

START YOUR STARTUP

Mahendra Tlapta Sitepu

Praktisi UMKM & Digital, Sosiopreneur, Asaff Innovator 2018

*Founder : Hagatekno Mediata Indonesia,
Pak Tani Digital, Kolkaro, Sayur Medan*





PENDAHULUAN

DISRUPTOR



Transportasi



Kesehatan



Turisme



Pendidikan



Keuangan



Sosial



Pertanian



Pak Tani Digital

Pemerintahan



Hiburan

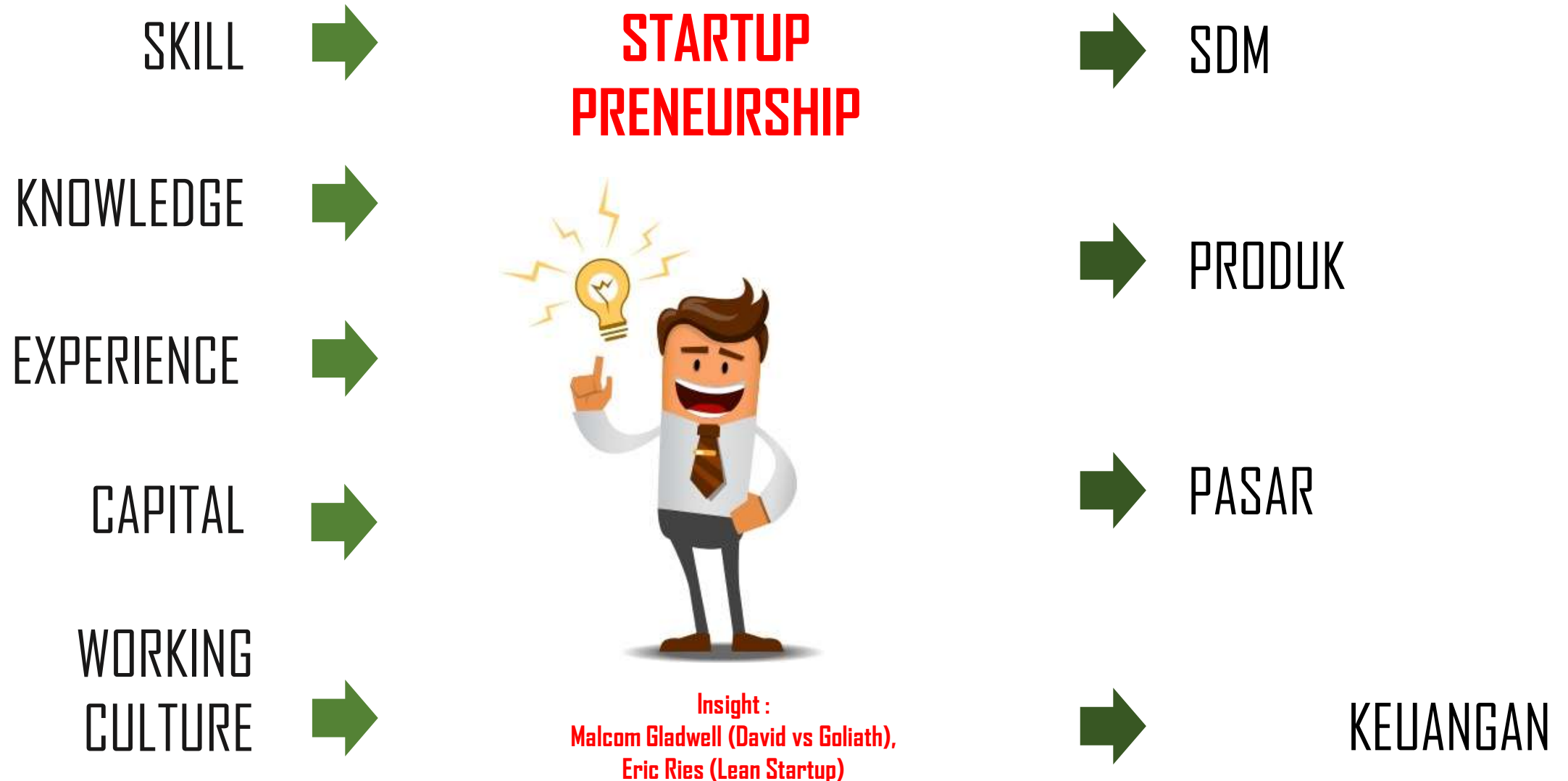


Belanja



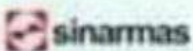


KEWIRAUSAHAAN MODEL BARU





FENOMENA ENTREPRENEUR TEKNOLOGI

MODEL BISNIS SUDAH BERUBAH			
75 TAHUN	 DJARUM		34 TAHUN
	Budi Hartono		
87 TAHUN	 LIPPO GROUP		32 TAHUN
	Mochtar Riady		
93 TAHUN	 sinarmas		31 TAHUN
	Eka Tjipta		
85 TAHUN	 CIPUTRA		29 TAHUN
	Ciputra		
MANUFAKTUR, PERTAMBANGAN, PERBANKAN, PROPERTY		TEKNOLOGI	
			

Startup adalah peta inovasi abad ke-21 yang
ide-ide nya menciptakan revolusi industri selanjutnya!

--Prof. Steve Blank
Stanford University

Jika ada suatu produk tidak diterima pasar, maka kerugian pemilik modal tidaklah berarti apa-apa. Namun kerugian teramat besar ketika kita sudah menya-nyiakan kreatifitas & bakat banyaknya manusia yang terlibat di dalamnya.

Jadi, tidak ada cara terbaik selain mengubah metodenya, yakni mengenal perilaku pasar (customer behaviour) & pengembangan pasar (customer development) terlebih dulu dibanding pengembangan produk (product development)!

--Erik Ries
Pionir Lean Startup

MEGATRENDS



INDUSTRI 4.0

Sistim & mesin-cerdas yang semakin menggantikan & pekerjaan rutin/ berulang manusia

Contoh : 2 Milyar pekerja akan kehilangan pekerjaannya di 2030 (PBB)

INTERNET G3

Kecepatan, Kolaborasi & Partisipatif merupakan faktor krusial utk berinovasi

Contoh : Media Sosial, Startup

GIG ECONOMY

Perkembangan pola dan hubungan Kerja dengan aktor utama millenial

Contoh : Pekerja Remote

USER-MEDIA

Demokratisasi Media : Semua **berpeluang** menjadi media itu sendiri

Contoh : Bahkan, semua orang berpeluang menjadi media

MILLENNIAL

Lahir, tumbuh & berkembang **bersamaan** dengan teknologi : Digital native, Millenial Kill everything

Contoh : Matinya 50 jenis Product, System & Budaya



VUCA

VOLATILITY

Gejolak perubahan yang sangat cepat

UNCERTAINTY

Masa depan yang tidak terlalu jelas

COMPLEXITY

Banyak faktor yg saling mempengaruhi

AMBIGUITY

Keterkaitan antar faktor semakin tidak jelas

"Teknologilah yang seharusnya bekerja keras,
bukan manusia!"

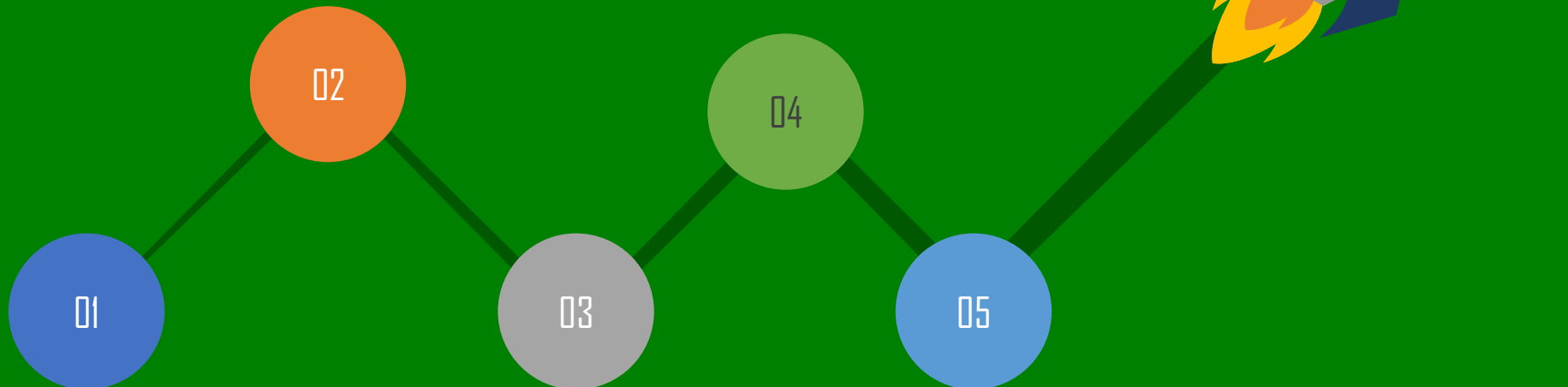
Larry Page, Co-founder Google



Pengajar UI - Manajemen

Digitalisasi → Tranformasi Digital →
→ Disrupsi (bahkan sebelum pandemi) →
→ Sudah makin merubah cara bekerja,
→ belajar, berbisnis, bersosial, bersantai, dsb

-Prof. Rhenald Kasali

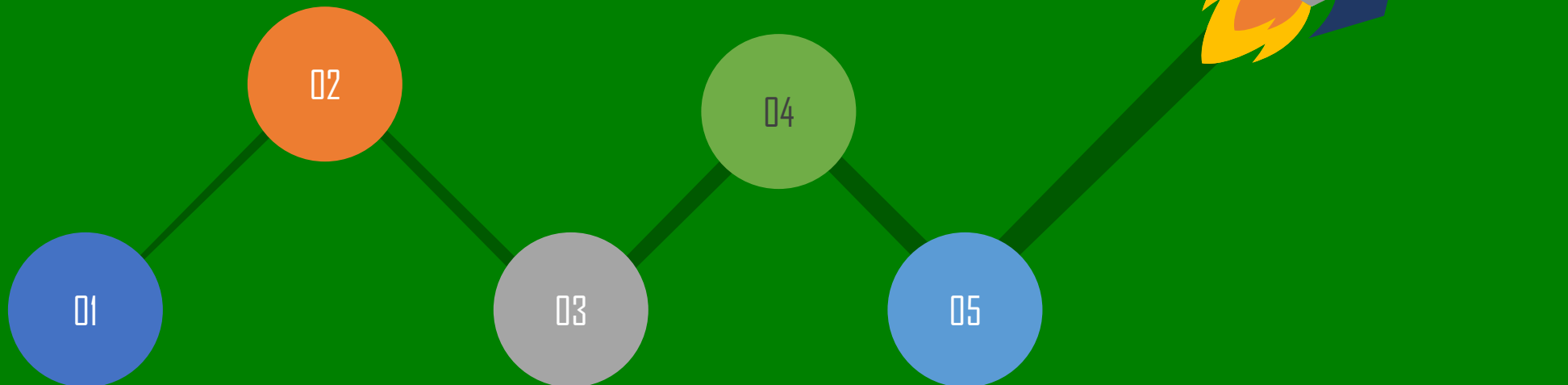




Harvard University

STRATEGI adalah Cara Baru!

-Michael Porter

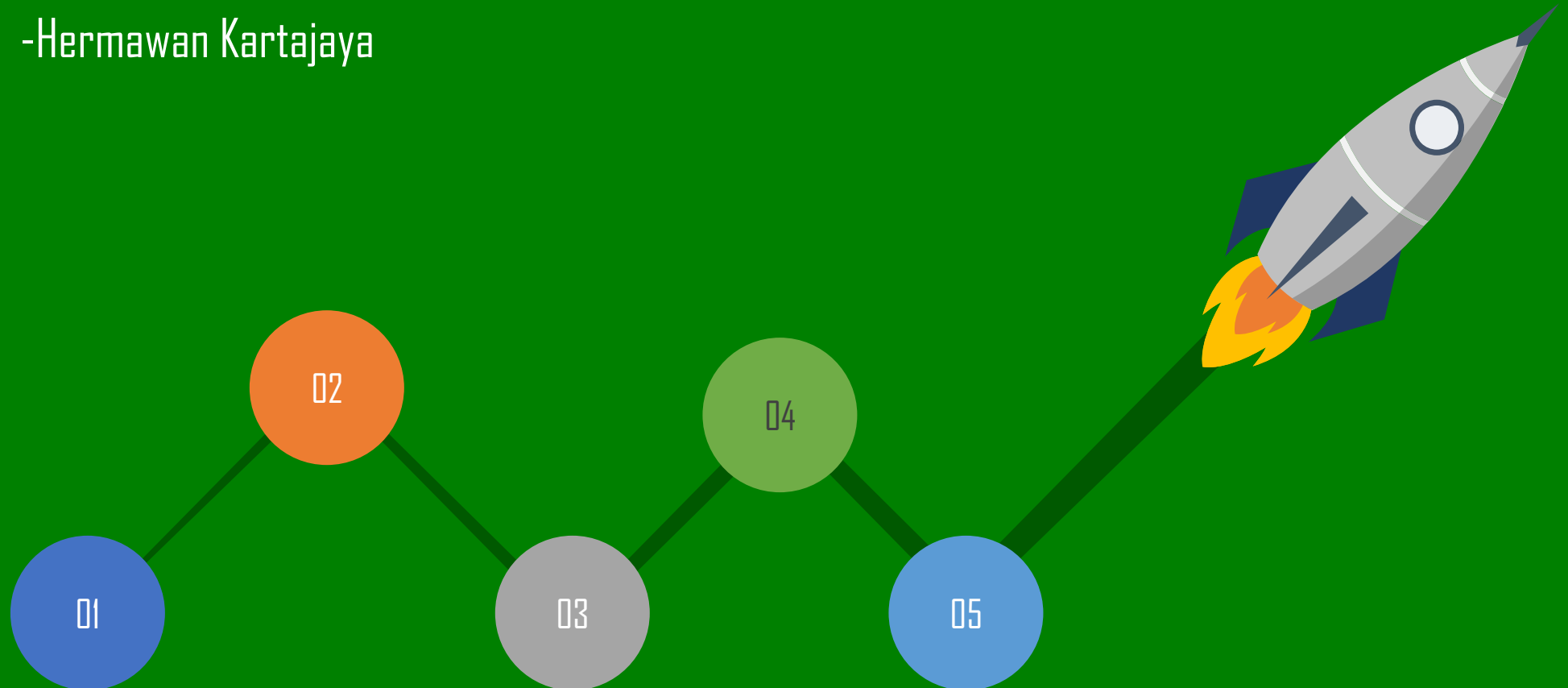




Guru Manajemen
Founder Mark Plus

OMNI = Offline + Online

-Hermawan Kartajaya

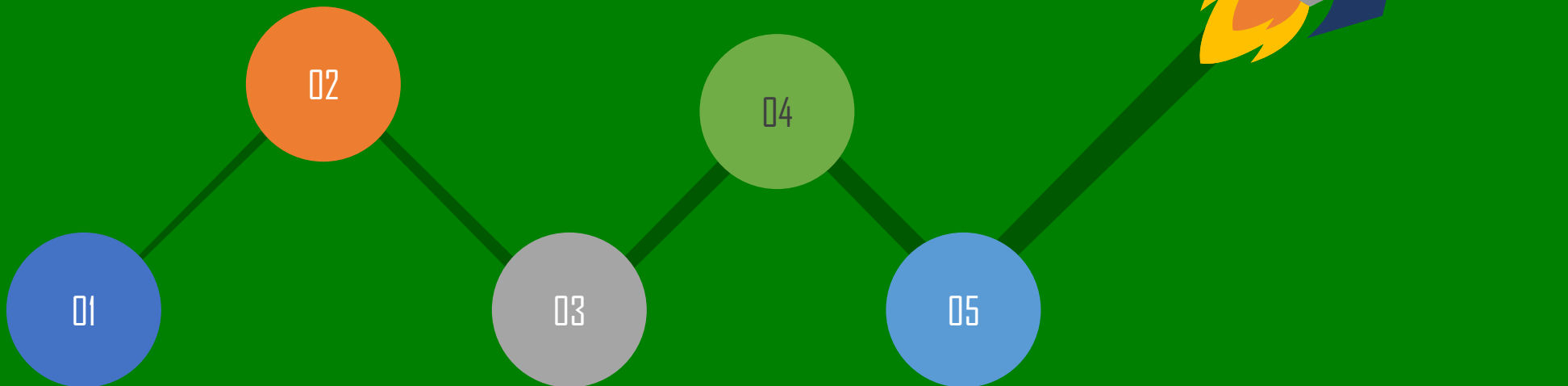


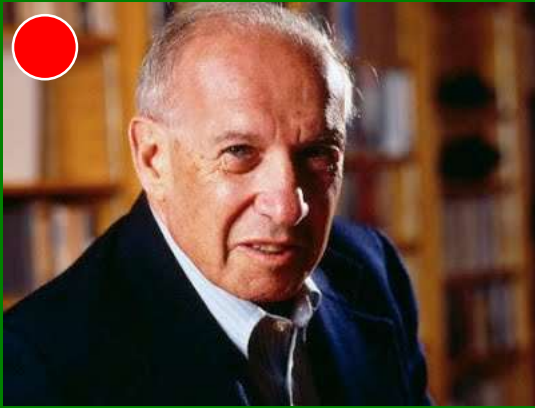


Founder Dell

Digital or Die!

