

Edisi:

Ekonomi Biru

In-Depth

Tantangan Kelautan
dan Pentingnya
Ekonomi Biru bagi
Indonesia

Profil Startup

Aruna: Startup
Perikanan Pertama
di Indonesia

Profil Komunitas

Wordpress
Indonesia

In-Depth

Tahapan Saat Startup
PDKT ke Investor





PENGARAH

Semuel Abrijani Pangerapan

PEMBINA

Bonifasius Wahyu Pudjianto

PENANGGUNG JAWAB & PEMIMPIN REDAKSI

Sonny Sudaryana

EDITOR

Fadhila Hasna Athaya

Maria Sattwika Duhita

Putranto Adhi Nugroho

PENULIS

Aulia Mahiranissa

Mayasti Dwidya Nastiti

Sofy Nito Amalia

DESAIN & LAYOUT

Adinda Hapsari

Rizka Irjayanti

PRODUKSI & SIRKULASI

Anka Raharja

Fahmi Riskian

GERAKAN NASIONAL



STARTUP DIGITAL



KOMINFO

BUKU INI TIDAK UNTUK DIPERJUALBELIKAN

Surat dari Redaksi

Memahami Ekonomi Biru untuk Kesejahteraan Indonesia

"Nenek moyangku orang pelaut, gemar mengarung luas samudra
Menerjang ombak tiada takut, menempuh badai sudah biasa
Angin bertiup layar terkembang, ombak berdebur di tepi pantai
Pemuda berani bangkit sekarang, ke laut kita beramai-ramai"

Lagu: Nenek Moyangku Orang Pelaut

Lagu ciptaan Ibu Soed pada tahun 1940 di atas mengekspresikan bahwa Indonesia adalah bangsa yang memiliki dan menguasai pengetahuan tentang kemaritiman. Berkaca pada sejarah, kita adalah bangsa yang mampu mengarungi lautan dan mengokupasi ribuan pulau-pulau yang tersebar di Samudera Pasifik, hingga muncul kerajaan-kerajaan besar seperti Sriwijaya dan Majapahit.

Indonesia terdiri atas lebih dari 17 ribu pulau dengan dua pertiga wilayahnya adalah laut. Dengan garis pantai yang panjang, keanekaragaman terumbu karang dan biota laut yang kaya, dan pemandangan laut yang indah, laut memiliki peran besar dalam mendukung perekonomian dan mata pencaharian masyarakat Indonesia.

Pertanyaannya, dapatkah kita berkontribusi mengelola Indonesia sebagai negara maritim untuk memastikan seluruh masyarakatnya sejahtera?

Untuk memantik rasa tahumu lebih dalam tentang Indonesia sebagai negara maritim, edisi Rintisan

kali ini membahas secara dalam tentang Ekonomi Biru, yaitu pendekatan holistik untuk meningkatkan kemajuan ekonomi berbasis kelautan dengan mengedepankan keterlibatan sosial dan ketahanan lingkungan. Temukan artikel tentang tantangan kelautan dan pentingnya ekonomi biru bagi Indonesia, infografis tentang sumber daya maritim, bank ide permasalahan laut, hingga bagaimana kita dapat mengelola sumber daya laut dengan teknologi.

Banyak pihak yang harus bersinergi dalam mewujudkan Ekonomi Biru ini karena pada dasarnya semua ekosistem yang ada di kelautan saling terkait satu dan lainnya.

Untuk itu, harapannya, dengan berbekal wawasan mengenai potensi dan permasalahan Indonesia di sektor maritim, akan lebih banyak startup Indonesia yang hadir untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera, hingga ke pesisir laut Indonesia. Apakah kamu salah satu founder startup yang siap membuat solusi digital bagi laut kita?

Tim Redaksi



“Sebagai negara kepulauan dengan garis pantai terpanjang kedua di dunia, berada di antara dua benua dan dua samudera, Indonesia memiliki posisi yang strategis secara geografis.”

Indonesia sebagai Poros Maritim Dunia

Semuel Abrijani Pangerapan

Direktur Jenderal Aplikasi Informatika, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

Sejak 2014, salah satu visi Indonesia adalah untuk menjadi Poros Maritim Dunia.

Sebagai negara kepulauan dengan garis pantai terpanjang kedua di dunia, berada di antara dua benua dan dua samudera, Indonesia memiliki posisi yang strategis secara geografis. Mengacu pada Indonesia.go.id, sekitar 90% perdagangan global diangkut melalui laut dan 40% di antaranya melewati perairan Indonesia. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa posisi Indonesia akan selalu menjadi tempat strategis dalam peta perdagangan dunia.

Dari sisi kontribusi laut pada perekonomian bangsa, menurut laporan Bank Dunia, sumber keuntungan dari kegiatan ekonomi laut ditaksir senilai lebih dari 180 miliar dollar AS setiap tahun. Sektor perikanan kita memiliki kontribusi produk domestik bruto senilai 27 miliar dollar AS per tahun, menghidupi 7 juta tenaga kerja, dan memenuhi lebih dari 50 persen kebutuhan protein hewani di Indonesia. Menurut *Food and Agriculture Organization* (FAO), Indonesia merupakan negara dengan produksi perikanan tangkap terbesar kedua di dunia setelah Tiongkok.

Untuk mencapai visi Poros Maritim Dunia, menyadari potensi yang dimiliki, Presiden Joko Widodo mencanangkan lima pilar. Pertama, membangun kembali budaya maritim. Kedua, menjaga dan mengelola sumber daya laut dengan fokus membangun kedaulatan pangan laut melalui pengembangan industri perikanan, dengan menempatkan nelayan sebagai tiang utama.

Ketiga, pengembangan infrastruktur dan konektivitas maritim dengan membangun tol laut, deep seaport, logistik, industri perkapalan, dan pariwisata maritim. Keempat, mengembangkan diplomasi maritim dengan bersama-sama menghilangkan sumber konflik di laut. Kelima, membangun kekuatan pertahanan maritim.

Berbekal dengan mengetahui visi dan upaya yang dilakukan pemerintah tersebut, saya harap, Anda yang sedang merintis startup terkait maritim dapat memetakan di mana ide atau solusi digital yang Anda ciptakan dapat ikut berperan. Selebihnya tentang potensi dan tantangan dari laut Indonesia, silakan temukan dalam Rintisan edisi Ekonomi Biru ini. Selamat membaca.

Daftar Isi

SURAT DARI REDAKSI

Memahami Ekonomi Biru untuk Kesejahteraan Indonesia	3
---	---

PRAKATA DIRJEN APTIKA

Indonesia sebagai Poros Maritim Dunia	5
---------------------------------------	---

IN-DEPTH

Tantangan Kelautan dan Pentingnya Ekonomi Biru bagi Indonesia	9
---	---

IN-DEPTH

Laut Indonesia, Sumber Kemakmuran Negara	16
--	----

IN-DEPTH

Bank Ide Permasalahan Laut	20
----------------------------	----

REKOMENDASI

Buku, Film, & Podcast	28
-----------------------	----

IN-DEPTH

Mengelola Sumber Daya Laut dengan Teknologi	35
---	----

Volume 10

Ekonomi Biru

IN-DEPTH

Bingung saat Membangun MVP? Ini 5 Pertanyaan yang Bisa Kamu Jadikan Panduan	42
---	----

IN-DEPTH

Rahasia Pemasaran Konten yang Efektif	48
---------------------------------------	----

IN-DEPTH

Tahapan saat Startup PDKT ke Investor	54
---------------------------------------	----

PROFIL STARTUP

Aruna: Bersama Bikin Nelayan Berdaya	58
--------------------------------------	----

PROFIL KOMUNITAS

WordPress Indonesia	64
---------------------	----

DIREKTORI STARTUP

Direktori Startup Bidang Perikanan	70
------------------------------------	----

Glosarium	74
-----------	----



Tantangan Kelautan dan Pentingnya Ekonomi Biru bagi Indonesia

Indonesia adalah negara kepulauan dengan +17.500 pulau yang membentang dari barat ke timur. Dengan tiga perempat wilayahnya yang berada di laut, Indonesia menyimpan potensi laut yang luar biasa, mulai dari aktivitas ekonomi, perikanan dan akuakultur, wisata pesisir, konstruksi kelautan, hingga transportasi. Bahkan, Indonesia menyandang predikat negara dengan sektor perikanan terbesar kedua di dunia dengan nilai sekitar US \$27 miliar untuk PDB (Produk Domestik Bruto). Tidak hanya itu, sektor perikanan menyumbang 7 juta pekerjaan dan lebih dari 50% kebutuhan protein hewani negara.

Itu adalah potensi laut dari sektor perikanan. Sekarang, kita tengok potensi laut dari sektor pariwisata. Laut Indonesia memiliki nilai US \$21 miliar terhadap PDB pada 2019 (kelautan dan non-kelautan, sumber dari WTTC 2020). Penelitian yang dilakukan tahun 2017 memperkirakan bahwa terumbu karang

memberikan pendapatan sekitar US \$3,1 miliar per tahun melalui kegiatan menyelam dan snorkeling (Spalding et al. 2017). Keberadaan terumbu karang juga menjadi habitat untuk ikan yang selanjutnya menambah pendapatan di sektor perikanan sebesar US \$2,9 miliar per tahun (UN Environment 2018).

Agar potensi kekayaan dari lautan Indonesia bisa tetap terjaga dan lestari, diperlukan ekosistem laut dan pesisir yang sehat. Namun, upaya ini ternyata memiliki beberapa tantangan yang saat ini sedang dialami, antara lain:

1. Sektor perikanan yang belum dikelola secara optimal

Berdasarkan data dari World Bank (2021)*, pada tahun 2017, 38% perikanan tangkap laut nasional diperkirakan ditangkap secara berlebihan. Selain itu, negara juga perlu memperkuat pengelolaan armada domestik untuk menyikapi serbuan negara lain ke perairan Indonesia.

2. Kerusakan terumbu karang

Menurut survei dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) yang dilakukan pada 2020, sejumlah sepertiga dari terumbu karang Indonesia mengalami kerusakan dan memprihatinkan. Kondisi ini disebabkan oleh penangkapan ikan yang dilakukan tidak sesuai standar (merusak ekosistem laut), adanya limbah pertanian dan perkotaan, limbah plastik, serta perubahan iklim.

3. Kerusakan hutan bakau

Lebih dari 50% hutan bakau di Indonesia mengalami kerusakan (KKP 2019; KLHK 2019) diakibatkan oleh penebangan hutan bakau yang digunakan untuk budidaya perikanan dan pembukaan lahan kelapa sawit.



4. Infrastruktur yang kurang memadai di kawasan wisata bahari dan pesisir

Kawasan wisata bahari seharusnya memiliki infrastruktur yang memadai untuk mendukung pelestarian laut dan pesisir. Contohnya yang terjadi di Lombok di 2015. Sebenarnya, saat itu Lombok belum siap untuk dijadikan tempat pengembangan pariwisata karena akses yang sulit untuk air minum perpipaan (hanya tercukupi sebesar 45%), sanitasi yang buruk (hanya tercukupi 48%), dan layanan pengumpulan sampah yang sangat minim (hanya tercukupi 26%). Dampaknya adalah limbah yang tidak dapat ditanggulangi akibat infrastruktur yang minim dan diperparah dengan kebutuhan pariwisata yang terus meningkat.

5. Limbah plastik

Limbah plastik yang ada di laut memiliki dampak besar terhadap keseimbangan ekosistem, kesehatan manusia, serta ekonomi laut (perikanan, pariwisata pesisir, dan pelayaran komersial). Menurut APEC, perkiraan kerusakan ekonomi karena dampak limbah plastik lebih dari US \$10,8 miliar setiap tahun yang terjadi hanya di kawasan Asia Pasifik.

Beberapa tantangan di atas dapat diatasi melalui strategi yang sedang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia lewat ekonomi biru.

Mengenal Ekonomi Biru dan Strateginya

Ekonomi biru menghasilkan manfaat ekonomi dan sosial sembari memastikan kelestarian lingkungan laut secara jangka panjang (World Bank, 2017). Ekonomi biru adalah ekonomi laut yang berkelanjutan dan membutuhkan sinergi dari banyak pihak, antara lain kebijakan berdasarkan data dan ilmu pengetahuan, koordinasi antar sektor, serta kerja sama berbagai pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan.

1. Mengelola perikanan secara lebih baik

Pemerintah Indonesia sedang mengupayakan beberapa strategi yang ada dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN), Kebijakan Laut 2017, dan inisiatif lainnya. Beberapa contohnya adalah sikap tegas pemerintah terhadap pelaku penangkapan ikan asing secara ilegal, tidak diatur, dan tidak dilaporkan.

2. Integrasi rencana tata ruang yang terus dikembangkan

Mayoritas provinsi telah mengembangkan rencana tata ruang laut untuk perairan yang ada di daerah mereka, yang disebut RZ-WP3K (Rencana Zonasi Wilayah Perairan dan Pulau Pulau Kecil).

