



Puspresnas
Pusat Prestasi Nasional

Pedoman

2021



Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia



**DARE TO START;
CREATE THE FUTURE!**

Jejaring Cerdas Untuk Masa Depan Yang Tangguh



Pedoman



2 **Fiksi** 21

Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia



Puspresnas
Pusat Prestasi Nasional

2021
Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia

Kata Pengantar

Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) tahun 2021 memasuki pelaksanaan kali ke-6 yang merupakan pengembangan dari festival sebelumnya yang telah berlangsung sejak tahun 2016. FIKSI sendiri merupakan ajang pencarian talenta muda wirausaha yang kreatif memiliki ide, aspirasi, dan gagasan yang dapat diwujudkan. Sasaran pelaksanaan FIKSI adalah siswa SMA/MA yang memiliki semangat, jiwa, dan sikap kewirausahaan.

FIKSI tahun 2021 bertujuan antara lain untuk membentuk jejaring bagi siswa SMA/MA yang dapat mendukung kegiatan wirausaha mereka, terutama dalam hal mempertahankan keberlanjutan usahanya. Kegiatan ini juga diharapkan dapat membangun aktivasi empati, kepekaan sosial, daya inovasi, dan rasa tanggung jawab, serta kemandirian sosial sampai dengan ekonomi.

Dikarenakan tahun ini, Indonesia masih berada dalam situasi pandemi Covid-19, maka pelaksanaan FIKSI 2021 akan dilaksanakan secara daring. Siswa diharapkan memperhatikan protokol kesehatan pencegahan Covid-19 pada saat persiapan hingga pelaksanaannya.

Buku ini akan menjelaskan informasi mengenai peraturan dan mekanisme kegiatan FIKSI sebagai pedoman bagi penyelenggara FIKSI tahun 2021. Akhir kata, semoga penyelenggaraan FIKSI tahun 2021 lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya.

Jakarta, 10 Mei 2021

Plt. Kepala Pusat Prestasi Nasional



Asep Sukmayadi, M.Si.
NIP. 197206062006041001

Daftar Isi



KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	II
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	4
B. Dasar Hukum	9
C. Tujuan	15
D. Hasil yang Diharapkan	15
BAB 2 MEKANISME PENYELENGGARAAN	12
A. Sasaran	13
B. Persyaratan/Kriteria Lomba	13
C. Kriteria Juri	15
D. Tema	15
E. Kategori dan Bidang Wirausaha	16
• Kriya	17
• Desain Grafis	25
• Fashion	39
• Desain Interaktif, Animasi, dan Video	47
• Boga	61
• Budidaya dan Usaha Lain	70
F. Mekanisme Pendaftaran dan Pelaksanaan Lomba	76
G. Expo Kewirausahaan	78
BAB 3 PENILAIAN	79
A. Mekanisme Penilaian	80
B. Pemenang FIKSI 2021	81
BAB 4 PENUTUP	82
LAMPIRAN	83



Bab 1

Pendahuluan



Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) tahun 2021 memasuki pelaksanaan kali ke-6 yang merupakan pengembangan dari festival sebelumnya yang telah berlangsung sejak tahun 2016.

FIKSI 2021 ini memiliki tantangan khusus, ketika pembatasan pergerakan siswa dalam kegiatan pembelajaran dan ekstra kurikuler; pembatasan pergerakan juga berpengaruh pada seluruh lini usaha, sehingga mengganggu tren (permintaan) pasar dari skala lokal, nasional sampai global. Oleh karena itu, dalam kondisi terbatasnya pergerakan, FIKSI 2021 diharapkan dapat menginspirasi dan memutakhirkan ide/gagasan peserta didik, termasuk guru pendampingnya, dalam menginisiasi model dan rencana bisnis yang relevan dengan perkembangan dan kebutuhan masa kini dan mendatang.

Pelaku utama inovasi dan kewirausahaan pada ajang FIKSI ini adalah siswa SMA/MA Indonesia, yang berjiwa *Post Millennial*. Untuk itu FIKSI selalu dikaitkan dengan Tujuan

Pembangunan Berkelanjutan sebagai kesepakatan global yang mengandung 5 pilar *People, Planet, Prosperity, Peace & Partnership*.

Semangat ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi Pendidikan Prakarya dan Kewirausahaan (PKWU) untuk siswa SMA/MA, yang terdiri atas dua bagian, yaitu Prakarya dan Kewirausahaan. Pendidikan Prakarya meliputi kriya, rekayasa, pengolahan dan budidaya. Pada bidang-bidang Industri Kreatif yang dilombakan dalam FIKSI, pemilihan Prakarya ditentukan dalam bidang dan kategori seperti tertera pada Tabel 1.

Tabel 1. Bidang-bidang Lomba FIKSI 2021 dan Kategori PKWU SMA

Bidang Lomba FIKSI 2021	Kategori PKWU SMA
1. Bidang Kriya	Kerajinan
2. Bidang Fashion	
3. Bidang Desain Grafis	Rekayasa
4. Bidang Aplikasi, Game, Video dan Animasi	
5. Bidang Boga	Pengolahan
6. Bidang Budidaya dan Lintas Usaha*	Budidaya
<i>*Bidang Budidaya dan Lintas Usaha juga meliputi usaha-usaha yang merupakan gabungan antar bidang</i>	

Pendidikan Kewirausahaan ditujukan untuk menciptakan *entrepreneur* atau wirausahawan yang inovatif dan kreatif atas produk-produk yang dihasilkan pada tahap Prakarya, dan juga bermaksud menyiapkan munculnya perilaku dan sikap wirausaha pada generasi muda Indonesia. Terdapat tujuh tahap pendidikan kewirausahaan, yaitu:

1. Gagasan (*Generating Ideas*),
2. Wawasan Pasar (*Market Insights*),
3. Rencana dan Model Bisnis (*Business Plan & Model*),
4. Rencana Produksi hulu ke hilir, mulai dari bahan baku, dan pemanfaatan teknologi,
5. Kemitraan (industri besar, juga dapat berbentuk: *Aggregator, Enabler, Akselerator, Inkubator*),
6. Pemasaran dan Akses Pasar,
7. Keuangan dan Akses Pembiayaan.

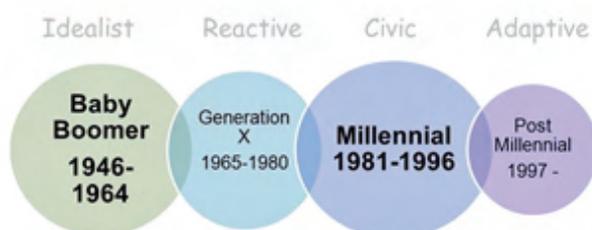
Sesuai dengan kebutuhan kini dan masa mendatang, model kewirausahaan yang diharapkan pada FIKSI 2021 adalah model yang juga memanfaatkan teknologi digital dan informatika, mulai dari sisi produk, proses produksi hingga strategi pemasaran (dari hulu ke hilir).

A.

Latar Belakang

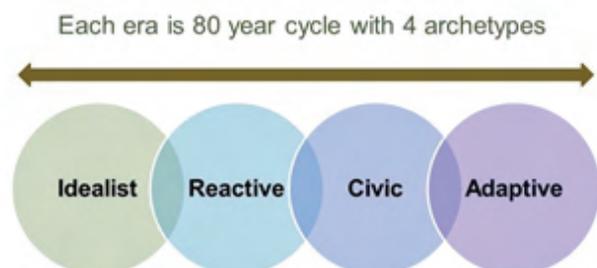
Generasi muda selalu menjadi tumpuan harapan keberlanjutan dan peningkatan taraf hidup masyarakat, karena di tangan merekalah masa depan dirancang dan ditentukan. Di era kini, generasi yang tengah tumbuh berkembang adalah mereka yang termasuk ke dalam angkatan *Post Millennial*. Berbeda dengan generasi sebelumnya, para post millennial ini dikenal sebagai orang-orang yang ingin aktif berperan untuk melakukan perubahan, dan terus berupaya untuk menciptakan dunia yang lebih baik. Gambar 1 menunjukkan bagan yang menampilkan karakteristik khusus bagi tiap generasi, di mana *Post Millennial* disebut sebagai generasi yang adaptif.

Generational Theory – Today's Cohorts



(Pew Research Center, 2015; Strauss & Howe, 1991)
NOTE: Sources disagree on dividing birth year boundaries by as much as 5 years.

Strauss & Howe's Generational Theory



(Strauss & Howe, 1991)

Gambar 1. Jenis dan karakter generasi (Strauss & Howe, 1991)

Generasi *Post Millennial* atau kerap juga disebut Generasi Z, *iGeneration*, Generasi Net atau Generasi Internet, memiliki karakteristik umum antara lain sebagai berikut:

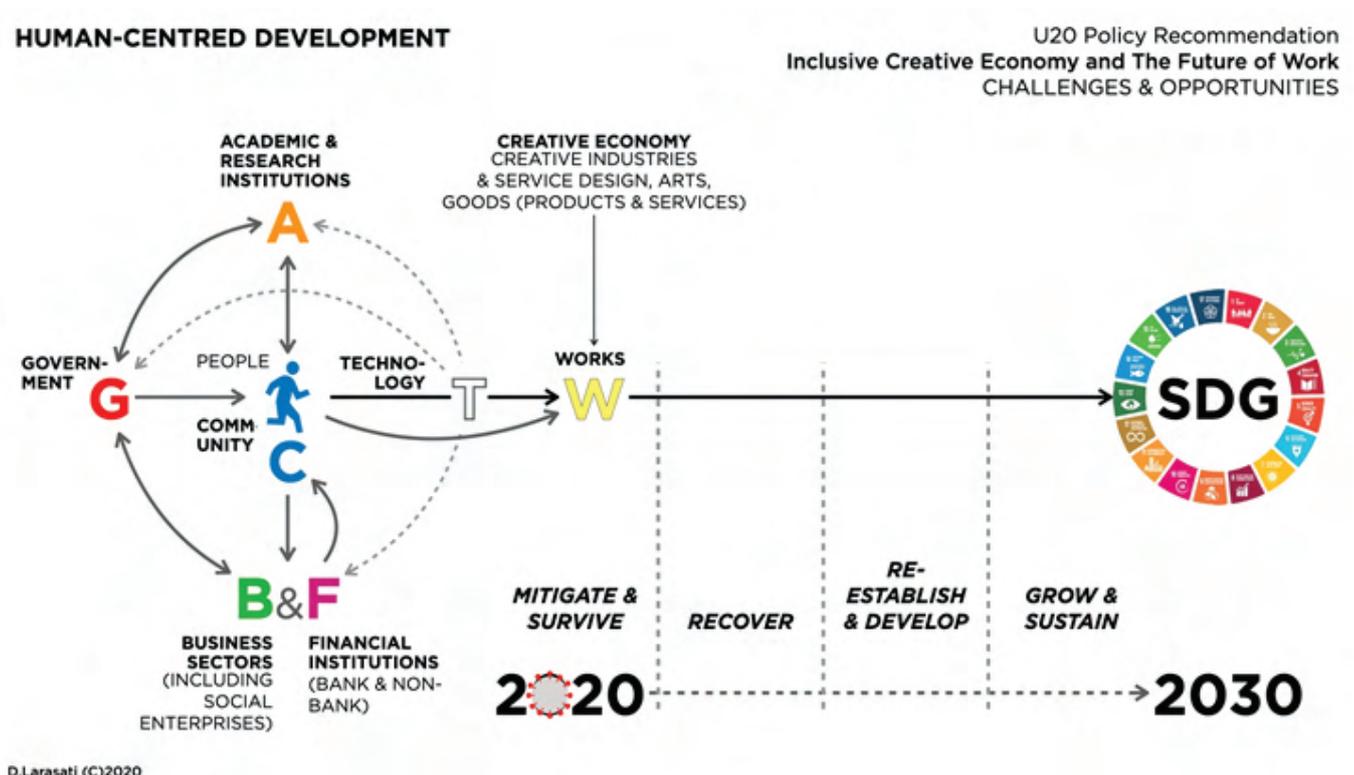
1. **Fasih Teknologi.** Mereka adalah “generasi digital” yang mahir dan gandrung akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Mereka dapat mengakses berbagai informasi yang mereka butuhkan secara mudah dan cepat, baik untuk kepentingan pendidikan maupun kepentingan hidup kesehariannya.
2. **Peka Sosial.** Generasi *Post Millennial* sangat intens berkomunikasi dan berinteraksi dengan semua kalangan, khususnya dengan teman sebaya, baik melalui dunia maya (*cyberhood*) melalui berbagai situs jejaring sosial, maupun melalui interaksi langsung dengan membuat komunitas-komunitas di dunia nyata (*neighbourhood*). Melalui interaksi dengan kedua saluran *cyberhood* dan *neighbourhood* ini, generasi *Post Millennial* mengekspresikan apa yang dirasakan dan dipikirkannya secara spontan. Mereka juga cenderung toleran terhadap perbedaan kultur, mendambakan keadilan, dan sangat peduli pada lingkungan.
3. **Multitasking.** Mereka terbiasa melakukan beragam aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Mereka bisa membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu yang bersamaan. Mereka menginginkan segala sesuatunya dapat dilakukan dan berjalan serba cepat. Mereka tidak menginginkan hal-hal yang bertele-tele dan berbelit-belit.

Sementara itu, data pertumbuhan populasi menunjukkan proporsi jumlah penduduk usia produktif dan angkatan muda cenderung mendominasi, sehingga mengindikasikan terjadinya “**bonus demografi**” bagi Indonesia pada tahun 2021-2030, di mana usia angkatan kerja (15-64 tahun) mencapai 70% (kumparan.com, 7 Februari 2018). Apabila generasi muda Indonesia dipersiapkan secara strategis, maka Indonesia akan menjadi salah satu dari negara dengan ekonomi terbesar di dunia pada tahun 2050. Maka perlu disiapkan inisiasi program-program yang turut andil dalam mempersiapkan para pemimpin masa depan ini. Salah satu upaya pemerintah dalam mencapai hal tersebut adalah melalui program “**Manajemen Talenta Nasional**”, di mana dilakukan strategi dan pendekatan yang terdiri dari tahap-tahap Akuisisi, Pembinaan & Fasilitasi, Kapitalisasi Talenta, dan Keberlanjutan, yang akan berujung pada Output berupa SDM Indonesia yang berprestasi secara global.

Sementara itu, terdapat kesepakatan global terkait penciptaan masa depan yang berkelanjutan melalui **Tujuan Pembangunan Berkelanjutan**, atau **Sustainable Development Goals** (SDG) 2030, yang memuat 17 tema. Dalam penerapannya, seluruh pemimpin dunia dari tingkat regional, nasional, hingga lokal, berkewajiban mengarahkan strategi pembangunannya untuk menjawab tantangan SDG 2030 tersebut, bersama-sama dengan seluruh stakeholders yang berperan dalam pembangunan suatu wilayah. Dalam Buku Putih dan Rekomendasi Kebijakan U20 (Urban 20, kelompok kota-kota dari negara-negara anggota G20) berjudul **Inclusive Creative Economy and The Future of Work**, disampaikan bahwa dalam

dalam Pembangunan yang Berpihak pada Manusia (*human-centered development*), daya kreativitas dan wirausaha menjadi modal utama dalam mencapai Pembangunan Berkelanjutan (Gambar 2). Dokumen ini mengungkapkan bahwa ekonomi kreatif menawarkan solusi strategis bagi permasalahan perkotaan, terutama disertai tersedianya fasilitas teknologi digital secara merata, setara dengan akses bagi berbagai layanan publik dan infrastruktur lainnya. Dalam konteks mempersiapkan pekerjaan, sekaligus menciptakan ketangguhan dan keunggulan dalam menghadapi tantangan di masa mendatang, terdapat tiga karakteristik mendasar dari keterampilan yang dimiliki oleh

mereka yang berkegiatan dalam sektor ekonomi kreatif: (1) Keterampilan kognitif tingkat tinggi (*high-order cognitive skills*), daya orisinalitas yang membuat mereka aktif mencari ide bisnis baru dengan berbagai narasi unik; (2) Keterampilan pemahaman teknologi (*technology savviness*) dalam seluruh aspek bisnis, kelincahan dalam mengkombinasikan dan menguasai teknologi terkini; (3) Keterampilan yang menjadi karakteristik dalam komunitas kreatif, kemampuan interpersonal yang memungkinkan mereka meredefnisi kontribusi masing-masing dalam konteks "peran" dan "fungsi" yang fleksibel.



Gambar 2. Bagan Pembangunan yang Berpihak pada Manusia (*human-centred development*), dimana kreativitas dan daya wirausaha menjadi modal utama dalam mencapai Pembangunan Berkelanjutan.

(sumber: <https://www.urban20riyadh.org>)

Melandanya pandemi Covid-19 di awal tahun 2020 telah memaksa terjadinya perubahan drastis pada seluruh aspek perikehidupan manusia di seluruh penjuru dunia. Dampak terbesar, selain dalam hal keselamatan dan kesehatan, tentu saja dirasakan dalam hal ekonomi. Pada masa pandemi, ekonomi Indonesia benar-benar terpukul¹. Saat ini perekonomian Indonesia ditopang oleh sektor UMKM (terdapat sekitar 64 juta pelaku yang berkontribusi hingga 60% dari total PDB Indonesia, didominasi oleh sektor mikro, dan masih informal²). Sehingga perbaikan ekonomi Indonesia di masa/pasca pandemi pun tidak lepas dari peran penting UMKM. Untuk dapat meningkatkan kondisi ekonomi, UMKM harus segera naik kelas, dan generasi muda berperan penting dalam hal ini. Diberlakukannya pembatasan mobilitas, kerumunan, serta interaksi fisik - yang justru adalah hal-hal penentu tingkat pendapatan UMKM - telah mengubah cara penyampaian produk (barang dan jasa) kebutuhan sehari-hari. Selama masa pandemi ini pun telah mulai teridentifikasi hal-hal esensial yang menjadi kebutuhan manusia, yang menjadi peluang besar bagi dunia usaha dalam menjalankan tatanan kehidupan masa/pasca pandemi. Dunia usaha kini pun mengharuskan seluruh pelakunya untuk beradaptasi, dengan ikut melakukan transformasi di segala aspek usaha. Untuk dapat menjawab tantangan ini, diperlakukan wawasan kaum muda terkait perkembangan gaya hidup dan pengelolaan sumber daya, terutama dalam konteks berbagai wilayah di Indonesia. Kaum muda yang bersemangat, unggul, berorientasi pada masa depan, dan mampu memanfaatkan teknologi, akan menciptakan suatu usaha yang efektif, berorientasi pada nilai tambah, berbasis

teknologi, berkelanjutan, serta mampu bersaing di masa depan.

Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI), yang dirintis oleh Pusat Prestasi Nasional, diselenggarakan sebagai upaya memwadahi, mengapresiasi, serta menciptakan generasi muda yang akan menjawab tantangan zaman; mereka yang dapat dengan jeli melihat peluang, memetakan mitra potensial dalam kolaborasi strategis dalam upaya membentuk wirausaha yang berdampak luas dan berkelanjutan. Tema FIKSI 2021, **"Dare to Start; Create the Future! Jejaring Cerdas untuk Masa Depan yang Tangguh"**, merefleksikan semangat keberanian menghadapi masa depan yang ditentukan sejak kini, oleh mereka yang mampu memanfaatkan jejaring secara cerdas. Kepekaan dan empati terhadap 5 pilar keberlanjutan (*People, Planet, Prosperity, Peace & Partnership*) demi menghadapi tantangan SDG 2030, serta capaian Pengelolaan Talenta yang menjadi cita-cita bangsa Indonesia, juga menjadi perhatian tersendiri.

Tujuan dari kegiatan ini hanya akan tercapai dengan adanya kolaborasi dari berbagai pihak. Dari sisi kebijakan, Rencana Pembangunan Jangka Menengah 2020-2024 mencanangkan pentingnya gagasan-gagasan yang segar, kreatif dan inovatif. Pemerintah juga berupaya memberikan berbagai fasilitas, insentif, serta kemudahan untuk mempercepat lahirnya wirausaha muda, mapan, mampu memanfaatkan teknologi, dan berkelanjutan. Selain itu harus ditumbuhkan semangat kolaborasi, di mana para peserta didorong untuk berkolaborasi antar sesama, juga dengan para *aggregator* serta *enabler*, agar ide usaha mereka tidak berhenti hanya sampai pada menjuarai FIKSI saja, melainkan menjadi suatu unit bisnis yang bermanfaat bagi orang banyak di masa mendatang.

¹ Pada kuartal I 2020 perekonomian Indonesia hanya tumbuh 2,97%, pada kuartal II ekonomi Indonesia berkontraksi sampai 5,32%, pada kuartal III berkontraksi hingga 3,49%, dan pada kuartal IV hanya berkontraksi di kisaran 2%.

² Data terakhir dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menunjukkan bahwa dari 64 juta pelaku UMKM di Indonesia, 98,68% adalah pelaku berskala mikro, usaha kecil 1,22%, menengah 0,09%, dan usaha besar hanya sebesar 0,01%. Selain itu pelaku UMKM di Indonesia belum terhubung dengan rantai pasok global karena sebagian besar UMKM Indonesia masih memproduksi produk jadi atau end product. Selain itu, rasio kewirausahaan Indonesia masih tertinggal dari negara-negara tetangga. Rasio kewirausahaan Indonesia baru mencapai 3,47%, dibandingkan dengan Singapura di angka 8,76%, Malaysia 4,74% dan Thailand 4,26%.

B.

Dasar Hukum

Pelaksanaan Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia didasarkan pada:

- a. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33
- b. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- c. Peraturan Pemerintah RI No. 41 Tahun 2011 tentang Pengembangan Kewirausahaan dan Kepeloporan Pemuda serta Penyediaan Prasarana dan Sarana Kepemudaan.
- d. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 19 Tahun 2007 tentang Standar Pengelolaan Pendidikan dan Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah.
- e. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2008 tentang Pembinaan Kesiswaan.
- f. DIPA (Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran) Pada Pusat Prestasi Nasional Tahun 2021.

C.

Tujuan

1. Membangun semangat dan jiwa kewirausahaan pada siswa;
2. Memberikan bekal pengalaman, pengetahuan dan pembinaan kewirausahaan agar siswa kelak dapat memulai serta mengakselerasi usahanya;
3. Mengasah empati, kepekaan sosial, kemampuan bekerja sama dalam tim, daya kolaborasi, daya inovasi; serta membangun rasa tanggung jawab dan kemandirian ekonomi pada siswa;
4. Menumbuhkan generasi wirausahawan muda kreatif dengan wawasan penciptaan nilai baru (*value creation*) secara inklusif dan berkelanjutan;
5. Menumbuhkan jejaring wirausahawan muda kreatif dengan kemampuan mengidentifikasi serta memberdayakan sumber daya (alam, budaya, manusia) lokal untuk keperluan usahanya;
6. Mendorong terbentuknya model-mode praktik pembelajaran kewirausahaan di tingkat SMA/MA;
7. Menjadi media sosialisasi/diseminasi hasil karya wirausahawan muda kreatif kepada masyarakat;
8. Menciptakan teladan yang dapat menjadi inspirasi bagi siswa se-Indonesia;
9. Mendorong inisiatif "Berani Memulai", "Mulai Hari Ini", "Ambil Alih Masa Depan";
10. Mempersiapkan SDM Indonesia yang berprestasi secara global.

D.

Hasil yang Diharapkan

1. Siswa SMA/MA memiliki semangat, jiwa, dan sikap kewirausahaan;
2. Siswa SMA/MA memiliki pengalaman, pengetahuan dan keterampilan yang dapat mengakselerasi usahanya;
3. Calon wirausaha muda kreatif memiliki ide, aspirasi, dan gagasan yang dapat diwujudkan;
4. Siswa SMA/MA mendapatkan model praktik pembelajaran kewirausahaan serta pengetahuan untuk keberlanjutan usahanya;
5. Terbentuknya jejaring yang dapat mendukung kegiatan wirausaha, terutama dalam mempertahankan keberlanjutannya;
6. Terwujudnya aktivasi empati, kepekaan sosial, daya inovasi, dan membangun rasa tanggung jawab, dan kemandirian sosial sampai dengan ekonomi;
7. Terbentuknya kemampuan kolaborasi dan kerja sama tim yang baik;
8. Terlatihnya siswa untuk menyusun rencana usaha yang baik, termasuk dalam mengidentifikasi serta memberdayakan sumber daya lokal.

Bab 2

Mekanisme Penyelenggaraan Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia



A.

Sasaran

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

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

B.

Persyaratan/Kriteria Lomba

FIKSI merupakan kompetisi kewirausahaan siswa SMA/MA tingkat nasional yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. Berikut kualifikasi persyaratan yang harus dipenuhi oleh seluruh peserta :

1. Siswa berkewarganegaraan Indonesia (WNI).
2. Siswa SMA/MA yang pada tahap final masih berstatus peserta didik di kelas X, XI dan/atau XII negeri ataupun swasta (dapat dibuktikan dengan melampirkan identitas diri (copy KTP/SIM/Paspor/

KTM) dan surat pengantar atau surat tugas dari sekolah pada saat tahap final)), baik perorangan ataupun kelompok, dengan maksimum 2 (dua) siswa dalam satu kelompok.

3. Setiap peserta memilih salah satu dari 2 kategori, yaitu : Kategori Rencana usaha (*business plan*), yang merupakan gagasan sendiri (*original*) dan/atau pengembangan dari ide yang sudah ada yang dikelola sendiri; dan Kategori Bisnis Berjalan (*On-going Business*), yang merupakan penjelasan mengenai bisnis yang telah dikelola/dikembangkan

sendiri oleh peserta dalam jangka waktu tertentu (*lihat penjelasan rinci Kategori Usaha*).

4. Peserta yang lolos sampai tahap final, tidak boleh digantikan oleh siswa lain.
5. Peserta FIKSI 2021 yang berkelompok harus berasal dari sekolah yang sama.
6. Setiap peserta perorangan/kelompok hanya boleh mengajukan 1 (satu) judul Usaha.
7. Setiap peserta perorangan/kelompok yang pernah menjadi pemenang (peraih medali emas, perak, dan perunggu) pada FIKSI 2016-2020 tidak diperkenankan mendaftar sebagai peserta FIKSI 2021.
8. Produk dan jasa yang dapat didaftarkan merupakan karya yang belum pernah menang/ masuk kategori pemenang pada FIKSI 2016-2020 maupun lomba di bidang/kategori sejenis di tingkat nasional (yang diselenggarakan oleh Kementerian) atau lebih tinggi (dibuktikan dengan melampirkan surat pernyataan).
9. Keaslian karya dan isi/konten produk/jasa merupakan produk inovasi siswa dan tidak sedang dalam sengketa atau klaim dari pihak lain. (dibuktikan dengan melampirkan surat pernyataan)
10. Panitia berhak mendiskualifikasi produk atau jasa jika:
 - a. Karya terbukti tidak orisinal atau menjiplak karya lain,
 - b. Sedang dalam sengketa,
 - c. Mendapatkan klaim dari pihak lain,
 - d. Tidak terpenuhinya syarat-syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan dalam setiap tahapan seleksi FIKSI 2021
11. Keputusan Panitia dan juri FIKSI 2021 mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.
12. Pendaftaran dilakukan secara online melalui Portal FIKSI dengan alamat <http://sma.pusatprestasinasional.kemdikbud.go.id/fiksi>

C. Kriteria Juri

- Terdiri atas unsur akademisi maupun praktisi
1. Memiliki kompetensi di bidang masing-masing
 2. Berpengalaman menjadi juri di tingkat nasional atau sesuai dengan bidangnya
 3. Komposisi juri pada setiap bidang lomba
 4. terdiri dari juri yang mewakili aspek kewirausahaan dan aspek konten produk.

Kewajiban Juri:

1. Mampu bersikap adil
2. Bertanggung jawab terhadap keputusannya
3. Bersedia menandatangani Pakta Integritas sebagai Juri FIKSI

D. Tema



Tema Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia 2021 yaitu:
**"Dare to Start! Create The Future
(Jejaring Cerdas Untuk Masa Depan Yang Tangguh).**

E.

Kategori dan Bidang Wirausaha

Kategori Usaha

Kategori Rencana Usaha (*Business Plan*)

Ideasi + prototip + mulai diupayakan untuk dipasarkan

Perencanaan wirausaha yang sistematis berbasis produk/jasa, diwujudkan dalam bentuk susunan konsep sampai dengan purwarupa/prototip (contoh, model, atau simulasi) yang layak (*feasible*) dapat dipresentasikan dan dirasakan (dilihat, disentuh, didengar, dibau, dicicipi); Prototip tersebut setidaknya pernah dicoba untuk ditawarkan atau dipasarkan ke calon pembeli atau pengguna, baik melalui media *offline* (bazaar/konsinyasi/*door to door*/koperasi, dll) maupun media *online* (media sosial/*marketplace*/*website*/*webblog*) dan lain-lain.

Kategori Bisnis Berjalan (*On-going Business*)

Produk atau jasa + dikembangkan dengan waktu

- *Lebih dari 3 bulan (bidang usaha fashion, kriya, desain grafis, aplikasi dan permainan interaktif digital) sebelum pengunggahan rencana usaha*
- *Lebih dari 6 bulan (bidang usaha boga, budidaya dan lintas usaha) sebelum pengunggahan rencana usaha*

Produk atau jasa sudah dipasarkan **minimal selama tiga bulan untuk bidang usaha fashion, kriya, desain grafis, aplikasi dan permainan interaktif digital dan minimal selama 6 bulan untuk bidang usaha boga dan bidang budidaya dan lintas usaha** * (sebelum 1 Agustus 2021). Produk/jasa tersebut telah ditawarkan atau dipasarkan ke pembeli atau pengguna, baik melalui media *offline* (bazaar /konsinyasi/*door to door*/koperasi, dll) atau media *online* (media sosial/*marketplace*/ *website*/*webblog*) dan lain-lain dengan pelaporan transaksi setiap bulan.

Bidang Usaha

A. Kriya



Definisi bidang usaha kriya ini berkaitan dengan **kreasi, produksi, distribusi, dan pemasaran produk yang terbuat dari material alam atau sintetis** yang dihasilkan oleh individu ataupun komunitas perajin secara manual atau dengan alat bantu produksi. Dalam konteks karya, produk kriya dapat dibagi dalam tiga pendekatan penciptaan produk yaitu 1) **Produk yang berbasis material**, baik material lunak seperti tekstil, serat alam, tanah liat, plastik, kulit, dll., maupun material keras seperti kayu, logam, batu, dll.; 2) **Produk yang berbasis keterampilan**, di mana yang menjadi aspek utama adalah kondisi sumber daya manusia atau jenis keterampilan yang dimiliki oleh sumber daya manusianya; 3) **Gabungan dari keduanya**.

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

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

Kriya merupakan salah satu bidang keilmuan yang memiliki potensi luas untuk dikembangkan menjadi sebuah usaha atau bisnis. Bidang usaha kriya umumnya sangat dipengaruhi oleh faktor potensi bahan baku dan potensi sumber daya manusia yang ada di lingkungan sekitar sentra atau lokasi produksi. Pada perkembangannya produk kriya saat ini banyak diproduksi dengan konsep limited edition (eksklusif) untuk pasar *high end*, dan juga diproduksi secara massal untuk pasar *middle-* dan *low end*, baik untuk memenuhi pasar domestik maupun ekspor. Contoh bidang usaha kriya ini antara lain, namun tidak terbatas pada: produk kerajinan, produk

cenderamata, produk pelengkap interior dan eksterior, produk mainan anak, utensil/perkakas keseharian, dan lain-lain.

Dalam bidang kriya, pertimbangan dalam penilaian terletak pada:

1. **Konsep Produk** yang berisi antara lain:

- Latar belakang: mengungkapkan motivasi utama pemilihan jenis produk atau karya yang sesuai dengan tema FIKSI 2021 **"Dare to Start: Create the Future! Jejaring Cerdas untuk Masa Depan yang Tangguh"**.
- Tujuan: mengungkapkan tujuan penciptaan produk (misalkan: Apakah gagasan/produk yang diajukan dapat menjadi solusi bagi suatu masalah? Atau dapat menjadi wujud ekspresi budaya/kearifan lokal/pemanfaatan sumber daya lokal yang lain? Atau merupakan penerapan teknologi material/produksi/utilitas baru? dst.)
- Aspek inovasi: mengungkapkan hal-hal potensial (*unique selling points*) yang merupakan aspek inovasi gagasan/produk (misalkan: temuan teknologi, proses produksi, metode pemasaran baru, peluang segmen pasar yang baru, dll.) Dalam hal ini termasuk juga keharusan untuk membuat **"Nama/Brand Produk"**.
- Dokumentasi **prototipe/produk** dengan kualitas foto yang terbaik, lengkap dengan **kemasan produk**.

2. **Presentasi**

(bagi yang lolos menjadi finalis)

- Materi penyajian: kelengkapan (poster, produk, dll.)
- Metode penyajian: kejelasan penyajian (artikulasi lisan, sikap, kejelasan, dll.)

- Pengiriman produk prototipe ke panitia pelaksana FIKSI 2021
- Dokumentasi hasil-hasil produk yang berupa *prototype*/ purwarupa maupun produk kriya yang ditawarkan.

3. **Business Model Canvas (BMC)** pada bidang Kriya:

a. Customer segments:

Target pasar/sasaran pengguna produk: menyebutkan segmentasi konsumen yang menjadi sasaran (pengguna) utama dari gagasan/produk yang diajukan (misalkan: pelajar SMA, anak usia balita, wisatawan mancanegara, Pasar Massa/Umum, Pasar Ceruk/spesialisasi – Sosio demografi, behavioristik – Perilaku Konsumen, Psikografi – Gaya hidup, Minat, Opini, Organisasi, Perusahaan, Industri, Agen – Grosir, Pengecer – *Reseller* - *Dropshipper*

b. Value Propositions:

Value proposition merupakan nilai yang diposisikan perusahaan untuk calon customer. Nilai tersebut mencakup produk atau jasa serta bagaimana perusahaan ingin dilihat oleh calon customer. Antara lain:

- Kualitas Produk Kriya: antara lain keunggulan properti material, Desain, karakter visual, keterampilan, keunikan, utilitas/kegunaan, dll. yang dibuktikan melalui contoh produk.
- Harga
- Kenyamanan Penggunaan
- Kecepatan Layanan
- Pengurangan Biaya
- Experience

c. Channel

Channel merupakan sarana atau cara untuk menyampaikan jasa atau produk kepada customer sesuai segmen yang ditentukan sebelumnya.

d. Customer Relationships:

Yaitu elemen di mana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya. Perlu pengawasan yang ketat dan intensif agar pelanggan tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinanhubungan yang kurang baik. Baik dengan komunitas/grup (misalnya komunitas pengguna, grup whats app pengguna), layanan otomatis (layanan telepon otomatis, layanan klaim otomatis), bantuan personal (Call centre, email, admin), maupun kokreasi (melibatkan pelanggan dalam kegiatan usaha)

e. Revenue Streams:

Bagian ini merupakan bagian yang paling vital, di mana organisasi memperoleh pendapatan dari pelanggan. Elemen ini harus dikelola semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Jangan sampai ada bahan baku, produk, atau kinerja yang tidak dimanfaatkan secara maksimal.

f. Key Resources:

Sekat dalam bisnis model kanvas yang berisikan daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki perusahaan untuk mewujudkan value proposition mereka. Semua jenis sumber daya, mulai dari pengelolaan bahan baku, penataan sumber daya manusia, dan penataan proses

proses operasional menjadi perhatian dalam membuat model bisnis. Antara lain:

- Fisik – Aset, fasilitas, bangunan, mesin
- Finansial – modal, dana pinjaman
- Manusia – tenaga kerja, tenaga ahli
- Intelektual – Merek, paten, database pelanggan, kemitraan
- Machine
- Money
- Man
- Material
- Method atau proses produksi (harus menyertakan foto proses produksi)
- Market
- Dampak terhadap aspek

Lingkungan dan Sosial: antara lain pertimbangan pemilihan material dan kemasan produk, pengelolaan limbah, ekspresi potensi budaya dan sumber daya lokal, dll

g. Key Activities:

Aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai. Antara lain:

- Efisiensi (output lebih murah dan cepat)
- Produktivitas (perpaduan efektif dalam pencapaian tujuan dan efisien dalam penggunaan sumberdaya)
- Efektif (output selaras dengan pencapaian tujuan proses yaitu struktur organisasi, Pengelolaan
- Keuangan (biaya produksi, penentuan harga jual, dll.), dan juga strategi pemasaran dan

- pengembangan produk yang diurai dari hasil analisis SWOT.)

g. Key Partnerships:

Elemen ini berfungsi untuk pengorganisasian aliran suatu barang atau layanan lainnya. Posisi-posisi *partner* kunci tersebut bermanfaat untuk efisiensi dan efektivitas dari *key activities* yang telah dibuat. Tak ada salahnya menjalin hubungan baik untuk menciptakan siklus bisnis sesuai dengan ekspektasi. Beberapa pertimbangan terkait key partnership dalam bidang kriya mencakup antara lain:

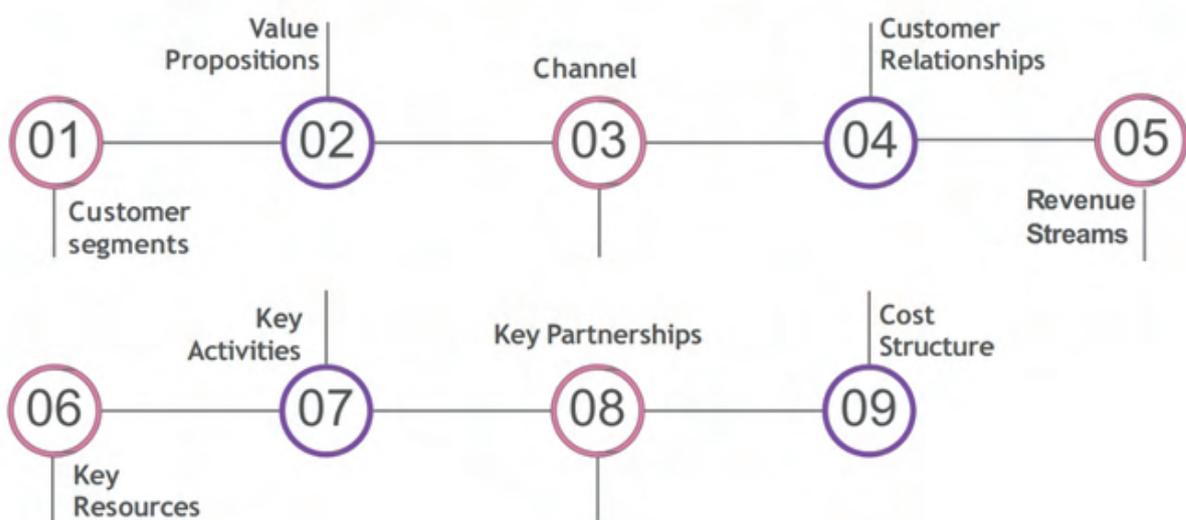
- Wawasan seputar produk-produk kriya oleh UKM & Mikro lokal: dalam pelaksanaan FIKSI 2021, para peserta diharapkan memulai gagasannya dari karya-karya kriya lokal yang telah menjadi karakter daerah, serta proses produksi dan keterampilan yang telah dipraktikkan di daerah tersebut.
- Peserta juga perlu memiliki pengetahuan awal mengenai material yang berasal dari daerah tersebut, baik yang telah banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku produksi, maupun temuan/rekayasa material baru yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku produksi tanpa membebani biaya lebih bagi pengrajin.
- Skema kerja sama: akan lebih baik lagi bila peserta dapat menjalin kemitraan dengan ukm lokal (material dan atau produksi) baik skala mikro, kecil, atau menengah, dalam melakukan pengembangan produk kriya mereka.