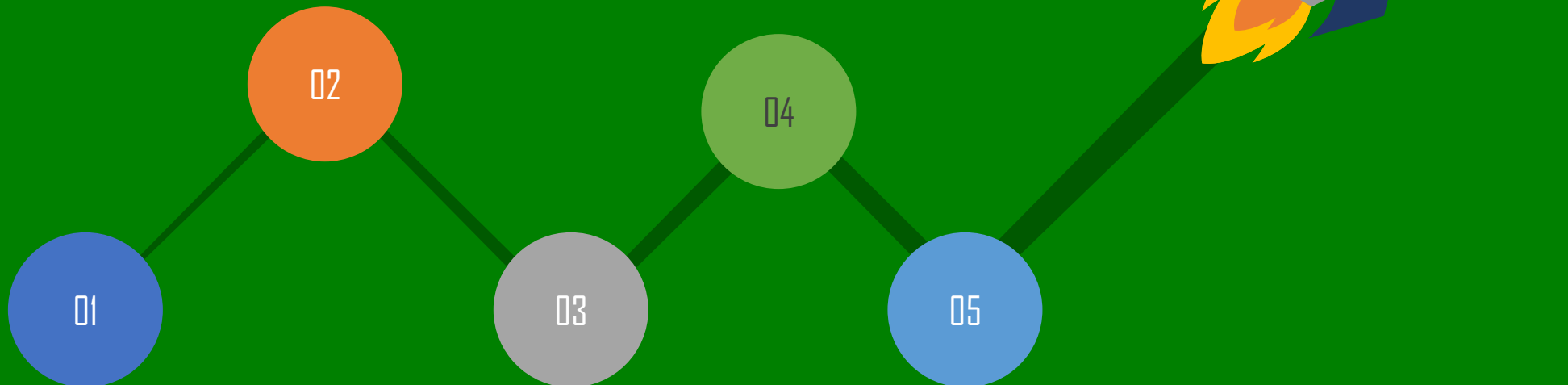
-Michael Dell





Konsultan, Guru
Manajemen

New Technology + Old Mindset = FAIL!
-Peter Drucker





PENGANTAR STARTUP



1. Problem Driven

Ukuran Problem : Luas & dalam. Terdekat dan tercepat di solusi dengan keterbatasan sumber daya yang ada

2. Agile & Validated Learning :

Belajar cepat dari satu pengalaman ke pengalaman lainnya.

3. Data Centricity

No data no action, No data no conclusion



Perusahaan **STARTUP** adalah perusahaan yg tidak jelas SIAPA CUTOMERNYA, tidak jelas APA PRODUKNYA **dan** ORGANISASINYA BERSIFAT TEMPORER karena terus bergerak mencari model bisnis yg bisa DIULANG dan DIPERBESAR (scale up).

- Customer? Produk? Sukses/Gagal?

STARTUP

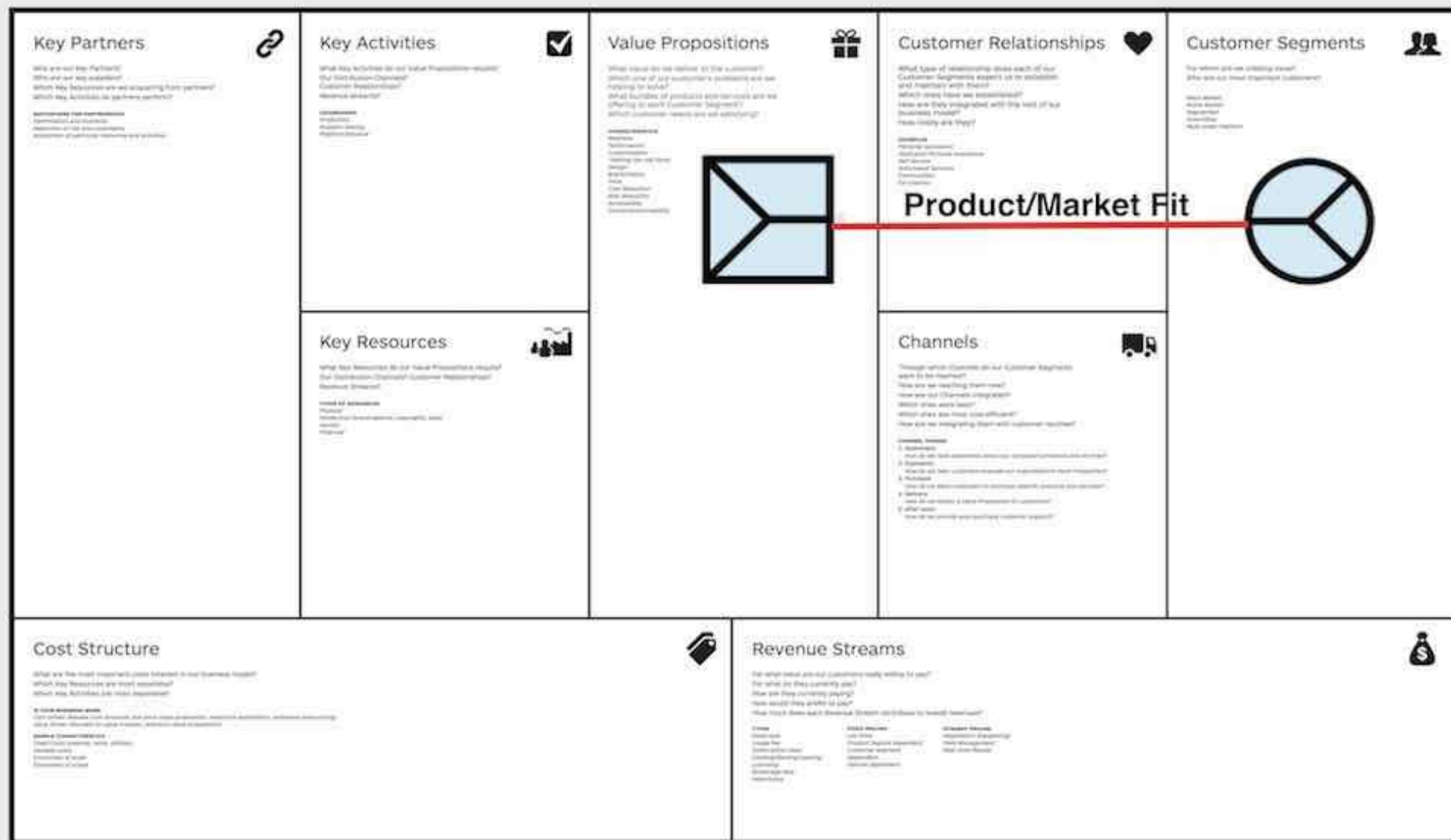
The Business Model Canvas

Designed for

Designed by

Date:

Verweise

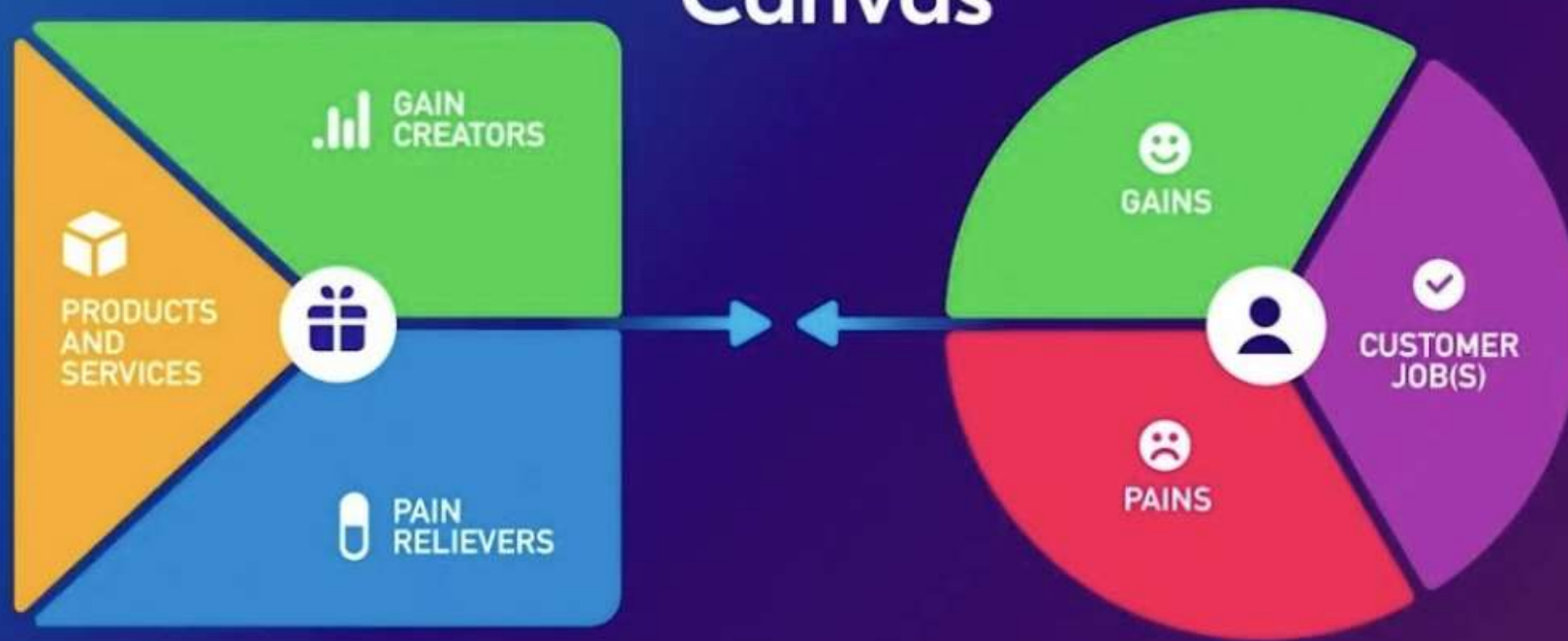


9 Elemen Kanvas Model Bisnis (BMC)



1. Customer Segments
2. Value proposition
3. Channel
4. Customer relationship
5. Revenue stream
6. Key resource
7. Key activities
8. Key partners
9. Cost Structure

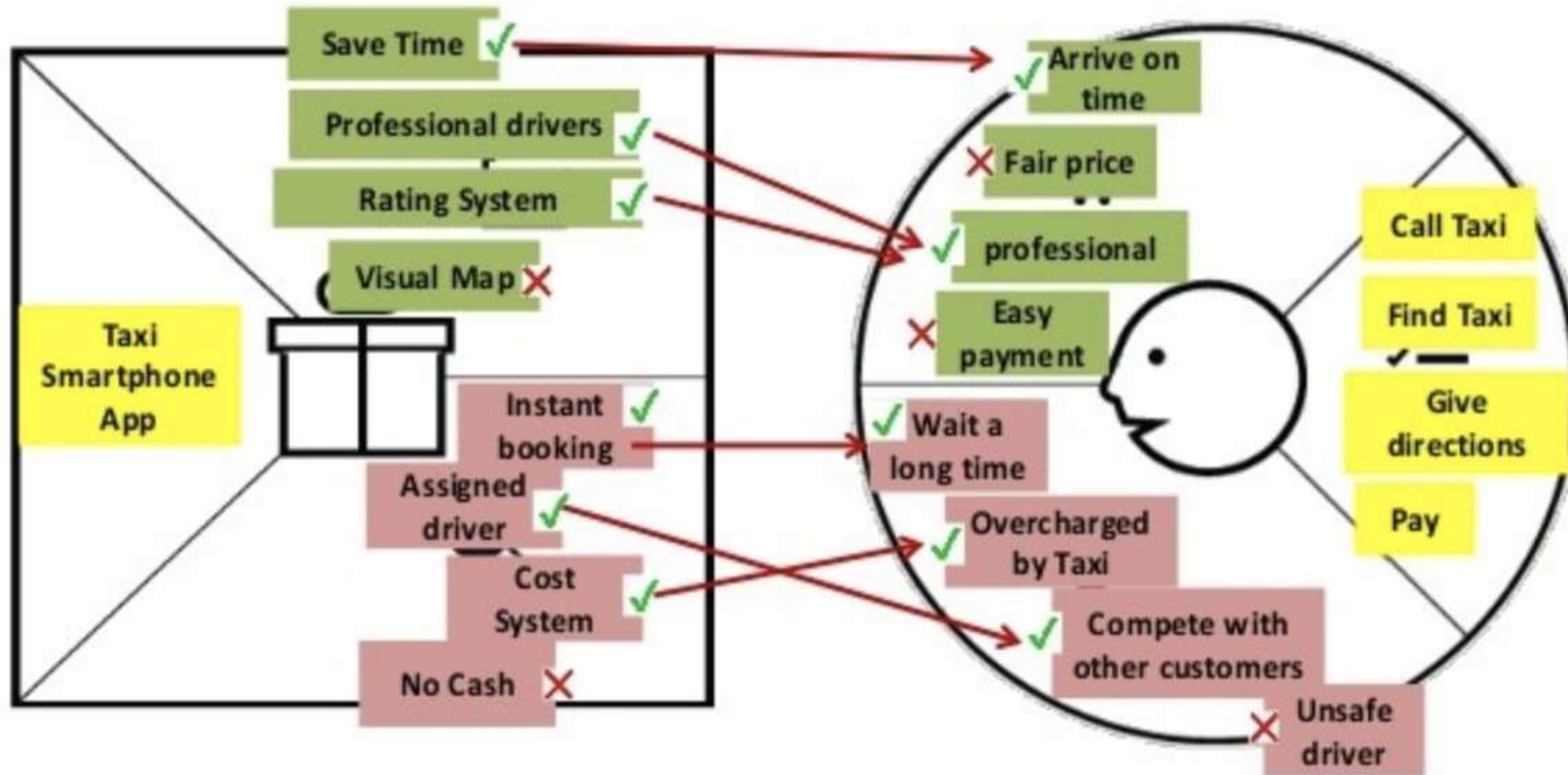
Value Proposition Canvas



Value proposition canvas is a tool that allows you to **design, test and visualize the value of your product** for customers in a structured way

Contoh :

Taxi/ Ojek Jadul VS Taksi Kekinian





Startup dibangun dari asumsi, maka :

Validasilah asumsi tersebut
Bangun – Ukur – Pelajari (lakukan berulang)
Jangan terpaku hingga diam (stuck)

- Bisa jadi hampir minim bahkan tidak ada rujukan -



Yang perlu diingat selaku startupreneur
HINDARI PEMIKIRAN :

Butuh sumber daya besar di awal
Mesti punya banyak fitur saat ini
Mesti punya banyak anggota tim saat ini

- Business plan startup vs konvensional -



Yang perlu diingat selaku startupreneur

Bekerjalah dalam kapasitas atau batas kemampuan
Susun strategi untuk mewujudkan tujuan

- Terdekat, tercepat & bias di eksekusi dengan segala keterbatasan sumber daya yang ada -



Disebabkan Startup di awal "wajib" kecil

Pahami kapasitas tim
Tetapkan batasan
Pilih medan tempur

- Rencana boleh idealis, namun eksekusi tetap pragmatis -



Disebabkan sumberdaya Startup di awal masih sangat terbatas, maka :

Belanjakan uangmu dengan bijaksana
Pahami prinsip 80/20
Fokus pada kekuatanmu

- Fokus pada kekuatan, keunggulan kompetitif & hal-hal prioritas -



TIPS



Disebabkan startup berada di kondisi ketidakpastian tinggi,
maka:

Harapkan perubahan yang cepat
Bereaksi dengan cepat
Jika mesti pivot, segera lakukan

- Agile & validated learning -



TIPS



Sadari bahwa konsepsi startup adalah sains.

- No data no conclusion, no data no action -



TIPS



Startup ditujukan untuk berinovasi dalam menghadirkan produk yang ada di masa depan.

▪

- Presenting the future, lari jarak menengah atau marathon -



TIPS



Mulailah dari interest & passion, karena hal ini yang sanggup mendorong seseorang berlari jauh di startup.

- Nasihat klasik -



TIPS



Seperti pohon, sebaiknya bertumbuh secara organik.

- Jangan menggantungkan 100% harapan pada investor -



TIPS



Ide adalah barang komoditi, Eksekusi adalah emas.
Tim adalah aset yang paling berharga.

- Super team not superman -



TIPS



Jika gagal, gagal-lah secepatnya.
Demikian juga dengan ubah haluan.

- Pivoting -



TIPS



Mulailah dari customer development,
jika belum memiliki produk.

- Pengelolaan resiko terbaik -



TIPS



Jika sudah memiliki produk, customer & product development dijalankan beriring.