3. Memperluas kawasan lindung laut

Perluasan Kawasan Perlindungan Laut (KKP) telah berhasil dijalankan oleh Pemerintah Indonesia menjadi lebih dari 23 juta hektar dan akan terus ditambah menjadi 30 juta hektar di 2030.



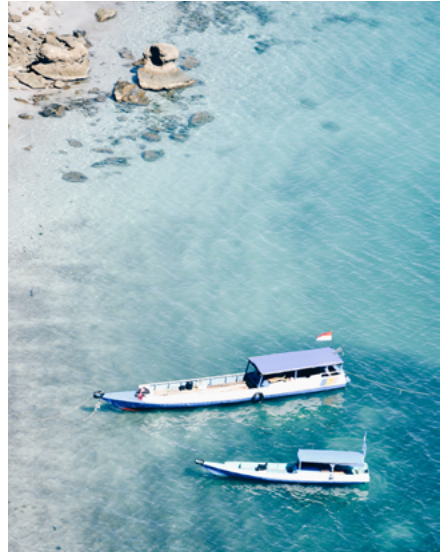


4. Mengatasi limbah di laut

Strategi yang dilakukan Pemerintah Indonesia tertuang pada Rencana Aksi Nasional Sampah Laut di Juni 2017. Tujuannya adalah mengurangi sampah laut hingga 70% yang ditargetkan akan bisa ditempuh dalam 2025. Berbagai upaya yang telah dilakukan antara lain memindahkan infrastruktur pengelolaan sampah dari saluran air, mewajibkan perusahaan untuk mengurangi total limbah sebesar 30% pada 2029, serta pajak dan larangan plastik sekali pakai untuk mencegah konsumsi plastik.

5. Program pembangunan pariwisata yang terintegrasi dan berkelanjutan

Pemerintah Indonesia mencanangkan Program Pembangunan Pariwisata Terintegrasi dan Berkelanjutan (P3TB) di tahun 2018. Tujuannya agar destinasi pariwisata bisa tetap berkembang dengan memperhatikan lingkungan alam dan menghindari degradasi aset alam dan budaya. P3TB dilakukan pertama kali di sepuluh destinasi wisata prioritas, mulai dari Lombok, Borobudur-Yogyakarta-Prambanan, Danau Toba, Taman Nasional Komodo dan Labuan Bajo, Bromo-Tengger-Semeru, dan Wakatobi.



Program ekonomi biru dapat tercipta dengan membutuhkan peran dari semua pihak. Jadi, tidak hanya pemerintah pusat dan daerah saja yang berperan, tetapi kamu juga punya peran besar untuk turut andil. Contohnya dengan mengurangi

penggunaan plastik sekali pakai, membawa botol minum saat bepergian (menghindari pembelian minuman kemasan), dan masih banyak lagi upaya yang bisa dilakukan. Yuk, cintai dan lestarikan laut Indonesia mulai dari diri sendiri!

* Artikel ini dilansir dari laporan berjudul *Oceans for Prosperity: Reforms for a Blue Economy in Indonesia* yang dipublikasikan oleh World Bank (2021).

In-Depth

Laut Indonesia, Sumber Kemakmuran Negara



Dampak positif laut bagi kehidupan manusia



Menyumbang pendapatan US\$ 27 miliar terhadap PDB di 2019 lewat sektor perikanan



Menyediakan 7 juta lapangan pekerjaan



Mencukupi lebih dari 50% kebutuhan protein hewani negara

Adanya terumbu karang di laut melindungi dari banjir dan terhindarkan dari potensi kerugian sekitar US\$ 639 juta per tahun



Tantangan kelautan Indonesia



38% perikanan tangkap laut nasional ditangkap secara berlebihan



Sepertiga terumbu karang Indonesia kondisinya memprihatinkan



Dampak sampah laut lebih dari US\$ 450 juta per tahun



Lebih dari 50% hutan bakau Indonesia rusak

Solusi dari tantangan tersebut adalah dengan menerapkan ekonomi biru yang berkelanjutan dan membutuhkan reformasi kebijakan dan investasi, antara lain:



1. Strategi sektor perikanan yang berkelanjutan dan produktif:

- Mengoperasionalkan sepenuhnya sistem wilayah pengelolaan perikanan (WPP)
- Memperluas pengelolaan perikanan berbasis hak

2. Mengelola aset pesisir dan laut

- Memperpanjang moratorium konversi hutan primer menjadi hutan bakau
- Memperkuat pengelolaan kawasan taman laut



3. Memaksimalkan potensi pariwisata Indonesia

- Mengelola arus pengunjung dengan tujuan mengurangi turis yang jumlahnya berlebihan
- Mempercepat investasi dalam pelayanan dasar di kawasan wisata pesisir

Sumber:

<https://www.worldbank.org/en/news/infographic/2021/03/25/oceans-for-prosperity-reforms-for-a-blue-economy-in-indonesia>

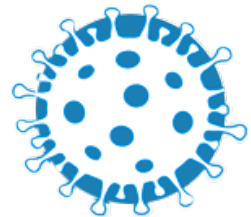


4. Memerangi sampah plastik yang dibuang ke laut

- Membuat standar bahan yang dapat didaur ulang, penerapan pajak perusahaan, dan larangan plastik sekali pakai

5. Menyelaraskan upaya pemulihan COVID-19 dengan kebutuhan sektor lautan

- Kegiatan restorasi dan konservasi pesisir dan laut yang padat karya
- Program diversifikasi mata pencaharian



6. Kebijakan ekonomi biru

- Meningkatkan pengumpulan dan integrasi data perikanan, ekosistem, pariwisata, dan limbah
- Mengembangkan sumber baru untuk *blue financing*

Bank Ide

Permasalahan Laut



Pemerintah Indonesia melakukan beberapa upaya untuk pelaksanaan ekonomi biru. Upaya ini dibagi menjadi beberapa fokus. Berikut adalah ringkasan rekomendasi kebijakan yang bersumber dari laporan berjudul *Oceans for Prosperity: Reforms for a Blue Economy in Indonesia* yang dipublikasikan oleh World Bank (2021).

1. Perikanan berkelanjutan dan produktif

Efisiensi belanja publik

Pemerintah akan melakukan tinjauan belanja publik untuk sektor perikanan. Tujuannya agar permintaan pendanaan tahunan dan rencana kerja dari Kementerian Kelautan dan Perikanan dapat dilaksanakan dengan optimal. Selain itu, dengan efisiensi belanja publik, maka peluang dan potensi selanjutnya bisa lebih mudah teridentifikasi dan penyelarasan belanja dapat dilakukan dengan lebih produktif.

Lembaga pengelolaan perikanan

Dibentuknya lembaga ini memiliki fungsi untuk mendefinisikan peran dan tanggung jawab lintas tingkat pemerintah dalam mengatur Wilayah Pengelolaan Perikanan (WPP). Selain itu, lembaga pengelolaan perikanan juga berhak untuk memperbarui peraturan dan sumber daya manusia serta anggaran untuk operasional, termasuk lembaga pelaksana dan badan pembuat keputusan dan penasihat (misalnya Lembaga Pengelolaan Perikanan)

Izin penangkapan ikan

Menciptakan insentif untuk alokasi akses penangkapan ikan dalam batas-batas yang telah disepakati.

Data perikanan

Menilai dan meningkatkan sistem statistik untuk efisiensi biaya dan akurasi, memperluas cakupan geografis dan menyempurnakan informasi spesies (terutama spesies indikator daripada agregat spesies), dan mengoptimalkan penggunaan teknologi (pemantauan elektronik dan pelaporan elektronik). Melakukan sinkronisasi sistem informasi yang ada di dalam Kementerian Kelautan dan Perikanan, termasuk di dalam Pusat Data Statistik dan Informasi.

Mengembangkan rantai nilai perikanan

Fokus untuk mengembangkan investasi publik pada layanan dan infrastruktur yang memfasilitasi operasi dan investasi sektor swasta. Layanan dan infrastruktur ini antara lain berupa pelabuhan, gudang pendingin untuk penyimpanan ikan, dan pusat logistik. Standar investasi yang dilakukan harus berdasarkan strategi rantai nilai yang menentukan permintaan dan akses pasar, status stok, sumber daya manusia, dan layanan pendukungnya.

Pengelolaan perikanan berbasis hak

Mengembangkan kerangka hukum yang memuat hak istimewa dan tanggung jawab sumber daya laut, aturan alokasi hak, serta menetapkan lembaga yang bertugas memberikan hak istimewa tersebut. Hak istimewa untuk menangkap ikan ini bisa didapatkan oleh koperasi, komunitas, perusahaan, atau badan pengelolaan ikan lainnya. Pemberian hak bisa berupa stok atau kuota tangkapan atau hak wilayah. Hak istimewa ini bisa berlaku atau diberhentikan statusnya apabila tanggung jawab sosial atau lingkungan tidak dapat dipenuhi.

2. Pariwisata berkelanjutan

Pemantauan dampak pariwisata

Mendirikan Observatorium Pariwisata Berkelanjutan di lokasi pengembangan pariwisata yang sudah diprioritaskan. Di dalam observatorium ini terdapat data dampak lingkungan yang berkaitan dengan pariwisata. Dari data yang ada, analisis akan dilakukan terutama yang terkait penurunan atau kenaikan jumlah wisatawan serta dampak ekologi pariwisata yang terjadi.



Manajemen arus pengunjung

Mengelola arus pengunjung di laut dan pesisir yang berisiko terlalu padat pengunjung atau sudah menunjukkan tanda-tanda kerusakan lingkungan. Pengelolaan arus pengunjung dilakukan dengan upaya seperti sistem tiket dan harga secara elektronik, termasuk harga bertingkat, harga saat arus padat, aplikasi penjadwalan, atau batas pengeluaran minimum di tempat wisata yang bernilai tinggi.

Layanan bagi warga di sekitar lokasi wisata

Meningkatkan investasi pada infrastruktur dasar dan layanan publik seperti air, sanitasi, dan pengumpulan sampah untuk mengelola kerusakan lingkungan serta memenuhi kebutuhan dasar warga yang tinggal di sekitar lokasi wisata.

Pendekatan sistem untuk pembiayaan konservasi

Mengembangkan sistem tingkat provinsi atau nasional untuk memungut biaya pengunjung di daerah yang memiliki potensi dikunjungi oleh wisatawan dengan jumlah besar. Sebagian pendapatannya dialokasikan untuk mendukung kawasan konservasi yang tidak dapat menghasilkan pendapatan sendiri, sekaligus mengizinkan manajemen situs untuk menyimpan sebagian pendapatan untuk mendorong kinerja.

3. Pengelolaan pesisir

Pengelolaan Kawasan Konservasi Laut (KKP)

Melakukan investasi agar pengelolaan Kawasan Konservasi Laut (KKP) semakin efektif, termasuk di antaranya kapasitas sumber daya manusia; kapasitas pemantauan, pengendalian, pengawasan; infrastruktur kecil; dan keterlibatan masyarakat.

Program pesisir padat karya

Memperluas kegiatan restorasi pesisir dan laut secara padat karya, termasuk restorasi hutan bakau dan pembersihan pantai. Upaya ini dilakukan untuk menyediakan lapangan kerja jangka pendek selama resesi akibat COVID-19.

Pengumpulan data ekosistem

Menetapkan dan membuat sistem untuk memantau protokol pengambilan sampel bagi terumbu karang, hutan bakau, dan lamun secara jangka panjang.



Moratorium deforestasi hutan bakau

Memperluas lingkup dari izin penerbitan moratorium di hutan primer dan lahan gambut dengan memasukkan hutan bakau dalam kerangka *Reduced Emissions for Deforestation and Forest Degradation* atau Pengurangan Emisi untuk Deforestasi dan Degradasi Hutan untuk menarik pendanaan karbon.

Mata pencaharian pesisir dan dukungan bisnis

Mempromosikan mata pencaharian yang beragam dan pertumbuhan bisnis di masyarakat pesisir melalui pengembangan keterampilan bisnis, akses ke program keuangan, dan investasi dalam infrastruktur dan layanan. Pelatihan dan promosi bisnis dalam aktivitas di luar perikanan dapat mendukung upaya untuk mengurangi tekanan pada sumber daya laut atau pesisir.

Kadaster laut dan pesisir

Mengembangkan kadaster, sebuah daftar hak milik spasial yang mengidentifikasi hak milik atas wilayah tertentu, termasuk lokasi akuakultur dan fasilitas pariwisata, di atas wilayah laut dan pesisir, untuk mendukung perencanaan tata ruang.

4. Plastik Laut

Layanan pengelolaan limbah untuk area prioritas

Membuat sistem dan pengelolaan limbah dasar di area yang teridentifikasi sebagai hotspot limbah dan kawasan pariwisata, termasuk lokasi yang dekat dengan sungai besar dan garis pantai kritis. Sistem ini harus dilengkapi dengan peningkatan skema pendanaan pengelolaan limbah (retribusi) untuk pengumpulan dan pembuangan limbah. Ini membutuhkan panduan teknis bagi pemerintah kota dan kabupaten untuk merancang dan melaksanakan mekanisme pendanaan.

