

FESTIVAL INOVASI
DAN KEWIRAUSAHAAN
SISWA INDONESIA

**PANDUAN
PELAKSANAAN**
**FESTIVAL INOVASI
DAN KEWIRAUSAHAAN
SISWA INDONESIA TAHUN 2018**



Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Atas
Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

JAUHI
NARKOBA
RAIH
PRESTASI



KATA PENGANTAR

Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Atas, Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan telah merintis sebuah program baru dalam bidang kewirausahaan tingkat SMA yaitu Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI). Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) lahir dari suatu pemikiran mendalam mengenai konsep ekonomi kreatif. FIKSI antara lain bertujuan untuk menumbuhkan semangat dan jiwa kewirausahaan para siswa SMA/MA dan memberikan pengetahuan dan pembinaan kewirausahaan agar siswa kelak dapat memulai dan mengakselerasi wirausaha sosialnya. Tahun 2018 merupakan tahun ketiga pelaksanaan FIKSI. Bidang yang dilombakan pada FIKSI 2017 adalah Bidang Boga, Fashion, Craft (Kerajinan), Desain Grafis, Aplikasi dan Game Digital, dan Bidang Lainnya, yaitu Bidang usaha yang tidak termasuk dalam 5 bidang usaha diatas dapat diajukan dalam kategori bidang usaha, termasuk diantaranya budidaya, pengolahan dan rekayasa. Dapat berbentuk ide dan aktivitas usaha dari lintas sub sektor ekonomi kreatif dengan mengelaborasi basis inovasi, teknologi, media, serta seni dan budaya.

Tema Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia 2018 adalah *“THE POWER OF INNOVATIVE SOCIOPRENEURSHIP”* (Semangat inovasi kewirausahaan untuk visi kehidupan sosial yang lebih baik). Diharapkan hasil karya para peserta dapat diarahkan sesuai tema tersebut. Melalui FIKSI, para siswa bukan hanya dilatih mencari uang dan keuntungan tapi berbicara mengenai pembentukan karakter siswa untuk dapat menantang diri sendiri, berani bermimpi

besar, melatih diri sendiri menghadapi kegagalan, mengembangkan ide menjadi sebuah inovasi, serta menebarkan kebaikan dengan menjadikan idenya bermanfaat untuk orang lain. Melalui FIKSI, para calon pengusaha muda tersebut juga berkesempatan untuk bertukar inspirasi dengan para pengusaha yang sudah sukses dan berkesempatan untuk memperluas jejaring untuk mengembangkan usaha.

Pedoman ini disusun untuk memandu dan menjadi sumber informasi mengenai kegiatan FIKSI itu sendiri serta memandu para siswa untuk berkesempatan menjadi finalis FIKSI 2018 sesuai kriteria yang diharapkan.



Jakarta, Januari 2018

Direktur,

Purwadi Sutanto

NIP. 196104041985031003

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	2
B. Dasar Hukum	11
C. Tujuan	12
D. Hasil yang Diharapkan	13
BAB II Mekanisme Penyelenggaraan FIKSI	15
A. Sasaran Peserta	16
B. Persyaratan/Kriteria Peserta	16
C. Juri	17
D. Tema	18
E. Kategori dan Bidang Wirausaha	19
F. Bidang Wirausaha	22
1. Kerajinan (Craft)	22
2. Desain Grafis	24
3. Fashion	26
4. Pengembangan Aplikasi dan Permainan Digital (Digital Game)	29
5. Boga	34
6. Bidang Usaha Lainnya	36
7. Mekanisme Pendaftaran dan Pelaksanaan Lomba	37
8. Expo Kewirausahaan	38
BAB III PENILAIAN	39
A. Mekanisme Penilaian	40
B. Pemenang	41
BAB IV PENUTUP	43

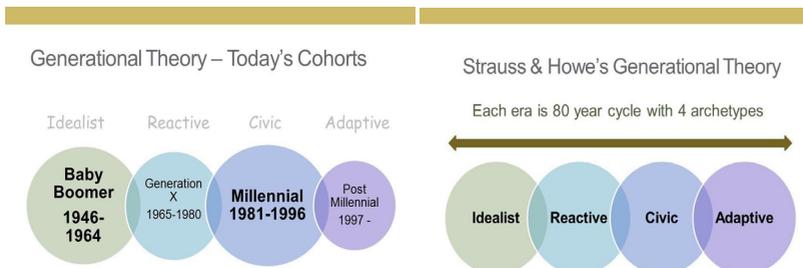




BAB I
PENDAHULUAN

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.



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:

- a. 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.
- b. Peka Sosial. Generasi *post millennial* sangat intens berkomunikasi dan berinteraksi dengan semua kalangan, khususnya dengan teman sebaya melalui baik melalui dunia maya (*cyberhood*) berbagai situs jejaring, seperti: FaceBook, Twitter, atau melalui SMS, maupun interaksi langsung dengan membuat komunitas- komunitas di dunia nyata (*neighborhood*) . Baik melalui saluran *cyberhood* dan *neighborhood*, generasi *post millennial* mengekspresikan apa yang dirasakan dan dipikirkannya secara spontan. Mereka juga cenderung toleran dengan perbedaan kultur, mendambakan keadilan dan sangat peduli dengan lingkungan.
- c. Multitasking. Mereka terbiasa dengan berbagai 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 2020-2030, di mana usia angkatan kerja (15-64 tahun) mencapai 70% sementara 30% masuk ke usia tidak produktif, yaitu di bawah 14 tahun dan di atas 65 tahun (Presiden Joko Widodo, kumparan.com 7 Februari 2018). Sumber Daya Manusia (SDM) ini tentunya patut dilihat sebagai aset

yang sangat berharga, karena energi dan segala potensinya yang dapat bermanfaat untuk turut membangun negeri ini. Dari sini jelas terlihat bahwa SDM ini perlu dibekali dengan asupan pendidikan dan keterampilan yang layak, dan sedapat mungkin memperoleh akses terhadap berbagai kesempatan untuk berkarya dan berprestasi, untuk mencegah agar jangan sampai “bonus demografi” ini justru menjadi “bencana demografi” di mana mayoritas populasi berusia produktif, namun dengan kualitas rendah yang hanya akan menjadi beban. Selain meningkatkan kualitas SDM ini, tantangan utama lain adalah menjaga agar situasi dan kondisi negara selalu dalam suasana kompetitif yang menyenangkan bagi generasi muda di seluruh pelosok negeri.

Masih menilik masa depan; bagaimana kekuatan ekonomi di masa mendatang? “Diproyeksikan enam dari tujuh ekonomi terbesar dunia di tahun 2050 berasal dari negara berkembang yang dipimpin oleh China di puncak, India nomer dua, Indonesia nomor empat,” ungkap Kepala Ekonom PwC John Hawksworth. Data yang menunjukkan bahwa **Indonesia akan menjadi negara dengan kekuatan ekonomi terbesar ke-4 dunia di tahun 2050** ini merupakan salah satu motivasi utama dalam mempersiapkan generasi penerus bangsa ini. Tahun 2050 adalah ketika para siswa peserta program ini akan berusia di kisaran 45-50 tahun, usia produktif yang matang, yang pada saat itu akan memegang tanggung jawab penuh terhadap penyelenggaraan, kemajuan, dan keberlangsungan pembangunan. Sehingga program ini pun turut andil dalam mempersiapkan para pemimpin masa depan ini.