- Pendekatan terbaik -



Terimakasih

Bussiness Model Canvas

2 Manfaat Umum

1. Salah satu alat untuk membantu kita melihat gambaran besar usaha yang sedang atau yang kita akan jalani namun cukup detail dalam menyajikan elemen-elemen kunci terkait bisnis.
2. Dengan kemudahan melihat elemen-elemen kunci, akan memudahkan juga untuk menganalisa hingga membuat keputusan-keputusan penting terkait bisnis



IKIGAI





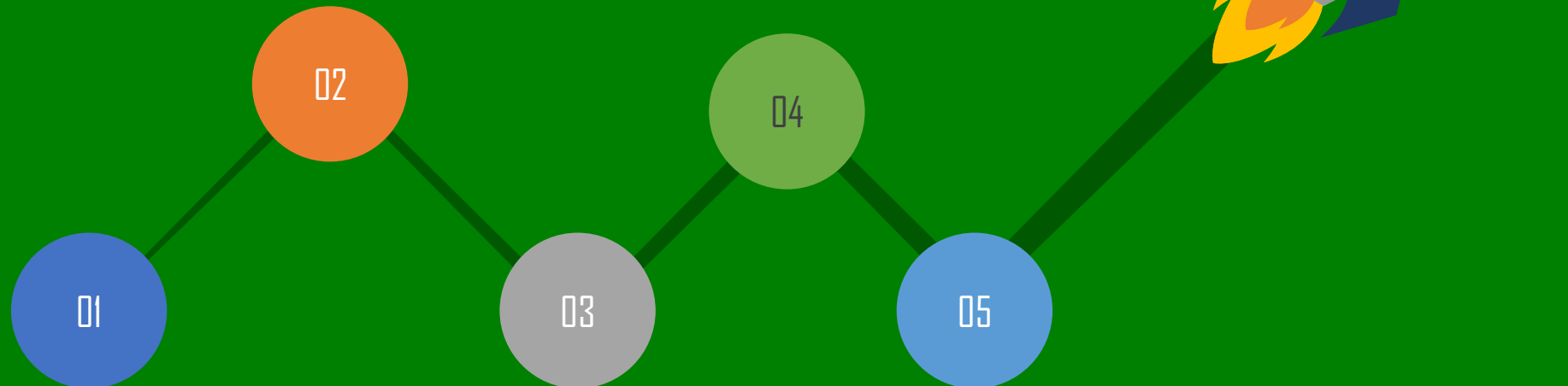
DISRUPSI



Pengajar UI - Manajemen

Digitalisasi → Transformasi Digital →
→ Disrupsi (bahkan sebelum pandemi) →
→ Sudah makin merubah cara bekerja,
→ belajar, berbisnis, bersosial, bersantai, dsb

-Prof. Rhenald Kasali





STRATEGI

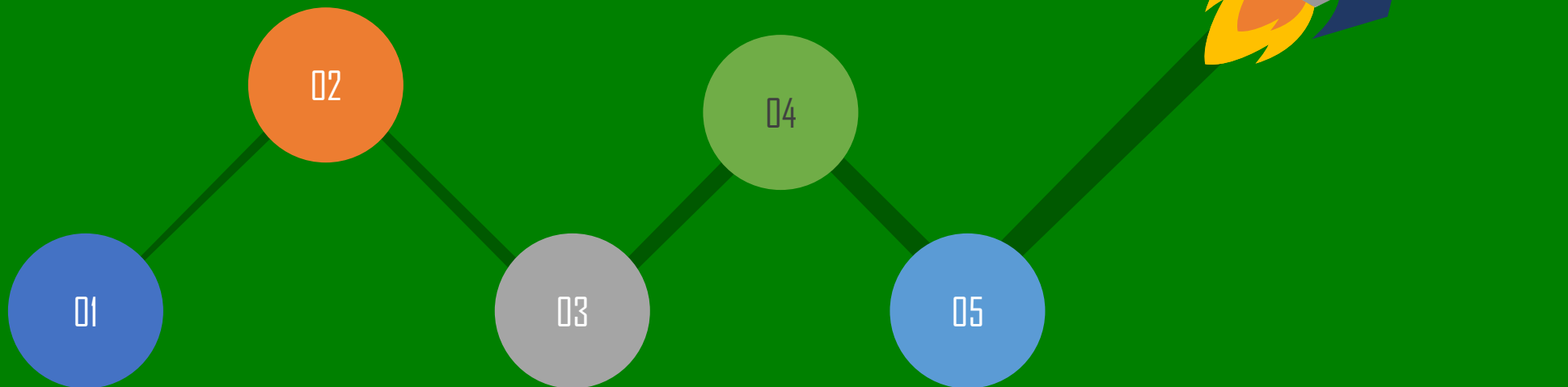


Harvard University

STRATEGI

adalah Cara Baru!

-Michael Porter





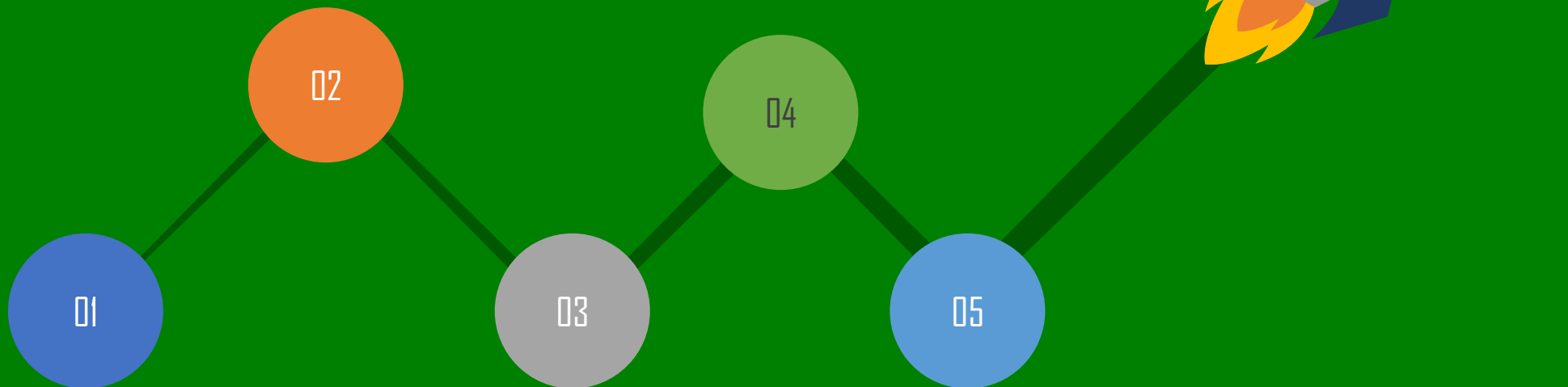
OMNI



Guru Manajemen
Founder Mark Plus

OMNI = Offline + Online

-Hermawan Kartajaya





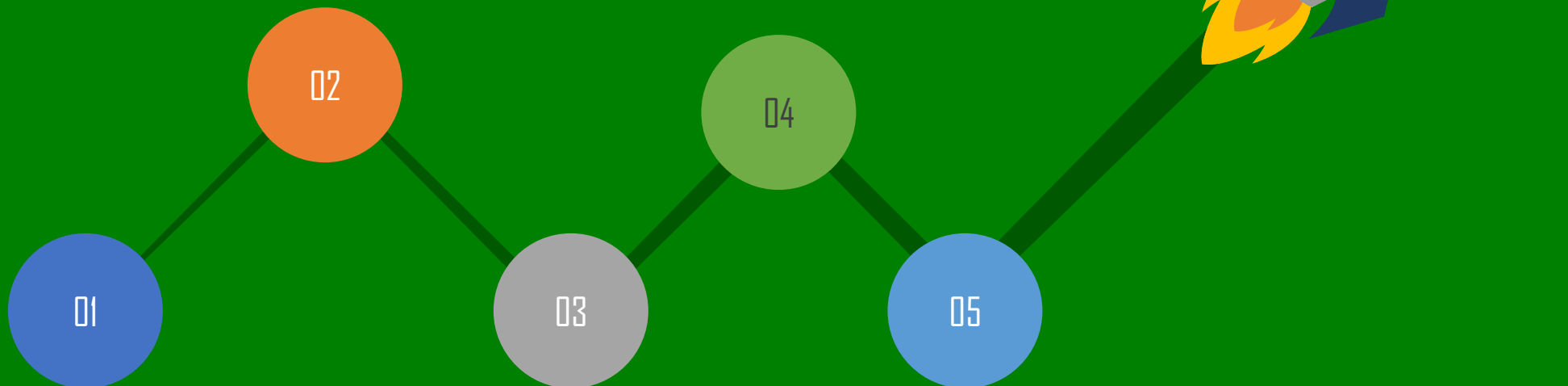
DIGITAL OR DIE



Founder Dell

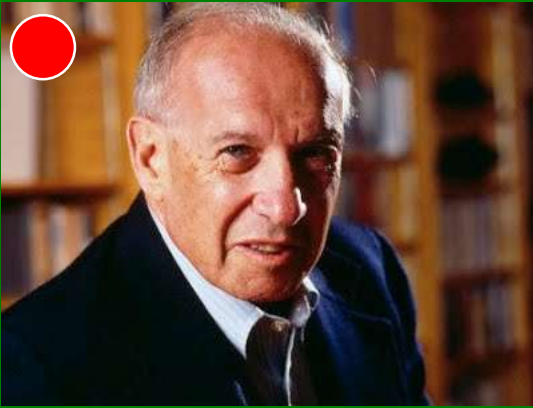
Digital or Die!

-Michael Dell



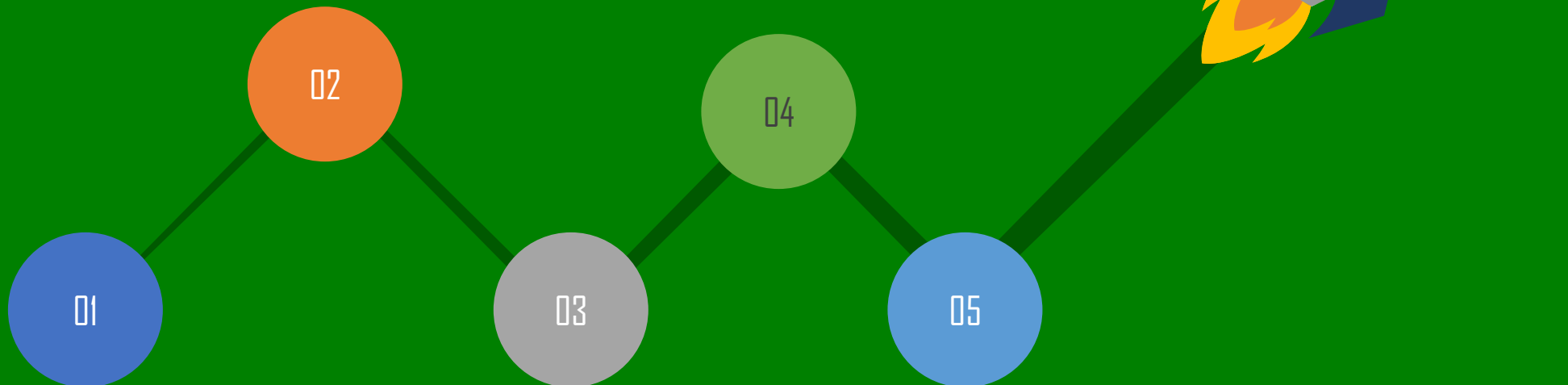


MINDSET



Konsultan, Guru
Manajemen

New Technology + Old Mindset = FAIL!
-Peter Drucker





KOMPETENSI ABAD 21

Tujuh kompetensi utama abad 21 :

1. Critical thinking & problem solving

(Berpusat data & berpusat pada masalah “besar-dalam” serta terdekat & tercepat di solusi dengan segala keterbatasan sumber daya yang ada)

2. Collaboration across networks & leading by influence

Kerjasama sumber daya

3. Agility & adaptability

Ligat dan cepat beradaptasi

4. Initiative & entrepreneurialism

Berinisiatif dan berjiwa entrepreneur/ otonom

5. Effective oral & written communication through any platforms

Memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik lintas media

6. Accessing & analyzing information

Memiliki kemampuan meng-akses dan menganalisa informasi

7. Curiosity & imagination

Memilik keingintahuan & gambaran besar → experiential

--Tony Wagner (2017), Co-director Harvard's Change Leadership Group--



ENTREPRENEURSHIP



ENTREPRENEURSHIP = SIKAP MENTAL + KETERAMPILAN

ENTREPRENEURSHIP :

Kombinasi **sikap mental** dan **keterampilan** dalam pengelolaan berbagai *sumberdaya*, serta keterampilan mengelola *peluang*, *resiko* atau *masalah* pasar untuk menghadirkan produk yang dibutuhkan pasar.

1

2





SIKAP MENTAL POSITIF

**100% Entrepreneur
adalah risk taker
hingga high risk taker!**



**90% Entrepreneur
memiliki kemampuan
melihat kedepan!**

1	Jujur ●	11	Inovatif	21	Komunikatif dan Informatif
2	Bertanggung jawab ●	12	Fokus	22	Risk Taker
3	Cooperation dan Competition	13	Tidak gampang berpuas diri	23	Updater
4	Negosiatif dan Fleksible	14	Percaya diri	24	Sadar Informasi
5	Positif thinking ●	15	Analitis	25	Tangguh
6	Tertib ●	16	Problem solver	26	Produktif
7	Disiplin	17	Terbuka thdp kritik vs Korektif ●	27	Sabar/tekun ●
8	Berinisiatif	18	Empati	28	Stabil emosi
9	Responsif ●	19	Planner dan Target oriented	29	Punya etos kerja yang baik
10	Kreatif	20	Menghargai orang lain	30	Pendengar yang baik, ramah, dsb

Pertanyaan 1

Kapankah sikap mental positif
yang berkaitan
dengan entrepreneurship tersebut bisa mulai
dikembangkan
calon entrepreneur?



KETERAMPILAN ENTREPRENEUR

SDM →

PRODUK →

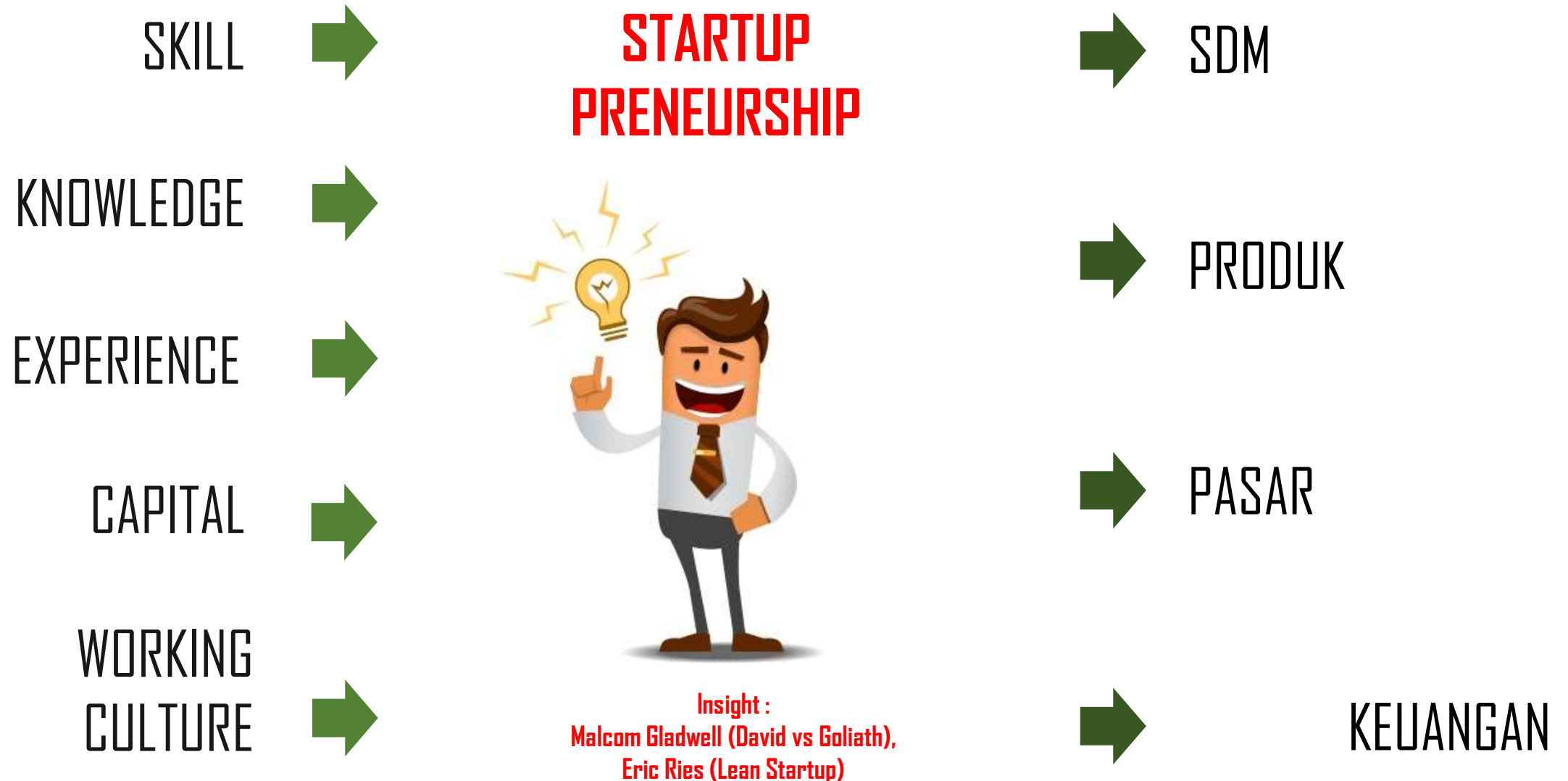
PASAR →

KEUANGAN →





MILLENNIAL & KEWIRAUSAHAAN MODEL BARU



Pertanyaan 2

Apakah ada kegiatan ekstra mahasiswa di kampus yang berkaitan dengan pengelolaan SDM, Produk, Pasar & Keuangan tersebut?



MOTIVASI UMUM MENJADI ENTREPRENEUR

1. Hanya ada 2 aktor yang terlibat membangun negara : pemerintah dan entrepreneur (**Joseph Schumpeter**),
2. Entrepreneur dan Investor rerata memiliki kemampuan finansial sekitar 20x lipat dibanding pegawai dan pekerja mandiri (**Robert Kiyosaki**),
3. Entrepreneur adalah anak emas negara karena mereka adalah kontributor pajak terbesar,





MOTIVASI UMUM MENJADI ENTREPRENEUR

4. Ukuran inovasi dan kemajuan sebuah bangsa sebanding dengan jumlah entrepreneur-nya
(David Mc Cleland),

5. Perubahan pandangan "keseimbangan hidup dan pekerjaan" disebabkan dunia mengarah ke era "**Gig Economy**" yakni era bangkitnya millennial menjadi entrepreneur, pekerja kreatif, pekerja mandiri.





MOTIVASI PRIBADI MENJADI ENTREPRENEUR

6. Alasan pribadi :

a. Kebebasan memilih "nilai-nilai" yang diyakini (**values**),

b. Kebebasan mengembangkan orientasi pribadi (**otentik**),

c. Kebebasan dalam kemandirian & membuat keputusan (**otonom**),





MOTIVASI PRIBADI MENJADI ENTREPRENEUR

d. Kebebasan mengembangkan peminatan (*passion*),

e. Kebebasan memilih model & cara bertumbuh (*growth*) dan

f. Kebebasan mengembangkan keseimbangan hidup (*life balance*).



