



PROPOSAL USAHA FIKSI

(Cover Disarankan Dihias dengan Desain yang Menarik)

“JUDUL KARYA FIKSI”

SUB JUDUL KARYA PROPOSAL FIKSI

NAMA TIM

REZA AULIA AKBAR

ALI SUROJAYA

Kategori Lomba

Pengembangan Usaha

Bidang Lomba *(Pilih Salah Satu)*

Agribisnis, Agroteknologi, dan Kemaritiman / Fashion / Game / Kesehatan, Kecantikan, dan Perawatan Diri / Kewirausahaan Sosial / Kriya / Bisnis Kuliner / Seni Rupa dan Desain / Teknologi Digital / Video, Animasi, dan Film / Wisata dan Budaya

Catatan Informasi

Contoh Lengkap Proposal Usaha dan Video Penjelasan Teknik Penulisan

Dokumen FIKSI bisa dilihat di <https://linktr.ee/InfoFIKSISHI2026>

**Pengembangan Usaha : Minimal sudah memiliki transaksi 3 bulan*

Nama Sekolah

Kabupaten/Kota, Nama Provinsi

Tahun 2026

(Bagian Konten Utama Proposal ini Disarankan Dihias dengan Header dan Footer yang Menarik! Gunakan Font yang Standar agar Mudah Dibaca. Perkaya dengan Visual Gambar dan Tabel, Jangan Full Tulisan. Setiap sub bab harus ada interpretasi, penjelasan, dan analisis)

A. Purwarupa Produk / Jasa

1. Pendahuluan (Latar Belakang, Tujuan, dan Manfaat)
2. Dokumentasi Produk / Jasa Asli (Tidak Boleh Gambar AI)
3. Penjelasan Logo, Nama Brand, dan Slogan Produk / Jasa
4. Fitur dan Keunggulan Produk / Jasa (Value Proposition)
5. Cara Kerja atau Operasional Produk / Jasa
6. Penjelasan Korelasi Produk dengan Tema (Inovasi Teknologi Berbasis Kearifan Lokal)

B. Implementasi Usaha Berjalan

1. Proses Produksi Produk / Jasa
**Menjelaskan proses produksi dari awal hingga menjadi produk jadi. Bisa dilengkapi dengan gambar setiap proses, diberi keterangan, dan dijelaskan detail*
2. Kanal Distribusi
**Saluran distribusi adalah jalur atau rangkaian perantara (seperti distributor, grosir, dan pengecer) yang dilalui suatu produk atau jasa. Jalur ini bergerak dari produsen hingga mencapai konsumen akhir. Tujuannya adalah memastikan ketersediaan barang di tempat yang tepat pada waktu yang tepat*
3. Proses Pemasaran
 - 3.1. Media Sosial (Online)
**Screenshoot media sosial yang dimiliki saat ini (kondisi eksisting sosial media bisnis dan bukan rencana)*
 - 3.2. Direct Selling (Offline)
**Screenshoot media sosial yang dimiliki saat ini (kondisi eksisting sosial media bisnis dan bukan rencana)*
4. Manajemen Operasional
 - 4.1. Kerangka Operasional
 - *Bisa menggunakan SIPOC Diagram (Supplier, Input, Process, Output, Control)*
 - *Framework 5M+E (Man, Machine, Method, Material, Money, dan Environment)*
 - 4.2. Model Bisnis (B2B, B2C, dan B2G)
 - 4.3. Sumber Daya (Key Resources)
**Bisa dijelaskan dari Key Resources, tambahkan keterangan masing-masing peran atau fungsi*
5. Manajemen Risiko
 - 5.1. Identifikasi dan Penilaian Risiko Bisnis
**Contoh lihat Lampiran*
 - 5.2. Strategi Mitigasi Risiko
**Contoh lihat Lampiran*

6. Capaian Kinerja Bisnis (KPI) (Opsional)

No	Indikator Ketercapaian	Target Capaian	Realisasi Capaian	Tingkat Ketercapaian
1	Jumlah Pelanggan Semester 1	100 Pengguna Baru	50 Pengguna	50%
2				
3				