Pembersihan plastik pantai dan laut dangkal

Lakukan percontohan dan investasi dalam pembersihan yang hemat biaya untuk pantai prioritas dan pantai yang tercemar serta wilayah laut dangkal, dengan pembuangan limbah yang terkumpul secara tepat. Mendukung acara pembersihan yang diselenggarakan komunitas yang sedang berlangsung. Ilmu dan pemantauan warga, atau data dari STO, dapat digunakan untuk membantu menargetkan kegiatan pembersihan dan mengidentifikasi produk plastik yang paling mencemari saluran air dan pantai.



Plastik sekali pakai

Menerapkan aturan larangan penggunaan plastik sekali pakai dan kebijakan lain yang hemat biaya untuk plastik sekali pakai (seperti tas, kemasan makanan, sedotan) pada barang yang alternatifnya sudah tersedia dan terjangkau dalam jangka pendek serta produk lain dalam jangka menengah, didukung oleh rencana transisi untuk sektor yang terkena dampak.

Extended Producer Responsibility (EPR)

Mendukung penerapan melalui penguatan kelembagaan untuk pemantauan dan penegakan peraturan EPR 2019 yang mewajibkan produsen untuk mengurangi limbah yang dihasilkan dan mengelolanya melalui penggunaan kembali atau daur ulang.

Kampanye perubahan perilaku

Membangun dukungan bagi kebijakan dan program untuk mengurangi penggunaan plastik, meningkatkan perilaku dan kesadaran individu (misalnya, mendaur ulang), dan mengurangi penumpukan sampah.

Desain untuk sirkularitas

Mengembangkan standar teknis untuk meningkatkan kualitas plastik daur ulang, khususnya plastik food grade, dan mengurangi ketergantungan pada bahan mentah (bahan ekstraksi untuk industri, contohnya kayu, resin plastik, aluminium, timbal, dan lain-lain).

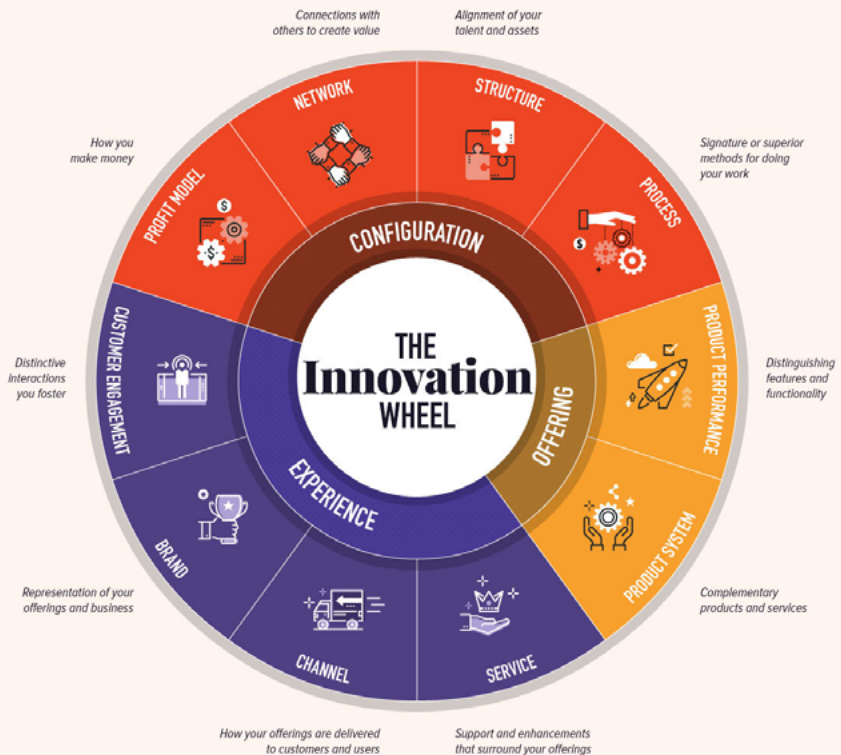
Dari kebijakan-kebijakan yang tertulis di atas, semoga bisa menjadi gambaran bagi kamu para pelaku startup untuk turut membantu atau menyukseskan program ekonomi biru dengan cara membuat solusi berbasis teknologi yang bermanfaat bagi masyarakat.

Tahukah Kamu?

UNDERSTANDING THE 10 Types of Innovation

New products are invented from scratch all the time, but this is merely one way to innovate.

According to innovation firm **Doblin**, most big breakthroughs in history comprise some combination of the following 10 types of innovation.



By tactically examining these 10 different types of innovation, you may uncover exciting new product opportunities – or you may change the business world forever.



[f](#)
[v](#)
[/visualcapitalist](#)
[t](#)
[@visualcap](#)
[visualcapitalist.com](#)

<https://www.visualcapitalist.com/10-types-of-innovation-the-art-of-discovering-a-breakthrough-product/>

Buku, Film, & Podcast

Telah dikurasi, tinggal diresapi, dinikmati,
dan dibagi pada teman-teman lainnya!



Pada edisi kali ini, kami telah memilih sumber-sumber inspirasi yang akan membantumu untuk menyelami tentang ekonomi biru lebih dalam. Kami harap, kamu dapat menemukan hal yang dapat diterapkan dalam karya-karyamu ke depannya!

Podcast



Startups for Good

Startups for Good adalah podcast yang membahas mengenai usaha yang berkembang pesat dan bernilai tinggi di era digital ini. Beberapa yang diundang ke podcast ini adalah pendiri perusahaan atau CEO, pembuat organisasi nirlaba pemula (*non-profit*), para investor atau donatur. Miles Lasater, sang pembawa acara, juga merupakan seorang investor dan pendiri startup.

DENGARKAN DI

startupsforgood.com



TED Business

Podcast yang tayang setiap Senin ini, merupakan podcast yang spesifik membahas bagaimana mencapai *objective* dari suatu bisnis dengan berbagai strategi seperti promosi, mengatur *smart goals*, dan mencari inovasi-inovasi baru agar bisnis kamu dapat mencapai kesuksesannya. Modupe Akinola of Columbia Business School sebagai host dari podcast ini juga menjelaskan mengenai bagaimana langkah menerapkan ide-ide inovatif tersebut dalam kehidupan berbisnis.

DENGARKAN DI

ted.com/podcasts/ted_business

HOW TO AVOID A CLIMATE DISASTER

THE SOLUTIONS WE HAVE AND THE
BREAKTHROUGHS WE NEED

BILL GATES

BILL GATES

How to Avoid a Climate Disaster

How to Avoid a Climate Disaster merinci transformasi yang diperlukan untuk membalikkan efek buruk dari praktik manusia yang merusak lingkungan selama beberapa dekade, seperti kerusakan ekosistem laut akibat penangkapan ikan yang bersifat eksploitatif dan tidak berkelanjutan. Melalui buku ini, Gates menghitung bahwa kita perlu menghilangkan 51 miliar ton gas rumah kaca dari atmosfer setiap tahun. Jika gagal, kondisi ini akan mengancam lebih dari 1,5 juta nyawa dan berpotensi menyebabkan angka kematian lima kali lebih banyak daripada flu Spanyol yang terjadi satu abad yang lalu.

THE BLUE ECONOMY

3.0

THE MARRIAGE
OF SCIENCE,
INNOVATION AND
ENTREPRENEURSHIP
CREATES A NEW
BUSINESS MODEL
THAT TRANSFORMS
SOCIETY

GUNTER PAULI

GUNTER PAULI

The Blue Economy

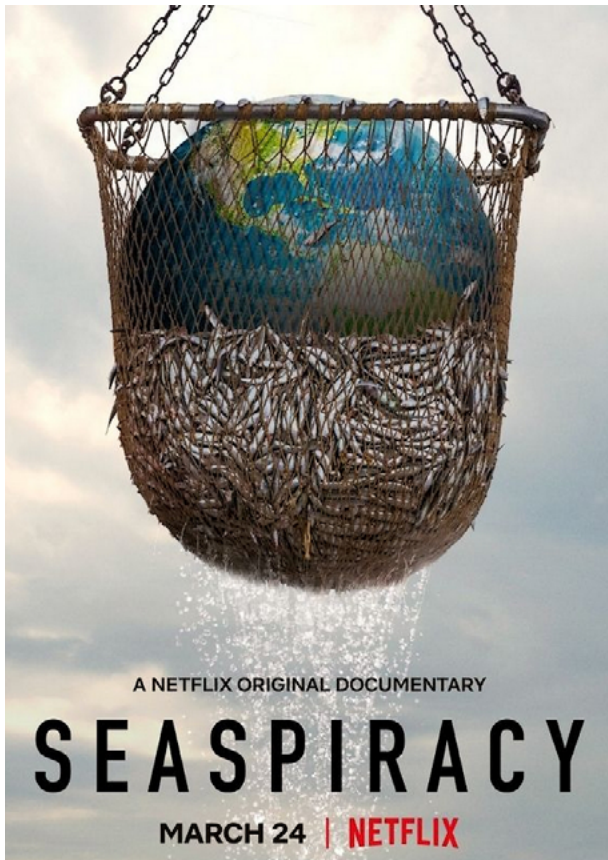
Bagaimana jika sumber daya laut tak lagi tersisa untuk manusia? Melalui buku ini, Dr. Pauli menjelaskan berbagai model ekonomi biru yang bisa diterapkan demi menjaga kelestarian sumber daya laut yang kian langka akibat eksploitasi. Lebih lanjut, Dr. Pauli menjelaskan bagaimana inovasi teknologi berbasis sains lingkungan dapat menjadi salah satu solusi untuk pengembangan sistem perekonomian biru yang ramah lingkungan serta beretika.



2011

Margin Call

Film ini menceritakan mengenai kebangkrutan suatu perusahaan keuangan besar di Amerika Serikat yang menyebabkan perusahaan tersebut harus menjual saham mereka berapapun harganya. JC Chandor, sang sutradara, berusaha untuk membuka mata penonton terhadap realita yang harus dihadapi oleh kita semua, ketika kita memutuskan untuk bermain di dunia saham. Pada akhirnya, film ini kembali mengingatkan kamu dan kita semua bahwa dalam permainan saham pun akan ada resiko tersendiri yang harus dihadapi, walaupun dewasa ini, permainan saham sedang sangat digeluti oleh generasi milenial.



2021

Seaspiracy

Mungkinkah lautan kita akan kosong di 2048 mendatang? Seaspiracy menjawab: sangat mungkin. Beranjak dari keresahan sang pembuat film Ali Tabrizi tentang sampah plastik yang lebih banyak menghuni lautan dibanding dengan ikan di dalamnya, Seaspiracy mengajak penonton untuk melihat lebih dalam tentang kondisi lautan yang semakin buruk akibat eksploitasi roda perekonomian manusia yang kerap abai terhadap kelestarian ekosistem dan biota laut.

RINTISAN



In-Depth

Mengelola Sumber Daya Laut dengan Teknologi

Selama dua dekade terakhir, *The Sustainable Seafood Movement* telah menunjukkan potensi pelaku pasar, antara lain konsumen, pengecer, pengolah, hingga nelayan, untuk mengelola sumber daya laut, terutama perikanan ke arah yang lebih baik. Saat ini, semakin banyak perusahaan yang punya peran aktif dalam mempromosikan makanan laut yang berkelanjutan, contohnya Walmart dan Tesco sebagai pengolah tuna terkemuka, melalui International Seafood Sustainability Foundation, dan 10 perusahaan makanan laut terbesar melalui *Seafood Business for Ocean Stewardship* (SeaBOS).

Begitu pula di sisi konsumen. Saat ini, perhatian konsumen semakin meningkat akan asal muasal ikan yang mereka konsumsi, seiring dengan peningkatan minat perusahaan dalam mengendalikan rantai pasokan. Di 2017, 66 perusahaan menandatangani Tuna 2020 Traceability Declaration. Perusahaan ini menandatangani perjanjian yang menyatakan bahwa semua tuna yang mereka beli sepenuhnya dapat dilacak pada tahun 2020.

Selain itu, lebih dari 30 perusahaan besar, termasuk SeaBOS telah bersepakat dalam

Global Dialogue on Seafood Traceability, dengan menyebutkan elemen data utama yang dikumpulkan di rantai pasokan dan membuat standar untuk platform Teknologi dan Informasi. Tujuannya untuk memastikan kemampuan sistem komputer untuk bertukar data dan menggunakan informasi dari hasil tangkapan laut. Untuk mencapai hal ini, maka teknologi seperti *blockchain* dan teknologi buku besar (*distributed ledger*) sangat dibutuhkan untuk mendukung penelusuran rantai pasokan berbasis IT.