- Skema bisnis dan pengembangan usaha: para peserta dapat mengacu pada operasional UKM & Mikro di daerah tersebut, sehingga perhitungan rencana usaha yang diajukan menjadi lebih realistis.

i. Cost Structure

Mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani menjadi lebih hemat dan bisa meminimalkan risiko kerugian. Hal ini juga dapat menentukan proposisi nilai yang tepat untuk pelanggan.

PART OF BUSINESS MODEL CANVAS



Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
1. Perajin karung goni (supplier bahan baku) 2. Ibu-ibu rumah tangga sekitar 3. Koperasi Sekolah 4. Agen dan reseller	1. Penyiapan bahan baku 2. Pengolahan bahan baku mentah 3. Kegiatan Produksi 4. Kegiatan Promosi Key Resources 1. Aset fisik 2. Material 3. Proses Produksi 4. Dampak Lingkungan	1. keunggulan properti material /keterampilan 2. Harga 3. Kualitas kemasan 4. Kualitas pelayanan pengiriman	1. Memberikan alamat korespondensi lengkap 2. Suara Konsumen 3. Chat langsung via WA Channels 1. Pemasaran offline - Koperasi sekolah - Toko oleh-oleh 2. Pemasaran online - Media Sosial - E-commerce	1. Pelajar 2. Masyarakat umum 3. Wisatawan
Cost Structure			Revenues Streams	
1. Bahan baku 2. Gaji Pegawai 3. Biaya Pengolahan produk 4. Biaya pengemasan 5. Biaya marketing, dll			1. Penjualan produk pada konsumen akhir 2. Penjualan produk kepada retailer 3. Penjualan produk kepada reseller	

Contoh Business Model Canvas

Nama Produk: WaNi Ponorogo (wayang orang Ponorogo dari limbah karung goni)

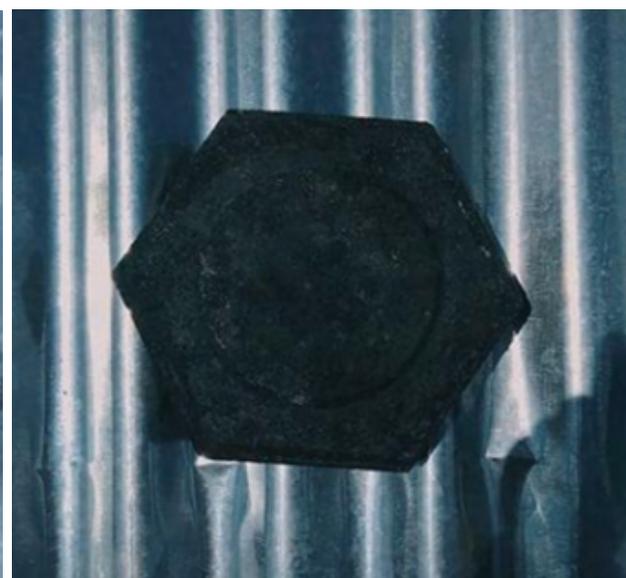
Contoh

produk bidang usaha Kriya hasil karya para siswa peserta FIKSI tahun-tahun sebelumnya



**Wayang
Khas
Ponorogo**

**Corn-
block**





Cap Batik dari Cangkang Kelapa Sawit dan Tempurung Kelapa

Batik Godongan (Natural Leaf Skeleton Stamp)



KELIP (Kearifan Lokal Ingke Plastik)

B.

Desain Grafis



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

Dikaitkan dengan tema FIKSI 2021, "**Dare to Start, Create the Future!**", mendorong siswa SMA untuk mengembangkan wirausaha bidang Desain Grafis yang inovatif dan memberi solusi kreatif pada masalah yang muncul di lingkungannya.

Profesi desain grafis dapat dikembangkan secara mandiri sebagai *freelancer* atau mendirikan studio grafis (*graphic house*). Studio grafis yang eksis di industri desain grafis Indonesia seperti, Le Bo Ye Studio, Gagas Kreasi Studio, Wanara Studio, Inkara Studio, dan lainnya. Selain itu ada *in-house graphic* atau divisi grafis yang melekat di sebuah perusahaan atau institusi pemerintah maupun swasta (contohnya Bank, BUMN, dsb.)

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

A. **Graphic Design on Surface (berbasis cetak/ printed matter)**

Ilustrasi

- Komik
- Graphic Novel
- Buku Cerita
- Desain karakter (berbasis cerita, maskot, mainan/ toys)
- Karikatur

- Mural/ Instalasi Grafis (contoh pada *cafe* atau kantor)

Grafis

- Desain Kemasan (*packaging*)
- Brosur/ *Flyer*/ Poster/ *Leaflet*
- *Brand Identity* (Logo dan Aplikasinya)
- *Merchandise* (topi, sticker, kaos, totebag)
- Buku/ Majalah Cetak

B. **Graphic Design on Screen (media digital)**

Ilustrasi

- Komik Digital
- *Sticker Apps*
- *Digital Imaging*

Grafis

- *E-book/ e-magazine*
- *Stock Image/ Image Bank*
- Desain Huruf/ *Font*
- Infografis Digital
- *Digital Company Profile*

Bidang wirausaha Desain Grafis menuntut kolaborasi dua kemampuan kreatif dan inovatif, antara kewirausahaan (*entrepreneurship*) dan kerja desain grafis. Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang menjadi dasar untuk membaca kebutuhan/peluang pasar/pengguna. Sedangkan kemampuan Desain Grafis adalah kemampuan kreatif dan inovatif dalam mengolah komunikasi visual melalui gambar/ grafis (tipografi, ilustrasi, elemen grafis, warna, tata letak/ *layout visual*) untuk mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan. Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan melihat potensi dan permasalahan di masyarakat, menggali ide dan pemikiran sebagai solusi

kreatif serta menciptakan sesuatu yang baru untuk diterapkan sebagai bentuk inovasi.

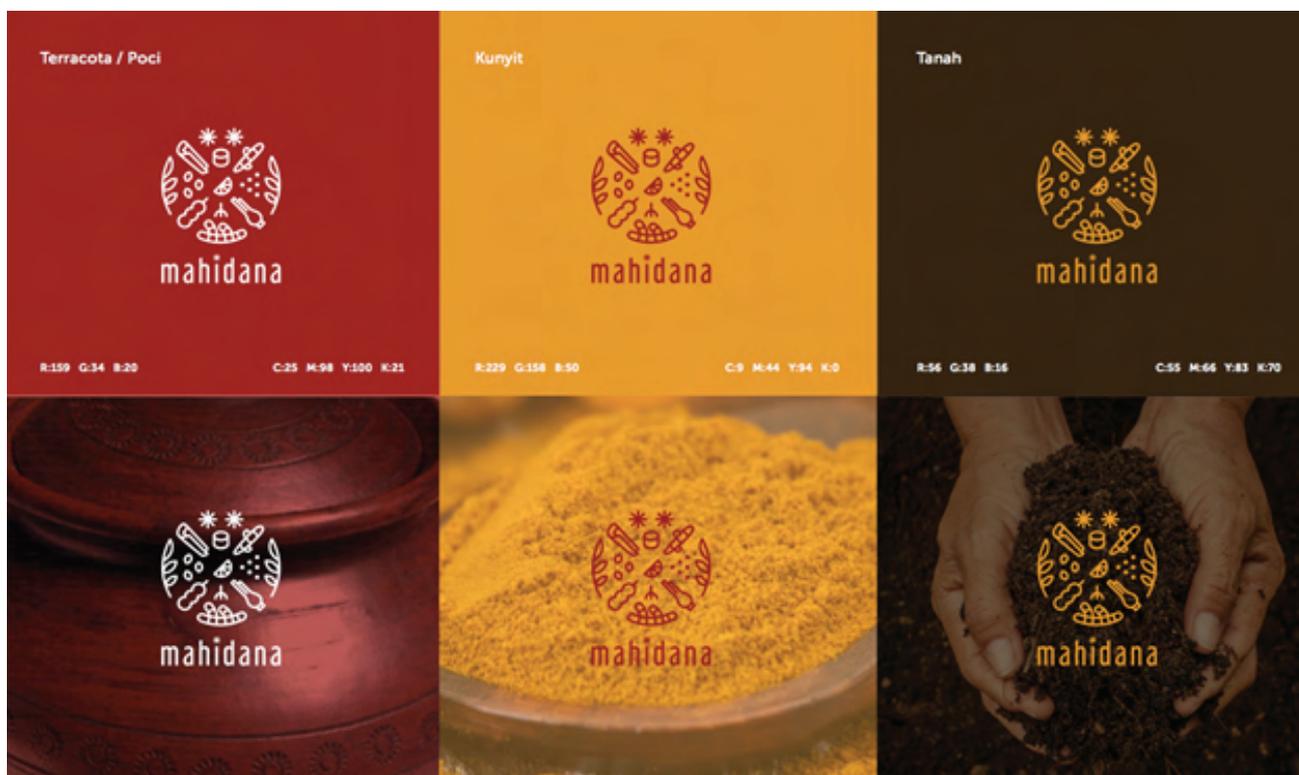
Jenis Karya Desain Grafis

1. Desain Grafis Sebagai Sarana Identifikasi

Sebagai sarana identifikasi, desain grafis bertujuan untuk memberi identitas pada produk, jasa, perusahaan maupun perorangan sehingga mampu menjawab pertanyaan tentang apa, siapa, dimana, dan bagaimana hal (produk, jasa, perusahaan, atau personal) yang dimaksudkan tersebut. Identitas dapat mencerminkan kualitas ataupun karakteristik dari produk, jasa, perusahaan ataupun personal yang diidentifikasi (dirancang). Sebagai contoh adalah

penggunaan logo atau *visual identity/ corporate identity /brand identity* yang digunakan untuk membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain atau satu brand dengan brand yang lainnya.

Desain Grafis Sebagai Sarana Identifikasi meliputi : Perancangan Logo (*Visual Identity / Corporate Identity*), aplikasi Logo pada media : gedung, kendaraan, *stationary*, seragam, *website*, *company profile*, dll.





Contoh Brand Identity (Logo) dan Aplikasinya (Stationery, Kemasan)

2. Desain Grafis Sebagai Sarana Presentasi dan Promosi / Pemasaran

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

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



Brosur & Sticker Sosialisasi KPPU



Contoh Brosur & Poster Cetak Promosi

3. Desain Grafis Antar Muka (*Interface Design*)

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

Adalah tugas seorang desainer UI untuk menyeimbangkan daya tarik estetika dengan fungsi teknis. Desainer UI berspesialisasi dalam aplikasi desktop, aplikasi seluler, aplikasi web, dan game. Mereka bekerja sama dengan desainer UX (*User Experience/ pengalaman pengguna*) yang menentukan cara kerja aplikasi dan pengembang UI (yang menulis kode untuk membuatnya berfungsi).

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



Contoh Desain Web dan Interaksinya

4. Desain Grafis Publikasi (Publishing)

Desain Publikasi adalah karya (cetak maupun digital) yang berkomunikasi dengan audiens melalui distribusi publik. Mereka secara tradisional menjadi media cetak, buku, koran, majalah, dan katalog. Seiring dengan kemajuan teknologi karya-karya publishing merambah kedalam penerbitan digital.

Contoh desain grafis publikasi : Buku, majalah/koran, direktori (cetak maupun digital), laporan tahunan (annual report), company profile, katalog, e-book.



Contoh Buku Cetak

5. Desain Grafis Kemasan (*Packaging Design*)

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

Desainer kemasan membuat konsep, mengembangkan *dummy (prototype)* dan membuat file siap cetak untuk suatu produk. Ini membutuhkan pengetahuan ahli tentang proses cetak dan pemahaman yang tajam tentang desain, bentuk, material dan manufaktur industri. Karena desain kemasan menyentuh begitu banyak disiplin ilmu, tidak jarang bagi perancang menemukan diri mereka menciptakan aset lain untuk suatu produk seperti fotografi, ilustrasi, dan identitas visual.

Contoh : Kemasan produk *cafe*, kemasan makanan, kemasan untuk produk



Desain Logo dan Aplikasi Pada Karung



Paper Bag



Paper Cup



Botol Plastik

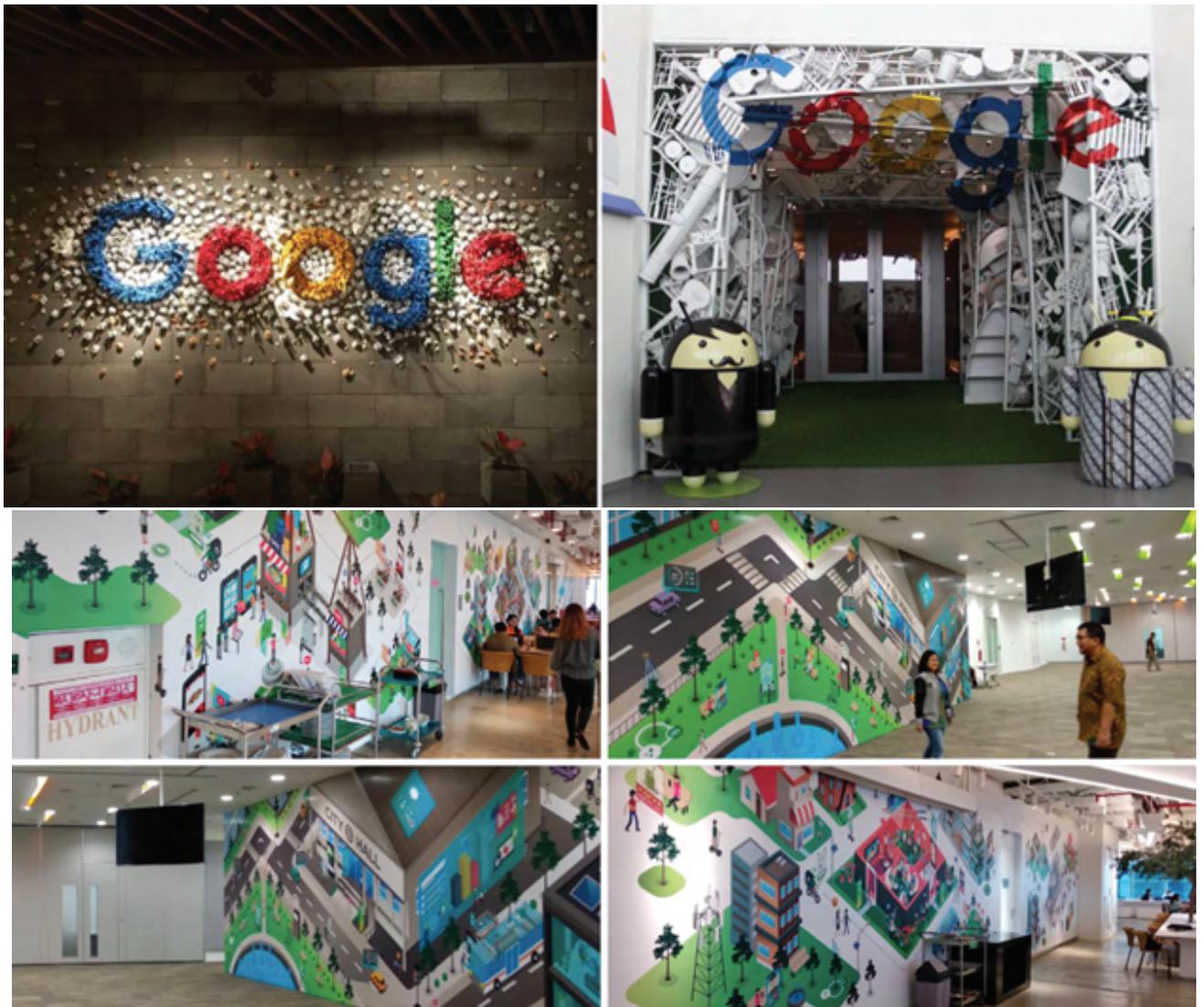


Contoh Desain Kemasan/Packaging

6. *Environment Graphic*

Environment Graphic / Desain Grafis lingkungan secara visual menghubungkan orang-orang ke tempat-tempat untuk meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan dengan membuat ruang lebih mudah diingat, menarik, informatif atau lebih mudah dinavigasi.

Contoh *Environment Graphic* : *Signage*, Mural dinding, Grafis Ruangan Pameran, Instalasi Grafis pada kantor/ cafe.



Contoh Environmental Graphic

7. Desain Grafis Ilustrasi (*Illustrator*)

Seni grafis ilustrasi sering dianggap sama dengan desain grafis, namun mereka masing-masing sangat berbeda. Desainer membuat komposisi untuk berkomunikasi dan menyelesaikan masalah, seniman grafis (*illustrator*) membuat karya seni (*visual art*), seni mereka mengambil sejumlah bentuk, dari seni rupa hingga

dekorasi hingga ilustrasi mendongeng. Walaupun seni grafis dan ilustrasinya bukan jenis desain grafis secara teknis, banyak yang dibuat untuk penggunaan komersial dalam konteks desain grafis.