Dengan mengetahui adanya berbagai kecenderungan data dan arah masa depan seperti yang tersebut di atas, dan dengan menimbang kondisi Indonesia kini, dengan segala potensi dan tantangannya, jelas terdapat

peluang untuk melihat negeri ini sebagai lahan inovasi yang dapat terus digarap. Indonesia masih sangat memerlukan berbagai pemikiran dan solusi bagi beragam permasalahannya. Dalam skala global, tantangan yang dihadapi oleh seluruh negara di masa mendatang adalah untuk menjawab Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, atau *Sustainable Development Goal* (SDG) 2030, yang dicanangkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada pertemuan di Markas PBB di New York, Amerika Serikat, pada tanggal 25 September 2015. SDG 2030 meliputi 17 (tujuh belas) aspek kehidupan (lihat Gbr.2.), yaitu:

1. **Tanpa kemiskinan:** Pengentasan segala bentuk kemiskinan di semua tempat.
2. **Tanpa kelaparan:** Mengakhiri kelaparan, mencapai ketahanan pangan dan perbaikan nutrisi, serta menggalakkan pertanian yang berkelanjutan
3. **Kehidupan sehat dan sejahtera:** Menggalakkan hidup sehat dan mendukung kesejahteraan untuk semua usia.
4. **Pendidikan berkualitas:** Memastikan pendidikan berkualitas yang layak dan inklusif serta mendorong kesempatan belajar seumur hidup bagi semua orang.
5. **Kesetaraan gender:** Mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan semua perempuan.
6. **Air bersih dan sanitasi layak:** Menjamin akses atas air dan sanitasi untuk semua.
7. **Energi bersih dan terjangkau:** Memastikan akses pada energi yang terjangkau, bisa diandalkan, berkelanjutan dan modern untuk semua.
8. **Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi:** Mempromosikan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan inklusif, lapangan pekerjaan dan pekerjaan yang layak untuk semua.

9. **Industri, inovasi dan infrastruktur:** Membangun infrastruktur kuat, mempromosikan industrialisasi berkelanjutan dan mendorong inovasi.
10. **Berkurangnya kesenjangan:** Mengurangi kesenjangan di dalam dan di antara negara-negara.
11. **Kota dan komunitas berkelanjutan:** Membuat perkotaan menjadi inklusif, aman, kuat, dan berkelanjutan.
12. **Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab:** Memastikan pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan.
13. **Penanganan perubahan iklim:** Mengambil langkah penting untuk melawan perubahan iklim dan dampaknya.
14. **Ekosistem laut:** Pelindungan dan penggunaan samudera, laut dan sumber daya kelautan secara berkelanjutan.
15. **Ekosistem daratan:** Mengelola hutan secara berkelanjutan, melawan perubahan lahan menjadi gurun, menghentikan dan merehabilitasi kerusakan lahan, menghentikan kepunahan keanekaragaman hayati.
16. **Perdamaian, keadilan dan kelembagaan yang tangguh:** Mendorong masyarakat adil, damai, dan inklusif.
17. **Kemitraan untuk mencapai tujuan:** Menghidupkan kembali kemitraan global demi pembangunan berkelanjutan



Gambar 2. Sustainable Development Goal 2030

Belasan tujuan ini telah menjadi fokus program-program pengembangan di berbagai belahan dunia, dan tentunya juga di Indonesia, yang masih sarat dengan berbagai isu dan permasalahan nyata dalam belasan bidang tersebut.

Sementara itu, terdapat pula Agenda Ilmu Pengetahuan Indonesia yang tercantum dalam Sains 45, di mana karakter ilmu pengetahuan dimanfaatkan sebagai metode atau alat untuk mencari solusi dari berbagai permasalahan kehidupan, sebagai kerangka berpikir yang mengangkat derajat dan kapabilitas manusia, dan sebagai budaya yang memberikan landasan nilai bagi peradaban manusia. Tantangan yang dihadapi oleh tiap negara di dunia selalu mencakup isu-isu ekonomi, kesenjangan, kemiskinan, pengangguran, dan inflasi (Sains 45, Akademi Ilmu Pengetahuan Indonesia, 2016).

Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) ini pun dapat menjadi salah satu program yang berkontribusi bagi pencapaian SDG 2030. Ditambah dengan potensi kekayaan budaya dan tradisi, keragaman sumber daya alam, serta kemajuan teknologi, para siswa dihadapkan dengan peluang yang sangat lebar untuk dapat mengasah empati mereka, sekaligus menguji daya cipta dan kemampuan mereka dalam hal ilmu pengetahuan,

keaktivitas, dan perandai wirausaha. Juga dengan mempertimbangkan segala potensi ekonomi kreatif yang telah kita miliki, sudah sepatutnya kita manfaatkan potensi tersebut secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan bangsa. Sehingga jelas terlihat bahwa angkatan muda ini, terutama para siswa Sekolah Menengah Atas (SMA), haruslah memiliki kualitas yang baik, yang akan menjadi penggerak utama dan ujung tombak kegiatan ekonomi di Indonesia.

Adapun generasi post millennial ini menyikapi peluang, berikut eksistensi pergaulannya, melalui usaha yang merespon permasalahan di sekitarnya dengan cara-cara kreatif dan mengaktivasi teknologi. Hal ini selaras dengan karakteristik mereka, dan juga melihat faktor lingkungan secara makro di atas. Mereka merespon dengan menciptakan aktivitas usaha berbasis permasalahan sosial yang meliputi lingkungan hidup, pendidikan, kesehatan, transportasi, penggalangan dana, dll. Sebagai contoh, Singgih S. Kartono di Temanggung, Jawa Tengah, pendiri brandMagno yang terkenal dengan desain produk radio kayunya yang telah mendunia, yang mampu menjawab permasalahan penyerapan tenaga kerja di daerahnya, sekaligus permasalahan lingkungan, kapasitas warga, dan ekspresi serta eksistensi budaya.

Berkembangnya brand ini tidak hanya berdampak positif pada peningkatan kesejahteraan pegawai Magno di Kampung Kandangan, namun juga berimbas pada kampung-kampung di sekitarnya yang terkena imbas dari meningkatnya frekuensi kunjungan ke daerah tersebut, hingga terciptalah bisnis homestay di rumah-rumah warga, dan diselenggarakannya Pasar Papringan yang menampilkan produk-produk hingga makanan dan minuman khas Temanggung.