Agar semakin memberikan gambaran tentang pemanfaatan teknologi dan kaitannya terhadap sumber daya laut, tabel berikut akan membantumu memberikan ilustrasi tentang penerapan teknologi dan manfaatnya:

Inovasi dalam Manajemen Menggunakan Teknologi	
	Pengelolaan Secara Otomatis dan Dinamis
Sensor	Sensor yang ditempatkan dan dapat diatur secara otomatis memungkinkan pengamatan terperinci mengenai kondisi laut saat ini.
Komunikasi Jaringan	Jaringan 5G dan satelit memungkinkan transmisi data laut tampil dalam kondisi sebenarnya ke pengelola atau pengguna lainnya.
Sistem Data	Data lakes dan jaringan federasi menyediakan akses ke data dari berbagai sumber yang diperlukan untuk mendukung manajemen agar lebih dinamis.
Memproses Data	Analisis pemodelan lanjutan mendukung pemrosesan dan analisis data yang mendekati kondisi sesungguhnya.
Perangkat yang Digunakan	Teknologi blockchain yang dikombinasikan dengan data sensor dapat digunakan untuk membuat kontrak dengan lebih canggih dan dapat mengotomatiskan keputusan manajemen.

logi

Integrasi Pengelolaan Laut	Pengelolaan Berbasis Hak	Memanfaatkan Pasar
Kendaraan otonom atau swatantra, <i>profiling floats</i> , dan <i>platform</i> sensor baru lainnya memungkinkan area lautan yang sebelumnya tidak terjangkau untuk dipelajari lebih lanjut.	Sensor dengan biaya yang rendah mendukung pengelolaan sumber daya laut oleh masyarakat.	Kode batang DNA dan alat bioteknologi lainnya dapat memverifikasi identitas produk di seluruh rantai pasokan.
Acoustic network, kabel observatorium dan satelit transmisi dapat menghubungkan sensor yang jauh menuju pantai.	5G dan jaringan seluler memungkinkan nelayan dan pengguna sumber daya lainnya untuk mengakses dan berpartisipasi dalam pengelolaan sumber daya.	Aplikasi yang menggunakan <i>blockchain</i> dapat membuat catatan pergerakan produk yang tidak dapat diubah.
Data <i>lakes</i> dapat memberi ilmuwan akses ke data yang tidak terstruktur untuk mendukung berbagai jenis analisis.	Jaringan data lokal memungkinkan pengguna sumber daya untuk berbagi dan mengakses data yang relevan tentang penggunaan dan kondisi sumber daya.	Jaringan data gabungan memungkinkan industri untuk berbagi data yang relevan dengan tetap menghormati privasi dan kepemilikan data.
Pembelajaran mesin memungkinkan analisis baru atas kumpulan data yang besar dan berbeda dengan data sebelumnya.	Pemodelan dapat memprediksi penggunaan dan alokasi sumber daya dengan lebih baik.	Pembelajaran mesin dapat digunakan untuk menganalisis besar volume dari informasi industri untuk penyesuaian.
Visualisasi kondisi laut yang mendekati keadaan sebenarnya memberikan informasi penting bagi pengelola.	Peta harian berdasarkan data yang baru dan pemodelan digunakan dalam perikanan untuk memaksimalkan tangkapan dan mengurangi jumlah tangkapan yang harus dilindungi.	Aplikasi dan alat lainnya menerangi rantai pasokan untuk konsumen di tempat penjualan.

Teknologi yang kian berkembang juga menghasilkan proses transparansi yang semakin meningkat. Saat ini, data dan informasi bisa didapatkan hampir sama dengan kondisi yang sebenarnya (real time), seperti di mana kapal menangkap ikan dan apa saja hasil tangkapannya, hingga proses rantai pasokan dan pendistribusian ikan ke supermarket.

Teknologi canggih lainnya yang dapat dimanfaatkan untuk mengelola sumber daya laut adalah kecerdasan buatan (artificial intelligence) dan pembelajaran mesin (machine learning) yang digunakan untuk memproses data dari monitor video dan satelit dan memantau aktivitas

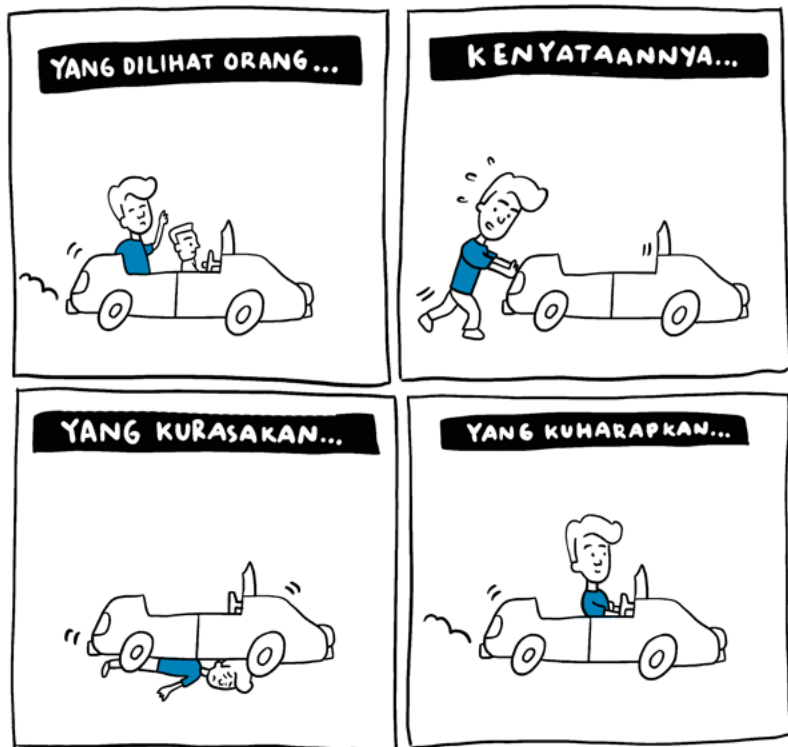
penangkapan ikan. Proses ini bisa dilakukan secara transparan melalui pemantauan alat genetik, sensor dan tag elektronik, serta kode QR yang bisa digunakan untuk melacak ikan dan melakukan verifikasi spesies hasil tangkapan.

Adanya penerapan teknologi dan sistem berbasis IT ini memungkinkan pembeli seperti pengolah dan pengecer bisa memastikan bahwa ikan yang mereka beli adalah hasil tangkapan legal dan memenuhi standar lingkungan serta sosial. Tidak hanya itu saja, informasi yang bisa didapatkan oleh pelanggan akhir atau konsumen ritel seperti rumah tangga juga sangat berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian.

Tentu saja dengan penerapan teknologi dan sistem berbasis IT akan memberikan banyak manfaat bagi para pelaku industri hingga konsumen akhir karena proses transparansi dan standar legalnya sudah memenuhi syarat, sehingga saat mengkonsumsi ikan dan tangkapan laut akan memberikan rasa nyaman karena ikut memberdayakan sumber laut secara bijak dan sesuai standar.

Komik Lika-Liku *Founder* Startup

EKSPEKTASI vs REALITA: MEMBUAT STARTUP



10 STARTUP TERPILIH BATCH 4



Sebuah pasar online dan TPI (tempat pelelangan ikan online) untuk memperluas pasar agar memudahkan dalam mencari pelanggan, serta memberikan rekomendasi untuk informasi tentang produk ikan berdasarkan musim dan hasil tangkapan nelayan.

Surabaya



Platform marketplace *freelancer* dengan harga transaksi yang murah dan cara transaksi yang aman. Ditambah layanan edukasi untuk *freelancer* maupun user yang akan melakukan transaksi secara rutin.

Bali



Mengkompilasi dan menampilkan 5000+ database produk terbaik di marketplace, lengkap dengan data historikal penjualan, performa toko, dan data pendukung lainnya dalam satu *dashboard*. *Filterable*, *sortable*, dan mudah digunakan.

Malang



Sebuah marketplace dan *enterprise procurement solution* yang fokus untuk industri maritim atau perkapalan.

Jakarta



Aplikasi penyewaan perlengkapan bayi dan ibu menyusui, di mana barangnya berasal dari ibu rumah tangga yang punya perlengkapan bayi atau ibu menyusui yang masih layak pakai tapi sudah tidak digunakan lagi.

Pontianak

Tonton presentasi mereka di:

1000startupdigital.id/demoday-4

10 STARTUP TERPILIH BATCH 4



Mempertemukan pasien penyakit kronis dengan dokter spesialis secara telekonsultasi menggunakan teknologi audio visual yang mensimulasikan ruang praktek virtual dokter.

Bandung



Solusi alat penghemat listrik otomatis berbasis IoT (*Internet of Things*) dengan 3 mode pilihan yaitu manual, jadwal, dan otomatis sehingga pengguna dapat menghemat listrik hingga 55%.

Malang



Untuk membantu kewajiban sertifikasi kelas pra-nikah di Indonesia bersama pemerintah, dibutuhkan platform edukasi dan konseling dengan akses yang mudah dan terjangkau sehingga mampu meningkatkan kualitas keluarga Indonesia.

Yogyakarta



Platform tes dan konsultasi karier yang dibimbing oleh psikolog maupun profesional sehingga dapat menuntaskan permasalahan karier yang terjadi saat ini.

Bali



Memberdayakan perempuan berusia 18-35 tahun untuk memahami dan menjaga kesehatan mereka dengan membangun platform terintegrasi satu atap yang menyediakan: pendidikan juga pengiriman kebutuhan kesehatan seksual & reproduksi ke rumah.

Jakarta

Tonton presentasi mereka di:

1000startupdigital.id/demoday-4

In-Depth

Bingung saat Membangun MVP? Ini 5 Pertanyaan yang Bisa Kamu Jadikan Panduan



Dalam tahapan membangun startup, ada satu fase penting yang tidak boleh dilewatkan, yaitu membangun *Minimum Viable Product* atau yang biasa disebut dengan MVP. MVP adalah sebuah ringkasan dari fitur paling sederhana yang berfungsi sebagai produk itu sendiri dan bisa memecahkan inti masalah dari pelanggan.

MVP juga disebut versi paling minimal dan dapat memenuhi kebutuhan pasar secara akurat. Tujuan diciptakannya MVP adalah mendapatkan wawasan dari pelanggan secara valid dan tahu apa yang pelanggan benar-benar butuhkan, dengan sumber daya sekecil mungkin.

Lalu, apa saja yang harus dipersiapkan saat kamu dan tim sedang membangun MVP? Berikut adalah lima pertanyaan yang membantumu dalam membangun MVP.

1. Apakah kamu sudah mengenal pelanggan lebih jauh?

Seperti apa pelangganmu? Apa yang mereka butuhkan?

Hal apa saja yang mereka suka dan tidak suka?

Produk seperti apa yang bisa menjawab keresahan mereka?

Beberapa daftar pertanyaan di atas memberikanmu gambaran tentang seberapa jauh kamu sudah mengenal pelanggan. Karena, inti dari bisnis startup adalah memusatkan perhatian pada pelanggan, bukan hanya berfokus pada pengembangan produk saja. Melainkan, pengembangan produk dan pengembangan pelanggan harus dilakukan beriringan, tanpa harus mengabaikan salah satunya.

Buatlah MVP dengan tujuan untuk mengenal apa yang sebenarnya pengguna

inginkan dari produkmu. Pastikan MVP yang kamu buat sudah sesuai dengan permintaan pasar. Menurut CB Insights, 42% startup gagal karena mereka menciptakan produk yang tidak sesuai dengan permintaan pasar. Jadi, pastikan kamu tidak terjerumus di lubang tersebut dengan memaksimalkan MVP. Rahasia lainnya dari penciptaan MVP, kamu sekaligus bisa mengumpulkan masukan dari pelanggan dan melakukan validasi nilai proposisi.

HYPOTHESIS

2. Apa yang menjadi fokus dari hipotesismu?

Menurut metodologi *Lean Startup*, produk pada dasarnya adalah sekumpulan hipotesis yang belum divalidasi oleh pasar. Tugasmu saat sedang membangun MVP adalah memperkecil fokusmu ke dalam satu

atau dua ide utama untuk pengembangan produk. Istilahnya, kamu harus 'tega' membuang ide-ide lain yang tidak relevan untuk memastikan kamu bisa mendapatkan hipotesis yang tepat.

3. Apakah MVP-mu sudah benar-benar minimal dari segi biaya dan waktu?

Fungsi dari dibuatnya MVP adalah meminimalkan risiko terlalu banyak 'membuang' waktu dan biaya. Artinya, semakin minimal atau semakin sedikit fitur dari MVP, maka semakin sedikit biaya yang diperlukan dan waktu yang

dibutuhkan. Bagaimanapun, *founder* harus menekan egonya untuk tidak terlalu banyak memasukkan fitur ke dalam MVP. Selain itu, terlalu banyak fitur tambahan justru akan membuat tanggal peluncuran menjadi semakin lama.