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



Contoh Ilustrasi terapan dan Komik (online dan cetak)

8. Desain Permainan

Desain permainan membutuhkan aset desain grafis berupa ilustrasi dan elemen grafis, serta dibutuhkan dukungan infografis untuk menjelaskan cara bermain agar mudah dipahami oleh orang awam yang memainkannya. Permainan dapat berupa digital maupun non-digital, namun lebih ditekankan pada aset visual (desain grafis), bukan kepada *programming* dan media produksi.

Contoh: Permainan Kartu, *Boardgame*, Permainan Monopoli.



Contoh Permainan Kartu

9. Desain Karakter

Menjadi sebuah kebutuhan utama pada saat merancang desain yang membutuhkan sebuah figur/ maskot, karena desain karakter akan menentukan cara berkomunikasi sebuah perancangan. Contoh: Desain karakter untuk game, film animasi, karakter komik, maskot event, maskot perusahaan.



Contoh Desain Karakter untuk game dan maskot untuk perusahaan (Bukalapak)



Fashion adalah salah satu bidang usaha yang selama masa pandemi mengalami dinamika dimana terdapat kategori bisnis yang mengalami kenaikan serta kebaruan, namun di lain sisi terdapat pula produk-produk usaha yang terkena penurunan dalam kualitas produk serta pendapatan. Desain bisnis dalam bidang fashion yang muncul dan bertahan selama pandemi merupakan produk-produk yang diperlukan oleh gaya hidup masyarakat pada era pandemi. Bisnis bidang fashion juga merupakan jenis bisnis yang harus bisa beradaptasi pada perubahan yang terjadi di dunia.

Fashion pada dasarnya adalah **gaya hidup masyarakat di suatu masa tertentu yang cenderung ditentukan, digemari dan digunakan sebagai style (gaya) dalam berpenampilan.**

Cara berpenampilan tersebut tertuang dalam gaya berbusana yang digunakan sebagai media komunikasi serta ekspresi diri yang hadir sebagai respon dari berbagai peristiwa sosial, politik, ekonomi dan budaya serta teknologi sesuai tempat dan waktunya. Sehingga fashion di Indonesia dapat dikatakan sebagai media komunikasi dan ekspresi bangsa Indonesia yang perkembangannya disesuaikan dengan budaya bangsa serta mengangkat keragaman potensi sumber daya lewat cara berbusana.

Melalui pengertian tersebut bila dikaitkan dengan tema FIKSI 2021 yakni **"Dare to Start: Create The Future - Jejaring Cerdas untuk masa depan yang Tangguh"** maka kegiatan wirausaha di bidang fashion memerlukan keberanian untuk menciptakan kebaruan, dalam hal ini adalah kreatifitas anak muda dalam mengolah kreasi desain busana dan desain aksesoris yang selaras dengan perkembangan tren serta prinsip sustainability. Dalam merancang usaha diperlukan kerja sama dengan berbagai pihak yang berpotensi memberikan kemajuan dalam proses berwirausaha meliputi proses penciptaan, branding, marketing hingga distribusi produk. Sehingga kemampuan berjejaring oleh para entrepreneur menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan sustainability suatu usaha. Produk yang diciptakan bertujuan untuk menjawab kebutuhan pasar dan membuka peluang lapangan kerja bagi masyarakat serta memberikan kontribusi yang baik bagi lingkungan. Kriteria produk yang dihasilkan harus dapat memiliki nilai jual dan profit sehingga usaha bisa terus berkembang sesuai target.

Produk yang dihasilkan bisa berupa:

1. Penciptaan produk fashion baru: produk yang dibuat dari awal (bisa membuat dari material baru hingga menjadi produk fashion atau dari material yang sudah ada lalu diolah menjadi produk fashion), tidak menggunakan produk yang sudah ada.

Contoh:

- Mengolah sisa kulit jagung yang dijadikan sebagai anyaman kemudian dibuat menjadi produk aksesoris



Produk dari Brand DuAnyam yang memanfaatkan tanaman Lontar sebagai material untuk pembuatan aksesoris

- Membuat busana dari kain tenun endek (dalam hal ini kain tenun endek sudah tersedia dipasaran/bekerja sama dengan pengrajin daerah)



Produk dari Brand Niluh Djelantik yang memanfaatkan kain tenun endek Bali.

2. Pengembangan produk: produk yang dibuat dengan cara *redesign*, *reduce*, *recycle* yakni pengolahan kembali dari produk-produk yang sudah ada. Baik produk yang sudah tidak terpakai/barang sisa maupun barang bekas.

Pada awal tahun 2021 masyarakat dunia juga mengalami pandemi dan tak luput juga di Indonesia yang berdampak pada berbagai bidang utamanya kesehatan dan bidang lainnya seperti pendidikan dan ekonomi industri. Sistem yang dianggap aman adalah sistem yang dapat dilakukan dari rumah dan bermitra secara daring/*online*. Begitu juga dengan bidang industri fashion, sistem produksi menjadi tantangan baru, sebab pengrajin, desainer dan juga manajerial tidak dapat berkumpul secara langsung untuk menghasilkan komoditas. Manajerial dilakukan secara daring dengan memberikan lembar kerja desain yang jelas bagi pengrajin yang terlibat.

Dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi maka segala keterbatasan yang terjadi selama pandemi tidak dipandang sebagai faktor penghambat dalam mencapai keberhasilan usaha. Teknologi informasi dan komunikasi dapat dimanfaatkan sebagai cara dalam menciptakan efisiensi biaya, waktu, tenaga yang dibutuhkan dalam proses berwirausaha dari pembuatan hingga pemasaran produk. Pada tahap pembuatan, teknologi dapat dimanfaatkan dalam pembuatan desain produk, proses produksi dan kemasan. Pada pemasaran, teknologi berperan dalam menampilkan, memberikan informasi dan mempermudah transaksi.



Produk dari Brand Kreskros yang mengolah limbah plastik

Kategori Produk Fashion

Secara sederhana pengkategorian produk fashion dapat dikelompokkan menjadi:

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



*Kategori Produk Busana dari kiri ke kanan adalah koleksi busana pria oleh label Tangan Official, busana anak oleh label Sejauh Mata Memandang.
(Sumber : Instagram masing-masing label)*

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



*Gambar Kategori Produk Aksesoris Stationery kit dari Label Allura dan scrunchie dari Label Riffle Paper.
(Sumber : Instagram masing-masing label)*

Persyaratan Lomba Bidang Fashion

a. Konsep Produk

Persyaratan konsep dalam bidang fashion terdiri dari:

1. *Mood board*: kumpulan gambar inspirasi/ide yang dilengkapi dengan palet warna.
2. Deskripsi produk meliputi penjelasan inspirasi/ide, material, teknik pengerjaan, warna.
3. Ilustrasi produk (produk busana tampak depan belakang, produk aksesoris tampak dari berbagai sisi).
4. Dokumentasi proses pengerjaan dan produk akhir.
5. Penjelasan tujuan usaha, target market dan model bisnis kanvas.



b. **Kualitas Produk Fashion**

Keunggulan material/produk, karakter visual, keterampilan, keunikan, utilitas/kegunaan produk dan kerapihan.

c. **Lingkungan dan Sosial**

Ramah lingkungan (produk dan kemasan), mempunyai nilai keragaman potensi budaya, dan juga dampak sosial (*social entrepreneurship innovation*), minimum 50% dari produk.

d. **Perencanaan**

Kategori produk yang dihasilkan tergolong dalam kategori rencana usaha dan bisnis berjalan. Kategori rencana usaha adalah produk yang sudah terdapat *prototype* sedangkan kategori bisnis berjalan adalah produk yang sudah diperjualbelikan selama minimal 3 bulan. Adapun perencanaan terdiri dari:

1. Struktur organisasi: seluruh personel dan/atau *stakeholders* yang terlibat dalam unit usaha
2. Pengelolaan Keuangan: biaya produksi, penentuan harga jual, BEP (*Break Event Point*).
3. Strategi pemasaran
4. Produk siap jual dan variannya.

e. **Presentasi**

Materi presentasi hanya dipersiapkan oleh para peserta FIKSI yang telah lolos ke babak final. Materi penyajian terdiri dari kelengkapan yang telah disebutkan diatas (*mood board*, sketsa, foto produk, dll) disampaikan dengan metode penyajian yakni presentasi mencakup artikulasi lisan, sikap, kejelasan dan penguasaan materi. Peserta dapat menambahkan video singkat tentang produk bila ada. Materi presentasi dapat disajikan dalam format video (bisa menggunakan power point yang dilengkapi dengan suara rekaman penjelasan konsep dan produk) dengan memanfaatkan situs/aplikasi youtube. Link youtube dapat diberikan ke panitia pendaftaran dengan batas waktu upload mengikuti batas waktu dari panitia.



Hai, ada yang berbeda di FIKSI 2021.

Khusus di Bidang Pengembangan Permainan Interaktif dan Aplikasi Digital, Kami tambahkan kategori baru yaitu Audio Visual. Ya, sub bidang ini hadir untuk menerima karya-karya spektakuler talenta-talenta siswa SMA yang suka bereksperimen dan berbagi karya-karya video atau animasinya melalui kanal-kanal media sosial.

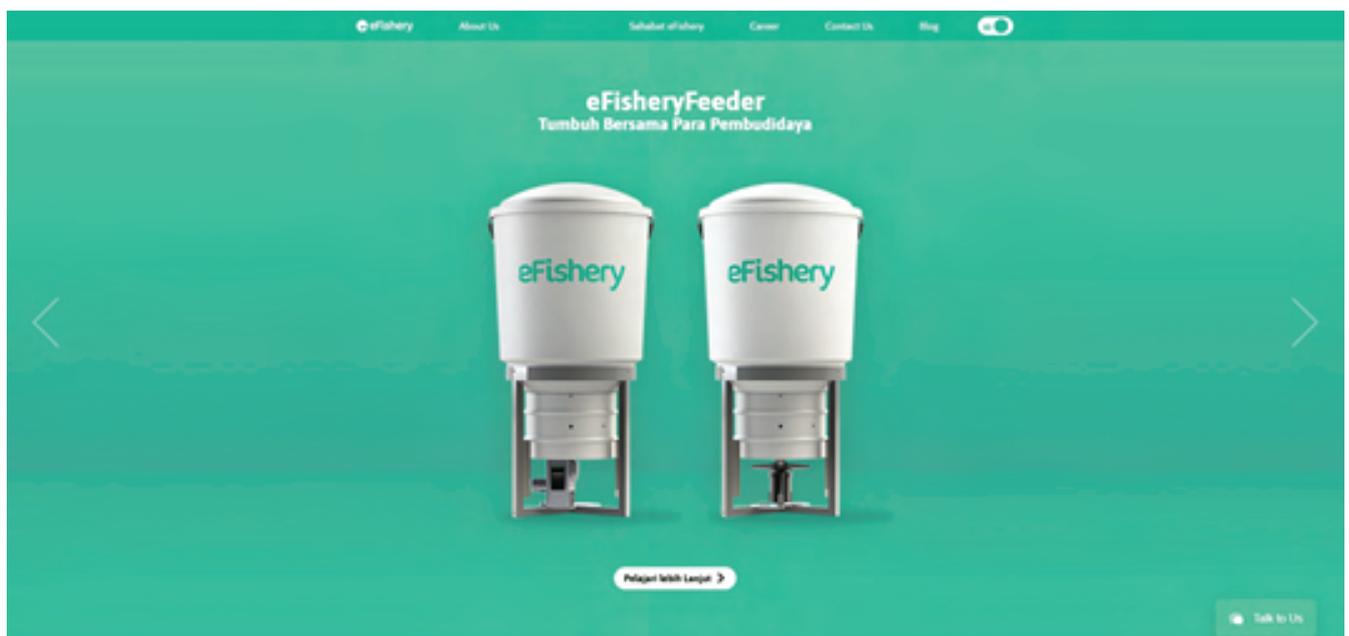
Jangan khawatir, karya-karya interaktif seperti permainan/game interaktif atau aplikasi digital tetap dapat kalian sertakan di kategori Desain Interaktif.

1. Media Desain Interaktif: Game dan Aplikasi Digital

Kategori desain interaktif terdiri atas karya-karya game atau aplikasi digital yang menjadi media pendobrak jaman dengan berbagai inovasi solutif yang melibatkan *automation, connection, cloud computing, IoT, artificial intelligence, big data, addictive manufacturing, integrated system*, dan *digitalization* yang menyuguhkan informasi lengkap, mempermudah kinerja, menawarkan pengalaman baru, menyenangkan, hingga memberikan makna baru bagi penggunanya.

Ini adalah bidang wirausaha yang hadir dengan sangat cepat dan populer akibat perkembangan kolaborasi antara bidang rekayasa (teknologi komputer, telekomunikasi, informasi) dan bidang desain.

Begitu banyak wirausaha yang populer memenuhi kriteria era Revolusi Industri 4.0 di atas, sebut saja beberapa game digital seperti: **DreadOut, Football Saga, Game Nitiki, Tahu Bulat, Diponegoro - Towers Defense, Angkot the Game, Warung Chain, Animal Pirates**, dsb; Atau beberapa aplikasi digital seperti: **Bukalapak, Tokopedia** (jual beli *online*), **Traveloka** (perjalanan), **Halodoc, KawalCovid** (kesehatan), **iGrow, e-Fishery** (pertanian-perikanan), **iAngklung** (tradisi/budaya), **Ruangguru** (pendidikan), **Sambara** (administrasi), dsb. Game dan aplikasi tersebut tentunya dapat dimainkan/digunakan dengan spesifikasi salah satu teknologi seperti *smartphone, tablet, pc, robotik/mekatronik, multitouch screen, hologram, augmented reality, virtual reality, wearable technology*, dll.



eFisheryFeeder, pemberi pakan ikan otomatis yang dapat dikontrol melalui ponsel pintar (sumber: efishery.com.)



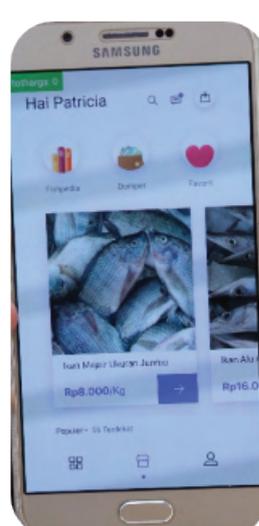
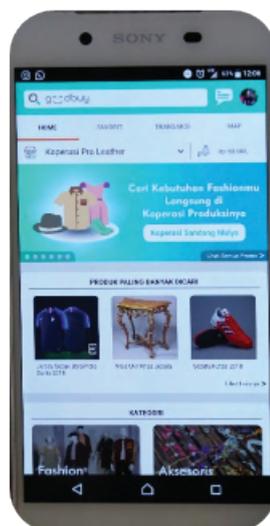
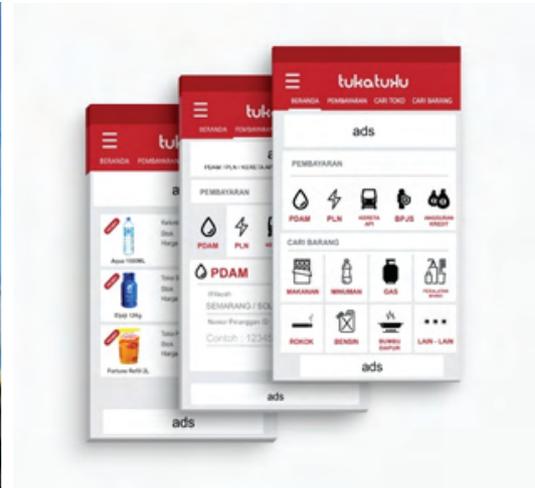
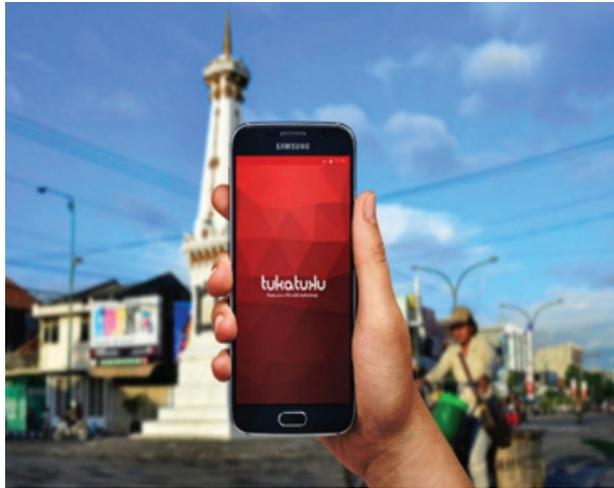
*Game Valthirian Arc karya Agate Studio
(sumber: agate.com.)*

Karya-karya di atas tentu saja sebagian besar dibangun dengan memerhatikan prinsip usability goals (efektif, efisien, aman, mudah dipelajari, mudah diingat) dan prinsip user-experience goals (kenikmatan, kepuasan, keceriaan, bantuan, hiburan, motivasi, pemenuhan emosi, penghargaan, mendukung kreativitas, pemuasan estetik), (Preece, dkk., 2002:19), dan tentunya diapresiasi, menginspirasi, atau memberikan pengaruh dan manfaat yang besar bagi konsumen (pemain/pengguna) sehingga mampu menghasilkan keuntungan komersial.

FIKSI 2021 menantang dan mendorong siswa SMA/MA seluruh Indonesia di kota maupun di pelosok untuk berani memulai menciptakan masa depannya sendiri dengan menjadi wirausahawan muda unggul di bidang game dan aplikasi yang mampu memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, seperti para juara-juara FIKSI sejak tahun 2016.

Tabel Juara-jawara Wirausaha Siswa SMA Indonesia Bidang Permainan Interaktif dan Aplikasi Digital pada FIKSI 2016-2020

	Emas	Perak	Perunggu	Favorit
2016	aplikasi Startup Kreatif (gagasan)	aplikasi Edulens (gagasan)	aplikasi Dolan Dab (gagasan)	
2017	aplikasi TukaTuku (gagasan)	aplikasi Baron (gagasan)	aplikasi Garmery (gagasan)	
2018	aplikasi Goodbuy_Id (gagasan)	aplikasi Go-Birahi (gagasan)	aplikasi Fish Bliss (gagasan)	aplikasi Fooder (gagasan) aplikasi Bara (gagasan)
2019	aplikasi Investani (rintisan pemula)	game Sendal (rintisan pemula)	aplikasi PanritaMart (rintisan pemula)	aplikasi Balikara (rintisan pemula) aplikasi K-Pow (rintisan pemula)
	aplikasi Stendi (rintisan lanjutan)	aplikasi ARwarti (rintisan lanjutan)		
2020	game Nguliner (rintisan pemula).	aplikasi Plong (rintisan pemula)	aplikasi Jurnalab (rintisan pemula)	aplikasi Banvis (rintisan pemula) aplikasi Diet On (rintisan pemula)
	aplikasi Caritani (rintisan lanjutan)	aplikasi ganTas (rintisan lanjutan)		



Tampilan desain antarmuka wirausaha Jawara-jawara Bidang Permainan Interaktif dan Aplikasi Digital pada FIKSI tahun sebelumnya

Kriteria dan ketentuan kategori desain interaktif (game dan aplikasi digital)

Kategori Lomba:

- **Kewirausahaan Rencana Usaha:** prototip game dan aplikasi digital yang diciptakan atau dikelola oleh siswa SMA di lingkungan sekolahnya yang belum dipublikasikan, belum mulai dipasarkan, dan belum menghasilkan profit secara berkala-tercatat.
- **Kewirausahaan Usaha Berjalan:** prototip game dan aplikasi digital yang diciptakan atau dikelola oleh siswa SMA di lingkungan sekolahnya yang sudah mulai dipublikasikan, dipasarkan, dan menghasilkan profit secara berkala-tercatat.