Contoh lain adalah Try Wibowo (28 tahun), pendiri Insan Medika, mereformasi jasa kesehatan melalui jasa penyalur perawat dan tenaga kesehatan lainnya untuk keperluan perawatan rumah. Dimulai 5 tahun lalu, bisnis rintisannya dinobatkan sebagai *The Most Outstanding Home Health Service in The World (The Globals Award, London, 10 November 2016)*. Ia juga masuk ke dalam jajaran nominasi Forbes 30 under 30 Asia dalam kategori *Health Care & Science* pada tahun 2018, dengan omzet yang mencapai hampir Rp.800juta/bulan dengan jumlah perawat hingga 495 orang.

Satu contoh lagi adalah Belva Devara (25 tahun) & Iman Usman (26 tahun), pendiri ruangguru.com, dalam waktu 3 tahun diklaim telah berkembang menjadi pemimpin pasar dalam bidang pendidikan berbasis teknologi di Indonesia. Selama satu tahun terakhir, Ruang Guru telah berhasil menjalin kerja sama dengan 27 dari 34 pemerintah provinsi, dan lebih dari 300 pemkot/ pemkab di Indonesia. Kerja sama ini memungkinkan siswa di daerah untuk mengakses Sistem Manajemen Belajar (Learning Management System) Ruang Guru yang mencakup bank soal berkualitas, manajemen kelas, dan simulasi ujian online. Pengguna Ruang Guru di Indonesia saat ini berjumlah 3 juta, dari siswa kelas 1 sampai 12, dalam berbagai layanan pendidikan dengan mengelola lebih dari 25,000 tenaga pengajar dari berbagai jenjang.

Singgih, Try, Belva dan Iman adalah contoh-contoh wirausahawan sosial, yang memiliki solusi inovatif untuk menyelesaikan permasalahan sosial di masyarakat, yang mampu menawarkan ide-ide baru, dengan memanfaatkan kreativitas dan teknologi, untuk membawa perubahan yang lebih luas. Usaha yang mereka ampu bukan hanya terfokus pada keuntungan dan pengembangan brand mereka saja, tapi jelas berdampak nyata bagi kondisi sosial dan lingkungan; sehingga makin maju usahanya, justru makin luas dampak positif yang dapat dinikmati oleh seluruh stakeholders terkait, termasuk warga dan komunitas lokal yang terlibat di dalamnya.

Dari sisi kebijakan, Rencana Pembangunan Jangka Menengah III (2015-2019) pada peta perjalanan pembangunan pendidikan bertujuan untuk memantapkan pembangunan secara menyeluruh dengan menekankan pembangunan keunggulan kompetitif perekonomian yang berbasis pada sumber daya alam yang tersedia, sumber daya manusia yang berkualitas, serta kemampuan Iptek. Tema pembangunan pendidikan tahun 2015-2019 adalah Daya Saing Regional. Hal ini senada dengan pentingnya membangun daya saing generasi muda dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN yang nantinya juga dipersiapkan agar berdaya saing internasional. Pemerintah yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan melalui jalan revolusi mental juga menghendaki agar para peserta didik memiliki karakter yang mandiri dan berkepribadian. Atas dasar itulah kewirausahaan menjadi sangat ideal untuk dikembangkan di tingkat SMA.

Data tahun 2012-2013 pada Kementerian Koperasi dan KUKM menunjukkan bahwa industri di Indonesia didominasi oleh skala mikro (sejumlah 98,77%), diikuti oleh skala kecil (1,13%), skala menengah (0,09%), dan skala industri besar (0,01%). Ketimpangan proporsi ini hanya bisa diatasi bila perusahaan/industri skala mikro dan kecil ditingkatkan sehingga mencapai skala menengah. Adalah tugas kaum terdidik dan terampil negeri ini untuk menyiapkan angkatan muda Indonesia menjadi generasi yang dapat berkontribusi bagi kesejahteraan bangsa melalui keterlibatan aktifnya dalam meningkatkan kelas-kelas industri skala mikro dan kecil tersebut. Patut dicatat juga, bahwa segala upaya untuk menyiapkan angkatan muda tersebut harus dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan, bukan sekedar kegiatan sesekali yang bersifat seremonial untuk mendapatkan 'pemenang'.

Terselenggaranya **Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia** dirintis oleh Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Atas atas dasar semangat tersebut. Program ini dimaksudkan untuk memfasilitasi para siswa SMA yang mempunyai minat dan bakat berwirausaha dan memulai usaha dengan basis ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni. Fasilitas yang diberikan meliputi pendidikan dan pelatihan kewirausahaan sosial, penyusunan rencana wirausaha (*business plan*), serta keberlanjutan usaha.

B. DASAR HUKUM

Pelaksanaan Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia didasarkan pada:

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Presiden Nomor 87 tahun 2017 Tentang Penguatan Pendidikan Karakter
3. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan.
4. Peraturan Pemerintah RI No. 41 Tahun 2011 tentang Pengembangan Kewirausahaan dan Kepeloporan Pemuda serta Penyediaan Prasarana dan Sarana Kepemudaan
5. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 34 Tahun 2006 tentang Pembinaan Prestasi Peserta Didik yang Memiliki Potensi Kecerdasan dan/atau Bakat Istimewa;
6. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 19 Tahun 2007 Tentang Standar Pengelolaan Pendidikan dan Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah

7. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 39 Tahun 2008 Tentang Pembinaan Kesiswaan
8. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 62 Tahun 2014 Tentang Kegiatan Ekstrakurikuler Pada Pendidikan Dasar Dan Pendidikan Menengah
9. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 63 Tahun 2014 Tentang Pendidikan Kepramukaan Sebagai Ekstrakurikuler Wajib
10. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Pengenalan Lingkungan Sekolah Bagi Siswa Baru
11. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 82 Tahun 2015 Tentang Pencegahan Dan Penanggulangan Tindak Kekerasan Di Lingkungan Satuan Pendidikan
12. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor .23 Tahun 2015 Tentang Penumbuhan Budi Pekerti
13. Renstra Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan 2015—2019; dan
14. DIPA (Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran) Program Penyediaan dan Layanan Pendidikan Sekolah Menengah Atas Tahun 2018.