*Contoh tabel untuk menyajikan bagian ini, bisa dimodifikasi sesuai kreativitas

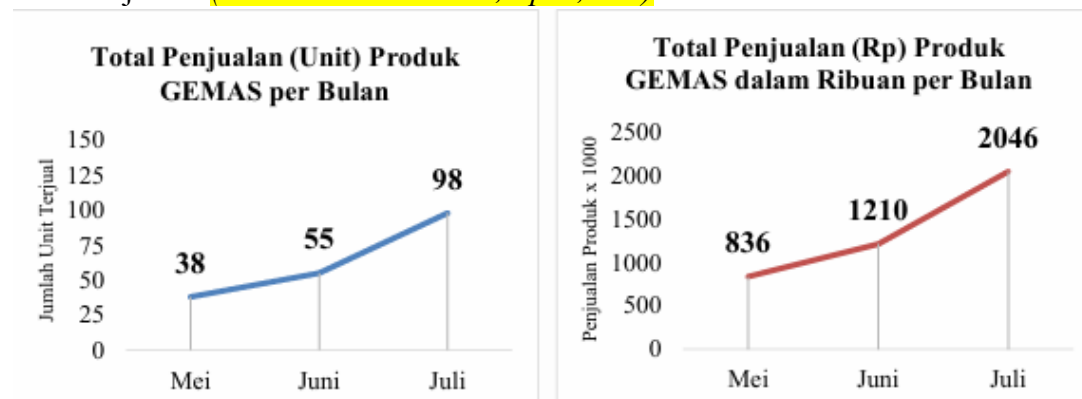
C. Data Penjualan dan Kolaborasi

1. Rekap Transaksi

Tanggal	Nama Pelanggan	Unit Terjual	Pendapatan (Rp)

*Contoh tabel untuk menyajikan bagian ini, bisa dimodifikasi sesuai kreativitas

2. Tren Penjualan (Min 3 Bulan = Maret, April, Mei)



*Sajikan tren seperti gambar karena ini untuk membuktikan bahwa karya teman-teman adalah pengembangan usaha

3. Kemitraan

No	Nama Mitra	Peran Mitra
1	Mitra 1	Peran Mitra 1
2	Mitra 2	Peran Mitra 2
3	Mitra 3	Peran Mitra 3

*Contoh tabel untuk menyajikan mitra kolaborasi, bisa dimodifikasi

D. Dampak Usaha

1. Feedback Pelanggan

**Bagian ini bisa diberi foto dengan pelanggan atau dibuat dalam bentuk deskripsi tabel dan diikuti dengan testimoni*

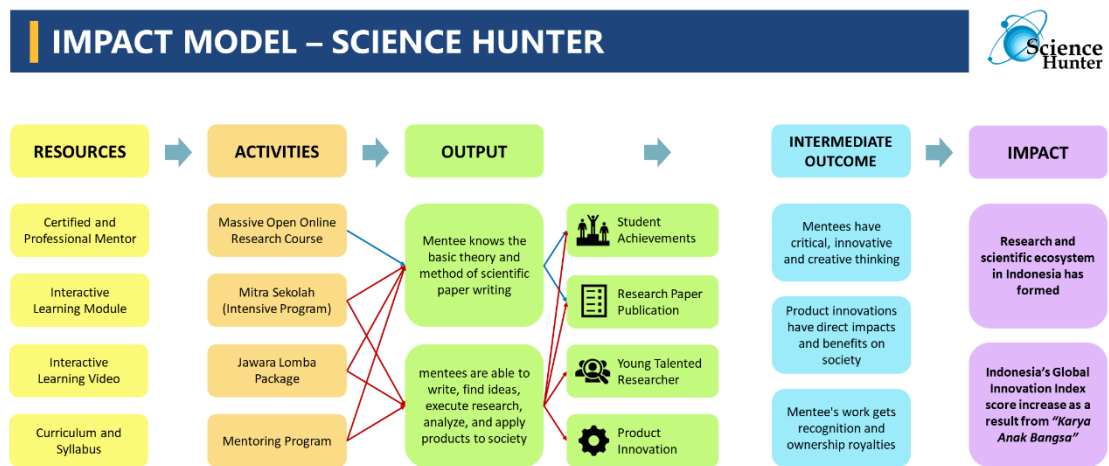
2. Wawancara dan Validasi Ahli

No	Narasumber	Instansi	Catatan Review

**Contoh tabel untuk menyajikan bagian ini (bisa ditambahkan bukti gambar), bisa dimodifikasi sesuai kreativitas*

3. Review Pelanggan (Rating)

4. Bukti Usaha (Impact Model) (Opsional)



**Gambar atau tabel di atas hanya contoh dan bersifat opsional, bisa dimodifikasi sesuai kreativitas*

5. Keberlanjutan Usaha

a. Triple Bottom Line (People, Planet, Profit)