Model Kewirausahaan:

- **Kewirausahaan berbasis produk (barang):** game dan aplikasi digital dalam bentuk *software* atau *hardware* yang diciptakan, dibangun, dan dikelola dari awal (*from scratch*) berdasarkan ide dan konsep sendiri.
- **Kewirausahaan berbasis jasa:** game dan aplikasi digital yang bukan diciptakan atau dibangun dari awal (*from scratch*), dengan pengertian lain yaitu game dan aplikasi sudah tersedia, diciptakan atau dikembangkan oleh pihak ketiga di sekitar lingkungan sekolahnya. Siswa bertindak sebagai kolaborator atau pengelola dalam aspek inovasi pengembangan wirausaha.

Kewirausahaan desain interaktif (game dan aplikasi digital) sebaiknya merupakan kolaborasi multidisiplin di bidang-bidang berikut ini:

- a. Teknologi elektronika dan informatika: pemrograman perangkat lunak ataupun perangkat keras
- b. Desain: membangun artistik visual (tipografi, logo, tata letak, warna, storyboard, karakter, latar, animasi, antarmuka, navigasi, dsb.), termasuk memuaskan aspek sensasi penginderaan, emosi, persepsi, pengalaman, dan pemaknaan baru
- c. Konten: membangun informasi, narasi, atau *storytelling* yang mudah dipahami oleh pemain atau pengguna
- d. Wirausaha: mengelola sistem yang berhubungan dengan operasional, organisasi, manajemen, sumber daya, dan keuangan dengan memperhatikan kebutuhan, peluang, tren, dan kompetitor.

Lingkup topik karya desain interaktif (game dan aplikasi digital)

- Kesehatan dan kebugaran (manusia, hewan, atau tumbuhan) meliputi: informasi, pencegahan, perawatan, atau penanggulangan penyakit, atau wabah
- Pendidikan (formal atau berkebutuhan khusus) meliputi: implementasi pengajaran, workshop, atau pelatihan
- Pertanian, perternakan, perikanan, dan perkebunan
- Lingkungan hidup (darat, air, udara)
- Tradisi dan budaya, meliputi: masyarakat/sentra adat, ritual/kegiatan, artefak dalam konteks lampau, kini, maupun masa depan
- Sosial dan kemasyarakatan
- Perjalanan dan pariwisata
- Home industri/UKM

Syarat dan ketentuan:

- a. Peserta wajib membuat pernyataan tentang:
 - Keaslian karya, isi/konten produk/jasa game atau aplikasi digital tersebut tidak sedang dalam sengketa dan klaim dari pihak lain
 - Deskripsi ringkas penjelasan karya game atau aplikasi digital
 - Merupakan karya yang selesai dibangun selambatnya dua tahun ke belakang (2019)
- b. Peserta wajib menyertakan dokumen yang meliputi kelengkapan:
 - Visualisasi aset desain: sketsa dan desain akhir (tipografi, logo, antarmuka, tata letak, ilustrasi, karakter, properti, latar, simbol, ikon, skema warna, animasi, dsb.)
 - Diagram alur (*flowchart*) cara pakai game atau aplikasi digital
 - Simulasi game atau aplikasi digital dengan cara:
 - Analog: menggunakan kartu berbahan kertas tebal yang dicetak seukuran layar perangkat telepon genggam atau tablet yang menunjukkan halaman-halaman tiap menu, atau
 - Digital: aplikasi terpasang di perangkat digital (web atau gawai) yang dapat dimainkan/dioperasikan secara langsung dan interaktif
 - Untuk kategori usaha lanjutan, game atau aplikasi digital berbasis mobile harus sudah tercantum di *Playstore* atau *Appstore*, atau *publisher* khusus, serta menyertakan proposal bisnis dalam format *Business Model Canvas*.
 - *Teaser* dalam bentuk video atau dengan durasi maksimal 3 menit yang memperlihatkan ekspresi desain antar muka, alur interaksi, fungsi, dan cara pakai produk.

2. Media Audio Visual: Video dan Animasi

Konten kreatif berupa karya audio visual/gambar bergerak, seperti video dan animasi saat ini sangat digemari oleh kalangan muda Indonesia. Konten-konten semacam ini merupakan media narasi visual yang dapat dipakai untuk mengemas pesan atau informasi secara menarik sehingga efektif untuk berkomunikasi atau bercerita. Kemudian, dengan adanya platform media sosial seperti Instagram ataupun Youtube, konten-konten seperti itu dapat di-*monetize* menjadi sebuah bisnis yang menguntungkan.

Sudah banyak kreator lokal yang eksis dalam industri ini dengan beragam jenis karyanya. Ingatkah kalian dengan film pendek **Tilik** dari Ravacan Film, video klip lagu **Lathi** milik Weird Genius, kanal Youtube **Nihongo Mantappu** milik Jerome Polin, kanal **Gita Savitri** hingga kanal sains populer **Sisi Terang?** Atau pernahkah kalian menonton animasi seperti **Dalang Pelo, Animasinopal, Om Perlente** dari Shark Animation, atau **Nussa Rara** dari Little Giant? Adalagi karya-karya berjenis *projection (video) mapping* seperti buatan studio Sembilan Matahari, atau karya *Motion Graphic* untuk visualisasi pertunjukan seperti yang dibuat oleh Isha Hening (*visual jockey*).



Video film pendek “Tilik” oleh Ravacana Films
(sumber: <https://ravacanafilms.com>)



Video iklan layanan masyarakat Tahun Baru
Imlek 2571 oleh Cerah Hati
(sumber: Instagram @cerahati)



Video Blog “Nihongo Mantappu” di Youtube
(sumber: https://www.youtube.com/watch?v=VpB-kNVI_tcA&t=163s)



Serial Animasi “Om Perlente” oleh Shark Animation
di Youtube (sumber: <https://www.youtube.com/channel/UCxQGB6hoHdNjMTvZa1Lcxtg>)



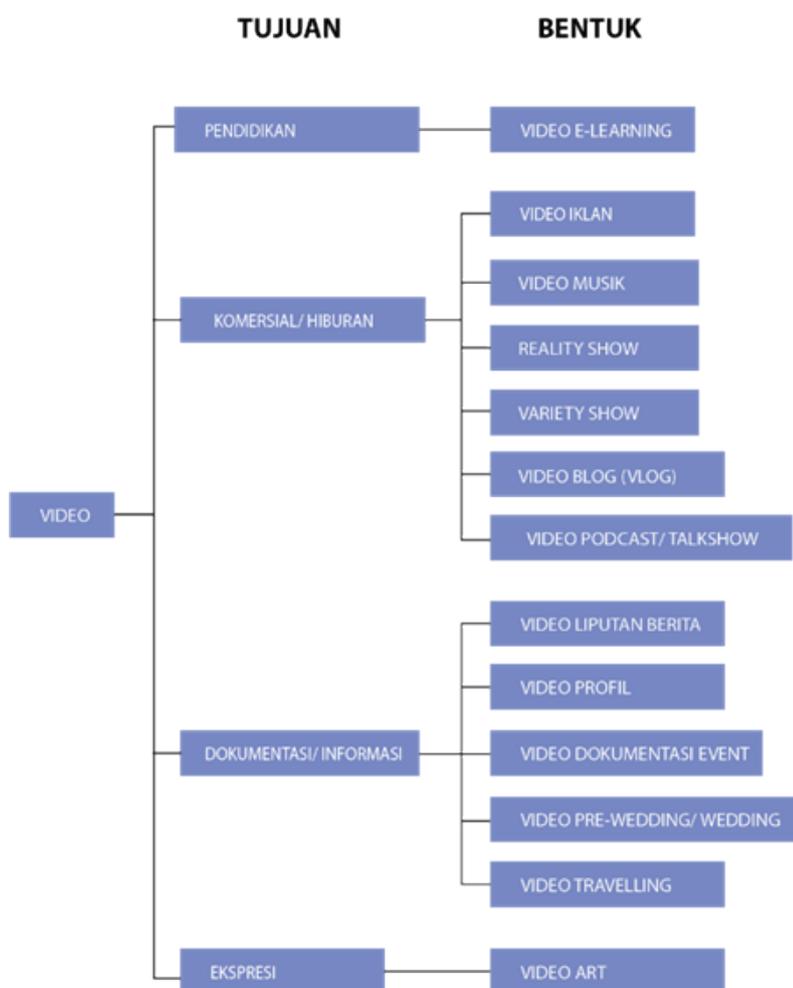
Video Mapping Gedung Sate, oleh Sembilan Matahari
(sumber: pikiranrakyat.com)



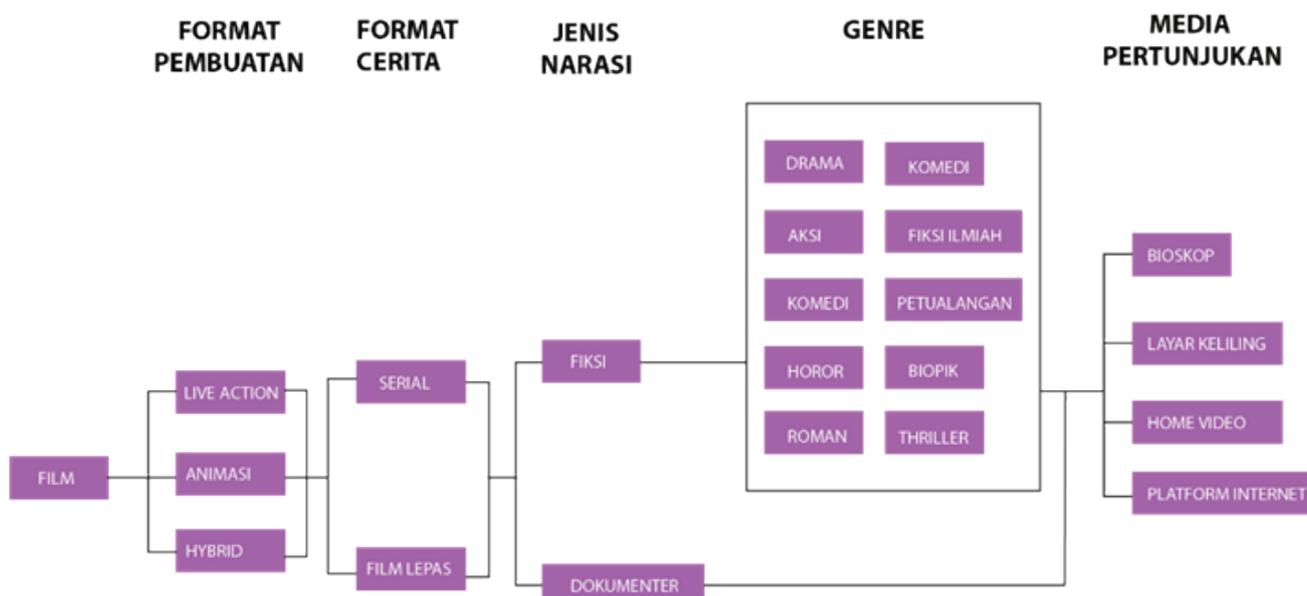
Visualisasi animasi pada latar panggung konser
Iwan Fals, oleh Isha Hening
(sumber: Instagram @ishahening)

FIKSI tahun 2021 memberi kesempatan kepada siswa SMA yang sudah memiliki usaha atau tertarik mengembangkan usaha di bidang kreasi konten video dan animasi untuk berkompetisi dan menguji potensi usahanya. Kreasi video dan animasi yang dicari dalam FIKSI 2021 bukan hanya yang memiliki kualitas visual dan penceritaan yang baik dan menarik saja, namun juga yang berani menawarkan inovasi teknik hingga tema segar/unik yang berangkat dari potensi kelokalan daerah siswa berada sehingga bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

Karya Video yang dimaksud dalam FIKSI 2021 adalah segala macam hasil kreasi yang diciptakan melalui proses perekaman kamera untuk bercerita, tidak dibatasi ragam jenis, dan tujuannya. Video dapat memuat narasi/cerita fiktif ataupun dokumenter (non fiksi) yang bertujuan tujuan untuk edukasi, hiburan ataupun komersial (iklan). Dapat berbentuk film cerita (fiktif atau dokumenter), video profil, video musik, video dokumentasi, video iklan, video blog (vlog), maupun video *podcast*, dsb.

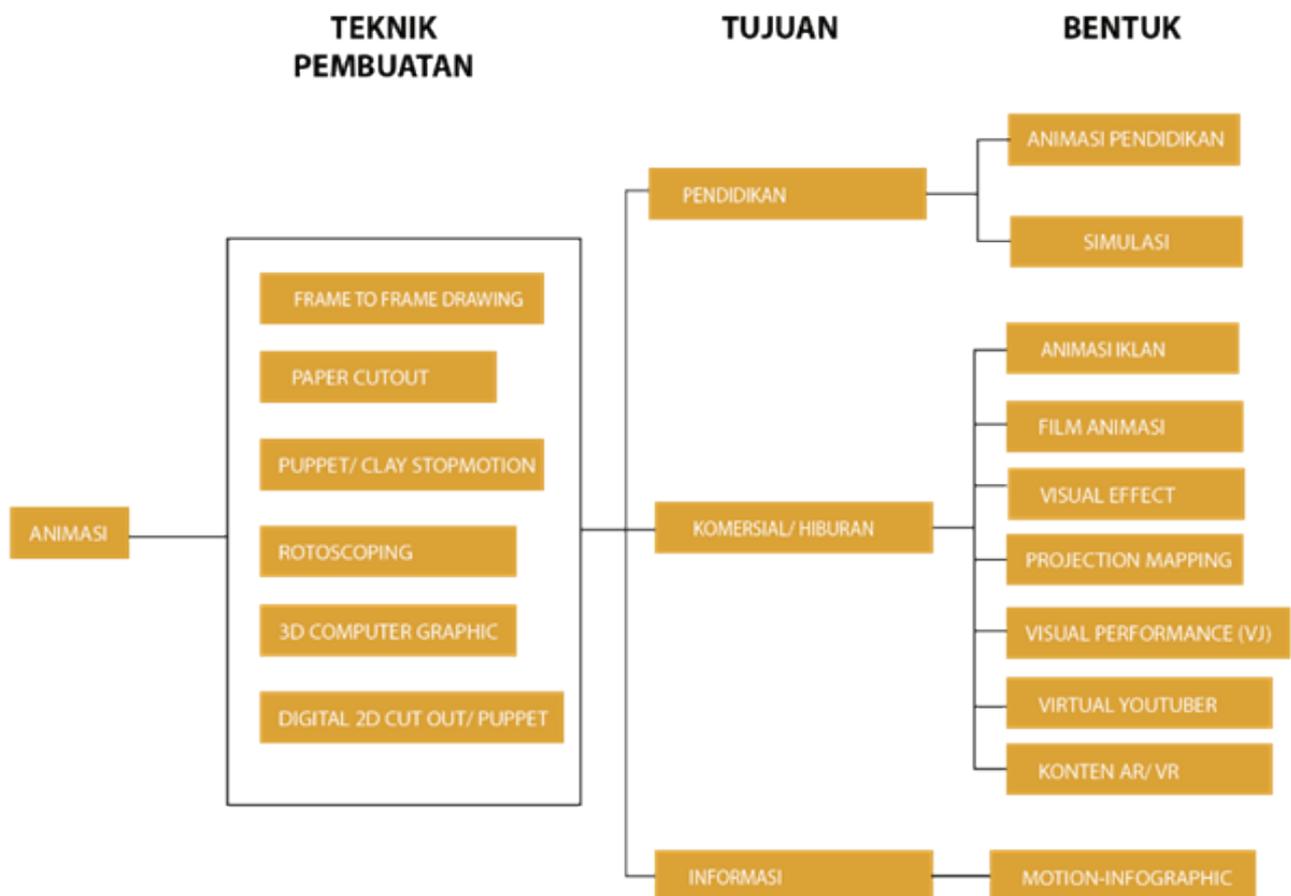


◀ *Jenis-jenis karya video*



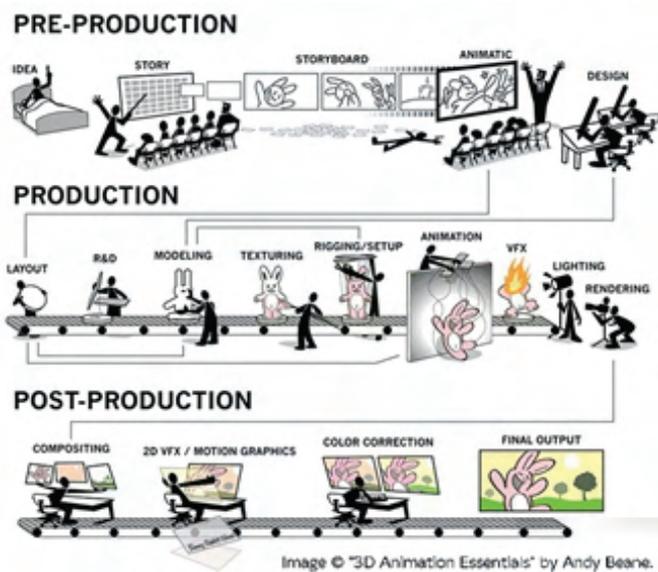
▲ *Jenis-jenis karya film*

Karya animasi adalah segala macam hasil kreasi gambar tangan ataupun komputer yang “dihidupkan” melalui gerak dan memiliki cerita. Kreasi animasi ini dapat dibuat dengan segala macam teknik, bisa dengan teknik konvensional (*frame by frame hand drawing*), stopmotion, ataupun animasi komputer 2D dan 3D. Bentuknya pun dibebaskan, dapat berupa film animasi, motion graphic, animasi untuk konten AR/ VR, *projection mapping*, hingga video klip, dsb.

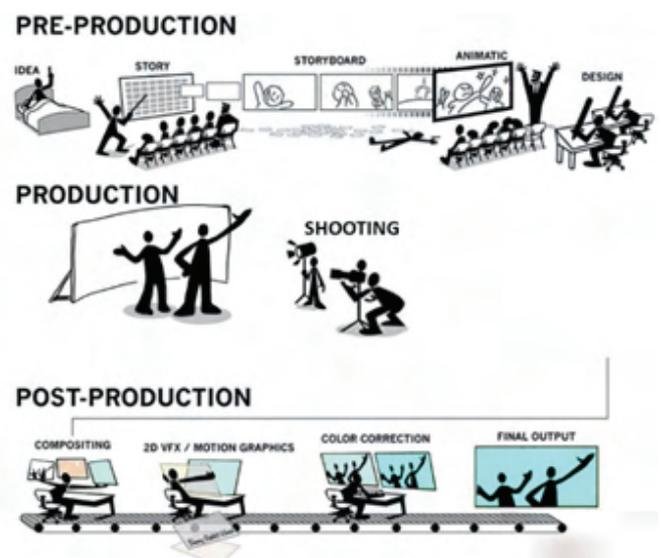


Jenis-jenis karya animasi

Kewirausahaan video dan animasi dapat meliputi seluruh proses pembuatan karya video dan animasi ataupun usaha jasa yang melayani satu atau beberapa tahapan dalam proses (*pipeline*) pembuatan video dan animasi yang terdiri dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi.