C. TUJUAN

1. Tujuan Umum

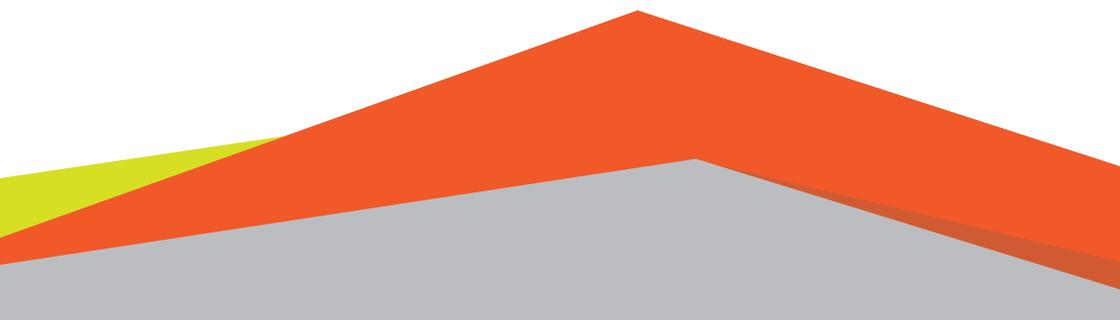
- a. Membangun semangat dan jiwa kewirausahaan sosial kepada siswa SMA/MA;

- b. Memberikan pengetahuan dan pembinaan kewirausahaan agar siswa kelak dapat memulai dan mengakselerasi wirausaha sosialnya;
- c. Mendorong terbentuknya model praktik pembelajaran kewirausahaan sosial di sekolah menengah;
- d. Menumbuhkan wirausaha-wirausaha muda kreatif dengan wawasan sosial secara berkelanjutan;
- e. Menjadi media sosialisasi hasil karya wirausaha sosial muda kreatif kepada masyarakat;
- f. Aktivasi empati, membangun rasa tanggung jawab, dan kemandirian sosial sampai dengan ekonomi;
- g. Membiasakan kerjasama tim, membangun jaringan, dan melihat potensi pasar.

2. Tujuan Khusus

- a. Melatih siswa SMA/MA untuk menyusun rencana usaha yang baik;
- b. Siswa SMA/MA mendapatkan model praktik pembelajaran kewirausahaan sosial;
- c. Terbentuknya jejaring yang dapat mendukung kegiatan wirausaha sosial, terutama dalam mempertahankan keberlanjutannya;
- d. Terwujudnya aktivasi empati, membangun rasa tanggung jawab, dan kemandirian sosial sampai dengan ekonomi;
- e. Terbentuknya kerjasama usaha yang baik, membangun jaringan yang baik;
- f. Terwujudnya keberlanjutan kegiatan usaha siswa.

D. HASIL YANG DIHARAPKAN

1. Siswa SMA/MA memiliki semangat dan jiwa kewirausahaan;
 2. Siswa SMA/MA memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dapat mengakselerasi kewirausahaannya;
 3. Ide, aspirasi, dan gagasan calon wirausaha muda kreatif dapat terakomodir;
 4. Siswa SMA/MA mendapatkan model praktik pembelajaran kewirausahaan;
 5. Terbentuknya jejaring yang dapat mendukung kegiatan wirausaha, terutama dalam mempertahankan keberlanjutannya.
 6. Terwujudnya Aktivasi empati, membangun rasa tanggung jawab, dan kemandirian sosial sampai dengan ekonomi.
 7. Terbentuknya kerjasama tim yang baik.
 8. Terlatihnya siswa SMA/MA untuk menyusun rencana usaha yang baik.
 9. Terwujudnya keberlanjutan kegiatan usaha siswa
 10. Terbimbingnya siswa dalam mempertahankan keuntungan usahanya.
- 

BAB II

MEKANISME PENYELENGGARAAN FESTIVAL INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN SISWA INDONESIA

A. SASARAN PESERTA

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 PESERTA

1. Siswa berkewarganegaraan Indonesia (WNI).
2. Siswa SMA/MA kelas X dan XI, negeri ataupun swasta (yang dapat dibuktikan dengan melampirkan identitas diri (copy KTP/SIM/Paspor/KTM) dan surat pengantar atau surat tugas dari sekolah), baik perorangan ataupun kelompok, dengan maksimum 2 (dua) siswa dalam satu kelompok.
3. Rencana usaha merupakan Usaha Gagasan (Inkubator) dan Rintisan (Akselerasi), yang diajukan harus merupakan gagasan sendiri dan atau pengembangan dari ide yang sudah ada yang dikelola sendiri. Rencana usaha tersebut belum pernah menang atau mendapatkan penghargaan di FIKSI.
4. Finalis tidak boleh digantikan oleh siswa lain.
5. Peserta Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia yang melakukan penyusunan Rencana usaha secara berkelompok harus berasal dari sekolah yang sama.
6. Setiap peserta/kelompok hanya boleh mengajukan 1 (satu) judul Rencana Usaha pada 1 (satu) bidang.

7. Peserta, produk atau jasa yang telah memenangkan FIKSI tidak diperkenankan untuk mengikuti kompetensi FIKSI berikutnya.
8. Produk dan jasa belum pernah diikutsertakan di lomba sejenis.
9. Produk atau jasa hanya boleh didaftarkan pada 1 (satu) bidang lomba dalam FIKSI 2018.

Panitia berhak mendiskualifikasi produk atau jasa jika:

- a. Diragukan Hak Atas Kekayaan Intelektual,
 - b. Sedang dalam sengketa, atau
 - c. Mendapatkan klaim dari pihak lain
 - d. Tidak terpenuhinya syarat-syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan dalam setiap tahapan seleksi FIKSI 2018
10. Keputusan Panitia FIKSI 2018 mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.
 11. Pendaftaran dilakukan secara online melalui Portal FIKSI dengan alamat yang akan diinformasikan dalam surat pemberitahuan kemudian.

C. JURI

Kriteria Juri

1. Terdiri atas unsur akademisi maupun praktisi
2. Memiliki kompetensi di bidang masing-masing
3. Berpengalaman menjadi juri di tingkat nasional atau sesuai dengan bidangnya
4. Komposisi juri pada setiap bidang lomba 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 2018 yaitu:



**“THE POWER OF INNOVATIVE
SOCIOPRENEURSHIP”**

(SEMANGAT INOVASI KEWIRAUSAHAAN UNTUK
VISI KEHIDUPAN SOSIAL YANG LEBIH BAIK)



E. KATEGORI DAN BIDANG WIRAUSAHA

1. Kategori Usaha:

- Gagasan usaha** – Wirausaha dalam tahap ide.
- Rintisan usaha** – Wirausaha yang sudah dirintis minimal 6 bulan dan sudah memiliki produk yang sudah dipasarkan.

2. Proposal Usaha

a. Jenis Proposal Usaha

Proposal Usaha Gagasan dan Usaha Rintisan



b. Unsur Proposal Usaha

Setiap Proposal Usaha, sebaiknya mengandung unsur :

PERNYATAAN NILAI PENTING dari PRODUK/JASA (Value Propositions)

Unsur yang menerangkan nilai penting/nilai inovatif dari produk/jasa, Merek Usaha, Tag line produk/jasa.

SEGMENTASI KONSUMEN (*Consumer Segments*)

Unsur yang menerangkan gambaran Kustomen

SALURAN PROMOSI (*Channels*)

Unsur yang menerangkan cara mempromosikan dan menawarkan:

- a. Cetakan : Brosur, Leaflet, Poster, Mading
- b. Elektronik : Radio dan TV
- c. Online (SMS,Website, Sosial Media)
- d. Event : Pameran, Bazar, Pekan Raya (Expo)

SUMBER DAYA PENTING (*Key Resources*)

- a. Unsur yang menerangkan tempat usaha : bisa cyberhood (online), bisa neighborhood (sarana-prasarana) atau bisa keduanya.
- b. Unsur yang menerangkan tempat produksi (bila ada)
- c. Unsur yang menerangkan spesifikasi kebutuhan SDM.