Pertanyaan 3

Apa motivasi "umum" & motivasi "pribadi" yang paling menarik bagi anda jika Anda berkeinginan menjadi entrepreneur?



PLATFORM KERJAPARUH WAKTU

(022) 6902 1117 | contact@projects.co.id

Login

Forgot Password

Register **Gratis!**



Cara Kerja

Projects

Services

Products

Affiliate

Community

Blog



7 Years of Excellence
projects.co.id



TEMUKAN FREELANCER

DARI SELURUH PENJURU INDONESIA UNTUK BERBAGAI PEKERJAAN

Website Development, Android & iOS Development, Desktop Programming, Graphic & Logo Design, Penulisan Artikel, dan masih banyak lagi.

[BUAT PROJECT](#)[DAFTAR SEKARANG!](#)

New Projects

[All Projects](#)



Pembuatan Wa Blast with laravel or nodejs

Owner: Hartono02 Rp 1,000,000 - 2,000,000
Deadline: 7 days



Pembuatan aplikasi kamus B.arab

Owner: aldikirito007 Rp 1,500,000 - 3,000,000
Deadline: 31 days



Sticky Salah Satu Artikel dari Looping post per kategori di Wordpress

Owner: AhsanHaider Rp 100,001 - 150,000
Deadline: 2 days

Top Workers

[All Rankings](#)



steven.comptia

Worker Rating: 9.97/10.00
★★★★★

40,449 points
872 projects



lswanto

Worker Rating: 9.72/10.00
★★★★★

24,964 points
530 projects



pakjim

Worker Rating: 9.79/10.00
★★★★★

24,111 points
97 projects



rakifsul

Worker Rating: 10.00/10.00
★★★★★

18,895 points



Lowongan Guru part time

Dicari Guru yang bersedia mengajar secara online di seluruh Indonesia

[Daftar Sekarang](#)



Users Activities



PLATFORM KERJAPARUH WAKTU

Konsultasi Desain Gratis 021 31106996 @SibbySupport Only for client ask@sribu.com

SribuDesign SribuLancer IDR

Sribu Portofolio Cara Kerja Testimoni Lihat Kontes [Order Desain](#) [Masuk](#) [Daftar](#)

Logo & Identitas Branding Bisnis & Marketing Desain Kemasan & Label Desain Website & Aplikasi Baju & Merchandise Desain Lainnya Paket Bisnis & Combo

Solusi Jasa Desain Berkualitas Melayani Anda 24 Jam / 7 Hari

Logo, website, kemasan dan 20 kategori desain lainnya

- ✓ Puluhan desain berkualitas dalam 7 hari
- ✓ Desain pertama dalam 1 jam
- ✓ Revisi desain tanpa batas
- ✓ Cocok untuk semua bisnis. UKM, restoran, startup IT dan lainnya
- ✓ Tanpa Resiko, [Garansi Uang Kembali](#)

[Order Desain](#)
Lihat Harga

Great 8.8/10
Based on 100+ Reviews
TRUSTPILOT

Sejak 2012 dan Telah Membantu Brand Visual 15,000+ Klien yang Puas





PLATFORM KERJAPARUH WAKTU

The screenshot displays the Sribulancer website interface. At the top, there's a navigation bar with contact information (phone: 021-31106996, email: ask@sribulancer), a 'Bantuan Klien' link, and user options (SribuDesign, Sribulancer, IDR, and a dropdown menu). Below this is a search bar with the placeholder 'Cari jasa yang kamu butuhkan...' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are links for 'Portfolio', 'Cara Kerja', 'Cari Job', and 'Cari Freelancer'. Further right are 'Login' and 'Register' links, and a prominent green 'Buat Job' button.

Below the navigation bar is a horizontal menu with categories: 'Video, Fotografi & Audio', 'Entri Data', 'Web & Pemrograman', 'Penulisan & Penerjemahan', 'Desain Grafis & Branding', and 'Pemasaran & Periklanan'.

The main content area is divided into a left sidebar and a central search results section. The sidebar, titled 'Kategori', lists 'Semua Kategori' and several specific categories with expandable arrows: 'Desain Grafis & Branding', 'Video, Fotografi & Audio', 'Pemasaran & Periklanan', 'Penulisan & Penerjemahan', 'Entri Data', and 'Web & Pemrograman'.

The central section features a search bar with 'Cari Freelancer' entered and a green 'Cari' button. Below the search bar are filter options: 'Filter berdasarkan: ☐ Skill ☐ Trusted ☐ Verified'. It then states 'Freelancer yang ditemukan 28.017 Item' and 'Halaman 1 Dari 3.113'.

Three freelancer profiles are displayed in a grid:

- Dody Refeindra** (username: dodpop8) with a 4.9/5 rating from 645 reviews, marked as 'TRUSTED' and 'VERIFIED'. His profile picture shows a person's face.
- Mei | Early Branding And Communication** (username: earlythinkin) with a 4.9/5 rating from 539 reviews, marked as 'TRUSTED' and 'VERIFIED'. Her profile picture shows a person's face.
- Lima Multimedia** (username: limamultimed) with a 4.9/5 rating from 400 reviews, marked as 'TRUSTED' and 'VERIFIED'. Their profile picture shows a person's face.

At the bottom of the page, there are three small promotional banners. The first one on the left is pink and white, the middle one is white with black text, and the third one on the right is pink and white. A blue chat bubble icon is visible in the bottom right corner.



PLATFORM MARKETPLACE PRODUK

 **GAMBAR** VIDEO MUSIK SFX TEMPLAT EDITORIAL MODEL 3D ALUR KREATIF ENTERPRISE

Semua gambar Cari gambar

Harga Masuk Daftar

Cari pakai gambar

Get 10 free images now

- Coba paket Shutterstock 10 gambar/bulan secara gratis.
- Anda tidak perlu membayar apa pun jika membatalkan dalam bulan pertama.
- Setelah itu, hanya USD 29/bulan untuk sisa tahun tersebut.
- Gunakan kode **PICK10FREE** saat checkout.

Uji coba gratis 1 bulan, batalkan kapan saja.

Setelah bulan pertama:

☒ 10 gambar/bulan - paket tahunan	US\$2,90 per gambar
US\$29	

Mulai uji coba gratis Anda

Butuh lebih banyak gambar untuk membantu proyek Anda muncul?

Lihat semua opsi penetapan harga



PLATFORM MARKETPLACE PRODUK

The screenshot shows the Freepik website homepage with a blue background. At the top left is the Freepik logo. The top navigation bar includes links for Vectors, Photos, PSD, Fonts (marked as NEW), Categories, Collections, and More. On the top right are links for Sell your content, Pricing, Log in, and a Sign up button. The main heading reads "All the assets you need, in one place", followed by the subtext "Find and download the best high-quality photos, designs and mockups". Below this is a search bar with a dropdown menu set to "Images" and a search button. Under the search bar are three suggested search terms: "Powerpoint template", "Wedding invitation", and "Text effect". A row of eight circular icons represents different asset categories: Vectors (floral design), Illustrations (moon and mountains), Photos (modern building), Templates (magazine layout), Fonts (yellow shoes), Mockups (coffee cup), Backgrounds (green leaves), and Text Effects (the word "CHILL"). At the bottom, a light blue banner contains the text "Create an account to enjoy more free downloads" and a "Sign up for free" button.

freepik

Vectors Photos PSD Fonts **NEW** Categories Collections More

Sell your content Pricing Log in Sign up

All the assets you need, in one place

Find and download the best high-quality photos, designs and mockups

Images Search all images

Powerpoint template Wedding invitation Text effect

Vectors Illustrations Photos Templates Fonts Mockups Backgrounds Text Effects

Create an account to enjoy more free downloads Sign up for free



LANSKAP DIGITAL



DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES



TOTAL
POPULATION



277.7
MILLION

URBANISATION

57.9%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



370.1
MILLION

vs. POPULATION

133.3%

INTERNET
USERS



204.7
MILLION

vs. POPULATION

73.7%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



191.4
MILLION

vs. POPULATION

68.9%





DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

DIGITAL GROWTH

CHANGE IN THE USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES OVER TIME



TOTAL
POPULATION



+1.0%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+2.8 MILLION

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



+3.6%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+13 MILLION

INTERNET
USERS



+1.0%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+2.1 MILLION

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



+12.6%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+21 MILLION



DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

POPULATION BY AGE

SHARE OF THE TOTAL POPULATION BY AGE GROUP



TOTAL
POPULATION



277.7
MILLION

POPULATION
AGED 0-4



8.3%

POPULATION
AGED 5-12



13.9%

POPULATION
AGED 13-17



8.2%

POPULATION
AGED 18-24



11.6%

POPULATION
AGED 25-34



14.9%

POPULATION
AGED 35-44



14.7%

POPULATION
AGED 45-54



12.7%

POPULATION
AGED 55-64



9.0%

POPULATION
AGED 65+



6.8%



DATA INTERNET INDONESIA

**FEB
2022**

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES



TIME SPENT USING
THE INTERNET



GWI.

8H 36M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-3.0% (-16 MINS)

TIME SPENT WATCHING TELEVISION
(BROADCAST AND STREAMING)



2H 50M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-0.6% (-1 MIN)

TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA



GWI.

3H 17M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+1.5% (+3 MINS)

TIME SPENT READING PRESS MEDIA
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



1H 47M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+9.2% (+9 MINS)

TIME SPENT LISTENING TO
MUSIC STREAMING SERVICES



1H 40M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+11.1% (+10 MINS)

TIME SPENT LISTENING
TO BROADCAST RADIO



GWI.

0H 37M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+12.1% (+4 MINS)

TIME SPENT LISTENING
TO PODCASTS



0H 55M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+25.0% (+11 MINS)

TIME SPENT USING
A GAMES CONSOLE



1H 19M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+3.9% (+3 MINS)

SOURCE: GWI (Q3 2021). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **NOTES:** CONSUMPTION OF DIFFERENT MEDIA MAY OCCUR CONCURRENTLY. TELEVISION INCLUDES BOTH LINEAR (BROADCAST AND CABLE) TELEVISION AND CONTENT DELIVERED VIA STREAMING AND VIDEO-ON-DEMAND SERVICES. PRESS INCLUDES BOTH ONLINE AND PHYSICAL PRINT MEDIA. BROADCAST RADIO DOES NOT INCLUDE INTERNET RADIO.

**we
are
social**

KEPIOS

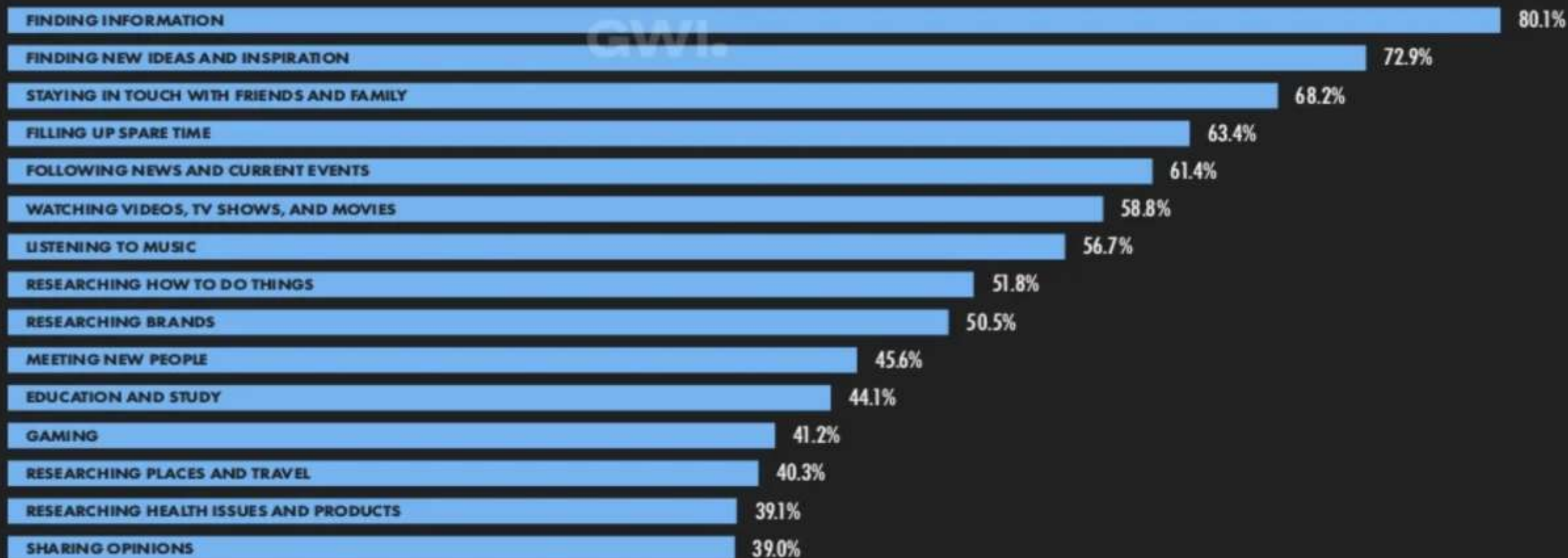


DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

MAIN REASONS FOR USING THE INTERNET

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE THE INTERNET





DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

MOST-VISITED WEBSITES: SEMRUSH RANKING

RANKING OF THE MOST-VISITED WEBSITES ACCORDING TO SEMRUSH, BASED ON TOTAL MONTHLY WEBSITE TRAFFIC IN NOVEMBER 2021



#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITORS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	583M	52.6M	23M 41S	6.06
02	YOUTUBE.COM	241M	37.6M	11M 52S	4.85
03	DETIK.COM	119M	21.1M	16M 37S	3.87
04	FACEBOOK.COM	103M	17.4M	20M 35S	6.74
05	TRIBUNNEWS.COM	102M	21.9M	10M 49S	2.87
06	KOMPAS.COM	91.6M	21.6M	22M 26S	2.65
07	BLOGSPOT.COM	83.9M	25.0M	10M 41S	2.20
08	WIKIPEDIA.ORG	72.0M	20.9M	10M 10S	2.12
09	GOOGLE.CO.ID	50.3M	13.7M	16M 40S	6.59
10	BRAINLY.CO.ID	46.6M	12.5M	12M 23S	2.79

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITORS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
11	SHOPEE.CO.ID	46.1M	15.4M	23M 09S	4.98
12	TOKOPEDIA.COM	42.0M	14.0M	18M 28S	3.77
13	ZOOM.US	41.6M	13.3M	13M 51S	2.67
14	INSTAGRAM.COM	38.2M	10.3M	18M 09S	6.35
15	KLIKBCA.COM	32.9M	3.98M	11M 07S	8.74
16	BIT.LY	31.8M	11.4M	10M 09S	1.39
17	TWITTER.COM	31.2M	7.55M	19M 37S	8.43
18	YAHOO.COM	30.6M	8.17M	17M 47S	3.66
19	LIPUTAN6.COM	30.2M	15.2M	5M 21S	2.01
20	SUARA.COM	30.0M	12.2M	6M 14S	1.60

SOURCE: SEMRUSH. FIGURES REPRESENT TRAFFIC VALUES FOR NOVEMBER 2021. **NOTE:** "UNIQUE VISITORS" REPRESENTS THE NUMBER OF DISTINCT "IDENTITIES" ACCESSING EACH SITE, BUT MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, AS SOME PEOPLE MAY USE MULTIPLE DEVICES OR BROWSERS. **ADVISORY:** SOME WEBSITES FEATURED IN THIS RANKING MAY CONTAIN ADULT CONTENT. PLEASE USE CAUTION WHEN VISITING UNKNOWN DOMAINS. **COMPARABILITY:** SOURCE METHODOLOGY CHANGES. VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS.



DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

LISTENING TO ONLINE AUDIO CONTENT

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO LISTEN TO EACH KIND OF AUDIO CONTENT VIA THE INTERNET EACH WEEK



LISTEN TO MUSIC
STREAMING SERVICES



47.5%

LISTEN TO ONLINE RADIO
SHOWS OR STATIONS



14.6%

LISTEN TO
PODCASTS



35.6%

LISTEN TO
AUDIO BOOKS



11.2%

GWL



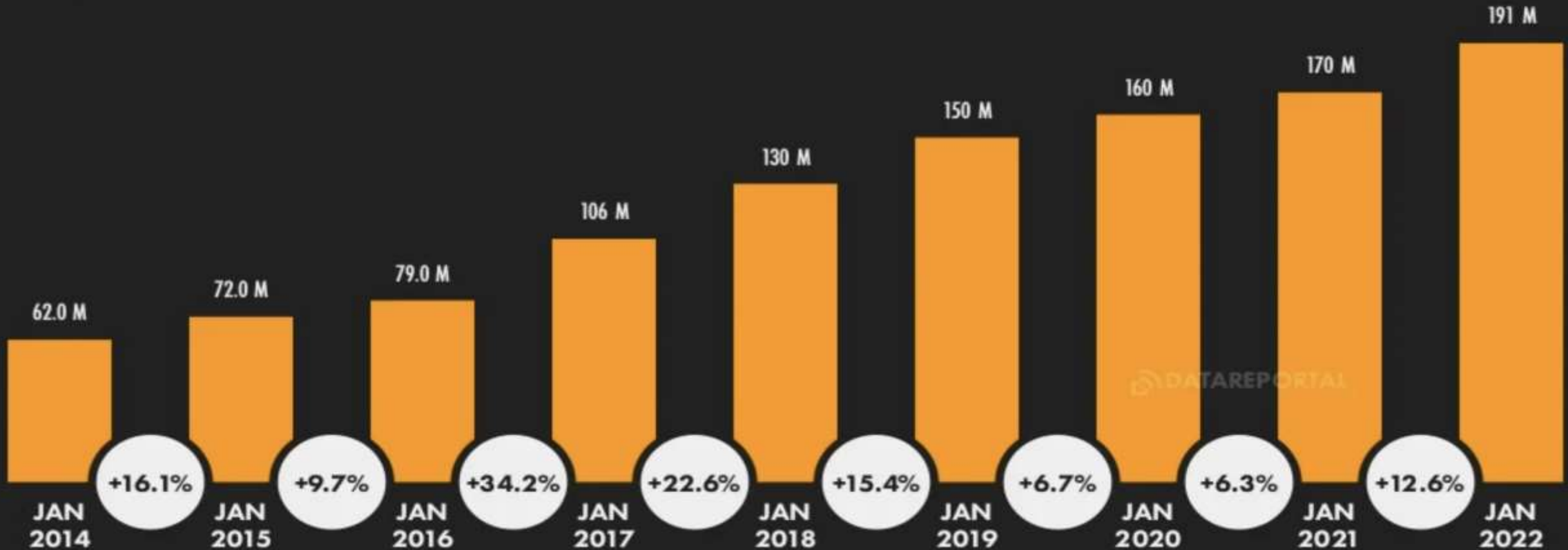


DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

SOCIAL MEDIA USERS OVER TIME

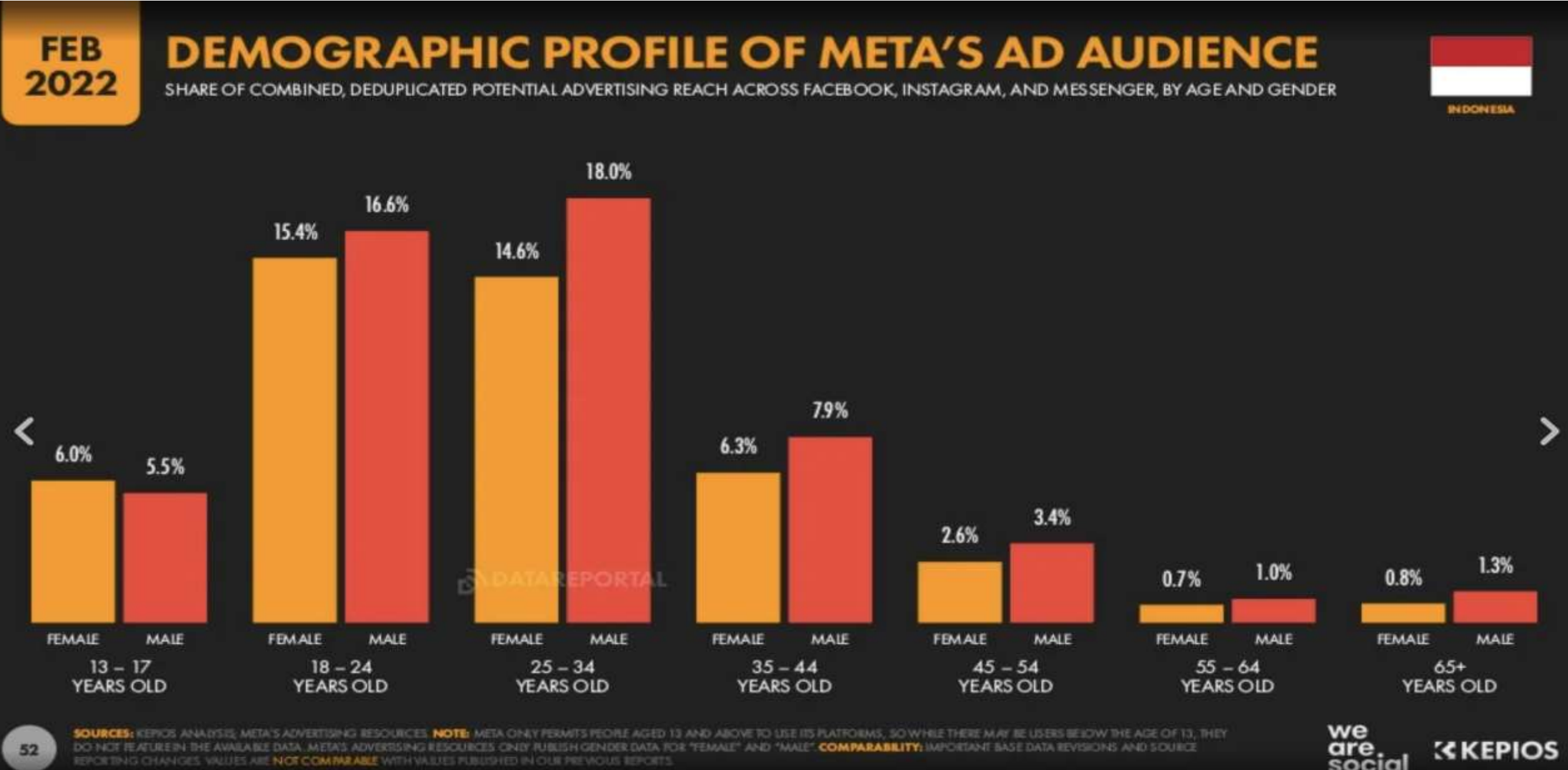
NUMBER OF SOCIAL MEDIA USERS AND YEAR-ON-YEAR CHANGE



SOURCES: KEPIOS ANALYSIS, COMPANY ADVERTISING RESOURCES AND EARNINGS ANNOUNCEMENTS. **NOTE:** WHERE LETTERS ARE SHOWN NEXT TO FIGURES ABOVE BARS, "K" DENOTES THOUSANDS (E.G. "123 K" = 123,000), "M" DENOTES MILLIONS (E.G. "1.23 M" = 1,230,000), AND "B" DENOTES BILLIONS (E.G. "1.23 B" = 1,230,000,000). WHERE NO LETTER IS PRESENT, VALUES ARE SHOWN AS IS. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USERS MAY **NOT** REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** CHANGES TO DATA SOURCES AND SIGNIFICANT BASE REVISIONS IN SOURCE DATA MAY MEAN THAT FIGURES ARE **NOT** COMPARABLE BETWEEN CERTAIN YEARS.



DATA INTERNET INDONESIA



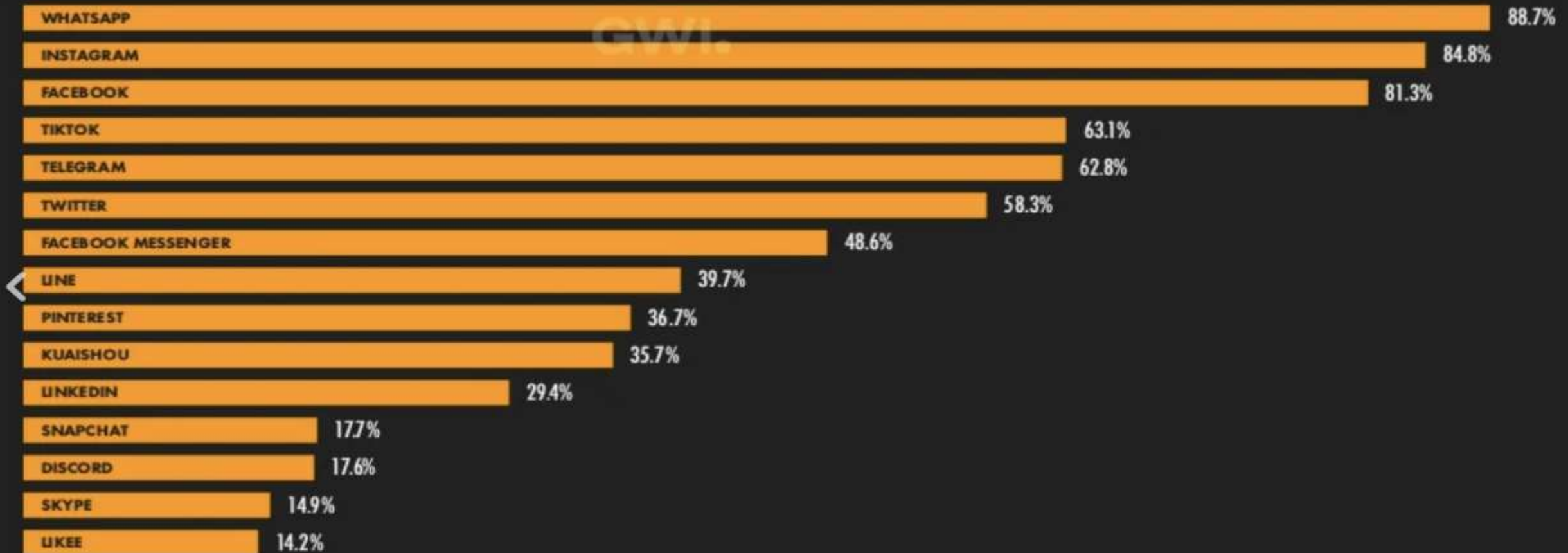


DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH





DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA APPS

AVERAGE TIME PER MONTH THAT USERS SPEND USING EACH PLATFORM'S ANDROID APP



WHATSAPP



31.4

HOURS / MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+2%

YOUTUBE



26.4

HOURS / MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+2%

FACEBOOK



15.2

HOURS / MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-11%

INSTAGRAM



16.0

HOURS / MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-6%

TIKTOK



23.1

HOURS / MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+67%



DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

WEEKLY ONLINE SHOPPING ACTIVITIES

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO ENGAGE IN SELECTED ECOMMERCE ACTIVITIES EACH WEEK



PURCHASED A PRODUCT
OR SERVICE ONLINE



GWJ.

60.6%

ORDERED GROCERIES
VIA AN ONLINE STORE



36.0%

BOUGHT A SECOND-HAND
ITEM VIA AN ONLINE STORE



13.0%

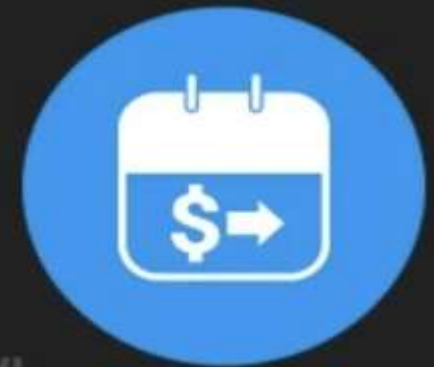
USED AN ONLINE PRICE
COMPARISON SERVICE



GWJ.

18.3%

USED A BUY NOW,
PAY LATER SERVICE



43.3%

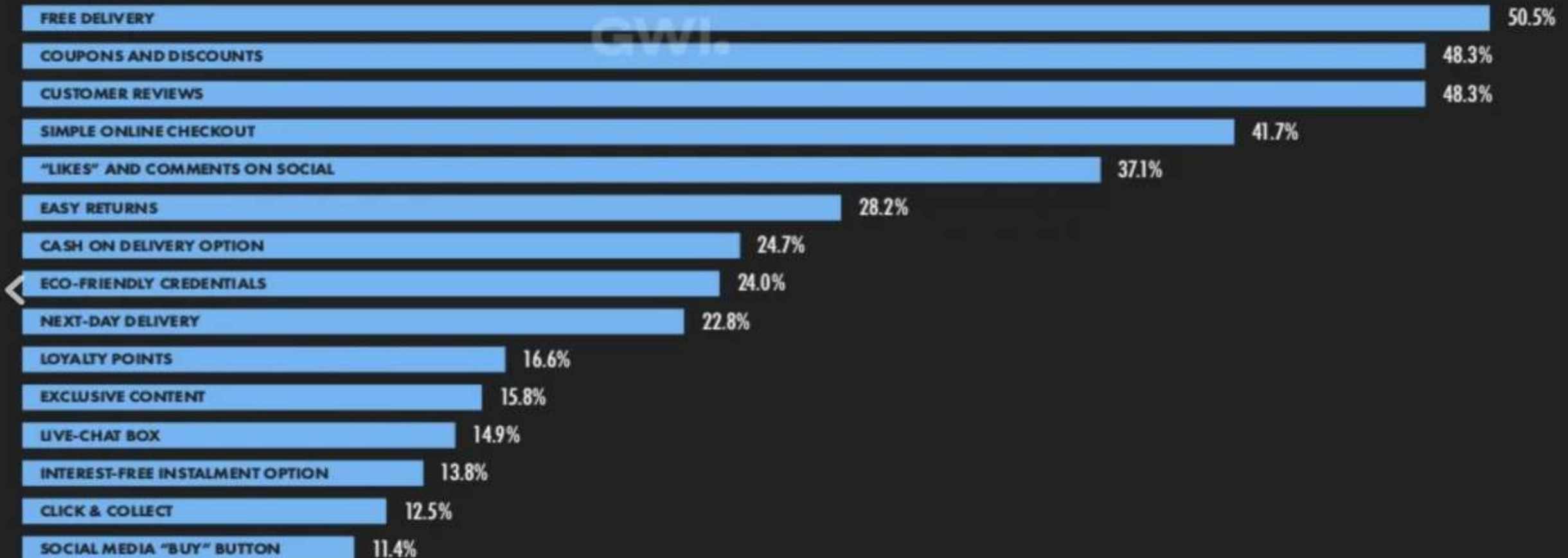


DATA INTERNET INDONESIA

**FEB
2022**

ONLINE PURCHASE DRIVERS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO SAY EACH FACTOR WOULD ENCOURAGE THEM TO COMPLETE AN ONLINE PURCHASE





DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

OVERVIEW OF CONSUMER GOODS ECOMMERCE

HEADLINES FOR THE ADOPTION AND USE OF CONSUMER GOODS ECOMMERCE (B2C ONLY)



NUMBER OF PEOPLE
PURCHASING CONSUMER
GOODS VIA THE INTERNET



158.6
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+14.9% (+21 MILLION)

TOTAL ANNUAL SPEND
ON ONLINE CONSUMER
GOODS PURCHASES (USD)



\$53.81
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+59.4% (+\$20 BILLION)

AVERAGE ANNUAL REVENUE
PER CONSUMER GOODS
ECOMMERCE USER (USD)



\$3339

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+38.7% (+\$94.68)

SHARE OF CONSUMER GOODS
ECOMMERCE SPEND ATTRIBUTABLE TO
PURCHASES MADE VIA MOBILE PHONES



63.8%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+2.5% (+158 BPS)

SOURCE: STATISTA DIGITAL MARKET OUTLOOK. SEE [STATISTA.COM](https://www.statista.com) FOR MORE DETAILS. **NOTES:** "CONSUMER GOODS" INCLUDE ELECTRONICS, FASHION, FURNITURE, TOYS, HOBBY, DIY, BEAUTY, CONSUMER HEALTHCARE, PERSONAL CARE, HOUSEHOLD CARE, FOOD, BEVERAGES, AND PHYSICAL MEDIA. FIGURES REPRESENT ESTIMATES FOR FULL YEAR 2021, AND COMPARISONS WITH EQUIVALENT VALUES FOR THE PREVIOUS CALENDAR YEAR. FINANCIAL VALUES ARE IN U.S. DOLLARS. PERCENTAGE CHANGE VALUES ARE RELATIVE (I.E. AN INCREASE OF 20% FROM A STARTING VALUE OF 50% WOULD EQUAL 60%, NOT 70%).



DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

ECOMMERCE: CONSUMER GOODS CATEGORIES

ANNUAL SPEND IN EACH CONSUMER GOODS ECOMMERCE CATEGORY (U.S. DOLLARS, B2C ONLY)



INDONESIA

ELECTRONICS



**\$14.44
BILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+56.9% (+\$5.2 BILLION)

FASHION



**\$8.98
BILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+58.1% (+\$3.3 BILLION)

FURNITURE



**\$9.28
BILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+52.2% (+\$3.2 BILLION)

TOYS, HOBBY, DIY



**\$7.45
BILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+68.7% (+\$3.0 BILLION)

PERSONAL & HOUSEHOLD CARE



**\$6.21
BILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+49.2% (+\$2.0 BILLION)

FOOD



**\$4.63
BILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+118% (+\$2.5 BILLION)

BEVERAGES



**\$959.1
MILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+76.1% (+\$414 MILLION)

PHYSICAL MEDIA



**\$1.87
BILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+21.3% (+\$328 MILLION)

SOURCE: STATISTA DIGITAL MARKET OUTLOOK. SEE [STATISTA.COM](https://www.statista.com) FOR MORE DETAILS. **NOTES:** FIGURES REPRESENT ESTIMATES OF FULL-YEAR REVENUES FOR 2021 IN U.S. DOLLARS, AND COMPARISONS WITH EQUIVALENT VALUES FOR THE PREVIOUS CALENDAR YEAR. THE "PERSONAL & HOUSEHOLD CARE" CATEGORY INCLUDES BEAUTY AND CONSUMER HEALTHCARE. THE "PHYSICAL MEDIA" CATEGORY DOES NOT INCLUDE DIGITAL DOWNLOADS OR STREAMING. **COMPARABILITY:** BASE AND CATEGORY DEFINITION CHANGES. FIGURES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS.



DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

TOP GOOGLE SHOPPING QUERIES

QUERIES WITH THE GREATEST VOLUME OF GOOGLE SHOPPING SEARCH ACTIVITY BETWEEN 01 JANUARY 2021 AND 31 DECEMBER 2021



#	SEARCH QUERY	INDEX
01	HP	100
02	SAMSUNG	86
03	OPPO	63
04	IPHONE	55
05	SHOPEE	39
06	VIVO	37
07	LAPTOP	34
08	REALME	33
09	TRANSLATE	19
10	HP OPPO	18

#	SEARCH QUERY	INDEX
11	HP SAMSUNG	16
12	LAZADA	12
13	HP VIVO	10
14	REDMI 9	10
15	IPHONE 11	8
16	IPHONE 12	8
17	NMAX	8
18	REDMI NOTE 9	8
19	REDMI 8	7
20	IPHONE XR	7

SOURCE: GOOGLE TRENDS, BASED ON GOOGLE SHOPPING SEARCHES CONDUCTED BETWEEN 01 JANUARY 2021 AND 31 DECEMBER 2021. **NOTES:** ANY SPELLING ERRORS OR LANGUAGE INCONSISTENCIES IN SEARCH QUERIES ARE AS PUBLISHED BY GOOGLE TRENDS, AND ARE SHOWN "AS IS", TO ENABLE READERS TO IDENTIFY POTENTIAL CHANGES IN HOW PEOPLE USE LANGUAGE IN DIGITAL ENVIRONMENTS. GOOGLE DOES NOT PUBLISH ABSOLUTE SEARCH VOLUMES, BUT THE "INDEX vs. TOP QUERY" COLUMN SHOWS RELATIVE SEARCH VOLUMES FOR EACH QUERY COMPARED WITH THE SEARCH VOLUME OF THE TOP QUERY. **ADVISORY:** GOOGLE TRENDS USES DYNAMIC SAMPLING, SO RANK ORDER AND INDEX VALUES MAY VARY DEPENDING ON WHEN THE TOOL IS ACCESSED, EVEN FOR THE SAME TIME PERIOD.



DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

ONLINE TRAVEL AND TOURISM

ANNUAL SPEND ON ONLINE TRAVEL AND TOURISM SERVICES (U.S. DOLLARS)



FLIGHTS



**\$1.58
BILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-8.5% (-\$148 MILLION)

CAR RENTALS



**\$170.8
MILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+8.5% (+\$13 MILLION)

TRAINS



**\$46.76
MILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+32% (+\$11 MILLION)

LONG-DISTANCE BUSES



**\$46.22
MILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+24% (+\$9.1 MILLION)

HOTELS



**\$1.46
BILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+51% (+\$492 MILLION)

PACKAGE HOLIDAYS



**\$634.1
MILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+56% (+\$229 MILLION)

VACATION RENTALS



**\$113.3
MILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+18% (+\$17 MILLION)

CRUISES



**\$620
THOUSAND**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+168% (+\$389 THOUSAND)



DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

ONLINE FOOD DELIVERY OVERVIEW

HEADLINES FOR THE ADOPTION AND USE OF ONLINE FOOD DELIVERY SERVICES



NUMBER OF PEOPLE
ORDERING FOOD DELIVERY
VIA ONLINE PLATFORMS



statista

17.77
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN
THE NUMBER OF ONLINE
FOOD DELIVERY USERS



+68.1%
+7.2 MILLION

TOTAL ANNUAL VALUE
OF ONLINE FOOD
DELIVERY ORDERS (USD)



statista

\$803.1
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE
IN THE VALUE OF ONLINE
FOOD DELIVERY ORDERS



+70.1%
+\$331 MILLION

AVERAGE ANNUAL VALUE
OF ONLINE FOOD DELIVERY
ORDERS PER USER (USD)



\$45.21
YOY: **+1.2%**

SOURCE: STATISTA DIGITAL MARKET OUTLOOK. SEE [STATISTA.COM](https://www.statista.com) FOR MORE DETAILS. **NOTES:** FIGURES REPRESENT ESTIMATES FOR FULL YEAR 2021, AND COMPARISONS WITH EQUIVALENT VALUES FOR THE PREVIOUS CALENDAR YEAR. FINANCIAL VALUES ARE IN U.S. DOLLARS. ONLY INCLUDES ORDERS MADE VIA ONLINE SERVICES. PERCENTAGE CHANGE VALUES ARE RELATIVE (I.E. AN INCREASE OF 30% FROM A STARTING VALUE OF 50% WOULD EQUAL 60%, NOT 70%). "BPS" VALUES REPRESENT BASIS POINTS, AND INDICATE ABSOLUTE CHANGE. **COMPARABILITY:** BASE AND CATEGORY DEFINITION CHANGES. FIGURES ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS.

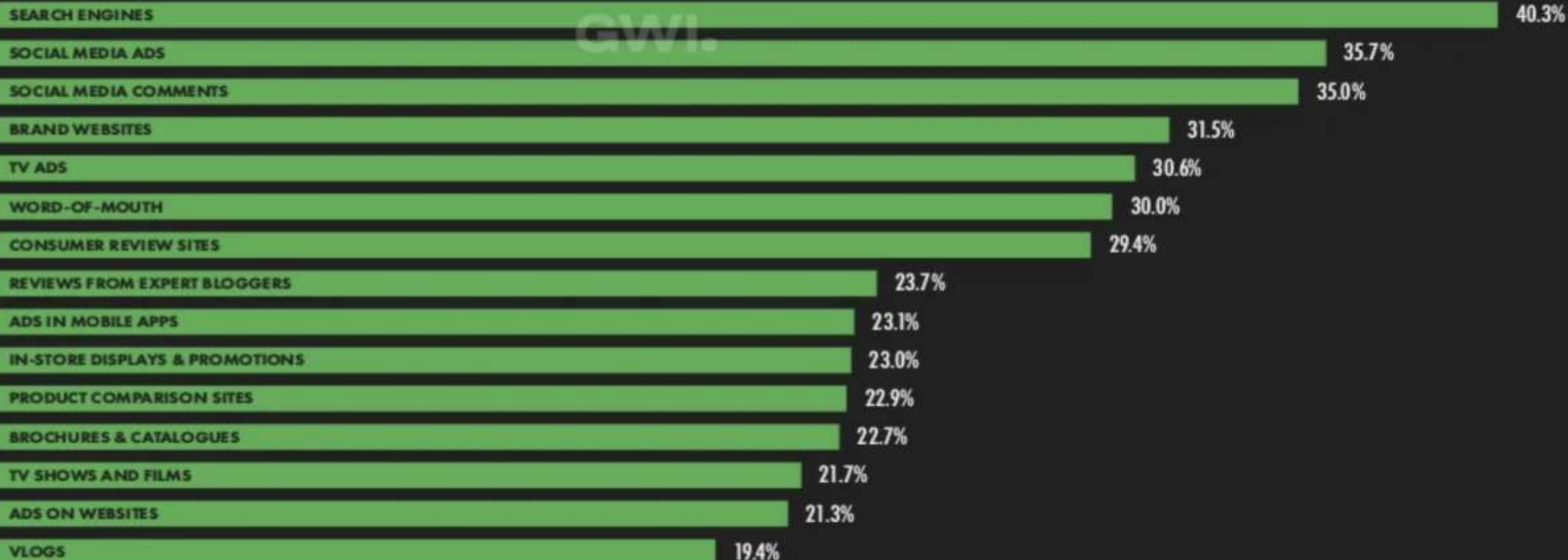


DATA INTERNET INDONESIA

FEB
2022

SOURCES OF BRAND DISCOVERY

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO DISCOVER NEW BRANDS, PRODUCTS, AND SERVICES VIA EACH CHANNEL OR MEDIUM





DATA INTERNET INDONESIA

**FEB
2022**

VALUE OF THE DIGITAL ADVERTISING MARKET

ANNUAL SPEND ON DIGITAL ADVERTISING, WITH DETAIL BY ADVERTISING FORMAT (U.S. DOLLARS)



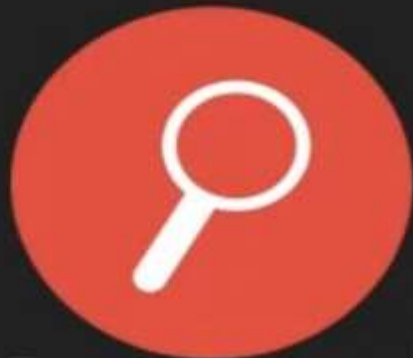
TOTAL



**\$2.12
BILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+26.3% (+\$443 MILLION)

SEARCH ADS



**\$678.8
MILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+32.5% (+\$167 MILLION)

BANNER ADS



**\$977.5
MILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+19.7% (+\$161 MILLION)

VIDEO ADS



**\$484.9
MILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+25.8% (+\$99 MILLION)

CLASSIFIEDS



**\$44.83
MILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+12.4% (+\$4.9 MILLION)

SOURCE: STATISTA DIGITAL MARKET OUTLOOK. SEE [STATISTA.COM](https://www.statista.com) FOR MORE DETAILS. **NOTES:** FIGURES REPRESENT ESTIMATES FOR FULL-YEAR SPEND IN 2021 IN U.S. DOLLARS, AND COMPARISONS WITH EQUIVALENT VALUES FOR THE PREVIOUS CALENDAR YEAR. DOES NOT INCLUDE ADVERTISING REVENUES ASSOCIATED WITH EMAIL MARKETING, AUDIO ADS, INFLUENCER MARKETING, SPONSORSHIPS, PRODUCT PLACEMENT, OR COMMISSION-BASED AFFILIATE SYSTEMS. **COMPARABILITY:** BASE CHANGES. FIGURES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS.

**we
are
social**

KEPIOS



DATA INTERNET INDONESIA



170 juta

Pengguna Internet
di Indonesia (2019)

Wearesocial



82%

Mencari informasi mengenai
bisnis di sekitarnya menggunakan
search engine

Jakpat Survey



80%

Bisnis go online tumbuh
hingga 80% lebih cepat
dibanding offline

Sumber : Deloitte Acces Economic



DATA INTERNET INDONESIA



1,5x

Potensi peningkatan
kesempatan kerja



>10x

Bisnis lebih inovatif



6%

Lebih kompetitif
secara internasional



DATA INTERNET INDONESIA





DATA INTERNET INDONESIA

36%



Offline

37%



Basic
Online

18%



Intermediate
Online

9%



Advanced
Online



DATA INTERNET INDONESIA



Go online/Go digital menjadi
sebuah kebutuhan



Sosial media akan memiliki
peran sangat penting



Ketrampilan terkait digital
menjadi sangat penting



Millenial adalah pelaku
sekaligus pasar yang potensial



Platform menjadi
kebutuhan



Big data adalah asset
model baru



TRANSFORMASI & DISRUPSI DIGITAL



ERA KEBERLIMPAHAN INFORMASI



KOMPUTER
(Storage + Processing)

+

INTERNET
(Network)

4V

Velocity



Volume



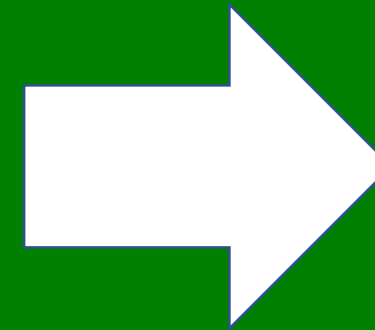
Variety



Validity



Keunggulan kompetitif baik perorangan maupun segala organisasi sangat ditentukan oleh penguasaan & pengelolaan informasi itu sendiri. Jika sedari dulu kita mendefenisikan aset seperti rumah, tanah emas dsb, maka saat ini, data terkelola adalah aset yang bakal sangat berharga makin kederpannya.



Masyarakat digital adalah keniscayaan.

Setiap orang menjadi warga global

Teknologi Informasi :
Tulang Punggung RI 4.0
CPS (Cyber Physical System)



KECEPATAN DATA



KECEPATAN :

Mendownload film berdurasi 2 jam
"The Avengers" butuh waktu :

- 26 jam di jaringan 3G (384 Kbps),
- 6 menit di jaringan 4G (100 Mbps) dan
- 30 detik di jaringan 5G (10 Gbps)

(Setara 250.000-300.000 halaman A4-Arial-Spasi single-20 KB/hal. Satu film di Netflix, Youtube dengan kualitas HD, setara 5-6 GB/ 2 jam)



ERA KEBERLIMPAHAN INFORMASI

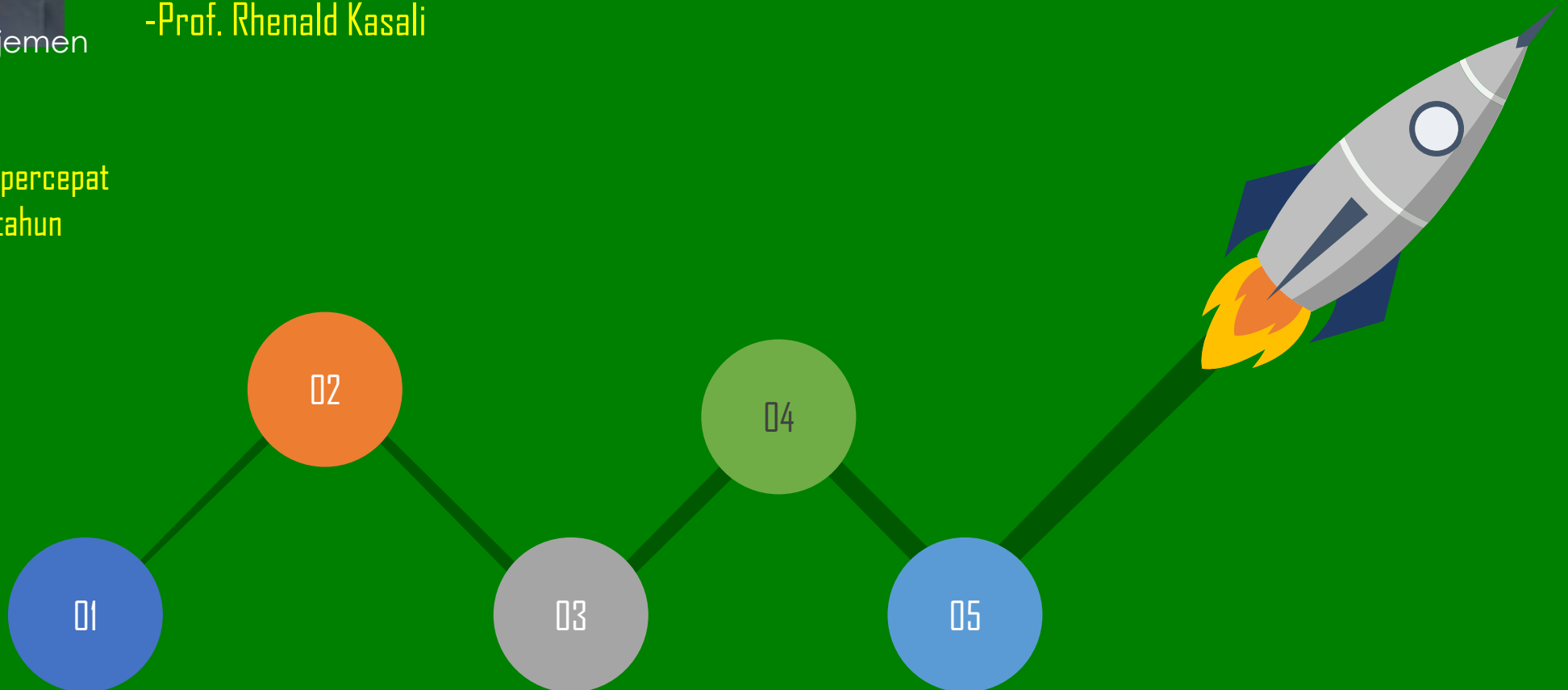


Pengajar UI - Manajemen

Digitalisasi → Transformasi Digital :
Semakin merubah cara berbelanja, bekerja, belajar, berbisnis,
bersosial, bermain hingga bersantai!

-Prof. Rhenald Kasali

Pandemi Corona mempercepat
transformasi digital 6 tahun
-Twilio





PERKEMBANGAN 5 PILAR DIGITALISASI



MOBILE DEVICES

7,3 Miliar Unit Mobile Devices di dunia pada 2015. Lebih besar dari populasi penduduk yang hanya 7 miliar jiwa.

**We are Social*



BIG DATA

75% pengguna digital akan memanfaatkan analisis big data pada tahun 2020 untuk mengambil keputusan pasar, tidak lagi berdasarkan pengalaman, intuisi/keyakinan.

**Gartner Survey*



CLOUD

Trafik Cloud mencapai 8,6 Zettabyte pada akhir 2019 dan akan menguasai 83% lalu lintas data center. Data yang terkumpul dari internet 2013-2015 > dibanding ... s/d 2013

**Cisco Global Cloud Index*



SOCIAL MEDIA

1,9 Milliar pengguna Sosial Media Facebook . Total pengguna sosmed 2,8 Milliar dari 7,3 miliar penduduk dunia.