Pipeline produksi animasi
(sumber: 3D Animation Essential oleh Andy Beane)



Pipeline produksi film/video
(sumber: 3D Animation Essential oleh Andy Beane)

Dalam bidang video dan animasi peserta dapat mengembangkan dua model kewirausahaan, yaitu:

1. Usaha berbasis **konten video & animasi orisinal**: usaha video atau animasi yang menjual karya yang dikembangkan dari ide orisinal sendiri dengan genre tertentu. Dapat berupa:
 - Film pendek;
 - Animasi (serial atau animasi pendek);
 - Video edukasi;
 - Film dokumenter;
 - Program *talk show* (*podcast*);
 - Video Blog;
 - *Virtual Youtuber*;
 - dsb.

Dalam model usaha ini peserta boleh berkolaborasi dengan pihak lain untuk proses produksinya (*co-production*), selama konsep atau ide karyanya adalah milik peserta (hak cipta dimiliki peserta).
2. Usaha **jasa video & animasi**: usaha yang menyediakan jasa produksi atau pasca-produksi untuk melayani pihak-pihak lain yang membutuhkan media audio visual. Misalnya:
 - Rumah produksi yang melayani pembuatan video musik atau video profil;
 - Studio pembuatan video *wedding* dan *pre-wedding*;
 - Studio pasca-produksi yang membantu editing film;
 - Studio *Visual Effect*;
 - *Visual Jockey* untuk pertunjukan dan event;
 - Studio *Projection Mapping*;
 - Studio pengembang konten AR/VR/Hologram;
 - Studio jasa animasi yang melayani pembuatan iklan, simulasi; *motion graphic*;
 - dsb.

Kriteria dan ketentuan bidang video dan animasi

Kategori Lomba:

- **Kewirausahaan Rencana Usaha:** video dan animasi yang diciptakan atau dikelola oleh siswa SMA di lingkungan sekolahnya yang belum dipublikasikan, belum mulai dipasarkan, dan belum menghasilkan profit secara berkala-tercatat.
- **Kewirausahaan Usaha Berjalan:** video dan animasi yang diciptakan atau dikelola oleh siswa SMA di lingkungan sekolahnya yang sudah mulai dipublikasikan, dipasarkan, dan menghasilkan profit secara berkala-tercatat.

Syarat dan Ketentuan:

- a. Peserta wajib membuat pernyataan tentang keaslian karya, isi/konten produk/jasa video atau animasi tersebut tidak sedang dalam sengketa dan klaim dari pihak lain
- b. Peserta wajib menyertakan dokumen yang meliputi kelengkapan:
 - Proposal Bisnis (*Business Model Canvas*)
 - *Pitch Deck* dari karya yang ditawarkan, berisi:
 - Untuk usaha berbasis konten:
 - Judul karya (brand, tagline)
 - Konsep singkat karya (premis, genre, tema, dsb)
 - Desain karakter (jika ada)
 - Treatment visual (gaya visual)
 - Untuk usaha jasa video & animasi:
 - Nama Studio & Profil
 - Jenis layanan
 - Kapabilitas Studio (Kekuatan/*Uniqueness*/Pembeda)
 - Karya jadi, *Teaser* karya video/ animasi untuk kategori rencana usaha
 - Karya Jadi atau *Showreel* untuk kategori usaha yang sudah berjalan

AYO, jadilah E-Fishery, Agate Studio, sembilanMatahari, atau Jerome Polin yang lebih hebat di masa depan!



Demi mengusung kewirausahaan untuk peningkatan ketahanan pangan dan ketahanan tubuh menghadapi era pandemi dan new normal :

1. Dibutuhkan makanan yang mudah diproduksi dan memiliki nilai nutrisi yang baik
2. Mengolah produk dari bahan dasar yang biasa dikonsumsi masyarakat
3. Peserta dapat menggunakan produk yang tidak diproduksi sendiri namun harus menambahkan nilai terhadap produk dan harus dikemas dengan baik dengan packaging yang layak & menarik sehingga produk memiliki daya tahan lama dan mudah didistribusikan kemanapun
4. Penilaian juga ditekankan pada aspek pemasaran (marketing) dan menyentuh pengalaman pembeli

Produk yang dikompetisikan merupakan pengolahan **makanan atau minuman Siap Masak (Ready to Cook) dan makanan atau minuman Siap Saji (Ready to Eat & Drink).**

Usaha Boga terbagi atas beberapa kategori menurut jenis produknya. Pengkategorian bentuk usahanya dapat dikelompokkan menjadi:

1. **Kategori Produk Siap Masak (*Ready to Cook*)**

Usaha boga yang mengolah produk makanan dan minuman dalam keadaan setengah jadi atau produk yang masih membutuhkan tahapan pengolahan lanjutan sebelum dapat dikonsumsi. Contoh produk siap masak antara lain adalah:

- a. Aneka bumbu
- b. Aneka olahan tepung
- c. Minuman dalam bentuk serbuk
- d. Makanan dalam proses pembekuan
- e. Jenis produk siap masak lainnya.

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

Usaha boga yang mengolah produk makanan dan minuman dalam keadaan siap disajikan atau produk yang tidak membutuhkan tahapan pengolahan lanjutan dan dapat dikonsumsi langsung. Contoh produk siap saji antara lain adalah:

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

Persyaratan khusus bagi peserta Boga FIKSI 2021 :

1. Melengkapi proposal dan lampiran yang dipersyaratkan panitia termasuk *link* video berisi proses produksi dan infografis yang singkat, jelas, menarik sesuai pedoman umum yang diberikan, dan memastikan telah terkirim dengan baik
2. Melampirkan bukti/laporan penjualan yang sudah dilakukan atas produk yang dilombakan
3. Membuat akun sosial media beserta kontennya
4. Melampirkan uji lab kelayakan konsumsi produk (tanggal kadaluarsa) dan *Nutrition Fact* (tabel nilai gizi) dari universitas setempat dengan surat rekomendasi dari Kemendikbud
5. Dikemas secara layak ,aman, menarik dengan brand/merek yang mudah di baca dan di ingat pembeli untuk didistribusikan
6. Membuat *commercial video* agar juri mampu menilai inovasi dan kreativitas peserta dalam menjual produknya.



Contoh Foto Produk Boga

7 Aspek DOs and DON'Ts Bidang Boga

Hal-hal yang sebaiknya dilakukan dan atau dihindari dalam merintis Bisnis/ mengikuti lomba FIKSI Bidang Boga

	DO	DON'Ts
<p>Pedoman Lomba (tata cara mengikuti lomba)</p>	<p>Membaca seksama setiap poin persyaratan lomba di buku pedoman yang update tiap tahun dengan memiliki tema unik</p> <p>Aktif bertanya agar naskah dan hasil lomba makin sempurna</p>	<p>Mengirim naskah terburu-buru <i>last minute</i> (waktu mepet) tanpa menyimak persyaratan, sehingga banyak kekurangan di babak pengiriman naskah</p>
<p>Ide (menarik dan memberi tambahan nilai/manfaat)</p>	<p>Ide produk makanan orisinil itu bagus, tapi boleh tidak orisinil tapi memberi nilai/manfaat lebih baik bentuk/tekstur, rasa, varian, kombinasi, kemasan, layanan dll</p> <p>Carilah ide produk yang memang benar-benar dibutuhkan orang, bukan kira-kira dibutuhkan</p> <p>Ide-ide dipertimbangkan dalam segala aspek diskusi baik dengan tim sesama siswa maupun dibantu pembina</p> <p>Ide dasar bisa disurvei pengembangannya dengan menyimak contoh produk yang sejenis atau mirip.</p>	<p>Ide jangan dibuat sekedar asal unik, nyeleneh, asal ikut-ikutan lomba, tergesa-gesa, dan tidak dibimbing oleh pembina dari sekolah sehingga waktu dan biaya terbuang sia-sia</p> <p>Inovasi tidak berdasarkan pengetahuan akan membuat produk cacat dan tidak layak dikonsumsi</p>

	<p>Sumber referensi misal : lihat resep di Cookpad, review di Youtube, promo Instagram dll</p> <p>Berpikir sederhana, tidak rumit</p>	
<p>Bahan & Produksi (mudah dan layak dikonsumsi secara umum)</p>	<p>Memilih bahan makanan yang umum, murah dan mudah diolah/diproduksi dan terbukti aman dikonsumsi masyarakat, bukan coba-coba</p> <p>Mengenali karakter bahan pangan dan olahan</p> <p>Informasi komposisi produk ataupun nilai kandungan gizi serta kadaluarsa sangat direkomendasikan untuk menjamin produk layak konsumsi</p> <p>Hasil akhir, rasa wajib ENAK dan bukan sekedar LUMAYAN sehingga mampu menarik minat dan berkompetisi di pasar</p>	<p>Inovasi menggunakan asal produk atau bahan yang jarang digunakan sehingga menyulitkan saat pencarian bahan, saat mengolah hingga saat test produksi</p> <p>Meragukan saat meal test, terlihat dari tampilan tekstur, warna, bau, rasa, dsb. serta saat dikemas, dideliveri bahkan membahayakan konsumen saat dikonsumsi.</p>
<p>Bisnis Model (pemetaan proses bisnis sederhana)</p>	<p><i>Business Model</i> penting dilakukan untuk alat kontrol dari segala aspek proses usaha sejak awal hingga akhir siap dijual, sehingga meminimkan resiko/kerugian. Elemen-elemennya diantara lain konsep dasar, target konsumen, <i>value</i>/nilai atau manfaat yang didapat, menganalisa rantai</p>	<p>Melihat bisnis dari aspek tren yang ada tanpa mempertimbangkan keberlangsungan (<i>sustainable</i>) jangka panjang</p> <p>Membuat Bisnis Model tapi membuat simulasi proyeksi penjualan dan untung rugi</p>

	<p>mitra/supplier/pemasok, simulasi perhitungan omset dan untung rugi, dll</p> <p>Contoh formula menggunakan 9 elemen BMC atau <i>Business Model Canvas</i></p> <p>Membuat simulasi untung rugi yang detail (secara umum Bisnis Kuliner itu untung karena menjual barang matang siap dikonsumsi dari bahan mentahnya</p>	<p>Yang sering menjadikan rugi, ketidak efisiensi proses produksi, kurang respek dengan layanan pelanggan sehingga kastemer kapok dan tidak mau beli lagi.</p>
<p>Prototyping (pembuatan contoh produk)</p>	<p><i>Prototyping</i> atau membuat contoh/purwarupa produk beserta SOP atau standar operasional sederhana sehingga rasa dan tampilan konsisten</p> <p>Memberi label merk/brand serta kemasan yang menarik dan modern</p>	<p>Tanpa standardisasi, susah menjalankan usaha kuliner karena proses, hasil rasa dan tekstur dll., akan berubah-ubah tergantung siapa yang mengolah (chef)-nya.</p> <p>Memberi kemasan asal-asalan</p>
<p>Naskah dan Dokumen pendukung (presentasi, video, infografis, dll)</p>	<p>Menyusun naskah dengan kalimat yang singkat dan jelas, dengan poin-poin yang rapi.</p> <p>Siapkan bahan presentasi berupa power point yang singkat, padat dan menarik/kreatif Kemas/paparkan dengan <i>story telling</i> yang mudah dipahami pendengar.</p> <p>Sertakan foto atau video singkat dokumentasi</p>	<p>Naskah terkirim kurang komplit dokumen lampirannya.</p> <p>Penjabaran lompat-lompat dan tidak didukung dengan gambaran visual yang memadai.</p> <p>SWOT analysis tidak konsisten atau relevan</p> <p>Kurang dukungan tim pembina dengan baik sehingga ide yang belum</p>

	<p>aktivitas kewirausahaan atau inovasi yang sudah Anda/tim lakukan.</p> <p>Lampiran laporan hasil penjualan lebih baik</p> <p>Langsung <i>to the point</i> ke konten utama, hindari kalimat yang panjang dan berbelit-belit</p> <p>Semua naskah harus lolos uji dari bapak/ibu guru pembina.</p>	<p>sempurna (prematurn) sudah buru-buru dikirimkan.</p>
<p>Pemasaran (aktivitas menjual produk)</p>	<p>Kenali dengan baik siapa dan target pelanggan sehingga fokus arah promo/komunikasi pemasarannya.</p> <p>Mempelajari teknik menjual sederhana misal di lingkungan sekolah atau sekitar sekolah</p> <p>Tunjukkan target pemasaran anda dan bagaimana cara anda/tim dapat menjangkau dan mendapatkan pelanggan.</p> <p>Evaluasi hasil/capaian upaya pemasaran anda. Tunjukkan jumlah penjualan dan keuntungan yang didapat.</p>	<p>Kurang jelas target dan cara pemasarannya</p> <p>Tidak mengetahui capaian/hasil upaya pemasaran.</p>

Berkreasi dan Berinovasi Bisnis Kuliner di Masa Pandemi

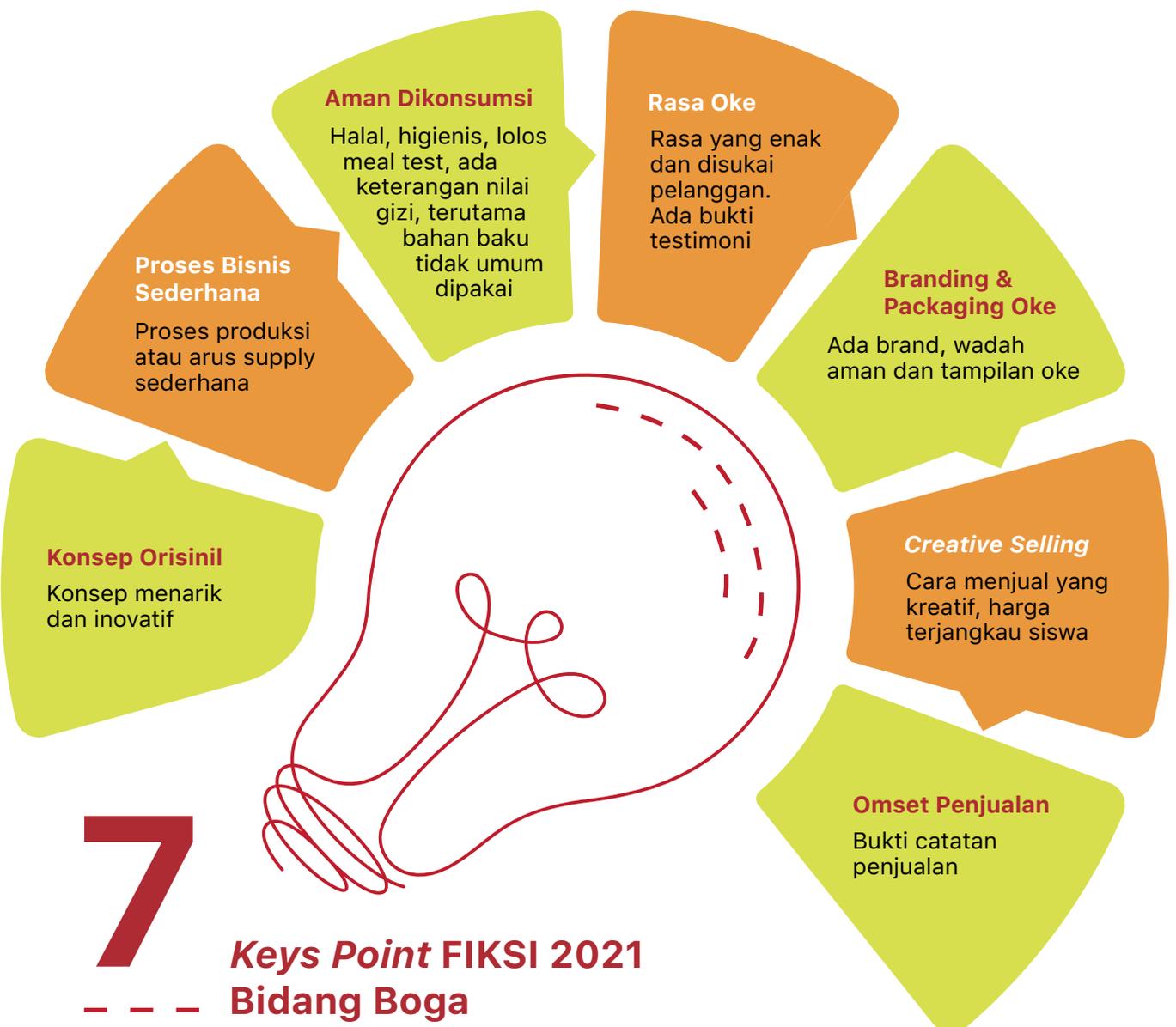
Mengingat sejak awal 2020 hingga 2021 (sekarang) dunia termasuk Indonesia mengalami wabah/pandemi COVID-19 yang berkepanjangan dan belum tuntas, maka perlu dipertimbangkan kegiatan siswa peserta lomba FIKSI 2021 mengenai aspek produksi di ataupun pemasaran yang tetap menjaga prosedur kesehatan (prokes) dan mengantisipasi penyebaran virus tersebut dengan :

- a. Memilih ide usaha yang tidak terlalu banyak interaksi di ruang publik, mulai proses pembelian bahan baku hingga pemasaran produk dengan mengoptimalkan jalur online dan tetap menjaga higienis dan sanitasi di setiap kegiatan, mengingat juga siswa bisa melakukan kegiatan wirausaha waktunya terbatas hanya di sela-sela kegiatan pembelajarannya.
- b. Tidak harus memproduksi sendiri, bisa dengan menjadi reseller atau menambah nilai (*value*) atau manfaat, tampilan, packaging (kemasan) produk tersebut, dengan tetap menjelaskan siapa sumber produsennya, misal produk kripik balado diproduksi oleh CV ABC yang sudah jalan produknya.
- c. Produk kuliner diharapkan memiliki kemampuan ketahanan (kadaluarsa) yg cukup lama baik setelah diproduksi hingga pendistribusian (*delivery*) misal jenis *frozen food* maupun dengan *vacuum packing*, sehingga cukup leluasa waktu pemasarannya tanpa menurunkan kualitasnya.
- d. Beberapa produk kuliner juga memiliki benefit atau keunggulan tambahan juga sebagai minuman herbal yang meningkatkan imunitas tubuh.
- e. Memaksimalkan keunggulan *marketplace* atau media sosial untuk berpromosi dan menjual produk kulinernya dengan strategi yang menarik sesuai target pasar, misal *copywriting*, *story telling*, *Live IG*, *IG Banner*, *podcast* dll.