KEGIATAN UTAMA (*Key Activities*)

Unsur yang menerangkan proses persiapan, proses produksi, dan proses pengembangan pelatihan (bila ada)

JARINGAN USAHA (*Relationships*)

- a. Unsur yang menerangkan cara mendapatkan, menjaga atau mengembangkan networking usaha
- b. Pada Usaha Rintisan wajib menerangkan Jaringan Usaha 6 bulan terakhir.

MITRA UTAMA (*Key Partners*)

- a. Unsur yang menerangkan kemitraan untuk sumber bahan, distribusi, tempat penjualan
- b. Pada Usaha Rintisan wajib menerangkan Mitra Utama 6 bulan terakhir.

STRUKTUR PEMBIAYAAN (*Cost Structure*)

- a. Unsur yang menerangkan Biaya Pembelian/Bahan Pokok, biaya beban usaha (gaji, over head), biaya pengembangan-penelitian-pelatihan (bila ada), biaya Marketing, dan biaya Distribusi
- b. Pada Usaha Rintisan wajib menerangkan Struktur Pembiayaan 6 bulan terakhir.

ALUR PEMASUKAN (*Revenue Stream*)

- a. Unsur yang menerangkan Strategi BEP, strategi penjualan dan harga , strategi laba-rugi.
- b. Pada Usaha Rintisan wajib menerangkan Alur Pemasukan 6 bulan terakhir.

F. BIDANG WIRAUSAHA

Bidang yang akan dilombakan terdiri dari:

F.1 KERAJINAN (Craft)

Bidang usaha kerajinan berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi dan pemasaran produk yang dihasilkan oleh individu ataupun komunitas pengrajin secara manual dengan keterampilan tangan dan alat bantu. Produk kerajinan adalah produk yang berbasis material antara lain seperti tekstil, serat, tanah liat, kayu, logam, batu, kulit, plastik, dan lain-lain. Beberapa aspek utama yang mendasari kualitas produk pada bidang usaha kerajinan antara lain yaitu aspek keunggulan material, karakter visual, keterampilan, keunikan, dan utilitas/kegunaan. Sedangkan inovasi difokuskan pada beberapa aspek antara lain:

- a. Keberhasilan menciptakan produk baru/metode pemasaran baru;
- b. Pengembangan keterampilan atau kapabilitas produk: dan
- c. Upaya meningkatkan daya produksi dan atau daya jual produk.

Proses kreasi sebuah produk kerajinan mencakup tahapan perancangan, penyiapan material, proses produksi, hingga pengemasan produk. Bidang usaha kerajinan 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 kerajinan saat ini banyak diproduksi dengan konsep *limited edition* (eksklusif) untuk pasar *high end*, dan juga diproduksi secara massal untuk pasar *middle end* dan *low end* terutama untuk memenuhi pasar domestik dan ekspor. Contoh keluaran

bidang usaha kerajinan ini antara lain produk souvenir, produk pelengkap interior exterior, produk mainan anak-anak, utensil/perkakas, dan lain-lain.

Dalam mata lomba bidang kerajinan, titik berat penilaian diletakkan pada beberapa aspek yaitu:

- a. Konsep Produk: Latar belakang, inovasi gagasan/produk, tujuan usaha, target market.
- b. Kualitas Produk Kerajinan: Keunggulan material, karakter visual, keterampilan, keunikan, dan utilitas/kegunaan.
- c. Lingkungan dan Sosial: Ramah lingkungan, potensi budaya dan sumber daya lokal, dan dampak sosial (inovasi sosial).
- d. Perencanaan: Untuk kategori Gagasan: Perencanaan keuangan (perkiraan biaya produksi, penentuan harga, efektifitas dan efisiensi), dan perencanaan pemasaran.
- e. Untuk kategori Rintisan: Struktur organisasi, cash flow, pemasaran, dan alur produksi/pengadaan pengembangan.
- f. Presentasi: Materi penyajian, metode penyajian, dan komunikasi pemasaran.

Syarat dan ketentuan:

Peserta wajib membuat pernyataan tentang:

- a. Produk, dan ide tidak sedang dalam sengketa atau klaim dari pihak lain;
- b. Belum pernah menang di lomba atau mendapatkan penghargaan di bidang atau kategori sejenis di tingkat nasional atau lebih tinggi.

F.2 DESIGN GRAFIS

Kategori bidang wirausaha Desain Grafis adalah kegiatan usaha yang bergerak di bidang jasa dan produksi grafis dimana potensi utama dari karyanya adalah kreativitas melalui bahasa komunikasi visual. Dalam perkembangannya seiring meningkatnya kesadaran akan manfaat serta pentingnya keakuratan dan efektivitas penyampaian informasi dan komunikasi pada masyarakat, serta didukung dengan perkembangan teknologi informasi dalam bidang pengembangan perangkat lunak Desain Grafis, internet, *mobiledevices/apps* dan teknologi digital lainnya, memberikan cakupan yang lebih luas untuk bidang Desain Grafis yang tidak terbatas pada desain untuk media yang dicetak/konvensional (media cetak) melainkan juga pada non konvensional/ media digital yang berbasis waktu (*time-based image*), maupun lintas media (*hyper media/crossing interface or platform*).

Pekerja Grafis/Desainer Grafis dituntut mampu merancang solusi dan konsep komunikasi visual melalui program identitas, informasi, komunikasi dan persuasi yang tepat, sesuai dengan prinsip-prinsip desain dan dikemas menjadi media visual untuk mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan dan dimengerti khalayak sarannya. Menggunakan media konvensional (berbasis cetak), non konvensional (media digital), maupun lintas media (*hyper media/crossing interface or platform*).

Bidang wirausaha ini 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/pejuang pasar/pengguna. Sedangkan kemampuan Desain Grafis adalah kemampuan kreatif dan inovatif dalam mengolah komunikasi visual berbagai media grafis (tipografi, ilustrasi,

elemen visual, warna, fotografi, tata letak/layout visual) untuk mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan. Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan menggali ide dan pemikiran serta menciptakan sesuatu yang baru untuk diterapkan sebagai bentuk inovasi.

Jasa desain grafis berkembang pesat mengikuti perkembangan kebutuhan komunikasi visual dan teknologi, yang terbagi atas berbagai media, antara lain: media informasi (media informasi umum, sosialisasi program, kegiatan, event), media pendidikan (materi pelajaran dan ilmu pengetahuan,), media persuasi (promosi, marketing dan kampanye *ascot*) serta pembuatan identitas (*corporate identity* dan *branding*).