**We are Social*

+ IoT



MEGATRENDS

INDUSTRI 4.0

Sistim & mesin-cerdas yang semakin **menggantikan & pekerjaan rutin/ berulang** manusia

Contoh : 2 Milyar pekerja akan kehilangan pekerjaannya di 2030 (PBB)

INTERNET G3

Kecepatan, Kolaborasi & Partisipatif merupakan faktor krusial utk berinovasi

Contoh : Media Sosial, Startup

GIG ECONOMY

Perkembangan **pola dan hubungan** Kerja dengan aktor utama millenial

Contoh : Pekerja Remote

USER-MEDIA

Demokratisasi Media : Semua **berpeluang** menjadi media itu sendiri

Contoh : Bahkan, semua orang berpeluang menjadi media

MILLENNIAL

Lahir, tumbuh & berkembang **bersamaan** dengan teknologi : Digital native, Millenial Kill everything

Contoh : Matinya 50 jenis Product, System & Budaya



VUCA

VOLATILITY

Gejolak perubahan yang sangat cepat

UNCERTAINTY

Masa depan yang tidak terlalu jelas

COMPLEXITY

Banyak faktor yg saling mempengaruhi

AMBIGUITY

Keterkaitan antar faktor semakin tidak jelas

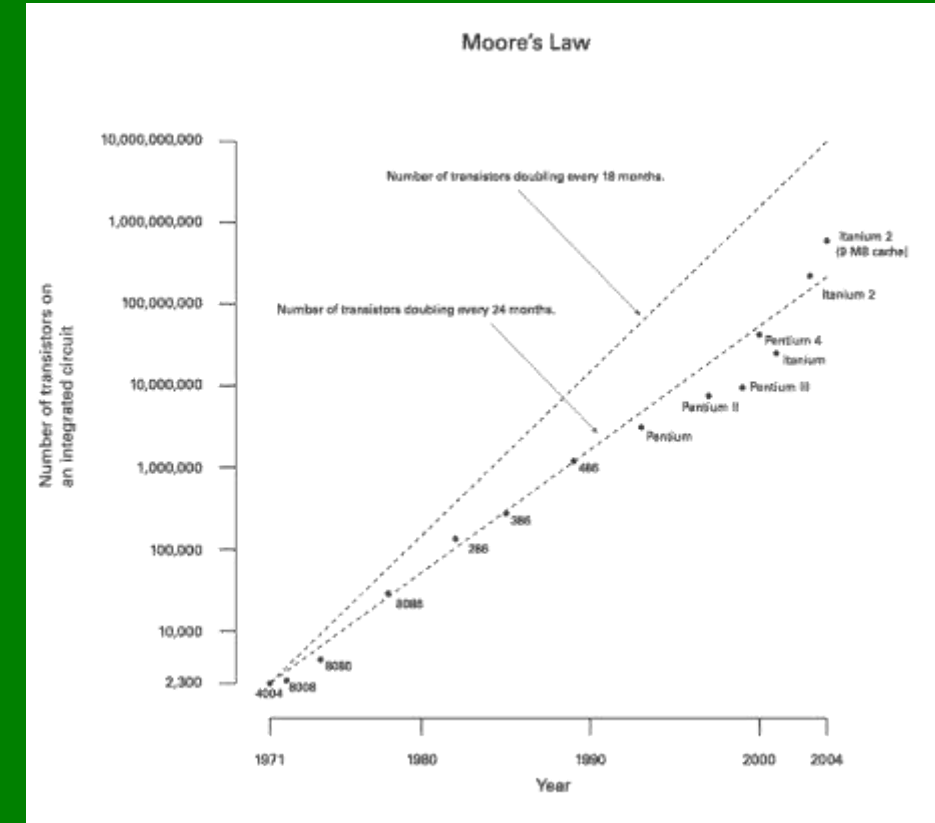


PERUBAHAN DENGAN KECEPATAN EKSPONENSIAL



- GPS
- Gyroscope
- Mesin Fax
- Video Recorder
- Radio
- TV
- Kamera
- Ensiklopedia
- Kamus
- Telepon
- Scanner
- Agenda
- Stopwatch
- Kalkulator
- Buku Telpn
- Jam
- Kompas
- Koran
- Majalah
- Remote Control
- Maps
- Cloud-Drive
- Berbagai sensor
- dsb

HP dengan fitur selengkap saat ini seharga Rp 3-4 juta,
Berapakah harganya di tahun 1996 Rp.....?
1996-2020 = 25 tahun ~16 satuan tahun x 2 meningkat 32x lipat
Harga turun ~ 32x lipat. Total ~1.000x lipat
Jadi harganya sekitar Rp 3 – 4 Milyar



Setiap 1,5 tahun kecepatan prosesor,
kemampuan penyimpanan data, dsb
meningkat 2 kali lipat dan harga turun
setengahnya.



PREDIKSI ARAH TRANSFORMASI DIGITAL

Ray Kurzweil & Peter Diamandis
Singularity University
(Futuris Teknologi)

Teknologi berkembang
secara eksponensial melalui **6 tahap**:



Email : Kirim surat

Telepon : WA

Sekolah/Kursus :
Cousera, Udacity
Khan Academy

Digitalization
(transformasi dari
analog menuju digital)

Deception
(Banyak orang terlena
pada awalnya)

Disruption 2025
(Membuat banyak orang
dan perusahaan panik)

Demonetization
(Biaya untuk menyimpan
produk menurun drastis)

Dematerialization
(Produk ditransfer ke
'cloud')

Democratization >2035
(Terjadi era 'Abundance'
atau 'Free Economy')

Buku : PDF drive

Music/Film : Youtube

Desain : Canva

**COVID 19 + 6 tahun percepatan
transformasi digital (Twilio)**



DISRUPSI PROFESI

Hampir separuh pekerja di dunia, sekitar 2 miliar, akan kehilangan pekerjaan di 2030 disebabkan massif-nya kemajuan teknologi.

--Komisi PBB, On Financing
Global Opportunity (Oct 2016)





DISRUPSI PROFESI

Tukang Pos, Telemarketing,
Teller Bank, Translator, Guru
Kursus, Petugas Tol,
Operator Warnet, Tour
Guide, Fotografer, Video
Grafer, Kasir, Sopir, Tukang
Parkir, Pegawai Pabrik,
Loper Koran, Reporter, Kasir,
Agen Perumahan,
Pustakawan, Agen Wisata,
Sopir, dsb

Menyusul :
Agen Asuransi, Farmakolog,
Pengacara, Insinyur, Dokter,
dsb



Google Pixel Buds, Earphone Bisa
Terjemahkan Bahasa Langsung
USD 159





PROFESI BARU

Blogger, Web Developer,
Apps Creator/Developer,
Big Data Analyst, Cyber
Troops, Cyber Psychologist,
Cyber Patrol, Forensic
Cyber Crime Specialist,
Smart Animator, Game
Developer, Crowd Funding
Specialist, BIM Developer,
Cloud Computing Services,
Cloud Service Specialist,
Drone Operator,
Digital Marketer,
Content Creator, dsb.





ORGANISASI TERDISRUPSI

NOKIA

Collapse: 2013
Diakuisisi Microsoft

YAHOO!

Collapse: 2016
Diakuisisi VERIZON

BlackBerry

Collapse: 2013
BBM Diakuisisi PT. EMTEK
Indonesia



Collapse: 2009



Collapse: 2012
Diakuisisi GOOGLE



Collapse: 2005
Diakuisisi MOL Global Malaysia

Kodak

Collapse: 2012



Collapse: 2009
Diakuisisi: Spesific Media



DISRUPTOR

Transportasi



Kesehatan



Turisme



Pendidikan



Keuangan



Sosial



Pertanian



Pak Tani Digital

Pemerintahan



Hiburan



Belanja





FENOMENA ENTREPRENEUR TEKNOLOGI



"Secara keseluruhan sudah ada 48.000 kantor cabang bank yang ditutup di Uni Eropa sejak tahun 2008 sampai 2016 karena nasabah pindah ke online!"

(ekonomi.kompas.com)



DISRUPSI ORGANISASI

Platform **MOOC** (Massive Open Online Course) seperti yang dikembangkan COURSERA, UDACITY, IndonesiaX & Khan Academy → **50%** universitas di USA bakal kolaps di 2028

COVID 19 + 6 tahun percepatan transformasi digital (Twilio)

--Prof. Clayton Christensen
(Bapak Disrupsi Teknologi-2013)

Konsepsi :

- Pendidikan dasar di Finlandia
- HL & R University → Entrepreneurial Univ
- Google Univ ~ Khan Academy





DISRUPTOR

Lebih dari 50% korporasi besar
tersingkir
Dari Fortune 500 sejak tahun 2000
-Accenture Research

The New Business

	Valuation (2015)	Employee (2014)	Years In Business
Google	USD 388B	50K	27
AT&T	USD 174B	243K	32
Unilever	USD 131B	174K	86
McDonald's	USD 93.5B	440K	75
Disney	USD 176B	175K	92
Wal-Mart	USD 266B	2.2M	53
Boeing	USD 107B	172K	99

THE LARGEST COMPANIES BY MARKET CAP

The oil barons have been replaced by the whiz kids of Silicon Valley



Top 5 Publicly Traded Companies (by Market Cap)



Tech

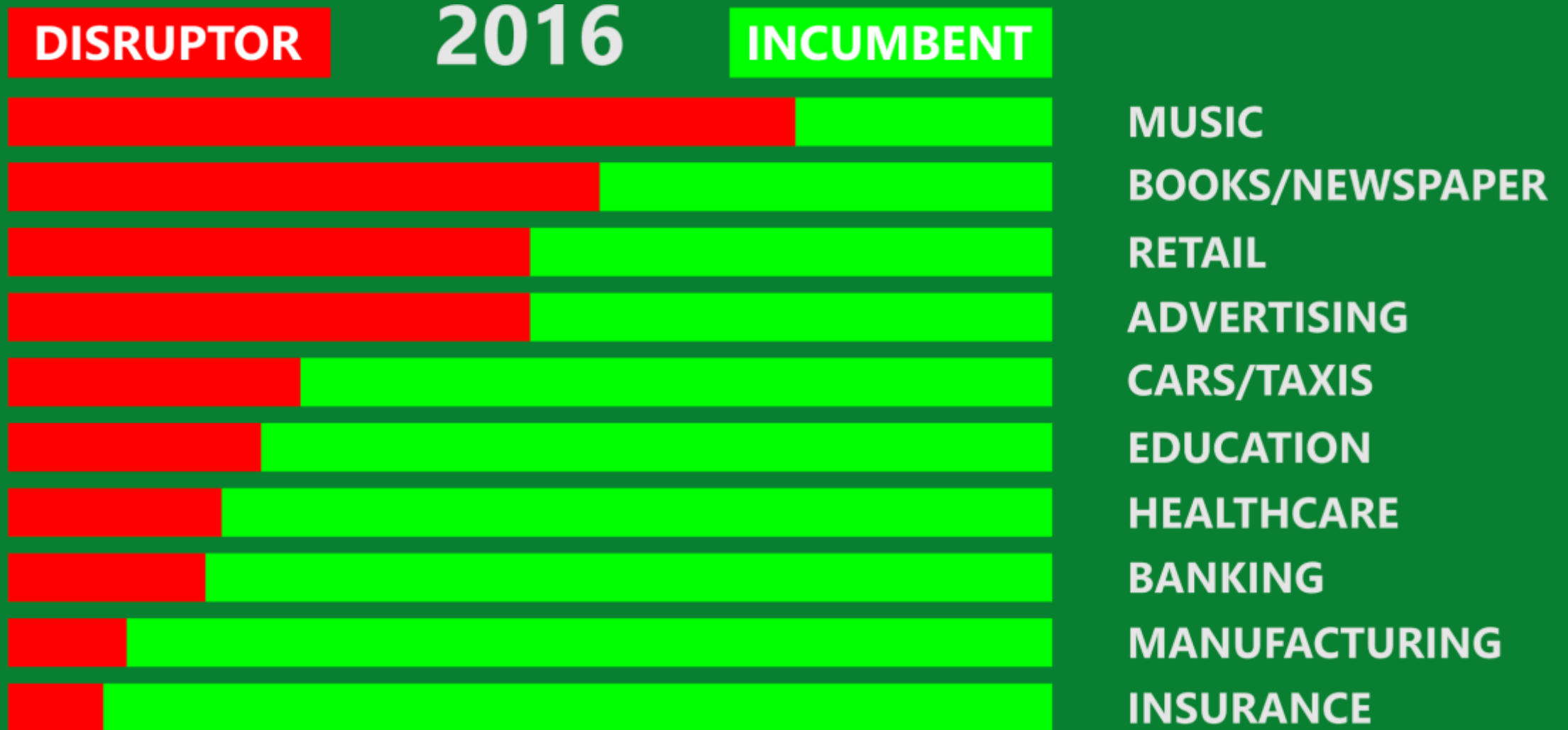


Other





DISRUPTOR VS INCUMBENT





CONTOH KECEPATAN DISRUPSI

Percepatan & Disrupsi Perusahaan Digital

(Lama tahun yang dibutuhkan untuk mencapai 100 juta konsumen)





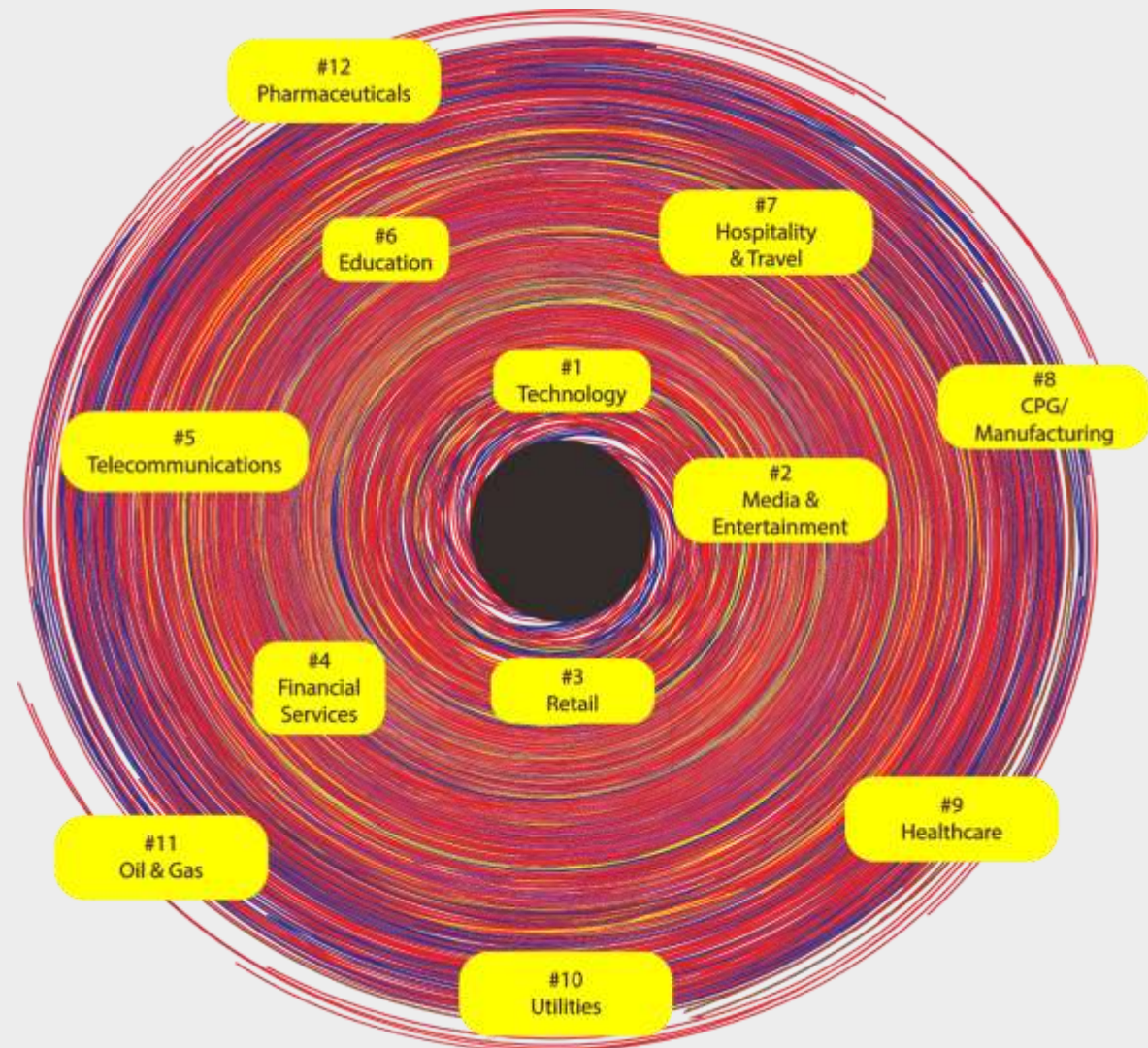
IT PENYEBAB GANGGUAN KESETIMBANGAN (DISRUPSI)

Teknologi Informasi :

Terhubung => Kedekatan => Keterbukaan

1. Disrupsi berakibat pada **penghematan biaya** melalui proses yang lebih simpel.
2. Disrupsi membuat **kualitas produk lebih baik** dibanding sebelumnya.
3. Disrupsi berpotensi **menciptakan pasar baru**, pasar eksklusif (tertutup) menjadi inklusif (terbuka).
4. Produk/jasa hasil disrupsi ini harus **lebih mudah diakses** atau dijangkau.
5. Disrupsi membuat segala sesuatu menjadi **lebih cerdas, hemat waktu, akurat, dsb.**

Prof. Renald Khasali





PENGUASAAN DIGITAL

Leader memiliki kesadaran untuk ber-investasi membangun SDM digital & Infrastruktur digital



Digital Capabilities (Skills + Infrastructure)

Fashionitas
(Ikut-ikutan)

Digital Master
(Unggul)



George F. Westerman
MIT Management School

Beginner
(Terdisrupsi)

Conservative
(Lambat)

Leadership Capabilities (Vision + Transformation)



Leader memiliki visi, pemahaman akan pentingnya digitalisasi dan menggerakkan organisasi-nya untuk bertransformasi