Aspek 3P	Deskripsi dan Penjelasan
People	
Planet	
Profit	

**Contoh tabel untuk menyajikan hasil wawancara, bisa dimodifikasi*

b. Dampak Produk terhadap Indonesia Emas 2045 dan SDGs (Sustainable Development Goals)

**Link informasi terkait SDGs: <https://sdgs.bappenas.go.id/kolaborasi-dalam-mencapai-tujuan-pembangunan-berkelanjutan-tpbsdgs-di-indonesia/>*

E. Penguatan Brand dan Strategi Pemasaran (Bersifat Rencana Mendatang)

1. Saluran Pemasaran (Rencana Mendatang atau Ekspansi Pemasaran)

1.1. Media Sosial (Online)

- 1.2. Direct Selling (Offline)
2. Materi Promosi
3. Positioning
 - 3.1. STP Strategy dan TAM SAM SOM
 - 3.2. Competitor Matrix *(Lihat contoh penjelasan di video)*
 - 3.3. Positioning Statement *(Lihat contoh penjelasan di video)*

F. Perbaikan Berbasis Evaluasi (Rencana)

1. Matriks Evaluasi dan Perbaikan

No	Evaluasi	Rencana Perbaikan	Target
1	Web sering error	1. Perbaikan A 2. Perbaikan B 3. Perbaikan C	Agustus 2026

**Tabel di atas hanya contoh, bisa dimodifikasi sesuai kreativitas*

2. Jadwal Rencana Pengembangan Bisnis (Juli-Desember 2026)

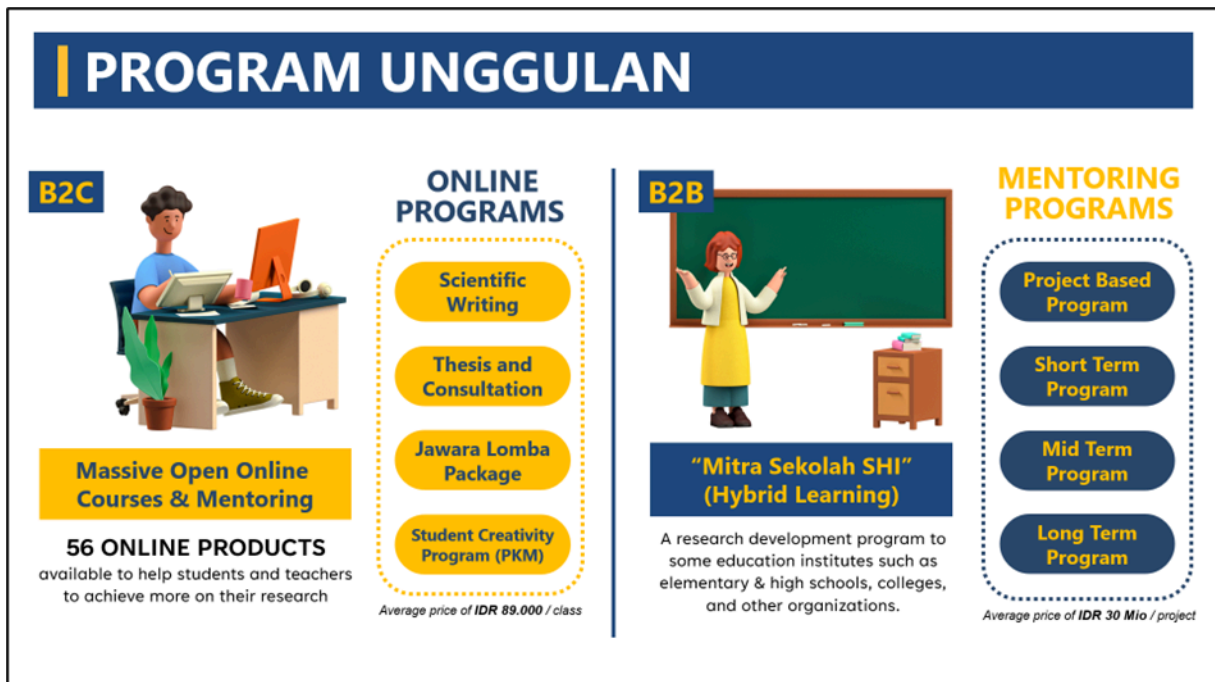
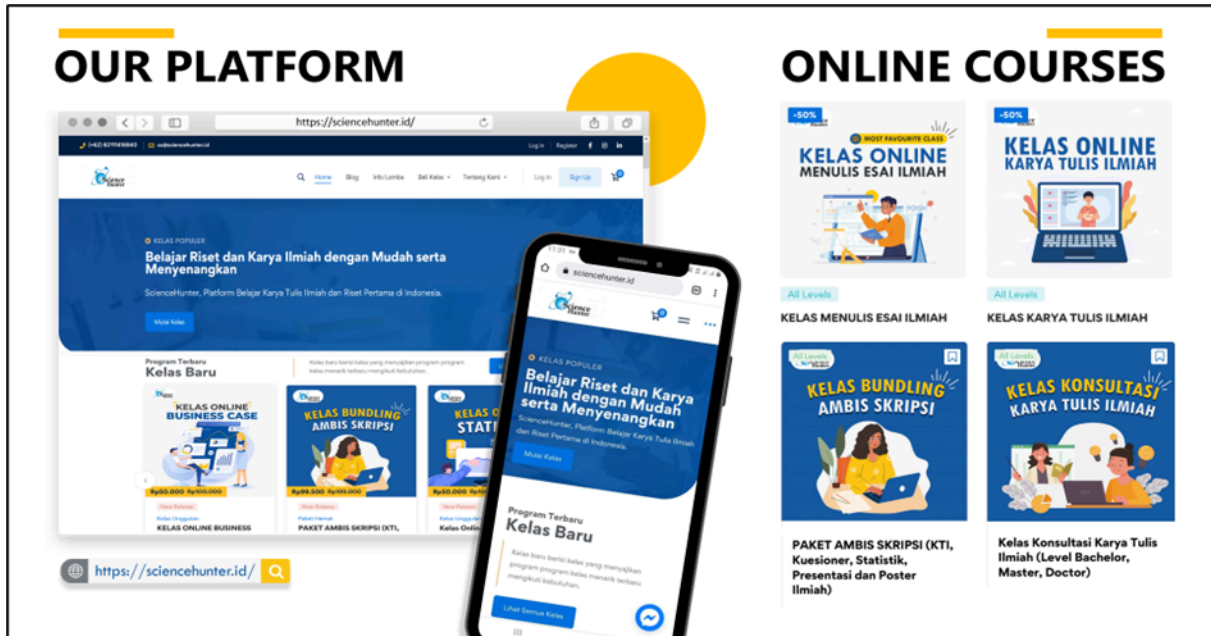
No	Jenis Kegiatan	Bulan											
		April			Mei			Juni			Juli		
1	Perencanaan Kegiatan												
2	Desain produk												
3	Penyempurnaan												
4	Pemasaran												
5	Proses Produksi dan Penjualan												
6	Penyusunan Proposal												