4. Sepertinya semua fitur penting, bagaimana memilih fitur utama ke dalam MVP?

Realitanya, tidak ada satu buku pun yang menjelaskan secara rinci bagaimana langkah paling sempurna saat membangun MVP. Alih-alih mengejar kesempurnaan, akan lebih baik jika kamu fokus untuk mengkategorikan fitur apa saja yang harus

dimasukkan ke dalam MVP. Bagaimana caranya? Bagilah ide-ide tentang fiturmu ke dalam dua kategori, yaitu **fitur yang harus ada** dan **fitur yang sebaiknya ada**, dan fokuslah terlebih dahulu untuk memasukkan fitur yang harus ada ke MVP.



5. Apa MVP-mu sudah memberi kesempatan pengguna untuk memberikan umpan balik?

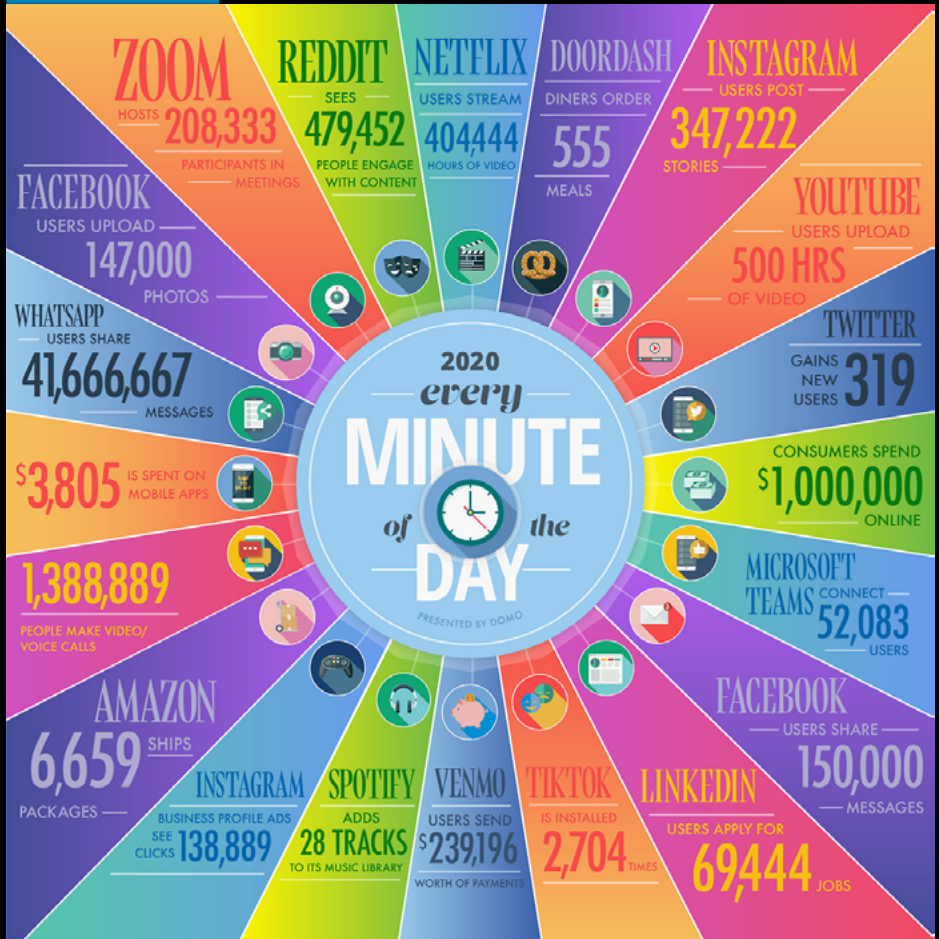
Pada akhirnya, semuanya kembali ke pengguna. Jadi, pastikan bahwa MVP milikmu memudahkan pengguna untuk memberikan umpan balik. Tujuannya, apalagi jika bukan memudahkanmu dan tim

dalam mengembangkan produk ke tahap selanjutnya berdasarkan data valid dari pelanggan. Salah satu contoh umpan balik pengguna adalah melalui fitur tombol “beri masukan dan penilaian” dan sejenisnya.



Ketika kamu sudah dapat menjawab daftar pertanyaan di atas, saat ini adalah waktu yang tepat bagimu untuk menyelesaikan MVP yang relevan bersama dengan tim kesayangan. Jadi, selamat membangun MVP-mu, ya!

Tahukah Kamu?



The world's internet population is growing significantly year over year. As of April 2020, the internet reaches 59% of the world's population and now represents 4.57 billion people — a 6% increase from January 2019.



GLOBAL INTERNET POPULATION GROWTH 2014–2020
(IN BILLIONS)

As the world changes, businesses need to change with the times—and that requires data. Every click, swipe, share or like tells you something about your customers and what they want, and Domo is here to help your business make sense of all of it. Domo gives you the power to make data-driven decisions at any moment, on any device, so you can make smart choices in a rapidly changing world.

Learn more at domo.com

SOURCES: STATISTA, VISUAL CAPITALIST, BUSINESS INSIDER, GAMESPOT, TECHCRUNCH, OMNICORE AGENCY, DOORDASH, BUSINESS OF APPS, NEW YORK TIMES, MUSIC BUSINESS WORLDWIDE, INC., THE VERGE, INC., HOOTSUITE, DUSTIN STOUT, REDDIT, UBER, AMAZON, VOX



<https://www.visualcapitalist.com/10-types-of-innovation-the-art-of-discovering-a-breakthrough-product/>

Rahasia Pemasaran Konten yang Efektif

Pernahkah kamu membaca lebih lanjut sebuah berita karena melihat judulnya yang menarik? Atau, pernahkah kamu mencari informasi lebih di akun merek tertentu karena berhasil mendapatkan manfaat dari postingan mereka?



Jika kamu pernah mengalaminya, maka kamu sebenarnya sudah menjadi audiens dari pemasaran konten atau yang disebut dengan *content marketing*.

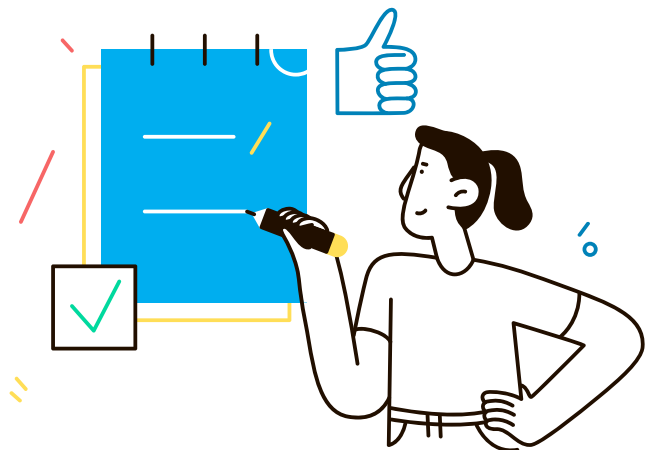
Menurut The Content Marketing Institute, pemasaran konten adalah pendekatan pemasaran yang berfokus pada pembuatan dan pendistribusian konten yang berharga, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens yang ditentukan dengan tujuan untuk mendorong pelanggan mengambil tindakan yang menguntungkan.

Lalu, untuk dapat melaksanakan pemasaran konten, pada dasarnya kamu harus melakukan beberapa cara, agar kontenmu tepat sasaran dan berhasil mendorong pelanggan untuk mengambil tindakan yang menguntungkan.

Di bawah ini ada beberapa rahasia yang bisa kamu lakukan untuk mendapatkan pemasaran konten yang efektif:

Mengapa Startupmu Harus Membuat Konten?

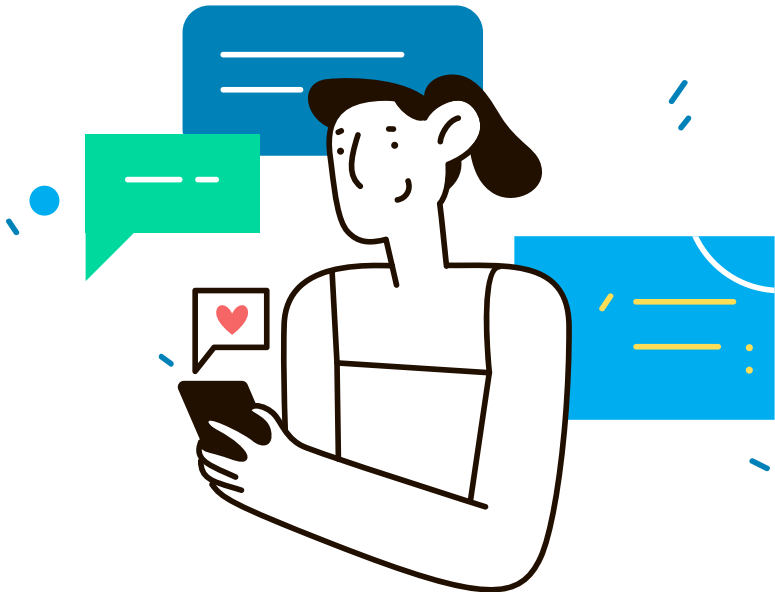
Itu adalah langkah pertama yang harus ditentukan terlebih dahulu. Tanpa adanya niat dan tujuan tentang bagaimana konten harus dibuat, maka konten yang akan dibagikan juga akan kehilangan maknanya. Tanpa adanya strategi dan tujuan, maka akan percuma jika menghasilkan banyak konten tapi tidak sesuai pesannya dan tidak sampai di audiens yang tepat.



Pemasaran Konten untuk Pelanggan

Sama seperti pengembangan produk, maka pembuatan pemasaran konten juga harus fokus ke pelanggan. Misalnya, kamu sebaiknya tahu alasan mengapa pelangganmu membaca atau mengonsumsi konten yang kamu bagikan?

Salah satu tips pemasaran konten yang bisa kamu coba adalah mencari titik tengah antara apa yang dibutuhkan pelanggan dengan tujuan bisnis yang ingin kamu capai. Dengan ini, maka pemasaran konten yang dilakukan akan mencapai efek yang tepat sasaran dan berhasil merebut perhatian pelanggan.



Kombinasikan Pemasaran Konten Sesuai Waktunya

Membuat konten yang sesuai dengan tren? Tentu saja tidak masalah jika kamu ternyata berhasil mendapatkan respon pelanggan (baik itu berupa likes, pengikut baru, hingga konversi pembelian).

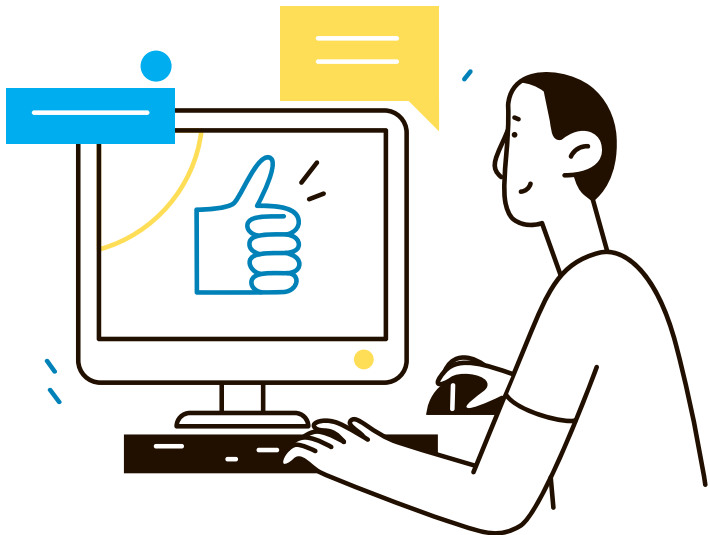
Konten yang memanfaatkan tren seperti ini biasa disebut dengan *trendjacking* atau *newsjacking*. Akan tetapi, konten *trendjacking* memiliki kelemahan yaitu sangat bergantung pada waktu tertentu saja. Untuk itu, kamu harus membuat konten dengan kombinasi banyak konten yang bersifat timeless (tidak lekang oleh waktu) dan beberapa konten dengan tema *trendjacking*.



Konsisten adalah Kunci

Hal yang paling menantang saat melakukan pemasaran konten adalah konsistensi. Ibaratnya, konsistensi seperti membuat konten dalam tempo yang ditentukan tanpa henti. Bayangkan jika kamu harus melakukan lari maraton tapi tidak ada garis finishnya, mungkin itulah analogi yang tepat jika kamu sudah berniat untuk membangun pemasaran konten.

Akan lebih baik jika kamu mempublikasikan konten dua kali seminggu selama 6 bulan dan ditingkatkan menjadi tiga kali seminggu selama setahun, daripada membuat konten empat kali seminggu selama 3 bulan dan kemudian berhenti. Untuk itu, sangat penting untuk membuat perencanaan konten dan menentukan ritme kerja yang tepat dalam tim sehingga kamu tahu betul, kapan waktu yang tepat untuk membuat konten yang konsisten.



