

Konsep & Pola Pikir Kewirausahaan (Entrepreneur Mindset)

Prayoga Dinata



PRAYOGA DINATA

Lahir:

(1995)
Duri, 8 Januari

Pendidikan Terakhir:

(2009-2012)
SMK Multistudi High School

(2012-2016)
Politeknik Negeri Batam
Multimedia Jaringan

Karir:

(2011-2012)
Freelancer
Sales Respresentatif
(Indosat, Ramayana, Telkom)

(2013)
Graphic Designer
PT Creative Future Source

(2014-Sekarang)
Founder/Owner/Direktur
PT Pobos Pradi Jaya (PoboSoccer)
CV Customindo Kreasi Mandiri

Award & Experience:

(2014) - Politeknik Batam
-Program Mahasiswa Wirausaha
-1st Place

(2017) - Singapore & Malaysia
-Kejora International Challenge
-Official Apparel Partner

(2017) - Pontianak
-Ristekdikti KMI VIII
-Perwakilan Brand Kepri

(2017) - Singapore
- Official Partner with Bishan Barx FC
(2nd Division of SG Leagues)

(2018) - Singapore
- Official Partner with Warrior FC
(1st Division of SG Leagues)

(2018) - Palembang
-Asian Games
-Pembicara Manajemen Industri
& Olahraga Perwakilan Kepri

(2019-Sekarang)
-Dosen Tamu
-Business Mentor
-Speaker Workshop / Seminar
-Tim Pembentukan Kurikulum
Kampus Merdeka

@prayogadinata





The Rules

- Percaya Diri
- ATM (Amati Tiru Modifikasi)
- UVP (Unique Value Proposition)
- Konsistensi

Percaya Diri

- Jangan Percaya Orang Lain

“Televisi tidak akan mungkin bertahan di pasar lebih dari enam bulan. Orang akan bosan dan letih memandang kotak setiap malam...”

(Darryl F. Zanuck, Head of 20th Century Fox, 1946)

*“Itu sebuah temuan yang hebat...
namun siapa yang mau menggunakannya?”*

(US President Rutherford B. Hayes, after participating in a trial telephone conversation between Washington and Philadelphia in 1876).

ATM (Amati, Tiru, Modifikasi)

- Produk / Jasa pasti akan sama tidak ada yang baru didunia ini.
- Modifikasi = tambah value yang unik (bisa kemasannya, bentuk produknya, servicenya, dll). Yang gampang tinggal dibenak konsumen





UVP (Unique Value Proposition)

- Menjual produk / jasa yang biasa2 saja, tanpa value tertentu akan habis dimakan zaman.
- Produk boleh sama, tapi harus ada positioning & differensiasi. bisa kemasannya, target pasar spesifik, servicenya, dll.
- Cari value yang spesifik & UNIK sehingga bisa tinggal di benak konsumen, cukup 1 produk/jasa yang paling kuat. Jangan PALUGADA





- Murah
- Sering Delay
- Gak Nyaman
- Penerbangannya Banyak



- Mahal
- Layanan Prima
- Nyaman
- Penerbangannya Sedikit



- Mayoritas Perempuan
- Banyak Menjual Fashion



- Mayoritas Laki Laki
- Banyak Menjual Elektronik

Tips

- Untuk pemula / umkm fokus ke 1 niche market (market yang spesifik) jangan tergoda untuk membuat banyak bisnis krna akan menghilangkan fokus.
- Ketika 1 niche sudah besar baru bisa lanjut ekspansi ke niche lainnya.
- Contoh : jualan donat, fokus kembangkan donatnya (varian rasa, kemasannya, perbanyak channel penjualannya, tambah marketing sprt gratis ongkir, buy one get one dll) jgn terpancing unt jualan diluar donat. Fokus ke 1 niche market.

Bisnis yang terlalu luas akan susah diduplikasi, bisnis yang sempit mudah di duplikasi



- Bahan bakunya semua sama, yang berbeda hanya toppingnya



- Variasi menu banyak, beda jenisnya, beda bahan bakunya, beda cara buatnya, beda kemasannya.

Konsistensi

Menurut penelitian. Anda butuh 10.000 Jam
untuk menjadi ahli di suatu bidang.

Ringkasan Buku "Outliers" oleh Malcolm Gladwell

Passion itu bukan pemberian tapi diciptakan