**Gambar atau tabel di atas hanya contoh, bisa dimodifikasi sesuai kreativitas*

LAMPIRAN PROPOSAL USAHA

(Semua Konten Lampiran di Tahap 1 Wajib Dimasukkan dan Diupgrade! Gambar atau Tabel yang sudah Masuk di Bagian Inti Proposal tidak perlu diulang pada Lampiran)

Lampiran 1 : Purwarupa Produk Jasa



Infografis Program dan Model Bisnis (B2C dan B2B)

Lampiran 2 : Dokumentasi Survei, Sosialisasi, Wawancara, dan Pengujian Produk

Lampiran 3 : Dokumentasi Hasil Penjualan Produk / Jasa

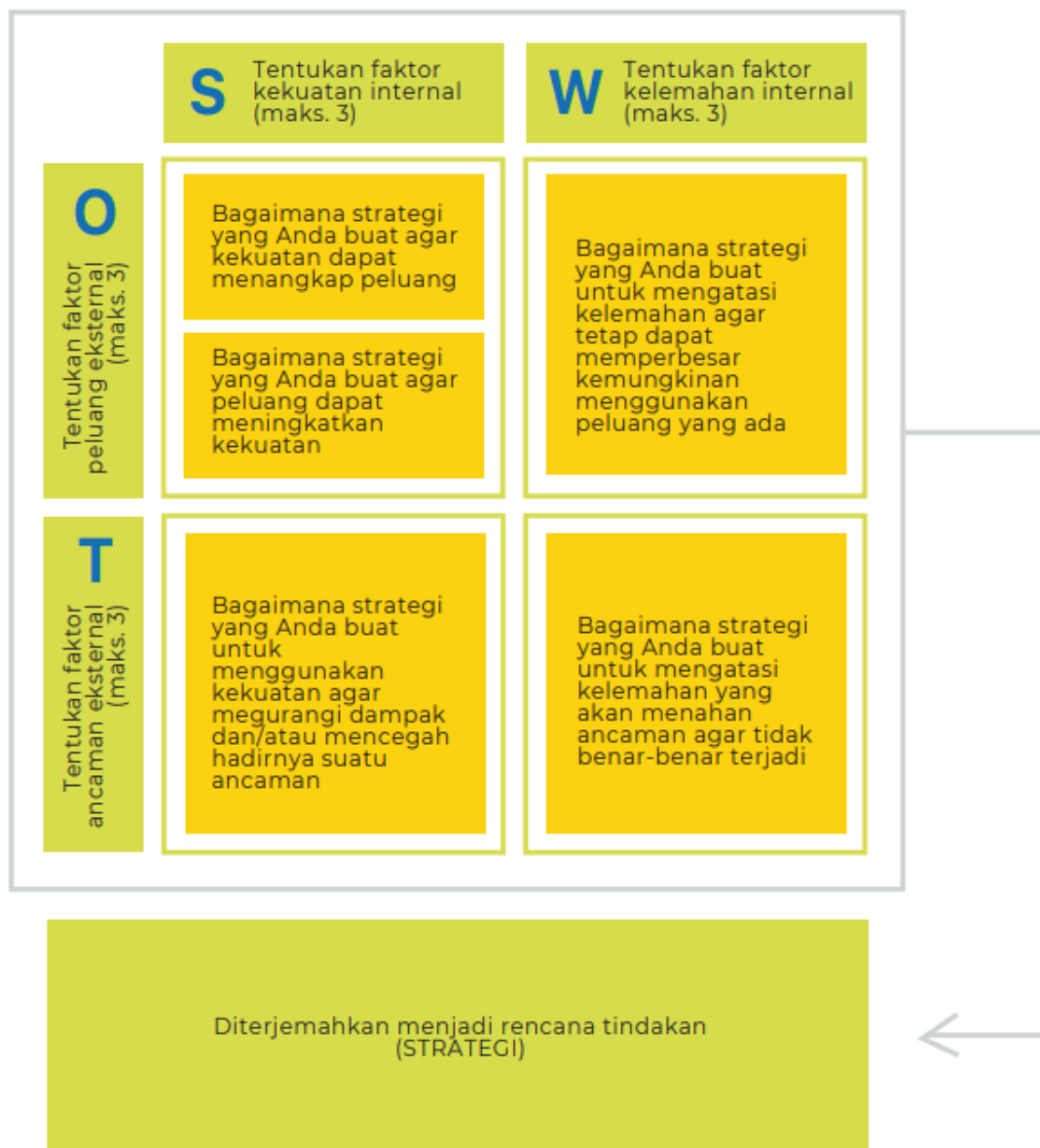
Lampiran 4. Business Model Canvas (BMC) *(Edit dan Modifikasi dengan Dokumen Tim Anda! Khusus Bidang Kewirausahaan Sosial Disarankan Menggunakan Social Business Model Canvas: <https://intip.in/PenjelasanSBMCKlikDisini>)*

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

Lampiran 5. Interpretasi dan Analisis *Business Model Canvas* (BMC)

**Menjelaskan konten Lampiran 3 dalam bentuk deskripsi. Urutkan berdasarkan pengisian setiap blok BMC. Misalnya dimulai dari Customer Segmentation, Value Proposition, dst*

Lampiran 6. Analisis SWOT *(Edit dan Modifikasi dengan Dokumen Tim Anda! Termasuk Warna, Format, dan Bentuk Gambar Wajib Dimodifikasi)*



Tabel Analisis SWOT Hanya Contoh! Mohon Dimodifikasi dan Dibuat Sendiri

Berikan penjelasan terkait Analisis SWOT di atas!