Mengembangkan Konten Sama dengan Mengamati Hasil Pengukuran

Kamu sudah membuat konten secara konsisten, lalu apa langkah selanjutnya? Dari sini, kamu bisa mengamati hasil pengukuran dari konten-konten lama yang pernah dipublikasikan.

- ☑ **Berapa orang yang tertarik dengan konten A, B, C, dan D?**
- ☑ **Apakah konten seperti ini cocok diterapkan di bulan yang berbeda?**
- ☑ **Apakah ada peningkatan trafik?**
- ☑ **Berapa jumlah orang yang membagikan postingmu?**
- ☑ **Dan masih banyak lagi indikator pengukuran yang bisa membantu untuk mengembangkan strategi konten berikutnya.**

Sebagai catatan penutup, jangan pernah takut untuk melakukan eksperimen dalam membuat konten, karena bagaimanapun, pemasaran konten harus melalui proses *trial and error* sampai menemukan pola dan strategi yang tepat bagi startupmu.

Tahapan saat Startup PDKT ke Investor

Investor mencari startup yang tepat untuk bisa diajak kerja sama. Lantas, apakah startup yang tepat itu adalah milikmu?

Berikut ini adalah tahapan yang pada umumnya dilakukan investor saat melakukan PDKT atau pendekatan ke startup. Cek terlebih dahulu agar kamu semakin siap, ya!



1. Buat daftar investor yang relevan dengan startupmu

Cari tahu investor mana saja yang memenuhi syarat untuk startupmu. Alasannya, tidak semua investor cocok untuk mendanai sebuah startup. Untuk itu, kamu harus membuat daftar investor yang sekiranya paling cocok. Mempersempit daftar investor yang relevan sama artinya dengan memperbanyak peluang kecocokan

dibandingkan memasukkan semua investor ke dalam daftarmu. Sebagai contohnya, jika kamu mencari investor dari *venture capital*, kamu dapat mencari website dari *venture capital* tersebut dan pelajari jenis startup seperti apa sajakah yang mereka pernah dani.

2. Berkenalan lewat e-mail

Selanjutnya, kamu bisa menghubungi investor-investor yang sudah ada dalam daftarmu melalui surat elektronik. Tantangannya adalah, kamu harus bisa membuat investor tertarik untuk mempelajari seluk beluk startupmu. Karena, jika mereka tertarik,

maka pada umumnya investor akan segera menghubungimu atau meminta informasi lebih lanjut tentang startupmu. Berikut adalah tips dalam merancang surat elektronik untuk ditujukan pada investor:

Hindari:

- Paragraf yang panjang, terutama jika tidak berpoin atau diformat dengan baik agar nyaman dibaca dengan cepat.
- Salah eja / tanda baca salah.
- Membuang-buang waktu pada investor yang tidak berinvestasi pada jenis bisnis yang sejalan dengan industri kamu. Selain itu, sebaiknya pastikan bahwa investor tidak memiliki investasi pada kompetitor startupmu dalam portofolionya.

Lakukan ini:

- Subjek email harus jelas agar investor tertarik membuka emailmu.
- Pastikan isinya tidak bertele-tele dan spesifik tentang kebutuhan startup kamu.
- Berikan angka dan statistik, dengan itu, investor dapat membayangkan progres startupmu cepat.
- Jelaskan dengan jelas diferensiasi / proposisi nilai unik startupmu.



3. Investor mulai mengulik info

Sebelum investor menghubungi, mereka pasti meneliti dan mencari informasi lebih jauh tentang startupmu. Maka, kamu harus menyiapkan situs perusahaan yang memuat informasi lebih lengkap tentang perusahaan, produk, atau layanan yang kamu tawarkan. Oleh karena itu, sebaiknya kamu juga memberikan tautan ke alamat situs perusahaan saat mengirimkan penawaran lewat surat elektronik. Catatan penting lainnya, rapikan

profil diri para *founder* di internet, seperti media sosial atau blog pribadi, karena ini juga tidak lepas dari pengamatan investor. Umumnya, dalam melihat pengalaman kerja atau bisnis seseorang, investor akan mengevaluasi profil media sosial LinkedIn orang tersebut. Jadi, pastikan kamu memiliki profil LinkedIn yang lengkap dan berkesan profesional, ya.

4. Investor menghubungi

Ketika investor sudah melabuhkan hatinya di daftar startup yang mereka incar, mereka tidak akan segan untuk menghubungi dan meminta info lebih lanjut. Untuk itu, sebaiknya kamu sudah menyiapkan *executive summary* dan *pitch deck*.

Pada intinya, apa yang ada di dalam *executive summary* dan *pitch deck* adalah sama. Bedanya, *executive summary* ditulis dalam bentuk narasi atau dokumen sepanjang 2-3

halaman yang menjelaskan tentang setiap bagian atau bab tentang startup dan produk. Sedangkan *pitch deck* ditulis dalam format yang berbeda, berupa poin-poin utama dan grafik atau ilustrasi yang menarik ke dalam halaman presentasi. Tuliskan profil singkat para *founder* dan tim, masalah yang ditemui, solusi, produk yang ditawarkan, ukuran pasar, persaingan di pasar, detail pembiayaan, strategi pemasaran, dan lain-lain secara singkat namun padat.

5. Investor mengatur pertemuan

Saatnya untuk *pitching*! Di tahap ini, investor akan menawarkan pertemuan untuk membahas lebih lengkap dalam sesi presentasi. Mungkin hal ini adalah yang pertama kali akan kamu alami, atau bisa juga jadi kesempatan yang kesekian kalinya. Untuk itu, latihan presentasi dan melakukan simulasi sangat penting untuk mematangkan proses persiapan. Siapkan

pitch deck secara cermat dan pastikan semua yang tertulis tidak ada yang keliru. *Pitch deck* yang baik justru memiliki konten yang tidak terlalu banyak karena presentasi hadir untuk mendorong terciptanya diskusi, bukan untuk menghabiskan waktu membaca *slide* demi *slide* di hadapan investor.

6. Investor mengikat kesepakatan

Ini tahapan selangkah menuju proses *dealing*. Pada umumnya, mereka akan meminta rencana bisnis dengan lebih lengkap yang memuat posisi kompetitor, perincian dari strategi pemasaran, atau bagaimana rencana produk ke depannya.

Selain itu, kamu juga harus menyiapkan laporan keuangan yang menjelaskan penggunaan hasil dan bagaimana caramu menghasilkan uang di masa depan. Ingatlah untuk memasukkan

daftar arus pendapatan (*revenue stream*) dan model bisnis yang digunakan, ya.

Selanjutnya, kamu juga bisa menyiapkan *capitalization table* atau tabel yang berisi persentase kepemilikan perusahaan. Jangan lupa untuk selalu menyiapkan semuanya dengan cermat dan membaca dengan teliti penawaran dan kontrak dari investor sebelum kamu dan tim menandatangani persetujuan kerja sama lebih lanjut.



Itulah tadi tahapan yang pada umumnya dilakukan investor saat akan melakukan kerja sama dengan startup. Semua tahapan di atas bukan menjadi jaminan bahwa startupmu bisa *deal* dengan investor. Akan tetapi, dengan adanya persiapan yang matang dan rinci, maka kamu akan punya peluang lebih banyak untuk memenangkan hati para investor.

Aruna: Bersama Bikin Nelayan Berdaya



ELEVATOR PITCH

Aruna is an integrated fisheries commerce in Indonesia.

VISION

Making the sea a better livelihood for all.

FOUNDER

Farid Naufal Aslam, Indraka Fadhlillah,
dan Utari Octavianty

DIDIRIKAN

2015

INDUSTRI

Perikanan

JUMLAH TIM

± 180 orang

FASE PENDANAAN

Series B

Kali ini, Rintisan mewawancarai Utari Octavianty, salah satu founder startup Aruna yang berkecimpung di bisnis perikanan digital di Indonesia.

Pada mulanya, bagaimana cerita latar belakang dalam membuat Aruna?

Apa visi yang ingin dicapai oleh Aruna?

Aruna didirikan pada tahun 2015 oleh tiga orang, yakni saya sendiri, Farid Naufal Aslam, dan Indraka Fadhlillah. Kami bertiga merupakan teman satu universitas di kota Bandung dan kebetulan memiliki perhatian dan kekhawatiran yang sama terkait industri perikanan di Indonesia. Kami melihat bahwa Indonesia memiliki potensi kemaritiman yang sangat besar, secara 70% luas negara ini merupakan lautan. Tetapi kami

kebingungan karena di kota-kota yang jauh dari pesisir, seperti Bandung, masih sulit untuk mengonsumsi seafood segar.

Sewaktu kami pelajari lebih jauh, kami menemukan kenyataan yang bertolak belakang. Meskipun Indonesia memiliki potensi kemaritiman yang besar, sayangnya 25% masyarakat yang tinggal di pesisir pantai berkontribusi cukup banyak terhadap angka kemiskinan di Indonesia.

Selain karena alasan tersebut, kami memutuskan untuk merintis startup di bidang perikanan karena dua dari tiga founder Aruna berasal dari daerah pesisir. Saya dari pesisir Balikpapan, Kalimantan Timur, sedangkan Indraka berasal dari daerah Indramayu-Karawang, Jawa Barat. Karena kami berasal dari pesisir dan belajar tentang teknologi ketika kuliah, kami jadi berpikir

bagaimana memecahkan masalah di industri ini. Akhirnya, pada saat itu muncullah ide untuk menghubungkan kelompok nelayan untuk mendapatkan pembeli serta akses pasar yang lebih baik, sehingga pendapatan para nelayan meningkat dan kehidupan mereka dapat menjadi lebih sejahtera.



Apa visi yang ingin dicapai oleh Aruna?

Aruna memiliki visi *‘making the sea a better livelihood for all’*, yang berarti kami ingin menjadikan laut Indonesia sebagai sumber kehidupan yang lebih baik untuk semua. Karena sebagian besar luas Indonesia adalah laut, kami ingin dengan adanya sumber daya ini, masyarakat yang hidup disekitarnya dapat menjalani kehidupan yang lebih baik. Maka dari itu, kami juga sering mengampanyekan bahwa laut itu ada dan diciptakan untuk semua orang. Serta untuk menjadikan Indonesia sebagai negara yang kian berkembang karena potensi kemaritimannya.

Sebelum membuat startup, apa pekerjaan/ kegiatan Anda sebelumnya?

Mengapa memutuskan untuk membuat startup?

Saya belum pernah bekerja sebelum mendirikan Aruna, karena pada tahun 2015 itu kami masih duduk di bangku kuliah. Meskipun sebelum memulai Aruna kami sudah beberapa kali membangun bisnis. Ada bisnis yang dijalani bersama-sama bertiga, ada juga yang secara

individual. Para founder Aruna ada yang pernah punya startup, bisnis konveksi, maupun bisnis dengan keluarga di rumah. Mungkin latar belakang kami bertiga yang cukup familiar dengan kegiatan kewirausahaan membuat kami lebih yakin dan maju terus membangun Aruna.

Apa tantangan terbesar yang dihadapi saat tahun pertama merintis Aruna? Apakah tantangan tersebut sudah diprediksi sebelumnya, atau di luar prediksi?

Sewaktu mendirikan Aruna, modal kami berasal dari ikut lomba-lomba dan kompetisi, sehingga jumlahnya pun terbatas. Sudah dari kompetisi, kami pernah kena tipu pula. Dan jika hanya terpaku dengan modal, tentu kami tidak akan punya alasan lagi untuk melanjutkan bisnis ini. Namun, saat itu kami bertiga sama-sama berpikir kalau bisnis ini harus tetap dilanjutkan. Karena kami yakin kalau bukan kami yang mengembangkan, siapa lagi yang mau merealisasikan? Sementara sewaktu kami ke lapangan dan mengobrol dengan para nelayan, harapan mereka sudah banyak terhadap kami. Akhirnya kami memutuskan untuk *bootstrapping*, semua dikerjakan demi mengumpulkan modal supaya transaksi bisnis bisa terus berjalan.

Ketika mulai berjalan, tantangan selanjutnya adalah mendapatkan kepercayaan orang lain. Karena kami memulai usaha ini di usia yang cukup muda dan belum lulus kuliah, tidak mudah bagi kami meyakinkan ke pihak-pihak lain,

terutama para nelayan, untuk mau bergabung menjadi stakeholder Aruna. Yang kedua, pastinya ada keterbatasan dari sisi akses yang kami miliki. Akses jejaring yang masih minim, tidak adanya modal, serta harus turun ke lapangan mempromosikan Aruna juga menjadi hal yang menantang. Kami memang sudah memprediksi bahwa akan terjadi masalah-masalah seperti itu, tapi kami tetap coba jalani terlebih dahulu.