ENAM JEBAKAN SUKSES

SUCCESS TRAP

-Masuk zona nyaman-

THE COMPETENCY TRAP

-Lalai mengembangkan kompetensi lain-

THE SUNK-COST TRAP

-Kurang keberanian Berinvestasi terhadap
kebaruan-

THE BLAME TRAP

-Mencari Kambing Hitam-

THE CANNIBALIZATION TRAP

-Lebih nyaman dengan sesuatu yang lama
walau disadari sudah usang-

THE CONFIRMATION TRAP

-Salah Konfirmasi-
-Tidak berani menghadirkan hari
esok ke hari ini-



IKIGAI





FUNDAMENTAL PEMASARAN DIGITAL



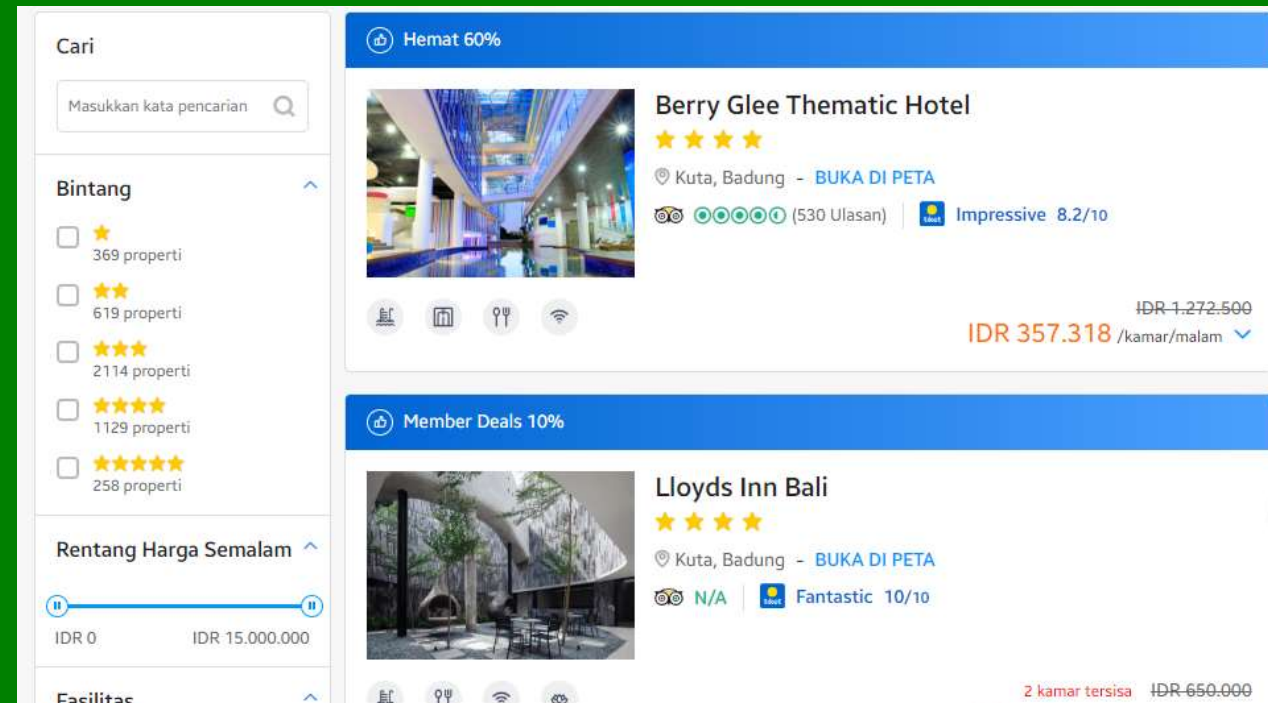
OFFLINE VS DIGITAL

OFFLINE



-  Dilihat : - (tidak diketahui)
-  Testimoni : - (tidak diketahui)
-  Rating : - (tidak diketahui)

ONLINE



-  Dilihat : 5.000 kali
-  Testimoni : 26 Testimoni
-  Rating : 4.5 dari 5.0



OFFLINE VS DIGITAL

OFFLINE (Hanya Toko Ritel)



✗ Informasi Toko

✗ Testimoni Pelanggan

✗ Peta Lokasi Toko

ONLINE (Toko Ritel dengan Digital)



Informasi Toko



Peta Lokasi Toko



Testimoni Pelanggan



STRATEGI UMUM PEMASARAN DIGITAL



“Di dunia online, calon pengguna akan lebih dulu mengonsumsi **konten** suatu produk sebelum mengonsumsi produk real-nya!”



STRATEGI UMUM PEMASARAN DIGITAL



Content is the KING!

- Digital Quote



STRATEGI UMUM PEMASARAN DIGITAL



PRODUK DIGITAL =
PRODUK REAL + KONTEN DIGITAL

CIMPA/MINYAK DIGITAL =
CIMPA/ MINYAK+ KONTEN DIGITAL



STRATEGI UMUM PEMASARAN DIGITAL

ARECAL

AWARNESS

Sebisa mungkin ada di banyak tempat

Waktu, Variasi Konten,
Konteks, Tempat

RELATIONSHIP

User baru mulai tertarik dan mulai mengunjungi platform berkali-kali.

Interest + CTA

ENGAGEMENT

User mulai merasa dekat, nyaman, butuh & masalahnya mulai terjawab.

Consideration + Validity

CONVERTION

User mulai "bayar harga"

KPI/Metrik

ADVOCACY

Karena puas maka user mulai merekomendasikan ke pihak lain
Sadar, tidak Sadar, sukarela, offering

LOYALITY

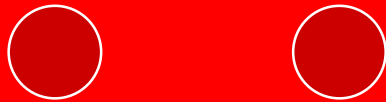
Terbangun tidak hanya kesetiaan tetapi ownership (kepemilikan) hingga UGC



STRATEGI UMUM PEMASARAN DIGITAL

ARECAL

AWARNESS



Hadir di banyak tempat!

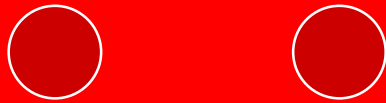
Konten (Jumlah, Variasi), Konteks,
Tempat



STRATEGI UMUM PEMASARAN DIGITAL

ARECAL

RELATIONSHIP



Calon Konsumen mulai tertarik & mulai mengunjungi platform berkali-kali.

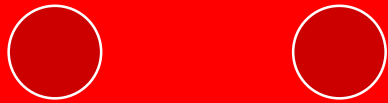
Interest + CTA



STRATEGI UMUM PEMASARAN DIGITAL

ARECAL

ENGAGEMENT



Calon Konsumen mulai merasa dekat,
nyaman, butuh & masalahnya mulai
terjawab.

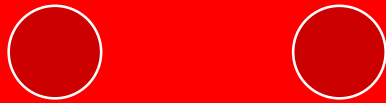
Consideration + Validity



STRATEGI UMUM PEMASARAN DIGITAL

ARECAL

CONVERSION



Calon Konsumen mulai "bayar harga"

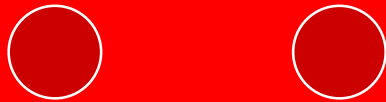
KPI/Metrik



STRATEGI UMUM PEMASARAN DIGITAL

ARECAL

ADVOCACY



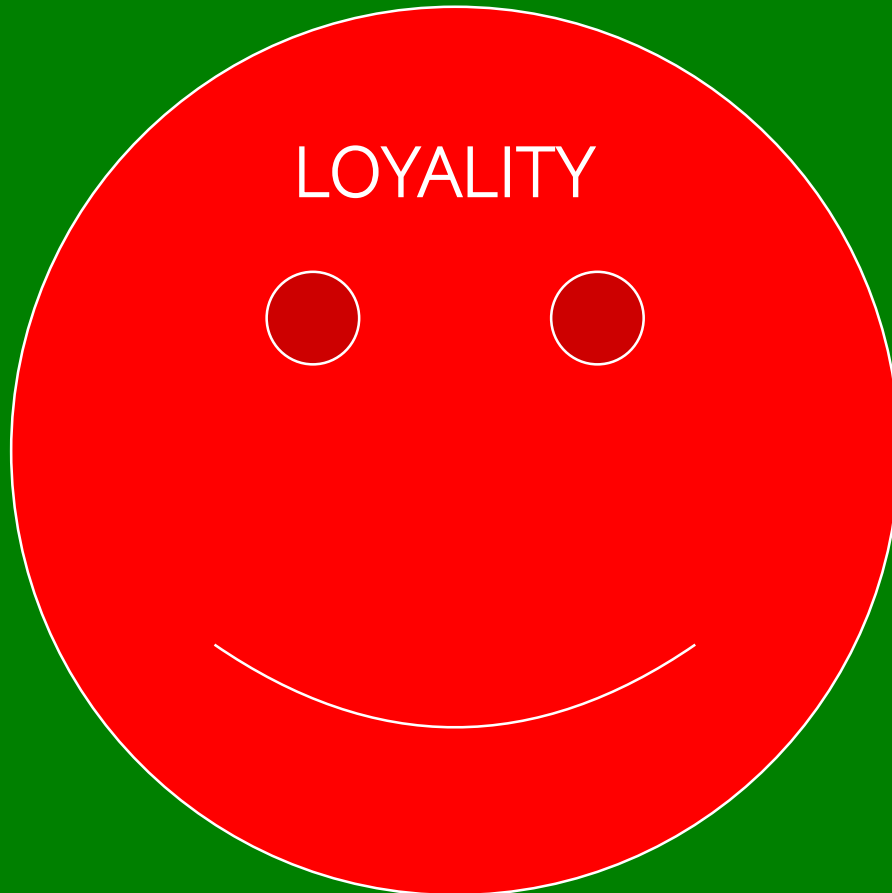
Karena puas maka user mulai merekomendasikan ke pihak lain

Sadar, tidak Sadar,
sukarela, offering



STRATEGI UMUM PEMASARAN DIGITAL

ARECAL



Tidak hanya kesetiaan tetapi
ownership (kepemilikan) hingga UGC
(User Generated Product)



STRATEGI UMUM PEMASARAN DIGITAL

ARECAL

AWARNESS

Sebisa mungkin ada di banyak tempat

Waktu, Variasi Konten,
Konteks, Tempat

RELATIONSHIP

User baru mulai tertarik dan mulai mengunjungi platform berkali-kali.

Interest + CTA

ENGAGEMENT

User mulai merasa dekat, nyaman, butuh & masalahnya mulai terjawab.

Consideration + Validity

CONVERTION

User mulai "bayar harga"

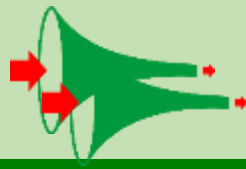
KPI/Metrik

ADVOCACY

Karena puas maka user mulai merekomendasikan ke pihak lain
Sadar, tidak Sadar, sukarela, offering

LOYALITY

Terbangun tidak hanya kesetiaan tetapi ownership (kepemilikan) hingga UGC



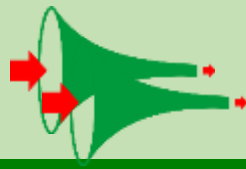
KONTEN : SIFAT

Konten

Sifat

- Informatif
- Edukatif
- Motivatif
- Inspiratif
- Challenging





KONTEN : BENTUK

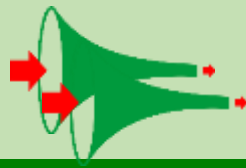
Konten



Bentuk

- Artikel
- Foto
- Video
- Animasi
- Multimedia interaktif





KONTEN : SKILL

Konten



Skill

- Content/ Copy Writing
- Grafis
- Fotografi
- Video maker
- Animator



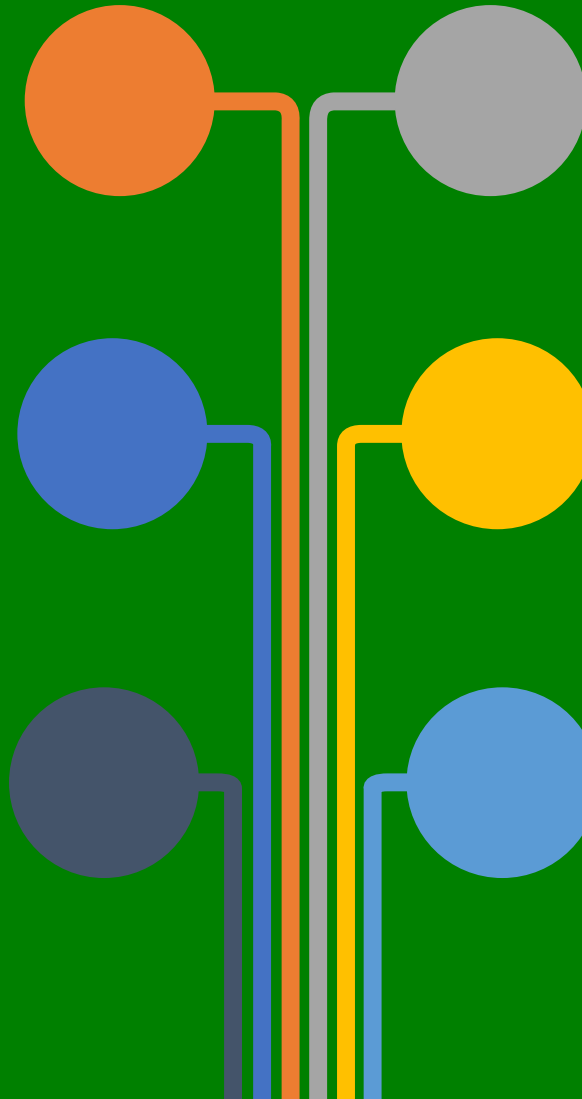


KONTEN VISUAL

Konten Visual Mendominasi **93%** cara berkomunikasi manusia

Konten Visual Meningkat **9900%** Sejak Tahun 2007

Viewers Konten meningkat **94%** dengan bantuan gambar atau grafik



Peluang konten visual dibagikan di media sosial meningkat hingga **40x**

Video berpeluang **50x** lebih besar untuk tampil di halaman pertama pencarian google

Video dibagikan **12x** lebih banyak dibandingkan bentuk konten lainnya



PLATFORM TERSEDIA





SUDUT PANDANG PENGEMBANGAN PLATFORM

PENGEMBANG



Chat App



Social Media



e-Commerce



Listing Bisnis



Web



PENGGUNA



Terimakasih

Mahendra : 081260000090

PRINSIP 80 : 20



80%

Setia Pada harga

Produk
Ritel/ Eceran



20%

Setia Mutu/ Layanan

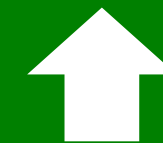
Produk
Kreatif



80%

20%

Waktu, Tenaga,
Biaya



20%

80%



Level of service (Hermawan Kartajaya) :

4P :

Product (Produk), Place (Tempat), Price (Harga), Promotion
(Promosi)

Kreatifitas :

Produk Digital?

Tempat Digital

Promosi Digital?



DIGITAL ATTITUDE



DIGITAL
KNOWLEDGE

Memiliki
Pengetahuan
umum tentang
digitalisasi



DIGITAL
EXPERIENCE

Berpengalaman
menjalankan
organisasi digital
sesuai levelnya

LEADERSHIP SKILL



VISIONARY
LEADERSHIP

Kemampuan
untuk
menciptakan visi,
misi, sasaran dan
tujuan



TRANSFORMATIONAL
LEADERSHIP

Kemampuan
untuk mengelola
perubahan

DIGITAL LEADERSHIP CAPABILITY



TECHNOLOGY
LEADERSHIP

Pengetahuan
aplikasi digital



DIGITAL
VISIONING

Ketrampilan
menciptakan visi
digital



DIGITAL
EXECUTION

Kemampuan
untuk
menciptakan
organisasi digital

BUDAYA DIGITAL



AGILITY

Kapasitas untuk
berubah dan
bereksperimen/
ligat



INNOVATION

Memiliki
Perhatian lebih
terhadap
Inovasi



CREATIVITY

Memiliki
kemampuan
kreatif



ANTICIPATORY

Kemampuan untuk
mengantisipasi dan
bertindak cepat
dalam keterdesakan



EXPERIMENTAL

Kesediaan untuk
mencari dan
mencoba sesuatu
yang baru



OPEN MINDSET

Keterbukaan
terhadap nilai-nilai
baru



NETWORKING

Kemampuan
Mengembangkan
jejaring/
Kolaborasi

The Giver + Emphatic Culture



Open Source
Problem to Solution – to Profit Driven
Opportunity to Business – to Profit Driven



GREAT RESIGNATION

Biro Statistik Ketenagakerjaan Amerika Serikat menyebutkan, pada Juni 2022 terdapat lebih dari 4 juta pekerja di AS yang berhenti bekerja. Fenomena *great resignation* atau *great attrition* atau *big quit* di AS bahkan sudah dimulai sejak awal pandemi Covid-19 dan terus berlangsung lebih dari dua tahun.

Kompas, 14 Sept 2022



40%

Hasil poling McKinsey yang dipublikasikan oleh Forum Ekonomi Dunia (World Economic Forum/WEF) pada 5 Agustus 2022 lalu menyebutkan, pekerja di enam negara, yakni Amerika Serikat, Inggris, Kanada, Australia, India, dan Singapura, secara rata-rata 40 persen mengatakan berencana untuk berhenti bekerja dalam waktu dekat.

Kompas, 14 Sept 2022



UPSKILLING & RESKILLING

Pandemi Covid-19 & digitalisasi memunculkan salah satu masalah sosial mendesak yakni kesenjangan keterampilan SDM.

Setengah dari pekerja di seluruh dunia akan membutuhkan pelatihan (upskilling & reskilling) 2025

- World Economic Forum -

WEBINAR



START YOUR STARTUP

"Hadirkan masa depan melalui startup dengan menginisiasi solusi atas berbagai problem di masyarakat atau pasar!"



ZOOM Id : 948 2368 4349
Passcode : 953352



Rabu, 21 Sept 2022 | 19.30 WIB

Pengantar/ Pengalo-alo



Ir. DR. Ing. Prof (em) Darwin Sebayang

- Pengajar, Aktivis Sosial
- Founder Jambur Sebayang
(School of Future Leaders)

Narasumber



Mahendra T. Sitepu, ST

- Sosiopreneur
- Founder Hagatekno
(Inkubator Startup)

MEMPERSIAPKAN GENERASI PENERUS KE GLOBAL TECHNOPRENEUR

Webinar : START YOUR STARTUP

"Hadirkan masa depan melalui startup dengan menginisiasi solusi atas berbagai problem di masyarakat atau pasar!"

Pengantar :
Prof (em), DR. Ing, Darwin Sebayang
-Founder Jambur Sebayang
-Pengurus Ikatan Alumni Jerman (IAJ), Ikatan Alumni
Penerima Beasiswa Habibie (IABIE)

Narasumber :
Mahendra Tlapta Sitepu, ST
-Founder Hagatekno Inkubator Startup

Hari/ Tanggal :
-Rabu, 21 September 2022
-Jam : 19.30 WIB - selesai

Link ZOOM :
[bit.ly/Start Your Startup](https://bit.ly/Start_Your_Startup)

ID : 948 2368 4349, Passcode : 953352