Adapun keluaran dari wirausaha Desain Grafis adalah jasa dan produk komunikasi visual pada media konvensional (berbasis cetak/print media) seperti majalah, surat kabar, buku, kalender, kartu ucapan, poster, brosur, booklet, leaflet, infografis, komik, cerita bergambar untuk anak-anak, graphic novel, ilustrasi, lembar peraga untuk pelajaran, ilustrasi produk kaos (silk screen), toys character, ascot. Media non konvensional (media digital) berupa digital visual design meliputi : e-magazine, e-book, webtoon, digital imaging, komik digital, digital profile. Lintas media (*hyper media/crossing interface or platform*) berupa *Graphic Augmented Reality, Environmental Graphic, Sign System/Signage*. Desain Identitas (*Design Identity*) berupa logo (identitas perusahaan/lembaga), branding, kemasan (*packaging*).

Syarat dan ketentuan:

Peserta wajib membuat pernyataan tentang:

- a. Produk, logo dan ide tidak sedang dalam sengketa atau klaim dari pihak lain;
- b. Belum pernah menang di lomba atau mendapatkan penghargaan di bidang atau kategori sejenis di tingkat nasional atau lebih tinggi.

F.3 FASHION

Fashion pada dasarnya adalah gaya hidup masyarakat di suatu masa tertentu yang cenderung ditentukan, digemari dan digunakan sebagai *style* 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 kearifan lokal lewat cara berbusana.

Melalui pengertian tersebut bila dikaitkan dengan wirausaha, maka bidang wirausaha fashion adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain busana, desain alas kaki, dan desain aksesoris dengan diciptakannya produk fashion sesuai perkembangan trend dan berdasarkan budaya Indonesia. 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).



Courtesy : Hledat Googlem

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).



Courtesy : 4 Minds Creative & East Dane Fall Accessories Hostpapa.com

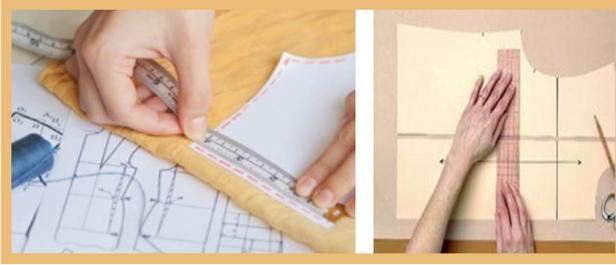
PERSYARATAN LOMBA BIDANG FASHION

1. Konsep Produk

- Latar belakang, ide/gagasan berupa Moodboard terdiri dari kumpulan gambar inspirasi, material, sketsa 1 buah produk (tampak depan dan belakang masing-masing 1buah) dan palet warna (dicetak di atas dua lembar A4/27.9x21cm dengan resolusi 300dpi, baik *landscape* maupun *portrait*). Moodboard harus mempunyai benang merah dengan sketsa dan konsep yang ingin diusung oleh pendaftar.



*Courtesy : Pinterest
lookatme.ru &
Pinterest Vicken
Derderian*



*Courtesy:
Pattern
making cita.
hk & Garment
designing
indiamart.com*

- Latar belakang, ide/gagasan, tujuan usaha, target market, analisis SWOT berupa Essay/karya tulis (template proposal dapat diunduh bersama dengan formulir pendaftaran yang terdapat di dalam portal).



Courtesy : How to write an essay Galin Education & beyondparty.com

2. Kualitas Produk Fashion

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



*Courtesy : Tenun
Timor -motif buna
insana. tenun
ntt tenuntimor.
blogspot.co.id
& Baju Tenun
priceza.com*

3. Lingkungan dan Sosial

Ramah lingkungan, mempunyai potensi budaya dan sumber daya lokal, dan juga dampak sosial (*social entrepreneurship innovation*), minimum 50% dari produk. Inovasi kewirausahaan itu sendiri adalah inovasi produk yang dapat dijual dan relevan dibutuhkan oleh banyak orang, juga konsisten untuk berkembang dan hadir ke dalam masyarakat dalam rangka mengembangkan produk tersebut.

4. Perencanaan

Untuk kategori Gagasan : Perencanaan keuangan (perkiraan biaya produksi, penentuan harga, efektifitas dan efisiensi), dan perencanaan pemasaran.

Untuk kategori Rintisan : Struktur organisasi, alur produksi/pengadaan pengembangan, *cash flow* 6 bulan terakhir, dan pemasaran 6 bulan terakhir.

Syarat dan ketentuan:

Peserta wajib membuat pernyataan tentang:

- a. Produk, dan ide tidak sedang dalam sengketa atau klaim dari pihak lain;
- b. Belum pernah menang pada lomba atau mendapatkan penghargaan di bidang atau kategori sejenis di tingkat nasional atau lebih tinggi.

F.4 PENGEMBANGAN APLIKASI DAN PERMAINAN DIGITAL (DIGITAL GAME)

Bidang wirausaha pengembangan aplikasi dan *digitalgame* hadir sebagai hasil dari pesatnya perkembangan teknologi informasi digital yang kini menjadi fenomena yang terus tersebar penciptaan dan pemanfaatannya di masyarakat. Bidang pengembangan aplikasi dan *digitalgame* selalu

berangkat dari inovasi-inovasi sebagai solusi untuk memberikan informasi, mempermudah kinerja, menyuguhkan pengalaman baru, menyelesaikan permasalahan, dan memberikan makna bagi masyarakat baik yang bersifat fungsional maupun yang bersifat hiburan.

Karya produk dari bidang aplikasi dan digital game dapat dikatakan bernilai baik jika mampu berfungsi baik dan mudah digunakan (prinsip *usability*), memberikan pengalaman baru yang menyenangkan bagi penggunanya (prinsip *user-experience*), dan yang utama dalam ajang FIKSI 2018 adalah tentunya diapresiasi oleh masyarakat baik dalam artian berpotensi besar sebagai komoditi berdaya jual di pasaran atau banyak digunakan.

Bidang wirausaha ini mencakup aktivitas perancangan (desain), pengembangan purwarupa (*prototyping*), dan wirausaha berbasis teknologi komputer, informasi, dan telekomunikasi digital dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jenis Karya (produk):

a. Aplikasi (*apps*)

Perangkat lunak (*software*) yang diciptakan untuk menyelesaikan suatu masalah, membantu aktivitas penggunanya, atau untuk memenuhi kebutuhan tertentu seperti hiburan, informasi, jasa, dll. Contoh aplikasinya diantaranya: perjalanan (*Traveloka, Pegipegi*), percakapan (*Line, Whatsapp*), ibadah (*Masagi Kartu Shalat 3D, Juz Amma - Bahasa Indonesia*), kesehatan (*Halodoc, Konsula*), pertanian-perikanan (*iGrow, e-Fishery*), komik, (*Ciayo, Manga Box*), kuliner (*JajanYuk, Zomato*), musik (*iAngklung, klungbot*), pendidikan (*Ruangguru.com, HarukaEdu*), dsb.

b. *Digital Game*

Perangkat lunak yang diciptakan untuk membangkitkan tantangan dan bermain dengan berbagai tujuan seperti hiburan, simulasi, pendidikan, dll. Contoh aplikasinya diantaranya permainan (game): Tahu Bulat, Diponegoro - Towers *Defense*, *Clash of Clan*, *Pokemon Go*, dsb.