Selain itu, dalam bisnis ini, lebih sulit mengumpulkan dan mengedukasi nelayan untuk mau menjadi mitra Aruna daripada mencari calon konsumen. Karena para nelayan ini tersebar di berbagai pulau, pesisir, dan banyak yang berada di daerah 3T (Terluar, Tertinggal, Terdepan) yang infrastrukturnya saja masih minim. Jadi jumlah nelayan yang mengerti teknologi pun masih sedikit jumlahnya. Untuk hal ini, kami menggunakan skema *local heroes* di beberapa daerah. *Local heroes* ini merupakan anak muda pesisir, anak nelayan, atau anak muda yang tidak

ingin bekerja di kota dan mau kembali ke desanya untuk berkontribusi. Mereka kami titipkan aplikasi Aruna untuk mengumpulkan data

nelayan, mensosialisasikan perihal sustainable fishing, quality control, sekaligus menjadi group manager dari para nelayan di daerah itu.

Bagaimana perkembangan Aruna saat ini?

Apa yang sedang fokus dikerjakan Aruna sekarang?

Saat ini Aruna sedang fokus memperbanyak titik-titik suplai, atau titik-titik lokasi nelayan yang bisa diajak bergabung di Aruna. Kami sedang ekspansi ke beberapa pulau, seperti Maluku, Nusa Tenggara, dan beberapa daerah di Indonesia Timur dan pulau Jawa. Selain itu, tahun ini kami juga sedang memperluas jaringan ke beberapa konsumen dengan melakukan ekspansi ke beberapa negara, serta menambah varian produk. Sejauh ini top product Aruna adalah kepiting rajungan dan lobster, dan tahun ini kami akan menambah jenis ikan-ikan juga.

Kalau terkait dengan model bisnis, konsumen Aruna saat ini banyaknya masih B2B (*business to business*). Karena dengan skala pembelian yang besar, kami bisa mengirimkan ke pulau atau negara tertentu. Sedangkan untuk pembelian

skala kecil, kami masih dalam percobaan selama setahun sejak pandemi COVID-19, dengan bekerjasama dengan beberapa e-commerce untuk memasarkan hasil tangkapan nelayan di cakupan daerah Jabodetabek.

Saingan Aruna saat ini adalah perusahaan-perusahaan perikanan konvensional. Kalau di daerah kecil biasanya ada tengkulak yang mengumpulkan hasil tangkapan nelayan dan mengatur permodalan nelayan. Namun para tengkulak ini membeli hasil laut dengan harga rendah atau bahkan dihutangkan terlebih dahulu, sehingga para nelayan tidak begitu mendapat banyak keuntungan dan taraf hidupnya rata-rata masih berada di bawah garis kemiskinan

Apa keunikan utama yang ditawarkan

Aruna bagi penggunanya?

Dibandingkan para kompetitornya, Aruna menawarkan para nelayan akses market yang lebih baik. Para tengkulak yang ada biasanya hanya bisa memberikan akses market lokal, atau yang paling jauh dijual ke Jakarta. Sedangkan Aruna langsung menyambungkan kelompok nelayan ini ke pembeli akhir yang lokasinya tidak terbatas di Indonesia saja, misalnya restoran di Singapura, hotel, atau pabrik di Amerika. Dampak dari hal ini, nelayan bisa mempunyai pendapatan

yang lebih baik dari sebelumnya, sehingga taraf hidup mereka pun dapat semakin meningkat.

Selain itu, Aruna juga membantu para nelayan mengetahui harga estimasi yang akan diterima, karena kami memiliki data standar harga yang diminta oleh konsumen dan informasi terkait regulasi internasional, faktor musim, dan hal lain yang mempengaruhi perubahan harga. Dari situ harga akan diolah di sistem Aruna dan diinformasikan kepada nelayan.

Apa hal yang paling berpengaruh besar pada pertumbuhan Aruna?

Yang pasti, misi dari Aruna itu sendiri. Karena tanpa misi dan objektif yang jelas, modal yang kami miliki bisa digunakan tidak pada tempatnya dan tidak menghasilkan sesuatu yang produktif. Selanjutnya adalah anggota tim yang mengerjakan *core business* di Aruna. Semakin Aruna bertumbuh, kunci keberhasilan Aruna bukan lagi di founders nya saja, tapi juga semua tim yang ada di dalamnya. Oh ya, tim kami disebut dengan Nakama Aruna. Awalnya tim hanya berjumlah tiga orang, siapa lagi kalau bukan founders nya sendiri yang mulai implementasi bisnis di awal-awal, datang ke lapangan, dan mengerjakan semuanya sendiri. Sekitar 1 tahun kemudian, di 2016, beberapa mahasiswa magang yang mau turut membantu kami ajak bergabung di Aruna. Hingga tahun 2017 ketika bisnis sudah sedikit *established*, barulah kami punya karyawan sendiri.

Apa pencapaian terbesar yang pernah diraih Aruna?

Kami selalu berharap untuk dapat mencapai hal baru lagi dan lagi di setiap tahunnya. Tapi untuk saat ini, pencapaian terbesar Aruna adalah semakin banyak daerah dan nelayan yang bergabung di Aruna. Ditambah lagi ketika melihat beberapa nelayan itu taraf hidupnya menjadi lebih baik. Ada keluarga nelayan yang jadi bisa menyekolahkan anaknya, menyisihkan pendapatan untuk ditabung bahkan investasi. Hal-hal tersebut adalah salah satu parameter keberhasilan Aruna. Artinya, teknologi yang kita buat dapat bermanfaatnya bukan hanya untuk Aruna, tapi juga untuk nelayan sebagai mitra Aruna.

Apa prioritas utama dari Aruna dalam 2 tahun mendatang?

Yang paling utama adalah ekspansi dari sisi komunitas nelayan. Saat ini, Aruna baru tersebar di 32 titik, dan dalam dua tahun kedepan kami punya target untuk menjangkau 200-300 titik. Kedua, kami ingin ekspansi dari sisi produk dan konsumen. Meskipun saat ini Aruna sudah melebarkan pasar ke berbagai negara, harapannya kami bisa memasuki lebih banyak lagi negara dengan lebih banyak varian komoditas hasil laut. Kami juga akan berusaha agar teknologi yang menunjang bisnis Aruna bisa dikembangkan lebih baik lagi.

Sedikit tips bagi teman-teman yang ingin memulai ekspor produk bisnisnya ke pasar internasional, kita harus mau riset sebanyak-banyaknya dengan memanfaatkan teknologi digital yang ada. Kita harus mengetahui negara

mana yang mau kita *approach* dan aturan ekspor-impor di negara tersebut, karena setiap negara memiliki regulasi yang berbeda-beda. Lalu jangan malas untuk aktif berjejaring baik dengan konsumen, jaringan bisnis, maupun komunitas ekspor-impor. Karena kepercayaan dari *existing customer* saja tidak cukup, kita juga perlu mendapatkan kepercayaan dari negara kita sendiri. Entah mengusahakan untuk dapat *endorsement* dari pemerintah maupun kedutaan, agar calon konsumen dari negara lain lebih mudah percaya dengan perusahaan dan produk yang kita miliki. Tapi jangan lupa untuk selalu berhati-hati dan mengecek ulang kredibilitas calon konsumen agar kita tidak kena tipu. Andalkan semua koneksi dan komunitas yang ada, sehingga kita bisa tetap berbisnis dengan aman dan sesuai aturan.

Apakah ada pesan untuk teman-teman pembaca yang sedang merintis startup?

Merintis startup itu bukanlah hal yang mudah. Sekarang, kan, istilah startup sudah semakin populer dibandingkan waktu dulu kami membangun Aruna. Teman-teman pasti lebih mudah mendapatkan referensi dan ilmunya. Tapi menurut saya, jangan sampai kita memulai startup karena ikut-ikutan tren. Merintis startup itu sama saja seperti membuat bisnis pada umumnya, dan kunci dari bisnis adalah profit. Jadi kita harus memikirkan baik-baik skala bisnis yang mau dibuat ini sebesar apa ke depannya? Rencana bisnisnya akan dieksplor seperti apa? Dan jangan memulai bisnis setengah-setengah, karena proses berbisnis itu sendiri akan memunculkan banyak masalah

(seperti tidak punya modal, anggota tim, atau keterbatasan lainnya). Kalau kita tidak punya niat 100% untuk bisnis, kita akan mudah menyerah ketika ditimpa masalah tersebut. Kita juga harus memikirkan apakah potensi bisnis ini bisa di *scale-up*? Jadi bukan hanya mengejar profit, tapi pengembangan bisnis ke depannya juga harus jelas mau seperti apa.

Terakhir, untuk teman-teman yang baru memulai, jangan membatasi diri. Di era ini, tidak hanya mudah mencari informasi, tapi juga lebih mudah berjejaring dan membangun koneksi secara *online*. Hal ini juga bisa membantu teman-teman yang baru mau memulai startup untuk bisa lebih maju lagi.

Kamu bisa mendapat Rintisan versi cetak!

Untuk menjangkau pembaca setia buku saku RINTISAN lebih dekat, Kementerian Komunikasi dan Informatika membuka kesempatan khusus bagi para pembaca terpilih untuk kami kirimkan buku saku RINTISAN versi cetak setiap kali edisi baru diterbitkan.



Gimana caranya?

Ceritakan dengan detail mengapa kamu harus menjadi satu dari para pembaca terpilih yang akan kami kirimkan buku saku RINTISAN dalam form ini:

<http://bit.ly/komunitas-rintisan>

WordPress Indonesia



VISI

Demokratisasi Publikasi

FOUNDER

Komunitas WordPress di Indonesia secara langsung dibawah WordPress.org foundation

FOKUS UTAMA

Wadah untuk berbagi sesama pengguna WordPress

MOTTO

WordPress gratis untuk digunakan namun tak ternilai harganya

DIDIRIKAN PADA

Tidak diketahui

MEETUP.COM

Bali, Bandung, Bekasi, Gresik, Jakarta, Semarang, Solo, Surabaya, Yogyakarta

WEBSITE

<https://wp-id.org>

JUMLAH PENGURUS AKTIF

Di setiap kota lebih dari 1 pengurus

JUMLAH MEMBER

+/- 20K

Bagaimana awal mula/ latar belakang WordPress Indonesia didirikan?

Kilas balik pada tahun 2009 silam, komunitas WordPress mengalami kemajuan yang pesat semenjak diadakannya WordCamp Indonesia pertama yang dikunjungi oleh sang pendiri, Matt Mullenweg. Kemudian WordCamp Indonesia diadakan kembali di dua kota besar di Indonesia, yaitu di Bandung (2011) dan di Yogyakarta (2013).

Komunitas WordPress Indonesia juga aktif dalam WordPress Meetup yang sudah tersedia di sembilan kota di Indonesia dan sudah beberapa kali melaksanakan kegiatan WordCamp dengan regional kota masing-masing, seperti WordCamp Jakarta, WordCamp Denpasar, dan WordCamp Ubud.

Adopsi penggunaan WordPress di Indonesia sangatlah cepat karena kemudahannya untuk digunakan, juga banyaknya plugin beserta tema yang tersedia dan yang tak kalah penting karena WordPress merupakan CMS (Content Management System) yang sudah SEO (Search Engine Optimization) friendly. Adopsi ini terutama banyak digunakan oleh kalangan Internet Marketer dan Blogger.

WordPress dikembangkan secara open-source dan dapat berakar kuat karena didukung oleh komunitas yang kuat. Inilah salah satu alasan mengapa komunitas WordPress Indonesia ada. Selain untuk membantu para pengguna WordPress, juga untuk membantu mengorganisir kontribusi ke WordPress itu sendiri.

Apa visi yang ingin dicapai WordPress Indonesia?

Saat ini visi dari komunitas WordPress di Indonesia belum pernah dispesifikasikan. Namun, secara umum komunitas kami mendukung visi dari WordPress secara global, yakni mendemokratisasi publikasi dan kebebasan dalam menggunakan WordPress sebagai *open source*.

WordPress bersifat inklusif dan gratis, serta dapat digunakan oleh siapa saja untuk mencapai tujuannya tanpa perlu membayar lisensi dari WordPress sebagai perangkat lunak.

Dengan semangat inklusif dan open source, komunitas WordPress Indonesia juga mendorong anggotanya untuk berkontribusi dalam setiap proyek *open source* yang dimiliki oleh WordPress seperti *Translasi*, *Plugin Development*, *Themes Development*, *Core Development*, mengorganisir acara WordPress Meetup dan WordCamp, dokumentasi, video tutorial, dan lain-lain.

WordPress dikembangkan secara *open-source* dan dapat berakar kuat karena didukung oleh komunitas yang kuat. Inilah salah satu alasan mengapa komunitas WordPress Indonesia ada. ”

Siapa saja yang ditargetkan untuk bergabung dalam jejaring WordPress Indonesia?