Lampiran 7. Analisis Keuangan *(Edit dan Modifikasi dengan Dokumen Tim Anda)*

1. Biaya Operasional (OPEX)

N o	Komponen	Biaya per Bulan (Rp)
1	Gaji Tim Inti (Mentor, Admin, Designer)	12.000.000
2	Sewa Hosting, Domain, GSuite, Zoom	1.500.000
3	Biaya Promosi dan Iklan Digital	2.000.000
4	Biaya Konten (desain & video editing)	2.000.000
5	Biaya Operasional Lain (transport, pulsa)	1.000.000
Total Biaya Operasional		18.500.000

2. Biaya Investasi (CAPEX)

N o	Komponen	Biaya per Bulan (Rp)
1	Pengembangan Aplikasi & Website	35.000.000
2	Pembelian Peralatan Mini Lab & Kamera	10.000.000
3	Hak Cipta Modul dan Kurikulum	5.000.000
4	Pelatihan Sertifikasi Mentor	5.000.000
1	Pengembangan Aplikasi & Website	35.000.000
Total Biaya Investasi Awal		55.000.000

Komponen	Nilai (Rp)
Total Biaya Operasional Bulanan	18.500.000
Target Penjualan per Bulan (jumlah kelas)	300 kelas
HPP per Kelas Online	61.667 (dibulatkan)

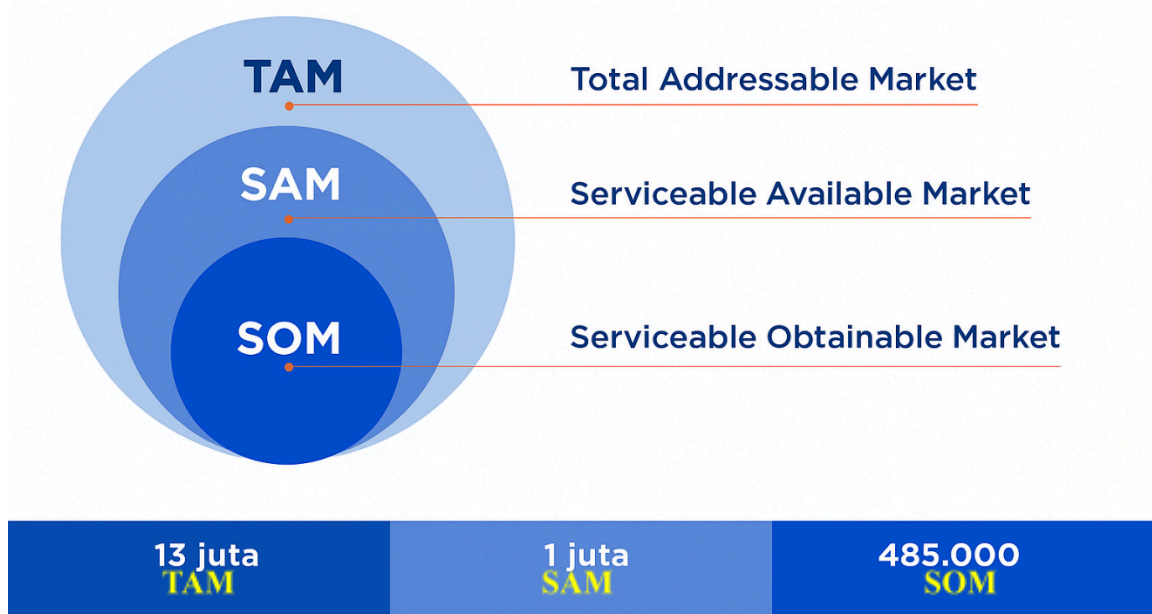
Rumus HPP per kelas:

- $HPP = \text{Total Biaya Operasional} / \text{Jumlah kelas terjual}$
- $HPP = \text{Rp}18.500.000 / 300 = \text{Rp } 61.667$
- Jika harga jual per kelas Rp89.000 → Margin Kotor = Rp27.333 per kelas

Bisnis EduTech ini diproyeksikan mencapai Break Even Point (BEP) dalam 7 bulan dengan penjualan 2.013 kelas. ROI tahunan mencapai 178,8%, menjadikan model bisnis ini layak dan menguntungkan. Dengan margin bersih Rp27.333 per kelas, hal ini menunjukkan potensi pertumbuhan dan profitabilitas tinggi di sektor edukasi digital.