Tabel R & D *Idea Generation Flowchart*

(Panduan tambahan untuk proses perencanaan ide usaha bidang boga dapat dilihat pada lampiran)

Peserta Boga FIKSI 2021 juga dapat menggunakan **7 Keys Point** berikut sebagai alat bantu dalam penyusunan rencana usaha:





F. Bidang Budidaya dan Lintas Usaha

Jenis pertama bidang usaha budidaya dan lintas usaha adalah bidang usaha yang tidak termasuk dalam kelima bidang usaha sebelumnya (Kriya, Desain Grafis, Fashion, Aplikasi dan Permainan Interaktif Digital, Boga); di antaranya **budidaya, pengolahan dan rekayasa, serta bidang-bidang yang berada pada lingkup ekonomi industrial.**

Bidang usaha budidaya, kegiatan usahanya adalah melakukan pemeliharaan sumber daya hayati yang dilakukan pada suatu area lahan untuk diambil manfaat atau hasilnya. Jenis usahanya terdiri dari budidaya nabati dan hewani. Budidaya nabati merupakan kegiatan pengembangan dan pemanfaatan tanaman yang terdiri dari tanaman hias serta tanaman pangan. Budidaya hewani merupakan kegiatan pengembangan dan pemanfaatan hewan yang terdiri dari hewan hias, hewan pangan, unggas petelur serta pedaging. Usaha budidaya dapat melakukan inovasi pada komponen penyiapan lahan, teknik penanaman, pemeliharaan, pemanenan dan pasca panen.

Jenis kedua dapat merupakan **usaha yang berada di dalam lingkup subsektor industri kreatif**, di luar kelima bidang usaha Kriya, Desain Grafis, Fashion, Aplikasi dan Permainan Interaktif Digital serta Boga. Misalnya seperti usaha di bidang **film, musik, fotografi, arsitektur, seni pertunjukan dan lainnya**. Dapat juga berupa kegiatan usaha yang berupa kolaborasi **lintas subsektor atau usaha gabungan**.

Jenis ketiga, berkenaan dengan kondisi pandemi COVID-19, **kegiatan usaha baru yang lahir dari perubahan gaya hidup dan perilaku masyarakat sebagai dampak pandemi**. Terkait hal ini, bagaimana siswa dengan jeli mengasah daya inovasi dan wirausahanya dalam menangkap peluang untuk dapat memadukan berbagai sumber daya, dengan memanfaatkan **platform digital**.

Dalam hal ini, para siswa dapat mengajukan model bisnis yang baru, yang 'menjahit' para pelaku usaha, komoditi lokal, dan berbagai sumber daya lokal, untuk berkegiatan

ekonomi secara daring (dalam jaringan/*online*). Model bisnis baru yang terinspirasi dari perubahan perubahan akibat pandemi.

Beberapa perubahan tersebut misalnya dihentikannya komoditas impor, sehingga diperlukan eksplorasi sumber daya lokal untuk dapat memenuhi kebutuhan terkait. Perubahan lain, yang dialami langsung oleh para siswa, adalah kegiatan School from Home atau "bersekolah di rumah", yang memungkinkan siswa melakukan berbagai eksperimen di rumah dan sekitarnya, sekaligus mengasah kepekaan terhadap kebutuhan di lingkungan terdekatnya.

Banyak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang merugi, karena mengandalkan usahanya secara luring (luar jaringan/*offline*), hingga terpaksa menghentikan usaha. Sementara, beberapa sektor justru mengalami peningkatan permintaan, antara lain Alat Pelindung Diri (APD) (masker, hand sanitizer, dll.), produk herbal, makanan organik, sayuran segar dan produk-produk hortikultura lain, sepeda beserta perlengkapannya dan lainnya. Dari kondisi tersebut, dapat dijadikan referensi sebagai pengembangan bisnis di Bidang Budidaya dan Lintas Usaha, adalah:

1. Situasi Pasca Disrupsi Pandemi

Pandemi memaksa terjadinya perubahan perilaku, dinamika tren pasar, dan perubahan signifikan lainnya, pada keseharian masyarakat, yang tentu saja berpotensi memunculkan peluang serta potensi model bisnis baru.

2. Future Entrepreneurs (Wirausahawan Masa Depan)

Sebagai konsensus global dalam upaya

merealisasikan tujuan-tujuan pengembangan berkelanjutan; termasuk di Indonesia, dihadapkan dengan begitu banyak tantangan. Selain dalam beradaptasi dengan dampak dari pandemi, penting juga mempersiapkan wirausaha baru agar dapat relevan dengan isu dan konteks yang terus berkembang.

Beberapa komoditas dari Future Entrepreneurs yang dapat dieksplorasi antara lain: *Future Food* (kelokalan, *well-being*, *traceability*, *sustainability*), *Future Mobility* (moda transportasi alternatif yang bersumber Energi Baru Terbarukan/EBT), *Future Fashion* (bahan baku dan proses produksi yang *sustainable*), serta *Future Craft* (pemanfaatan media dan material baru yang *sustainable*). Dari seluruh kategori tersebut, terdapat potensi begitu besar terkait kebutuhan aktivitas budidaya atau pengembangan produk di hulu industri, serta eksplorasi inovasi dari lintas subsektor industri kreatif.

Contoh situasi secara lebih detil terkait pengembangan budidaya dari kebutuhan komoditas pada *Future Food*, dengan beberapa isu strategis:

- Masalah **krisis pangan** di masa depan. Jumlah Penduduk dunia di prediksi akan mencapai angka 10 miliar jiwa pada tahun 2050 atau naik sekitar 3 miliar jiwa dari jumlah penduduk saat ini. Untuk memenuhi kebutuhan pangan penduduk dunia di masa mendatang maka akan dibutuhkan 56% lahan lebih besar, padahal saat ini lahan yang terpakai untuk memproduksi pangan sudah
- lebih dari 50%. Krisis pangan juga menjadi masalah Indonesia karena pada tahun 2050 diprediksi jumlah penduduk Indonesia mencapai 300 juta jiwa. Dalam satu tahun paling tidak 200 ribu hektar lahan pertanian beralih fungsi.
- Masalah **kemiskinan**. Saat ini di Indonesia 36 juta penduduk masih hidup di bawah garis kemiskinan, 19,4 juta penduduk belum mampu mencukupi kebutuhan gizi harian, 37,2% anak di bawah 5 tahun masih mengalami stunting (UN World Food Programme, 2020).
- Masalah **distribusi pangan** karena sebaran penduduk Indonesia yang tidak merata. Terbukti setiap tahun terdapat 1,3 juta ton makanan terbuang di Indonesia, jumlah ini dapat memberi makan 28 juta penduduk miskin di Indonesia (UN World Food Programme, 2020). Jika efisiensi pertanian mulai dari hulu sampai hilir di dunia dan Indonesia masih seperti sekarang, maka untuk memberi makan semua orang di bumi, diharuskan menebang sebagian besar hutan dunia yang tersisa, memusnahkan ribuan spesies flora-fauna, dan melepaskan emisi yang akan menaikkan suhu dunia sampai 2°C bahkan jika emisi dari semua aktivitas lainnya dihentikan sepenuhnya. (World Research Institute, 2019)

3. Kolaborasi & Kemitraan

Dalam kondisi pandemi perumusan ulang proses bisnis menjadi kunci strategi mengembangkan usaha yang paling vital. Salah satu yang sangat efektif adalah format kolaborasi dan kemitraan yang dapat terjadi secara horizontal (dari subsektor sama) atau pun vertikal (lintas subsektor dan *stakeholder*). Perumusan format sinergi yang tepat dapat menjadi faktor penentu bukan hanya untuk bertahan, namun hadir sebagai bisnis yang sukses bangkit.

Terdapat 3 (tiga) kriteria yang perlu diperhatikan secara khusus oleh peserta adalah:

- a. Komoditas, yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Misal: sebuah komoditas di sektor pangan, harus memiliki karakteristik paling tidak bernutrisi tinggi, bebas gluten, tinggi protein, rendah kandungan gula, non-gmo, organik, enak, dan *diversified*.
- b. Proses yang inovatif dari awal sampai akhir, dari hulu sampai dengan hilir dengan pemanfaatan teknologi dan *value creation* lainnya.

- c. Pemasaran yang kreatif, memanfaatkan platform digital dan media sosial. Contoh: di masa depan produk akhir dari proses budidaya, akan langsung dipasarkan dari konsumen kepada produsen dalam kondisi yang masih segar selama 24 jam tanpa henti. Konsumen juga akan memanfaatkan teknologi *Artificial Intelegant (AI)* atau Kecerdasan Buatan, dalam memilih bahan pangan apa yang cocok untuk mereka di masa depan. Kesadaran lingkungan juga akan semakin meningkat sehingga konsumen akan lebih memilih bahan pangan yang organik dan berasal dari perusahaan yang tidak merusak lingkungan.

Siswa juga diharapkan untuk mampu menginventarisasi jenis inovasi yang dibutuhkan untuk dapat memanfaatkan potensi yang ada di daerah sekitarnya. Inovasi tersebut dapat mengoptimalkan teknologi, inovasi digital dan menggunakan rekayasa sosial dengan semangat pemberdayaan warga sekitar. Para siswa diharapkan mampu menjahit potensi yang dimiliki suatu daerah, dengan solusi kreatif untuk melahirkan bisnis baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada.

Sesuai dengan tema FIKSI 2021 **"Dare to Start, Create the Future"** dan penggunaan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai format dalam perencanaan usaha, yang perlu diperhatikan serta dipersiapkan untuk peserta kategori budidaya dan lintas usaha antara lain:

Elemen BMC	Rencana Bisnis	Business On-going
<p>1. Customer Segment</p>	<p>Merencanakan target konsumen potensial, yang akan dituju untuk jenis usahanya.</p>	<p>Menjelaskan data penjualan: siapa saja segmen pembeli yang paling besar membeli produk/jasa usaha.</p> <p>Menentukan target pembeli baru, diluar dari target pembeli yang sudah menjadi pelanggan sebelumnya.</p>
<p>2. Value Proposition</p>	<p>Merencanakan nilai apa yang akan diangkat menjadi keunggulan/kekuatan dari ide usaha dan prototype yang dibuat. Contoh: kekuatan desain, inovasi, layanan, harga dan sebagainya</p>	<p>Menjelaskan nilai keunggulan usahanya yang paling banyak menarik perhatian pembeli dan berkontribusi besar dalam penjualan usaha.</p>
<p>3. Channel & Customer Relationship</p>	<p>Merencanakan saluran yang dapat menghubungkan dengan konsumen. Contohnya, strategi saluran penjualan, distribusi dan komunikasi konsumen.</p>	<p>Menjelaskan alur dan cara dari saluran penjualan, distribusi serta komunikasi dengan konsumen yang sudah dilakukan oleh usahanya.</p>
<p>4. Revenue Streams dan Key Activities</p>	<p>Merencanakan sumber pemasukan usaha dan alternatifnya. Contohnya dari penjualan produk, jasa, atau tambahan alternatif pemasukan lainnya.</p>	<p>Menjelaskan sumber pemasukan yang besar dari usahanya selama ini.</p> <p>Menjelaskan aktivitas kunci dari operasional usaha yang</p>

	<p>Mampu merencanakan aktivitas kunci pada bisnis yang akan dilakukan untuk memberikan value usaha namun tetap terukur dan mampu bersaing dengan kompetitor sejenis."</p>	<p>Menjelaskan aktivitas kunci dari operasional usaha yang sudah dilakukan mengarah pada pemberian value proposition namun dapat tetap mengukur, efisiensi, efektivitas dan produktivitas usahanya</p>
<p>5. Key Partnership dan Key Resources</p>	<p>Merencanakan mitra potensial untuk bekerjasama/berkolaborasi. Contohnya, rencana kolaborasi dengan <i>supplier</i>, investor, saluran penjualan (pengecer, grosir, <i>reseller</i>, <i>dropshipper</i> dan sebagainya), distribusi serta promosi.</p> <p>Merencanakan sumberdaya yang dibutuhkan untuk menjalankan usahanya seperti sumber daya manusia, peralatan/mesin, bahan baku, modal, serta kebutuhan lainnya.</p>	<p>Mampu menjelaskan bagaimana kolaborasi usaha yang sudah dilakukan dengan berbagai pihak. Mampu menjelaskan kendala yang dihadapi berikut solusi dan strategi untuk menghadapi kendala tersebut.</p> <p>Mampu menjelaskan penggunaan sumber daya usaha dengan ukuran dan sudah memiliki standar. Contoh standar dalam : jumlah dan kriteria tenaga kerja yang digunakan, jenis mesin dan kapasitasnya, bahan baku dan komposisinya serta besaran modal yang digunakan</p>
<p>6. Cost Structure</p>	<p>Merencanakan dan membuat estimasi biaya produksi, harga pokok penjualan (COGS), harga jual, keuntungan kotor per unit, <i>Break Even Point</i> dalam jumlah dan rupiah serta target penjualan yang ingin dicapai.</p>	<p>Mampu memberikan perhitungan keuangan usaha seperti: biaya operasional, laporan omset penjualan, <i>cashflow</i>, laporan rugi laba selama beberapa bulan terakhir dengan lampiran tertulis.</p>

F.

Mekanisme Pendaftaran dan Pelaksanaan Lomba

No	Kegiatan	Waktu	Keterangan
1	Pedoman Kegiatan	April 2021	
2	Kemitraan a. <i>Event Organizer</i> b. <i>Media Partner</i> c. <i>After Event Partner</i> d. <i>Online Portal Team</i> e. <i>Social Media Activation Team</i>	April – Oktober 2021	
3	Update Portal	Mei 2021	
4	Sosialisasi a. Undangan via Dinas Provinsi b. Duta FIKSI c. <i>Media Partner</i> d. <i>Social Media Activation</i>	Mei - Juli 2021	
5	Pendaftaran	Mei – Juli 2021	Dilakukan secara online melalui portal FIKSI.
6	Penyusunan Pedoman EXPO	Agustus 2021	

7	Penjurian Tahap 1 (Penilaian Rencana Usaha)	Awal Agustus 2021	
8	Pengumuman Finalis	minggu ke-3 Agustus 2021	Tim Seleksi akan memilih 150 Finalis terbaik berdasarkan kriteria penilaian yang ditetapkan. Para finalis akan diumumkan melalui surat pemberitahuan resmi kepada sekolah dan di portal FIKSI



Bab 3

Penilaian

A.

Mekanisme Penilaian



B.

Pemenang FIKSI 2021

Rencana Bisnis (*Business Plan*)

No	Bidang usaha	Pemenang			Jumlah
		I	II	III	
1	Kriya	1	1	1	3
2	Desain Grafis	1	1	1	3
3	Fashion	1	1	1	3
4	Boga	1	1	1	3
5	Desain Interaktif, Animasi, dan Video	1	1	1	3
6	Budidaya dan Lintas Usaha	1	1	1	3
	Jumlah	6	6	6	18

Keterangan:

- Juri berhak meniadakan kategori pemenang/ membatalkan perolehan medali pada bidang dan kategori tertentu jika berdasar pertimbangan pemenang/calon pemenang tidak memenuhi kriteria penjurian yang telah ditentukan.
- Hadiah yang diberikan berupa bantuan pendidikan yang dapat digunakan juga sebagai pengembangan wirausaha.

Bisnis Berjalan (*On-going Business*)

No	Bidang usaha	Pemenang			Jumlah
		I	II	III	
1	Kriya	1	1	1	3
2	Desain Grafis	1	1	1	3
3	Fashion	1	1	1	3
4	Boga	1	1	1	3
5	Desain Interaktif, Animasi, dan Video	1	1	1	3
6	Budidaya dan Lintas Usaha	1	1	1	3
	Jumlah	6	6	6	18

Bab 4

Penutup



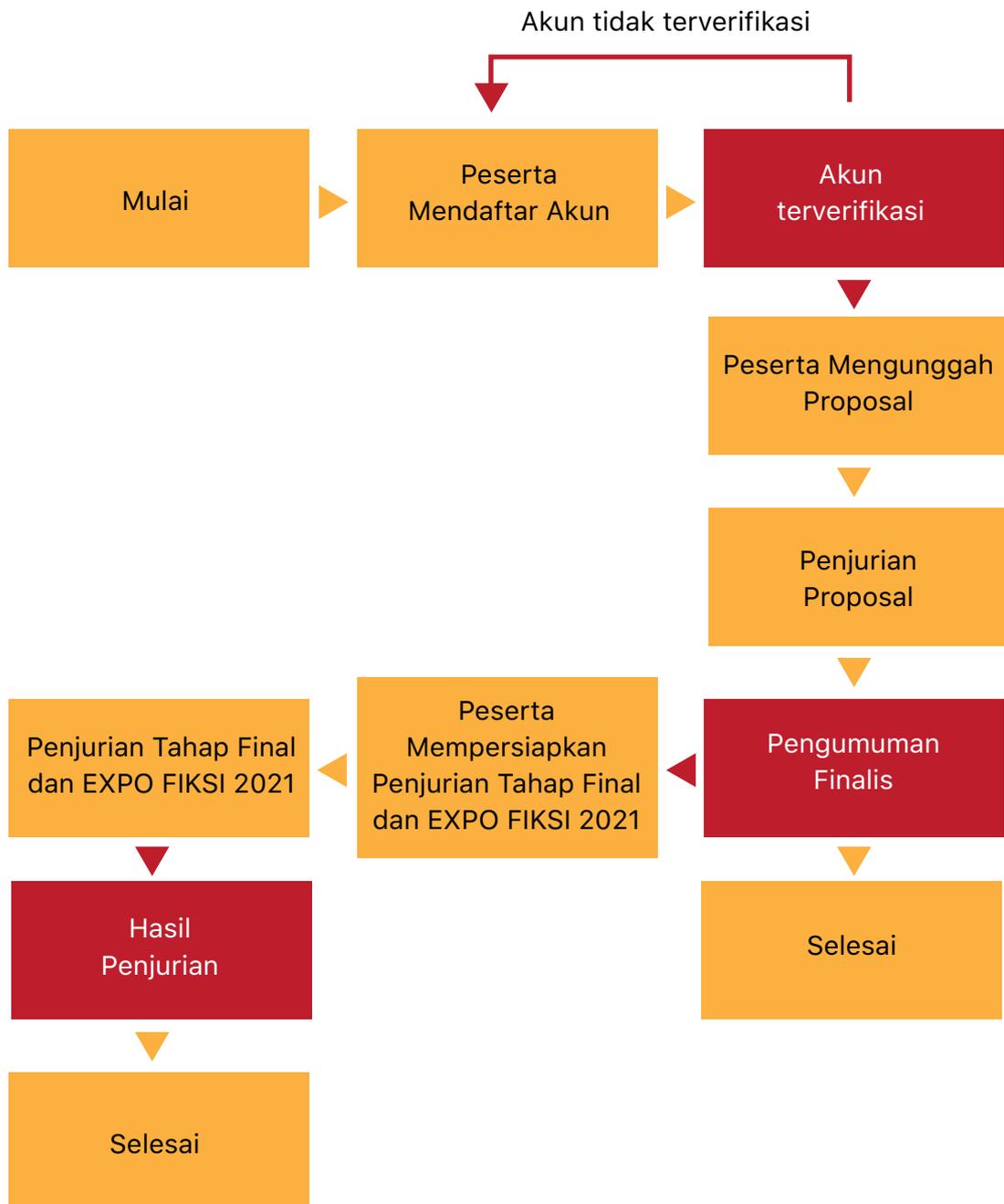
Kegiatan Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia dengan tema ***"Dare to Start! Create The Future (Jejaring Cerdas Untuk Masa Depan Yang Tangguh)"*** tahun 2021 ini memiliki semangat untuk mendorong tumbuhnya bibit wirausahawan baru yang berkontribusi untuk mewujudkan kehidupan

yang lebih baik, toleran terhadap perbedaan kultur, mendambakan keadilan, dan sangat peduli pada lingkungan, melalui penciptaan usaha-usaha inovatif yang memanfaatkan teknologi digital dan informatika, serta mengangkat potensi sumber daya lokal.