Komunitas WordPress adalah komunitas yang inklusif, jadi terbuka bagi siapa saja yang ingin menggunakan WordPress. Untuk menjadi anggota di komunitas ini, pilihlah salah satu WordPress Meetup yang terdekat dari lokasi Anda. Sebagai tambahan, Anda juga bisa bergabung di Slack Wordpress Indonesia (<https://chat.wp-id.org>) dan grup Facebooknya (<https://web.facebook.com/groups/wp.indonesia>). Jika Anda memiliki keinginan untuk bergabung di komunitas WordPress.org secara global, Anda dipersilakan untuk mendaftar melalui link <https://login.wordpress.org/register>

Apa saja program yang dijalankan oleh WordPress Indonesia?

Saat ini komunitas WordPress di Indonesia yang dinaungi langsung oleh Yayasan WordPress.org terdapat di 9 kota, yaitu: Bali, Bandung, Bekasi, Gresik, Jakarta, Semarang, Solo, Surabaya, dan Yogyakarta.

Setiap kota memiliki programnya masing-masing, dan tersedia juga program yang dijalankan secara bersamaan yaitu mengadakan pertemuan rutin untuk tetap menjalin silaturahmi antar anggota. Namun semenjak pandemi ini, pertemuan yang

dilakukan secara tatap muka harus dihentikan terlebih dahulu, dan digantikan dengan pertemuan secara online.

Selain mengadakan pertemuan rutin, komunitas WordPress Indonesia juga memiliki tim Polyglot, atau translasi WordPress dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia. Tim ini akan selalu aktif untuk melakukan translasi, juga rutin untuk melakukan rilis WordPress versi terbaru ke bahasa Indonesia agar bisa melanjutkan semangat

WordPress yaitu inklusivitas dan semua pengguna dapat menggunakan WordPress tanpa terkendala bahasa.

Program lain dari komunitas adalah WordCamp, yang saat ini dilakukan dalam region kota. WordCamp terakhir diadakan adalah WordCamp Jakarta (2019), yang dihadiri lebih dari 300 peserta. Semoga setelah pandemi ini berakhir, WordCamp bertatap muka dapat diadakan kembali.



**Komunitas WordPress
adalah komunitas yang
inklusif, jadi terbuka
bagi siapa saja yang ingin
menggunakan WordPress.**



Apa rencana program ke depannya yang ingin dijalankan oleh WordPress Indonesia?

Rencana program komunitas WordPress Indonesia yaitu dapat mengadakan acara rutin yang diadakan di setiap kota dan harapannya suatu hari nanti dapat mengadakan kembali

WordCamp Indonesia yang berskala nasional. Lalu tetap ikut serta dalam program translasi untuk setiap WordPress rilis.

Ada rekomendasi materi yang cocok dipelajari sama teman-teman RINTISAN?

WordPress.org sudah meluncurkan situs yang dapat digunakan dengan mudah untuk mempelajari Wordpress dari tahap awal dan juga informasi mengenai tahapan untuk berkontribusi pada WordPress. Situs tersebut dapat diakses melalui **<https://learn.wordpress.org>**. Anda juga dapat menyaksikan tayangan-tayangan video rekaman dari WordPress melalui link **<https://wordpress.tv>**.



Direktori Startup Bidang Perikanan




 aruna

Aruna: Digitalisasi bisnis nelayan Indonesia

<https://aruna.id>

Indonesia, dengan potensi baharinya yang begitu luar biasa, ternyata masih memiliki tingkat konsumsi ikan yang rendah akibat jalur distribusi yang belum ideal. Aruna jeli dalam melihat masalah ini. Dimulai sejak 2016, Aruna hadir sebagai startup yang berupaya membangun ekosistem perikanan dari hulu ke hilir dengan bantuan teknologi, sehingga permintaan pasar makanan laut meningkat yang turut berkontribusi pada peningkatan pendapatan para nelayan. Di 2020, Aruna berhasil menghimpun 15 ribu nelayan dalam 30 komunitas dari Sabang hingga Merauke. Kini, Aruna semakin aktif mengeksport hasil tangkapan nelayan ke banyak negara, seperti Amerika Utara, Cina, Asia Timur, dan Timur Tengah.


 eFishery

eFishery: Inovasi pemberian pakan ikan dan udang

<https://efishery.com>

Pertama kali didirikan di 2013, eFishery selalu berupaya untuk menciptakan inovasi dalam bidang akuakultur. Sebagai Aquaculture Intelligence Company berbasis teknologi IoT, eFishery memiliki tiga tujuan utama untuk menyediakan kebutuhan pangan dunia melalui akuakultur, menjadi solusi untuk mengatasi masalah fundamental dalam industri akuakultur dengan menyediakan teknologi yang terjangkau, dan untuk mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi melalui ekonomi digital yang inklusif. Dengan menggunakan data dan teknologi, eFishery membantu seluruh pihak yang terlibat dalam ekosistem Akuakultur; pembudidaya dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas budidyaanya, lebih mudah untuk mendapatkan permodalan, mendapatkan akses untuk memperluas pasar, sementara masyarakat dapat membeli dengan harga dan kualitas yang lebih baik.


 JALAT

JalaTech: Teknologi untuk petambak udang

<https://jala.tech>

Merupakan startup yang menghadirkan solusi teknologi untuk mengoptimalkan produktivitas petani udang di Indonesia. Hadirnya Jala Tech berangkat dari permasalahan pada penggunaan teknologi pada pengelolaan tambak yang masih belum begitu diterapkan secara masif. Pemeriksaan elemen-elemen penting seperti pH air, ekosistem, dan kesehatan udang masih diperiksa secara manual. Sehingga, hasilnya seringkali tidak maksimal. Oleh karena itu Jala Tech mengusung teknologi *monitoring* dan pengumpulan data secara *driven farming*, yaitu proses pengumpulan data yang didesain untuk meningkatkan keberhasilan dan juga memperbaiki ekosistem budidaya udang.



Growpal: Jembatan petani ikan dengan investor

<https://growpal.co.id>

Jika kamu ingin membuka usaha baru di bidang perikanan khususnya tambak ikan kerapu, gurame, udang vaname atau lobster, jangan khawatir! Ada startup bernama Growpal yang bergerak dalam bidang pendanaan online pada budidaya perikanan di Indonesia. Penyaluran dana yang diberikan meliputi ROI efektif hingga 24% per tahun; laporan, transparansi, dan penilaian aset yang profesional; serta peningkatan produksi perikanan bagi para mitranya. Dengan Growpal, kamu juga bisa memantau proyek usahamu yang didanai oleh Growpal melalui dashboard di websitenya.



Fishlog: Aplikasi yang membuat nelayan bisa mendunia

<https://fishlog.co.id>

Sebagai negara maritim dengan hasil laut yang berlimpah, Indonesia belum memiliki sistem pelaporan hasil tangkapan laut yang memadai. Melalui Fishlog, peneliti dari Center for Oceanography and Marine Technology, Surya University menghadirkan aplikasi khusus nelayan. Nelayan bisa melaporkan jumlah dan lokasi dari hasil penangkapan agar pada proses selanjutnya nelayan memiliki dokumen legal berbentuk digital yang mudah diakses. Hal tersebut tentunya bisa membuat nelayan Indonesia mengembangkan potensinya untuk menjual hasil tangkapannya tidak hanya di dalam negeri tapi juga luar negeri. Fishlog memiliki tiga layanan yaitu, Fishlog Supply Chain, Fishlog Ecosystem, dan Fishlog Cold Storage.



inFishta: Ruang mengapresiasi pekerja kreatif secara nyata

<https://infishta.com>

Sebagai platform investasi perikanan syariah, inFishta menjadi jembatan antar investor dengan petani ikan yang berkualitas. Sejak tahun 2001, inFishta memiliki lebih dari 14.087 investor dengan dana yang dikelola lebih dari Rp 7,24 miliar. Selain menjadi solusi pendanaan, fokus lainnya adalah layanan konsultasi dan edukasi, juga pendistribusian hasil perikanan. Startup binaan Direktorat Inovasi dan Inkubator Bisnis Universitas Indonesia (DIIB UI) ini menggunakan skema crowdfunding dengan harga 1 lot sebesar Rp100.000. Masyarakat dapat membeli minimal 10 lot untuk berinvestasi ke produk perikanan yang diinginkan.

Bagikan cerita merintis startupmu di Rintisan!

Kami mencari cerita dari kamu para perintis startup di berbagai daerah di Indonesia. Cerita terpilih akan kami angkat dalam buku saku Rintisan dan media sosial dari #1000StartupDigital. Adapun tema yang kami cari adalah:

- Apa permasalahan di daerahmu yang sedang kamu coba pecahkan melalui startup?
- Apa tantangan terbesar atau perjuangan kamu saat membuat startup?
- Bagaimana perjalanan kamu dalam membuat startup atau mengikuti program #1000startupdigital?
- Apa pelajaran berharga yang kamu dapatkan selama membangun startup?
- Bagaimana keseharianmu dalam membangun startup?

Cerita yang kamu kirimkan akan direview oleh tim #1000StartupDigital. Jika ceritamu terpilih, kami akan mengontak untuk menggali lebih dalam ceritamu melalui email atau Whatsapp yang kamu cantumkan.



Untuk membaca
buku saku Rintisan
selengkapnya, akses di:

<https://1000startupdigital.id/bukusaku-rintisan>



Glosarium

Temukan makna dari jargon startup dan istilah lainnya dalam artikel di sini.

Acoustic Network

Metode penentuan posisi peralatan menggunakan gelombang suara.

Blue Financing

Sejenis investasi yang mendukung proyek terkait air.

Data Lakes

Danau data adalah sistem atau tempat penyimpanan data yang disimpan dalam format aslinya atau mentah, biasanya berupa kumpulan objek atau file.

Deforestasi

Atau pengawahatanan adalah penghilangan hutan atau penebangan hutan sehingga lahannya dialihgunakan untuk penggunaan nir-hutan, seperti pertanian, peternakan, atau kawasan perkotaan.

Ekologi

Cabang ilmu biologi yang mempelajari interaksi antar makhluk hidup dengan lingkungan sekitarnya.

Kadaster

Pengelolaan hak atas tanah, nilai tanah, dan pemanfaatan tanah.

Moratorium

Penundaan atau penangguhan.

Pembelajaran Mesin

Biasa disebut dengan *machine learning* adalah pendekatan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) yang berfokus pada pembuatan mesin yang dapat belajar tanpa harus diprogram secara eksplisit.

Profiling Floats

Robot *submersible* berbentuk silinder yang dilengkapi dengan sensor fisik dan/atau biogeokimia tertentu. Digunakan sebagai *platform* otonom untuk mengambil sampel dan mengamati sifat-sifat laut (misalnya suhu, salinitas, konsentrasi dalam klorofil, oksigen, nitrat, partikel, dan zat terlarut berwarna).

Restorasi

Pengembalian atau pemulihan kepada keadaan semula.

Snorkeling

Kegiatan berenang dengan mengenakan peralatan berupa masker selam dan snorkel.

Swatantra

Suatu daerah dalam suatu negara yang mempunyai pemerintahan sendiri yang bebas dan tidak terikat oleh peraturan seperti halnya daerah lain yang bukan daerah otonomi.

Bergabung Jadi Kontributor

Rintisan memiliki satu tujuan utama: menjadi sarana untuk membuka wawasan mengenai startup, talenta digital, ide, dan inovasi di ekosistem digital Indonesia.

Artikel di Rintisan memiliki topik yang beragam dan relevan untuk berbagai industri dan fungsi manajemen. Adapun beberapa area fokus yang dibahas adalah kepemimpinan, strategi, teknologi, operasional, branding, marketing, legal, keuangan, manajemen sumber daya manusia, produktivitas, dan kreativitas. Dalam memilih artikel yang diterbitkan, ini adalah 4 poin yang Rintisan cari:

Orisinalitas

Walaupun suatu topik mungkin sudah banyak yang membahas, selalu ada cara untuk melihatnya dari sudut pandang yang berbeda. Temukan itu dan bagikan pada pembaca.

Bukti

Menulis secara deskriptif itu bagus. Namun, lebih baik lagi jika tulisanmu didukung dengan data dan fakta.

Keahlian

Siapa pun dapat menjadi kontributor, asalkan ia benar-benar menguasai materi dalam tulisannya.

Kegunaan

Utamakan gagasan yang praktis dan dapat dengan mudah dimengerti. Jika kamu bisa menjelaskan pemikiranmu sehingga pembaca mengerti bagaimana menerapkannya dalam situasi nyata, artikelmu dapat mengubah hidup seseorang!

Ingin menjadi kontributor bagi Rintisan?

Kirim tulisanmu ke gerak@1000startupdigital.id dengan subjek **“Artikel untuk Rintisan”**. Kami akan memberikan honorarium bagi kontributor yang artikelnya terpilih untuk diterbitkan.

Kritik & Saran



Kami ingin mendengar pendapatmu mengenai artikel dan topik yang kami sajikan. Yuk, sampaikan kritik dan saranmu di bit.ly/fbrintisan