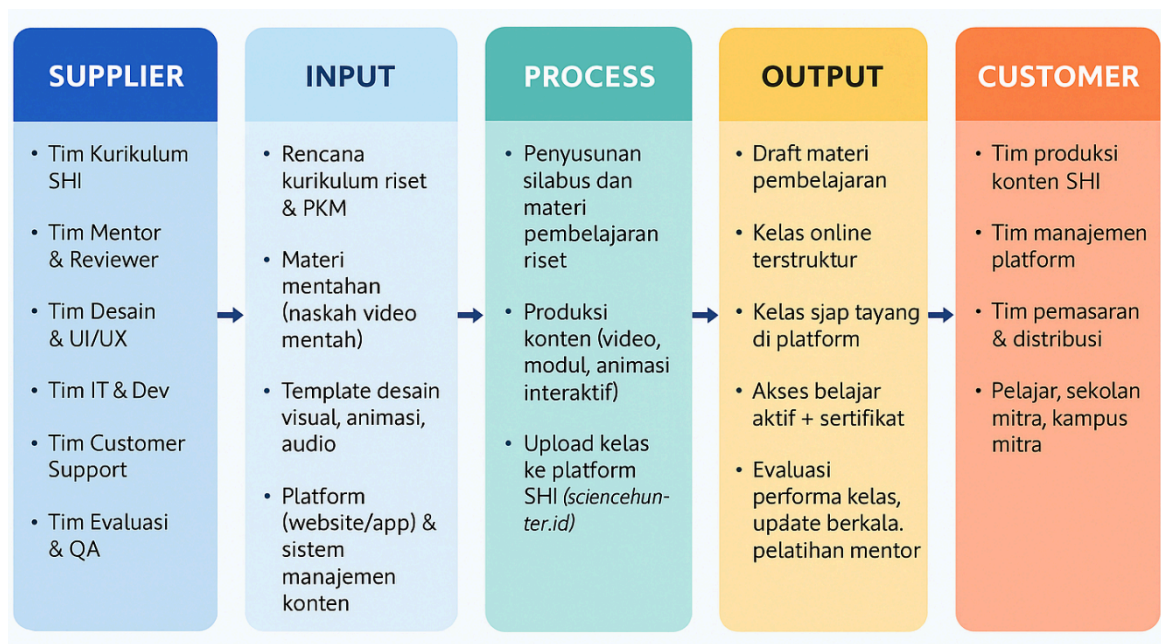
Lampiran 8. Analisis Kelayakan Usaha *(Edit dan Modifikasi dengan Dokumen Tim Anda! Termasuk Warna, Format, dan Bentuk Gambar Wajib Dimodifikasi)*

1. Analisis Pasar



Bisnis ini menargetkan pelajar SMP hingga mahasiswa di seluruh Indonesia. Total Addressable Market (TAM) mencapai 45 juta siswa, dengan Serviceable Available Market (SAM) sekitar 13 juta siswa yang memiliki akses internet. Dari jumlah tersebut, sekitar 1 juta siswa yang aktif dalam kegiatan riset menjadi Serviceable Obtainable Market (SOM) yang dapat dijangkau secara langsung.

2. Strategi Operasional *(Edit dan Modifikasi dengan Dokumen Tim Anda! Termasuk Warna, Format, dan Bentuk Gambar Wajib Dimodifikasi)*



SIPOC Diagram yang Menggambarkan Proses dan Strategi Operasional

S (Supplier)	I (Input)	P (Process)	O (Output)	C (Customer)
Tim Kurikulum	Rencana kurikulum riset & PKM	Penyusunan silabus dan materi pembelajaran riset	Draft materi pembelajaran	Tim produksi konten
Tim Mentor & Reviewer	Materi mentahan (naskah, video mentah)	Produksi konten (video, modul, animasi interaktif)	Kelas online terstruktur	Tim manajemen platform
Tim Desain & UI/UX	Template desain visual, animasi, audio	Editing visual/audio, integrasi ke LMS	Kelas siap tayang di platform	Tim pemasaran & distribusi
Tim IT & Dev	Platform (website/app) & sistem manajemen konten	Upload kelas ke platform Pendidikan	Kelas live & bisa diakses pengguna	Pelajar & mahasiswa pengguna akhir
Tim Customer Support	Data pengguna, email pemasaran, fitur feedback	Aktivasi akses siswa, distribusi voucher & sertifikat	Akses belajar aktif + sertifikat	Pelajar, sekolah mitra, kampus mitra
Tim Evaluasi & QA	Umpan balik pengguna, data penilaian, laporan evaluasi mentoring	Evaluasi performa kelas, update berkala, pelatihan mentor	Revisi kelas & perbaikan berkelanjutan	Tim pengembangan mutu

Strategi operasional dirancang melalui pendekatan SIPOC yang mengintegrasikan kurikulum, mentor, dan teknologi untuk menghasilkan kelas online berkualitas. Proses dimulai dari penyusunan materi hingga evaluasi berkelanjutan, menghasilkan output berupa kelas digital siap akses yang didistribusikan ke pelajar dan mitra pendidikan secara efisien dan terstandarisasi.

