah sejauh mana hubungan dengan pemilik NOUIU
5. B2 Apakah pemilik memang ingin menghasilkan uang dari NOUIU
6. E2 Prototype sebelum pertemuan, atau proposal dulu
7. E5 Apa arti "berhasil" untuk pertemuan pertama

Setelah tujuh jawaban ini masuk, proposal bisa dirombak dari gambaran kasar menjadi versi final dalam satu putaran.

Pertanyaan Pengerucutan: LMS Relasi Diri x Lingkar Akademi

Rencana sekarang ada tiga pihak:
• *Relasi Diri* menyiapkan materi kelas
• *Lingkar Akademi* membantu menjualkan
• *Perusahaan pelanggan* membeli untuk karyawannya

Ke depan, LMS ini juga mungkin dijual dengan nama dan logo milik perusahaan pelanggan (white-label).

Catatan: rencana ini berbeda dari keputusan 14 Okt. Waktu itu materi dikelola Lingkar Akademi, sekarang materi disiapkan Tim Relasi Diri. Karena itu beberapa hal perlu diputuskan ulang.

Cara menjawab: tulis nomor dan huruf, contoh "1A, 2B, 3C". Kalau tidak ada yang cocok, tulis "lainnya: ...". Pilihan bertanda ✅ adalah saran dari saya.

———————————————

A. Proposal untuk siapa

1. Proposal pertama ini dibaca siapa?
A. Lingkar Akademi, isinya ajakan kerja sama ✅
B. Perusahaan pelanggan, isinya penawaran kelas
C. Keduanya, dibuat dua dokumen terpisah

———————————————

B. Peran dan pembagian

2. Aplikasi LMS-nya milik siapa?
A. Relasi Diri. Lingkar Akademi dan pelanggan white-label memakai aplikasi yang sama (Hosting dan Server Punya Lingkar Academy)✅
B. Lingkar Akademi
C. Milik bersama

3. Hak atas materi kelas?
A. Milik Relasi Diri. Lingkar Akademi boleh menjual, tapi Relasi Diri juga tetap boleh menjual sendiri ✅
B. Milik Relasi Diri, dan hanya Lingkar Akademi yang boleh menjual (eksklusif) untuk jangka waktu tertentu
C. Milik bersama

4. Posisi Lingkar Akademi?
A. Agen penjual: dapat bagian dari setiap penjualan ✅
B. Pembeli grosir: membeli akses dalam jumlah besar dari Relasi Diri, lalu menjual lagi dengan harga sendiri
C. Lainnya

5. Perusahaan pelanggan membayar ke siapa?
A. Ke Lingkar Akademi. Bagian Relasi Diri dihitung dari jumlah peserta yang tercatat di aplikasi dan disetor tiap bulan ✅
B. Ke Relasi Diri. Bagian Lingkar Akademi dibayarkan tiap bulan
C. Tergantung siapa yang membawa pelanggan

6. Harga ke pelanggan ditentukan siapa?

Harga Konsinyasi (Harga Berdasarkan kesepakatan bersama, misal Lingkar Academy jual 100k, 70k Lingkar 30k RD karena walaupun di luar lingkup Lingkar academy tetap harus menjual 100k)
A. Relasi Diri menetapkan harga dasar, Lingkar Akademi boleh menambah di atasnya ✅
B. Harga sama untuk semua, disepakati bersama
C. Lingkar Akademi bebas menentukan

7. Yang dibeli pelanggan itu apa?

B2C Akses Kelas Lingkar Academy Per Kelas
B2B LMS Sistemnya
A. Akses kelas per karyawan per tahun ✅
B. Paket kelas sekali beli untuk sejumlah karyawan
C. Pembuatan kelas khusus untuk perusahaan itu (investasi di depan)

8. Biaya membuat dan merawat aplikasi ditanggung siapa?
B2C → Lingkar Academy
B2B → Relasi Diri

A. Relasi Diri, lalu kembali dari hasil penjualan ✅
B. Dibagi Relasi Diri dan Lingkar Akademi
C. Dibebankan ke pelanggan pertama

———————————————

C. Materi

9. Rilis pertama berisi berapa kelas?
Total Video = Total OSG
A. 1 kelas dulu, berisi 5–8 video pendek, kuis, dan sertifikat ✅
B. 2–3 kelas sekaligus
C. Lainnya

10. Topik kelas pertama apa?
(jawab bebas, contoh: kelola stres kerja, burnout, komunikasi tim)
Berdasarkan OSG
11. Siapa yang membuat isi materinya?
A. Psikolog Relasi Diri menulis naskah, video dibuat dengan format contoh yang sudah ada (video v1 di demo) ✅
B. Psikolog Relasi Diri direkam langsung
C. Campuran keduanya

12. Dalam 3 bulan, Tim Relasi Diri sanggup menyiapkan berapa kelas?
(jawab angka, dan sebutkan siapa yang mengerjakan)
Beberapa kelas, setidaknya 5

13. Materi sama untuk semua pelanggan, atau bisa disesuaikan?

B2C → Sesuai video yang kita buat/kirim/submit
B2B → Custom sesuai permintaan perusahaan/Klien

A. Sama untuk semua. Penyesuaian per perusahaan jadi layanan tambahan berbayar ✅
B. Selalu disesuaikan per perusahaan

14. Apakah ada layanan psikolog di dalam paket (misalnya sesi tanya jawab atau konseling)?

Ada After Sales Menu Button untuk beli Layanan konseling Relasi Diri

A. Tidak di paket dasar, tersedia sebagai tambahan berbayar ✅
B. Termasuk di paket
C. Tidak ada sama sekali

———————————————

D. White-label

15. White-label artinya sampai mana?

A. Logo, warna, dan alamat web milik pelanggan, dengan server sendiri yang biayanya ditanggung pelanggan ✅
B. Hanya logo dan warna, server tetap bersama
C. Pelanggan menerima salinan aplikasi dan mengelolanya sendiri

16. Di versi white-label, nama Relasi Diri tetap muncul?

B2C → Terpampang Jelas "Materi oleh Relasi Diri"
B2B → Sementara “Hilang sama sekali”
A. Tetap ada, kecil: "Materi oleh Relasi Diri" ✅
B. Hilang sama sekali

17. Siapa yang boleh menjual versi white-label?
A. Lingkar Akademi dan Relasi Diri sama-sama boleh. Calon pelanggan dicatat siapa yang membawanya, supaya tidak berebut ✅
B. Hanya Lingkar Akademi
C. Hanya Relasi Diri

———————————————

E. Data peserta dan server

18. Perusahaan pelanggan (B2B) boleh melihat apa tentang karyawannya?

A. Siapa yang sudah selesai dan nilai kuisnya, per nama. Jawaban refleksi pribadi tidak terlihat ✅
B. Hanya rekap angka, tanpa nama
C. Semuanya, termasuk jawaban refleksi

19. Server aplikasinya di mana?
A. Di server Relasi Diri, Lingkar Akademi mendapat akun untuk memantau penjualannya ✅
B. Tetap seperti keputusan 14 Okt: di server Lingkar Akademi, Relasi Diri tidak punya akses Untuk B2C, B2B di Relasi Diri
C. Lainnya

———————————————

F. Target

20. Sudah ada calon pelanggan pertama? Kalau ada, siapa dan berapa karyawannya?
Sudah, tapi belum tahu detailnya

21. Kapan targetnya mulai dipakai pelanggan pertama?
A. Bulan depan
B. 2–3 bulan lagi ✅
C. Belum ditentukan