2. Perangkat

Produk aplikasi dan gamedigital yang dikembangkan dapat ditujukan untuk platform komputer pribadi (PC), perangkat mobile (smartphone atau komputer tablet), ataupun dikembangkan bersama dengan perangkat keras (*hardware*) atau alat tertentu.

Produk aplikasi dan gamedigital yang dikembangkan dapat berupa produk yang bekerja dalam sistem jaringan *online*, *offline*, ataupun gabungan dari keduanya.

3. Model Bisnis

Terdapat dua model bisnis yang dapat diikutsertakan dalam kategori bidang usaha ini yaitu:

a. Bisnis berbasis produk

Suatu bisnis yang mengembangkan dan memasarkan produk aplikasi atau gamedigital untuk segmen tertentu berdasarkan ide dan konsep sendiri.

b. Bisnis berbasis jasa

Suatu bisnis yang memberikan layanan jasa perancangan dan pengembangan aplikasi atau game untuk pihak tertentu (berdasarkan pesanan).

4. Tema Karya

Produk aplikasi dan gamedigital yang dikembangkan dapat berupa produk yang bekerja dalam sistem jaringan online (*cyberhood*), offline (*neighborhood*), ataupun gabungan dari keduanya.

Tema FIKSI 2018 berhubungan dengan konsep wirausaha sosial, dalam bidang pengembangan aplikasi dan digital game tema ini dapat diturunkan menjadi sub-sub tema seperti:

- Kesehatan
- Pendidikan
- Pertanian & Agrikultur
- Pemerintahan
- Tradisi dan Budaya
- Perjalanan & Pariwisata
- Lingkungan

Bisnis pengembangan aplikasi dan digital game ini sebaiknya merupakan hasil kolaborasi antara dua atau lebih kemampuan maupun minat pada bidang-bidang berikut ini:

- a. **Wirausaha:** mampu membaca peluang dan kebutuhan pasar/ pengguna dengan memperhatikan aspek operasional (kegiatan produksi/jasa), pemasaran (mencari dan menentukan konsumen), manajemen SDM (tata kelola sumber daya manusia), dan keuangan (tata kelola pengaturan, pengadaan, dan pengontrolan keuangan perusahaan);
- b. **Desain:** mampu mengolah elemen visual untuk kebutuhan artistik karya (desain grafis: tipografi, tata letak, storyboard, karakter, latar,

komik; desain multimedia: animasi, antarmuka; arsitektur/desain interior, dsb.);

- c. **Teknologi elektronika dan informatika:** mampu menyusun dan membangun konten gagasan dan desain melalui pemrograman perangkat lunak ataupun perangkat keras yang sesuai dengan kemampuan, atau
- d. **Konten:** mampu mengolah gagasan dalam bentuk penulisan naskah (narasi) atau storytelling yang dapat dimengerti dan diterjemahkan menjadi karya nyata oleh poin a, b, dan c.

5. Syarat dan ketentuan:

- a. Peserta wajib membuat pernyataan tentang:
 - Keaslian karya dan isi/konten produk/ jasa aplikasi dan digital game serta tidak sedang dalam sengketa atau klaim dari pihak lain;
 - Belum pernah menang pada lomba atau mendapatkan penghargaan di bidang atau kategori sejenis di tingkat nasional atau lebih tinggi.
- b. Peserta wajib menyertakan dokumen desain yang meliputi:
 - Visualisasi aset desain dari sketsa sampai finalisasi desain (tipografi, logo, antarmuka, karakter, karakter, properti, animasi, skema warna, dsb.);
 - Diagram alur (*flowchart*) cara pakai aplikasi atau game;
 - Purwarupa (*prototype*) yang dapat digunakan sebagai alat simulasi aplikasi atau game yang dimaksud baik dengan cara analog (mengggunakan kartu) atau dengan cara digital yang telah terpasang di perangkat elektronik digital dan dapat dimainkan;
 - Video atau animasi teaser yang memperlihatkan alur interaksi, fungsi, dan cara pakai produk.

- c. Terbuka untuk seluruh bentuk produk/jasa aplikasi dan digitalgame yang memenuhi kriteria FIKSI 2018.

F.5 BOGA

Kegiatan usaha bidang Boga adalah kegiatan yang terkait dengan produksi dan penjualan produk makanan-minuman. Sociopreneur untuk bidang boga dalam FIKSI menekankan pada pengusaha yang inovatif dan memiliki visi mulia untuk membuat kehidupan sosial disekitarnya menjadi lebih baik.

Contoh dalam menciptakan produk antara lain yang memiliki nilai inovasi produk, pemanfaatan bahan lokal, cara pengolahan yang ramah lingkungan dan bisa memanfaatkan limbah bahan yang ada di sekitar. Selain dari pengolahan bahan, peserta diharapkan dapat memiliki visi untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik untuk lingkungan sosial di sekitarnya seperti, memberdayakan masyarakat, menampung bahan yang dihasilkan penduduk sekitar dan mampu memberikan solusi baru yang lebih efisien dalam pro-ses pengolahan dan operasional usahanya.

Produk yang dikompertisikan merupakan makanan atau minuman Siap Masak (*Ready to Cook Food*) dan makanan atau mi-numan Siap Saji (*Ready to Eat Food*). Dalam kompetisi FIKSI sangat dianjurkan untuk membawa contoh produk mulai dari bahan baku utama yang belum diolah dan contoh produk yang sudah jadi serta dapat langsung dikonsumsi.

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

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

Usaha boga dengan 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 Food*)

Usaha boga dengan 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 jajanan
- e. Makanan siap saji pelengkap

Syarat dan ketentuan:

Peserta wajib membuat pernyataan tentang:

- a. Produk, jasa dan resep tidak sedang dalam sengketa atau klaim dari pihak lain;
- b. Belum pernah menang pada lomba atau mendapatkan penghargaan di bidang atau kategori sejenis di tingkat nasional atau lebih tinggi.

- c. Apabila peserta membawa contoh makanan yang memiliki daya tahan kurang dari 3 hari diharapkan membawa alat masak untuk mengolah makanan saat expo.

F.6 BIDANG USAHA LAINNYA

Kategori pertama bidang usaha lainnya adalah bidang usaha yang tidak termasuk dalam kelima bidang usaha, di antaranya budidaya, pengolahan dan rekayasa. Bidang usaha budidaya, pengolahan dan rekayasa berada pada lingkup ekonomi industrial.

Kategori kedua merupakan usaha yang berada di dalam lingkup ekonomi kreatif, namun bukan kelima bidang usaha Kria, Boga, Fashion, Desain Grafis, atau Aplikasi Game di atas. Misalnya, usaha pada lingkungan ekonomi kreatif di luar kelima bidang itu, seperti usaha membuat film, musik, foto, arsitektur, desain produk, galeri seni.