Lampiran 1.

Alur Pendaftaran FIKSI 2021





Festival Inovasi dan Kewirausahaan Indonesia (FIKSI) 2021

“Dare to Start; Create the Future! Jejaring Cerdas untuk Masa Depan yang Tangguh”

FORMULIR PENDAFTARAN DAN PENJELASAN USAHA

<i>Pilih kategori usaha (centang salah satu)</i>					
<input type="checkbox"/> Rencana Usaha			<input type="checkbox"/> Bisnis Berjalan		
<i>Pilih bidang usaha (centang salah satu)</i>					
<input type="checkbox"/> Kriya	<input type="checkbox"/> Desain Grafis	<input type="checkbox"/> Fashion	<input type="checkbox"/> Game dan Aplikasi Digital <input type="checkbox"/> Video dan Animasi	<input type="checkbox"/> Boga	<input type="checkbox"/> Budidaya dan Lintas Usaha

1. DATA DIRI	
Nama Lengkap Ketua	
Nama Lengkap Anggota	
Jenis Kelamin	Ketua : Anggota : <input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan <input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir	Ketua : Anggota :
Kelas	Ketua : Anggota :



Sekolah					
Kabupaten/kota					
Provinsi					
Alamat Sekolah					
	Kode Pos		Telepon		
Alamat kanal promosi usaha : wirausaha (niaga/produk/brand)	Media Sosial @		Website/Aplikasi (Jika ada)		
Nomor handphone	Ketua : Anggota :	email	Ketua : Anggota		
Simpan foto formal diri anda (berwarna) di sini dengan format 100 - 200 Kb JPEG format.	<table border="1"><tr><td>(Ketua)</td><td>(Anggota)</td></tr></table>			(Ketua)	(Anggota)
(Ketua)	(Anggota)				



2. PENJELASAN KONSEP dan KARYA	
Mohon diisi dengan jujur dan cermat.	
Penjelasan produk/jasa Meliputi: <ul style="list-style-type: none">· Lampirkan sketsa produk dan image board atau gambar-gambar inspirasi produk.· teknik, material, ukuran, visualisasi (bentuk, warna, tekstur, dsb);· performa: kegunaan, cara pakai, cara saji, dsb;· kesan/ekspresi/impresi: indah, lucu, gairah, nyaman, tenang, imajinatif, dsb	(maksimum 300 kata)
	Lampirkan file foto di sini (ukuran file maksimum 100MB)
	Lampirkan tautan file animasi atau video (durasi: 1-2 menit)
Latar belakang karya berdasarkan permasalahan sosial, sumber daya lokal, fenomena digital di sekitar anda	(maksimum 300 kata)
Tema/ide/gagasan/inspirasi karya dan kewirausahaan	(maksimum 100 kata)
Segmentasi Pasar/Target Market	(maksimum 100 kata)
Aspek inovasi karya/nilai tambah/keunggulan produk wirausaha	(maksimum 300 kata)



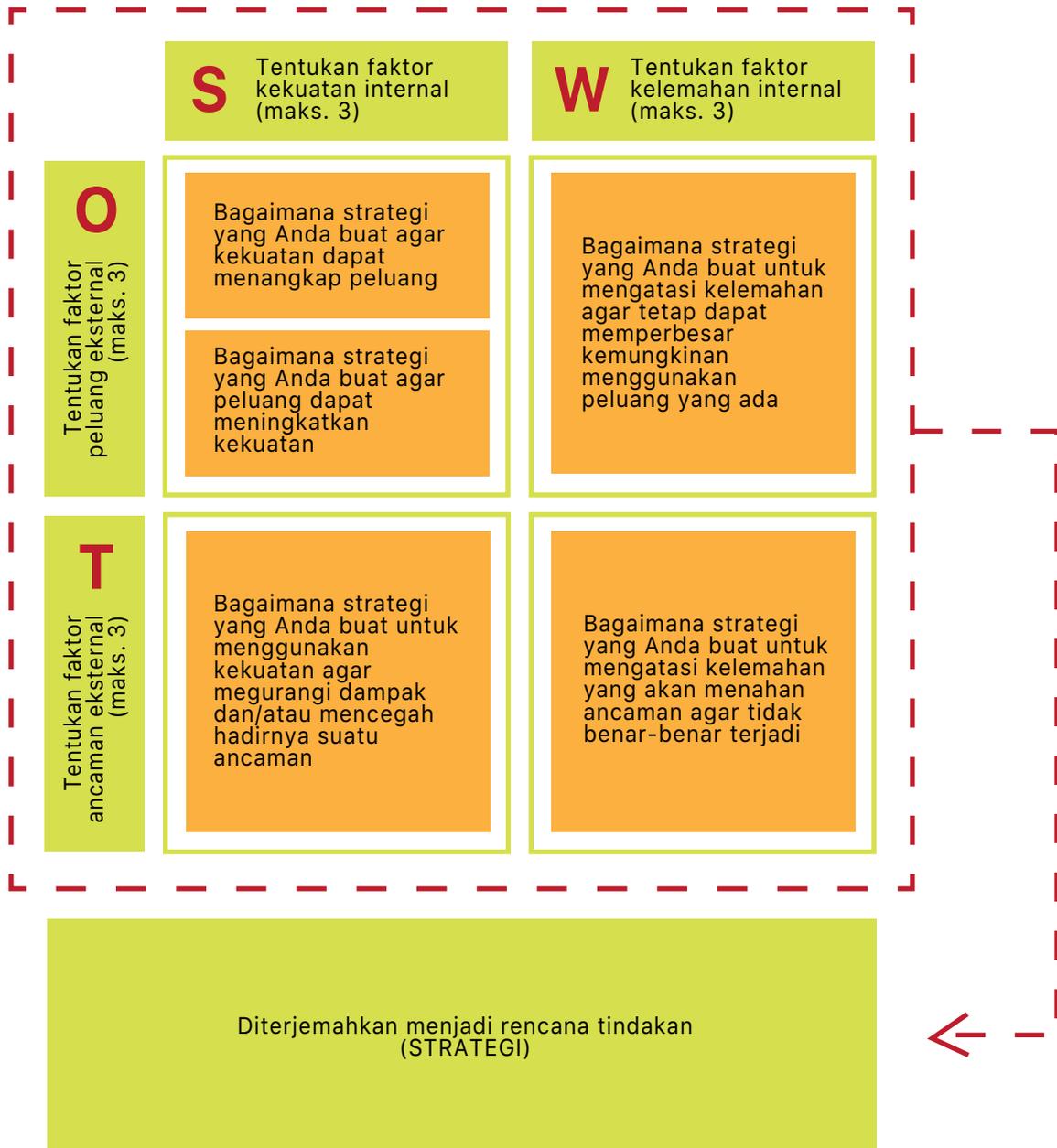
Channeling : Meliputi: Penjelasan rinci mengenai cara/metode yang digunakan peserta dalam menyampaikan nilai tambah karya yang ditawarkan kepada pengguna/customer, teknik pemasaran, dll	(maksimum 100 kata)
Penjelasan mengenai bagaimana peserta menjalin/mempertahankan ikatan dengan pelanggan	(maksimum 100 kata)
Penjelasan mengenai bagaimana dan dari mana saja peserta mendapatkan <i>revenue</i>	(maksimum 100 kata)
Sumber daya (Penjelasan terkait sumber daya seperti material/bahan baku, cara mendapatkan, serta potensi keberlanjutan supply chain guna mendukung produksi)	(maksimum 300 kata)
Produksi (proses dari bahan baku, teknik, alur, efisiensi, teknologi, dll),	(maksimum 300 kata)
	Lampirkan <i>flowchart</i> proses produksi karya
Partner (penjelasan pihak-pihak yang terlibat dalam proses penciptaan produk yang memiliki keunggulan serta fungsinya)	(maksimum 100 kata)
Keuangan (ukuran kelayakan, perkiraan)	(maksimum 300 kata)
SDM (struktur organisasi, analisa dan deskripsi pekerjaan, dll),	(maksimum 100 kata)
Sertakan Business Model Canvas sebagai lampiran!	
Sertakan Tabel Analisis SWOT sebagai lampiran!	
Sertakan infografis usaha sebagai lampiran!	

Lampiran 3. (Dapat diunduh di laman resmi FIKSI 2021)

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

Lampiran 4.

Template Matrik SWOT



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

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

Lampiran 5.

Template Infografis Usaha

Logo Sekolah		Judul Proposal Wirausaha	
Nama Sekolah		Identitas Tim: 1.	2.
Panel 1 Berisi penjelasan tentang latar belakang, permasalahan dan solusi (melalui produk atau jasa yang ditawarkan)	Panel 2 Berisi gambar atau foto berupa: sketsa, foto produk, dan keterangan yang diperlukan	Panel 3 Berisi gambar atau foto berupa: foto simulasi produk dengan <i>user</i> , dan keterangan yang diperlukan	Panel 4 Berisi diagram pemasaran: Product, Place, Price, Promotion

Peserta yang tidak melengkapi kelengkapan berkas persyaratan (formulir pendaftaran dan penjelasan usaha; surat pernyataan integritas FIKSI 2021 tidak akan akan diproses pada penilaian rencana usaha.

Lampiran 6. (Dapat diunduh di laman resmi FIKSI 2021)

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS FIKSI 2021

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap Ketua :

Tempat/Tanggal Lahir :

Jenis Kelamin :

Sekolah :

Alamat :

No. Telp/Hp :

Email :

Menyatakan bahwa karya dan isi/konten produk/jasa dengan judul

.....
yang diikutsertakan dalam Lomba FIKSI merupakan karya yang belum pernah menang (mendapat kategori pemenang) di lomba atau mendapatkan penghargaan di bidang atau kategori sejenis di tingkat nasional atau lebih tinggi. Karya tersebut adalah karya inovasi asli atau pengembangan dari ide yang sudah ada yang dikelola sendiri, tidak menjiplak/mencontek dan tidak sedang dalam sengketa atau klaim dari pihak lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebagaimana mestinya. Apabila terbukti telah melanggar ketentuan tersebut, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Surat pernyataan ini dibuat secara sadar, sehat jasmani dan rohani.

.....,2021

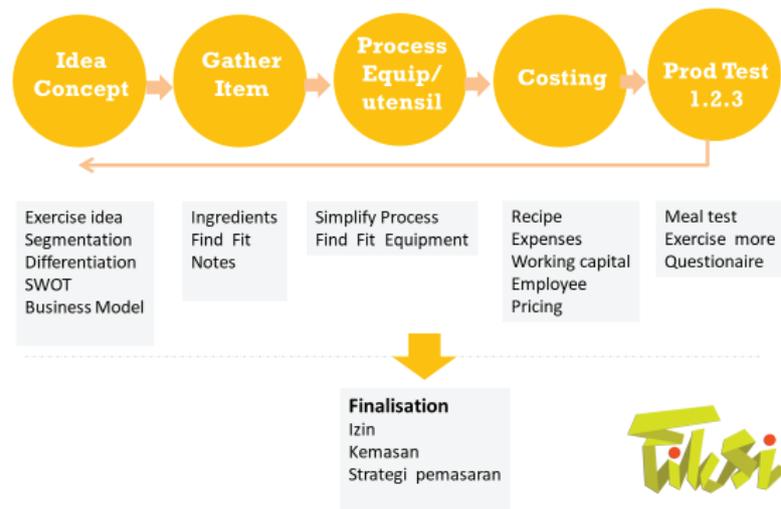
Yang membuat pernyataan,

Materai 6000

**surat pernyataan di-scan dan upload di portal pendaftaran FIKSI*

Lampiran 7.

R & D Boga Idea Generation Flow



R & D Boga Idea Generation Flow (1)

1 KONSEP IDE

Setiap ide yg muncul harus melalui pertimbangan :

- Riset dengan Jelas target pasar/penjualannya
- Bahan yang mudah didapat, bermanfaat,
- Unik dibanding produk lain misal bentuk, rasa, ukuran dll

2. PELAJARI KARAKTERISTIK BAHAN BAKU

- Bahan harus aman, mudah didapat dgn jumlah banyak, dan mengenal karakter bahan
- Membandingkan keunggulan antar jenis bahan baku yang serupa, misal mangga arumanis dengan mangga kweni
- Bahan bisa diproduksi, dikonsumsi, dan menarik utk dijual
- Segala aktivitas semua dicatat/didokumentasikan

3. PROSES PRODUKSI

- Merencanakan alur produksi sesimpel mungkin
- Menggunakan alat-alat yang sesuai, mudah digunakan, efektif dan efisien
- Menulis resep awal dan ukuran/gramasinya.
- Proses produksi di tempat yang higienis atau bersih.

4. BIAYA

- Dari bahan-bahan dan resep yg digunakan diperinci biayanya
- Memperinci semua biaya yg berhubungan dengan produksi yang dilakukan
- Menentukan perkiraan modal usaha yang dibutuhkan
- Produksi harus dapat menghasilkan keuntungan

R & D Boga Idea Generation Flow (2)

5. TEST PRODUK

- Produk uji konsumsi dengan melampirkan kuesioner ke calon konsumen dengan target yang berbeda, misal : dicoba sendiri, utk rekan, guru, dan umum (dengan pertimbangan kategori baik umur, pendidikan, penghasilan, pekerjaan yang berbeda dll)
- Hasil kuesioner digunakan utk koreksi ide, bahan dan proses produksi, biaya, harga.
- Mengulang test produk yg sudah dikoreksi produksinya

6 FINALISASI

- Produk dianggap sudah matang dan siap dipasarkan secara umum
- Menambah kompetensi dengan uji lab utk layak konsumsi dan nilai gizi (nutrition fact)
- Menyempurnakan tampilan kemasan yang apik, ringkas, kuat, irit, mudah didapatkan.
- Merencanakan strategi marketing baik online maupun offline
- Mencatat setiap penjualan

Protokol COVID-19 FIKSI 2021

Pada bulan Desember 2019 di Wuhan, China, terdapat kasus infeksi pneumonia misterius yang tingkat penularannya sangat tinggi. Infeksi ini disebabkan oleh adanya sebuah virus, yang diduga dibawa oleh kelelawar dan menular ke manusia. Virus ini disebut Virus Corona atau COVID-19. Penyakit ini memiliki gejala mirip seperti flu, virus Covid-19 berkembang sangat cepat, hal tersebut dapat mengakibatkan infeksi lebih parah sampai kegagalan organ terutama pada pasien yang memiliki masalah kesehatan sebelumnya.

Coronavirus ini dapat menyebar dari manusia ke manusia, infeksi COVID-19 yang sangat cepat mengakibatkan hampir seluruh negara di dunia terjangkit virus ini. Vaksin virus corona saat ini telah ditemukan dan telah didistribusikan sebagian ke masyarakat Indonesia, namun demikian sampai hari ini (28/04/21) telah ditemukan varian baru virus corona yang perlu dijadikan perhatian khusus bagi kita semua.

Virus Corona bukan hanya memberikan dampak kesehatan yang cukup serius, dampak negatif pada bidang perekonomian juga sangat dirasakan oleh rakyat Indonesia. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) justru menjadi sektor paling rentan terkena dampak negatif dari pandemi ini.

Menyikapi keadaan tersebut, pemerintah dalam hal ini Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia membuat beberapa aturan tentang pembatasan aktivitas pada berbagai kegiatan guna menghentikan penyebaran virus Corona agar tidak semakin meluas. Walaupun demikian Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia harus tetap diselenggarakan dengan harapan siswa-siswa SMA dapat memberikan ide-ide segarnya untuk membantu mempertahankan perekonomian Indonesia.

PANDUAN TAMBAHAN FIKSI MENYIKAPI PENYEBARAN VIRUS COVID-19 DI INDONESIA

Hal -hal yang perlu diperhatikan pada calon peserta fiksi adalah :

1. Calon peserta FIKSI dihimbau untuk tetap melakukan *physical distancing* ketika melakukan pembuatan rencana dan/atau produk usaha, panitia menyarankan menggunakan teleconference untuk melakukan koordinasi dengan rekan satu tim atau pihak lain.
2. Calon peserta FIKSI dihimbau untuk tidak melakukan perjalanan yang berhubungan dengan pembuatan rencana dan/atau produk usaha ke daerah yang berpotensi atau telah terpapar virus Covid-19.
3. Calon peserta FIKSI yang tidak sehat dan memiliki riwayat perjalanan dari negara atau daerah terpapar Covid-19 cara melakukan *self quarantine* selama 14 hari di rumah.
4. Calon peserta FIKSI yang merasa tidak sehat, tidak perlu memaksakan diri untuk mempersiapkan rencana dan/atau produk usaha, serta disarankan untuk segera memeriksakan diri ke fasilitas pelayanan kesehatan terdekat.
5. Jika pembuatan rencana usaha dan/atau produk dilakukan di sekolah, maka terlebih dahulu harus mendapatkan izin dari orang tua dan pihak sekolah. Sekolah wajib menyediakan fasilitas cuci tangan yang memadai.
6. Fasilitas cuci tangan yang dimaksud adalah sabun, air, dan pencuci tangan berbasis alkohol.
7. Jika pembuatan rencana usaha atau produk dilakukan di luar sekolah maka harus mendapatkan izin dari orang tua diketahui oleh guru pembimbing dan dilaksanakan dengan tetap memperhatikan kaidah pencegahan Covid-19.
8. Calon peserta harus menerapkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS), seperti mencuci tangan secara teratur menggunakan air dan sabun atau pencuci tangan berbasis alkohol serta menghindari menyentuh area wajah yang tidak perlu.
9. Hindari berjabat tangan dengan rekan/orang lain, dan pertimbangkan untuk mengadopsi alternatif bentuk sapa lainnya.
10. Sampai saat ini, lomba FIKSI akan tetap diselenggarakan dengan mematuhi prosedur pencegahan Covid-19.
11. Peraturan ini dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan perkembangan kasus COVID-19.

Pedoman

**DARE TO START;
CREATE THE FUTURE!**

Jejaring Cerdas Untuk Masa Depan Yang Tangguh

2021

Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia

© Pusat Prestasi Nasional
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta 10270