3. Keberlanjutan Usaha *(Edit dan Modifikasi dengan Dokumen Tim Anda! Termasuk Warna, Format, dan Bentuk Gambar Wajib Dimodifikasi)*

Bisnis ini berkontribusi pada aspek People dengan meningkatkan akses pendidikan riset, Planet melalui penggunaan platform digital yang ramah lingkungan, dan Profit lewat model bisnis berkelanjutan berbasis B2C dan B2B. Bisnis ini membentuk ekosistem inovatif yang mendukung pendidikan, keberlanjutan, dan pertumbuhan ekonomi digital di sektor EdTech Indonesia.

4. Manajemen Risiko *(Edit dan Modifikasi dengan Dokumen Tim Anda! Termasuk Warna, Format, dan Bentuk Gambar Wajib Dimodifikasi)*

No	Risiko Utama	Dampak (Impact)	Kemungkinan (Probability)	Level Risiko (Risk Level)	Mitigasi
1	Gangguan teknis pada platform	Major (Skor 4)	Likely (Skor 4)	Very High (Skor 16)	Backup server, tim IT siaga 24/7
2	Ketergantungan pada akses internet siswa	Minor (Skor 2)	Likely (Skor 4)	Medium (Skor 8)	Modul offline, kerjasama dengan sekolah mitra
3	Keamanan data pengguna	Severe (Skor 5)	Moderate (Skor 3)	Very High (Skor 15)	Enkripsi data, audit sistem berkala
4	Kompetitor baru masuk pasar	Severe (Skor 5)	Moderate (Skor 3)	Very High (Skor 15)	Inovasi produk dan diferensiasi konten

No	Risiko Utama	Dampak (Impact)	Kemungkinan (Probability)	Level Risiko (Risk Level)	Mitigasi
5	Retensi pengguna yang rendah	Minor (Skor 2)	Moderate (Skor 3)	Medium (Skor 6)	Program loyalitas, komunitas pengguna aktif
6	Perubahan kebijakan pemerintah	Significant (Skor 3)	Unlikely (Skor 2)	Medium (Skor 6)	Monitor regulasi dan adaptasi cepat
7	Pendanaan terbatas untuk ekspansi	Severe (Skor 5)	Likely (Skor 4)	Extreme (Skor 20)	Strategi pendanaan bertahap, pitching ke investor
8	Kualitas mentor tidak merata	Minor (Skor 2)	Almost Certain (Skor 5)	High (Skor 10)	Sertifikasi mentor, pelatihan berkala
9	Reputasi buruk akibat feedback negatif	Minor (Skor 2)	Moderate (Skor 3)	Medium (Skor 6)	Penanganan cepat keluhan, transparansi respon
10	Penggunaan AI yang tidak etis (plagiarisme)	Insignificant (Skor 1)	Unlikely (Skor 2)	Very Low (Skor 2)	Kebijakan penggunaan AI, edukasi etika digital

Risk mapping menunjukkan risiko kritis pada pendanaan ekspansi dan risiko tinggi pada gangguan platform, keamanan data, dan persaingan. Risiko sedang mencakup kualitas mentor dan perubahan regulasi. Strategi mitigasi meliputi penguatan sistem, pelatihan, dan inovasi produk untuk menjaga keberlanjutan operasional dan kepercayaan pengguna.

Referensi untuk Menghitung Resiko Bisnis

5x5 Risk Matrix Example

		Impact How severe would the outcomes be if the risk occurred?				
		Insignificant 1	Minor 2	Significant 3	Major 4	Severe 5
Probability What is the probability the risk will happen?	5 Almost Certain	Medium 5	High 10	Very high 15	Extreme 20	Extreme 25
	4 Likely	Medium 4	Medium 8	High 12	Very high 16	Extreme 20
	3 Moderate	Low 3	Medium 6	Medium 9	High 12	Very high 15
	2 Unlikely	Very low 2	Low 4	Medium 6	Medium 8	High 10
	1 Rare	Very low 1	Very low 2	Low 3	Medium 4	Medium 5

SafetyCulture

Lampiran 9. Hasil Pengujian Laboratorium (Surat dengan Kop dan Cap Resmi)

Lampiran 10. Sertifikat Hak Cipta

Lampiran 11 : Nomor Induk Berusaha (NIB)

Lampiran 12. Bukti Kolaborasi (Surat Kerjasama / MoU Kerjasama)

Lampiran 13. Laporan Bukti Transaksi Penjualan (Kwitansi)

Lampiran 14. Laporan Laba Rugi