Pada kategori kedua, kegiatan usaha di bidang lainnya juga dapat berupa usaha gabungan dari kelima bidang usaha lainnya, misalnya adalah kegiatan usaha yang di luar kelima bidang usaha di atas.

Syarat dan ketentuan:

Peserta wajib membuat pernyataan tentang:

- a. Produk atau jasa tidak sedang dalam sengketa atau klaim dari pihak lain;
- b. Belum pernah menang pada lomba atau mendapatkan penghargaan di bidang atau kategori sejenis di tingkat nasional atau lebih tinggi.
- c. Apabila peserta mengusulkan produk yang pembuatannya memerlukan proses yang lama, maka peserta wajib membuat dokumentasi proses tersebut (film atau foto) untuk dipresentasikan pada saat expo.

F.7 MEKANISME PENDAFTARAN DAN PELAKSANAAN LOMBA

No	Kegiatan	Waktu	Keterangan
1	Pedoman Kegiatan	Januari 2018	
2	Kemitraan <ul style="list-style-type: none"> 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> 		
3	Update Portal	Februari, April, Juni Agustus 2018	
4	Sosialisasi <ul style="list-style-type: none"> a. Undangan via Dinas Provinsi b. Duta FIKSI c. <i>Media Partner</i> d. <i>Social Media Activation</i> 	Maret – April 2018	
5	Pendaftaran	Awal Mei 2018	Dilakukan secara online melalui portal FIKSI.
6	Penyusunan Pedoman EXPO	Juni 2018	
7	Penjurian Tahap 1 (Penilaian Rencana Usaha)	Awal Agustus 2018	
8	Pengumuman Finalis	minggu ke-3 Agustus 2018	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
9	Pendampingan Finalis	Awal September 2018	Online via Portal oleh Komunitas
10	Penjurian Finalis dan EXPO FIKSI	1-6 Oktober 2018	Yogyakarta

F.8 EXPO KEWIRAUSAHAAN

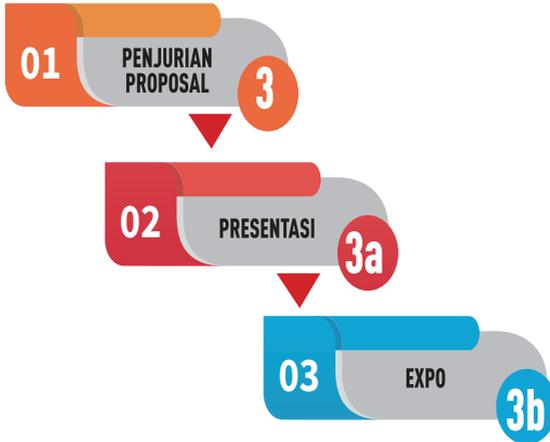
Peserta yang lolos seleksi proposal akan diundang dalam Expo Kewirausahaan yang akan dilaksanakan di Yogyakarta pada tanggal 1-6 Oktober 2018. Pada saat Expo, para finalis diminta menyajikan produk wirausaha termasuk di dalamnya kit pemasaran dan bahan presentasi.

1. Pameran dan Poster
 - a. Finalis menyiapkan materi pameran dan poster.
 - b. Finalis memasang poster dan memamerkan rencana usahanya sesuai dengan waktu yang ditentukan.
 - c. Finalis menjawab pertanyaan juri dan pengunjung.
 - d. Ketentuan pameran dan poster terlampir.
2. Presentasi
 - a. Finalis harus hadir pada waktu presentasi.
 - b. Finalis mempresentasikan dan menjawab pertanyaan Tim Juri pada saat waktu penilaian di stand pamerannya.
 - c. Finalis menyiapkan bahan pendukung lainnya untuk dipamerkan. Penjelasan lebih lanjut mengenai expo akan dituangkan dalam Pedoman khusus expo.



BAB III
PENILAIAN

A. Mekanisme Penilaian



1. Proposal Rencana Usaha terdiri atas (lihat juga Bab II.5):
 - a. PERNYATAAN NILAI PENTING dari PRODUK/JASA (*Value Propositions*)
 - b. SEGMENTASI KONSUMEN (*Consumer Segments*)
 - c. SALURAN PROMOSI (*Channels*)
 - d. SUMBER DAYA PENTING (*Key Resources*)
 - e. KEGIATAN UTAMA (*Key Activities*)
 - f. JARINGAN USAHA (*Relationships*)
 - g. MITRA UTAMA (*Key Partners*)
 - h. STRUKTUR PEMBIAYAAN (*Cost Structure*)
 - i. ALUR PEMASUKAN (*Revenue Stream*)

2. Untuk Rintisan Usaha, maka wajib memasukkan keterangan 6 bulan terakhir, tentang:

- a. JARINGAN USAHA (*Relationships*)
 - b. MITRA UTAMA (*Key Partners*)
 - c. STRUKTUR PEMBIAYAAN (*Cost Structure*)
 - d. ALUR PEMASUKAN (*Revenue Stream*)
3. Urutan penyusunan pada proposal tidak harus mengikuti seperti urutan Rencana Usaha di atas.

B. Pemenang

GAGASAN USAHA					
No	Bidang usaha	Pemenang			Jumlah
		I	II	III	
1	Kerajinan	1	1	1	3
2	Desain Grafis	1	1	1	3
3	Fashion	1	1	1	3
4	Boga	1	1	1	3
5	Pengembangan Aplikasi	1	1	1	3
6	Bidang Usaha lain	1	1	1	3
	Jumlah	6	6	6	18

RINTISAN USAHA					
No	Bidang usaha	Pemenang			Jumlah
		I	II	III	
1	Kerajinan	1	1	1	3
2	Desain Grafis	1	1	1	3
3	Fashion	1	1	1	3
4	Boga	1	1	1	3
5	Pengembangan Aplikasi	1	1	1	3
6	Bidang Usaha Lain	1	1	1	3
	Jumlah	6	6	6	18

Keterangan:

Hadiah yang diberikan berupa bantuan pendidikan yang dapat digunakan juga sebagai pengembangan wirausaha.



18th ASIAN GAMES

Jakarta Palembang 2018

18 Agustus - 2 September 2018

THE ENERGY OF ASIA



BAB IV

PENUTUP

Kegiatan Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia dengan tema ***“The power of innovative sociopreneurship”*** tahun 2018 ini memiliki semangat untuk mendorong tumbuhnya bibit wirausahawan baru yang berkontribusi untuk mewujudkan kehidupan yang lebih baik, toleran dengan perbedaan kultur, mendambakan keadilan dan sangat peduli dengan lingkungan melalui penciptaan usaha-usaha inovatif.

Semoga dengan kegiatan FIKSI, siswa Indonesia lebih banyak memiliki kesempatan untuk belajar mandiri dan menyongsong masa depan yang lebih gemilang

