

Rintisan

STARTUP • TALENTA DIGITAL • IDE • INOVASI

Volume 25
Pendanaan

Apa Saja Tahapan Pendanaan pada Startup?

Menyiapkan *Fundraising*
untuk Seri A

Menjadi Startup Sukses
Lewat *Bootstrapping*



BUKU INI TIDAK UNTUK DIPERJUALBELIKAN

REPUBLIK NUSANTARA
1000
STARTUP DIGITAL





Susunan Redaksi

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
Yurista Andina

DESAIN & LAYOUT

Bagus Septa Pratama
Rizka Irjayanti

ILUSTRASI COVER

Rean Aqila

ILUSTRASI ARTIKEL

Gerardus Aloysius

PRODUKSI & SIRKULASI

Anka Raharja
Fahmi Riskian

GERAKAN NASIONAL
1000
STARTUP DIGITAL



BUKU INI TIDAK UNTUK DIPERJUALBELIKAN

Perlukah Investor Untuk Startupmu?

Dalam mencapai tujuan, seseorang bisa saja mendayung perahunya sendirian. Namun waktu tempuhnya tentu akan berbeda dengan perahu yang didayung oleh dua orang, apalagi empat atau sepuluh orang? Namun untuk itu tentu dibutuhkan perahu yang lebih besar, logistik yang lebih banyak, dan sikap yang lebih bijaksana dalam mengatur kepentingan banyak orang.

Agar sebuah startup dapat mencapai tujuannya, ide produk yang cemerlang dan keinginan yang kuat saja belum cukup. Jika kamu ingin bertumbuh lebih pesat dalam mengembangkan skala dari startupmu menjadi lebih besar, mungkin kamu harus mempertimbangkan untuk mencari “bantuan payedung lain” seperti pendanaan dari investor.

Di titik ini, mungkin kamu akan berpikir “apakah aku rela untuk berbagi kepemilikan dari startupku pada pihak lain yang memberikan pendanaan?” Sebagai pembuka di Buku Saku RINTISAN edisi Pendanaan kali ini, kami coba cuplikan tiga kondisi bagaimana *founder* yang telah menerima pendanaan dari investor.

Pertama, hampir semua investor tidak hanya memberikan uang, tetapi juga hal lain untuk memastikan pertumbuhan startupmu. Kesuksesan startupmu adalah kesuksesan mereka. Dengan jejaring yang mereka miliki, mereka mungkin dapat membantumu mendapatkan kerja sama dengan perusahaan lainnya atau mungkin

juga mengenalkanmu pada praktisi yang dapat memberikan masukan bagi startupmu. Dropbox dan Airbnb adalah dua contoh dari startup yang berhasil tumbuh pesat karena dukungan dari investor yang tidak hanya terbatas pada pendanaan saja.

Kedua, dengan mendapatkan pendanaan, startupmu dapat lebih mudah menarik perhatian

pasar dan investor seri berikutnya. Masuknya pendanaan pada startupmu menandakan bahwa startupmu sudah siap untuk beroperasi dengan lebih masif dan lebih baik. Startupmu akan mendapat nilai tambah di mata calon mitra dan pelanggan, serta investor masa depan bahwa startupmu layak untuk dipertimbangkan.

Ketiga, saat skala startupmu menjadi lebih besar dengan adanya pendanaan, kamu bisa melakukan lebih banyak hal untuk memantapkan fondasi startupmu. Untuk poin ini, pertimbangannya adalah apakah kamu lebih suka memiliki 1% dari perusahaan bernilai miliaran dolar atau memiliki 90% perusahaan dengan skala rintisan saat ini? Bagi startup *founder* yang menginginkan hal yang lebih besar dengan pertumbuhan yang pesat dalam waktu yang singkat, tentu mereka perlu lebih banyak dana. Utamanya, dana untuk digunakan merekrut profesional terbaik di bidangnya dan melakukan pemasaran untuk meraih pasar di antara produk/layanan yang telah ada.

Nah, jika ketiga hal tadi membuatmu ingin tahu lebih dalam tentang pendanaan bagi startup, dalam edisi ini, kami sudah pilihkan topik-topik dasar untuk *founder* pemula, mulai dari mengenal startup *runway*, mempelajari tahapan pendanaan startup (series A, B, C), bagaimana membuat strategi *fundraising* untuk series A, memahami kapan waktu yang tepat untuk *fundraising*, mengetahui bagaimana menyusun *investment deck*, hingga tips *bootstrapping*.

Apapun cara yang kamu pilih untuk menjalankan startupmu, semoga dampak baik yang kamu ciptakan bisa terasa bagi sebanyak-banyaknya orang!

– Tim Redaksi

Pendanaan Penting, Tapi Tidak Genting

Saya sering mendapat kabar gembira dari teman-teman *founder* bahwa startup mereka baru saja mendapatkan pendanaan dari investor. Ya tentu itu adalah kabar gembira yang patut disyukuri dan dirayakan, paling tidak untuk saat itu. Untuk kelanjutannya? Justru momen tersebut adalah awal dari perjuangan sesungguhnya.

Tentu saja saya tidak bermaksud menakut-nakuti, apalagi untuk teman-teman yang baru pertama kali merintis startup. Yang ingin saya tekankan adalah pentingnya *founder* memiliki pola pikir bahwa pendanaan dari investor bukanlah tujuan akhir. Pendanaan investor adalah bentuk tanggung jawab baru dan rasa percaya yang diberikan oleh orang lain atas gagasan kita. Mereka percaya bahwa apa yang kamu kerjakan dapat membawa dampak ekonomi, dampak perubahan, dan dampak baik di masyarakat.

Betul, suntikan dana dapat membuat *founder* menjadi lebih mudah “membeli” talenta-talenta terbaik untuk mengembangkan produk yang diharapkan menjadi lebih cepat direalisasikan. Walaupun demikian, mendapatkan pendanaan yang besar dalam waktu yang terlalu dini tentu juga memiliki tantangan tersendiri.

Dalam mengembangkan atau membangun sebuah startup, selain rencana kerja kita juga memiliki prioritas. Misalnya prioritas dalam merekrut tenaga kerja, membeli alat, sewa kantor, biaya promosi, dan lain-lainnya bahkan sampai anggaran pengembangan fitur-fitur atau riset gagasan-gagasan baru. Prioritas ini semua dilakukan tentu dengan banyak pertimbangan. Mulai dari pertimbangan waktu, kesanggupan talenta, dan dana. Ketika kita mendapatkan dana segar dari investor, maka prioritas-prioritas

tadi harus dipilih dan dijalankan dengan bijaksana dan penuh kehati-hatian. Di sini lah sering kali banyak *founder* yang tidak bijak dalam memilih dan menjalankan prioritasnya. Tidak jarang saat kamu memulai startup, justru kamu akan lebih banyak melakukan eksperimen dan mencoba ide-ide baru. Karena kita punya dana, kita sampai lupa dan terus saja mencoba ini dan itu, sampai akhirnya dana menipis sementara targetnya jadi melenceng dari tujuan awalnya.

Berangkat dari situasi seperti tadi, saya berharap suatu hari saat kamu dapatkan pendanaan untuk startupmu, kamu akan lebih siap dan bijak menyikapi dan mengelolanya. Karena *founder* yang hebat, tidak lain adalah mereka yang bijak dalam mengatur dan mengelola prioritas keuangannya.



Samuel Abrijani Pangerapan

Direktur Jenderal Aplikasi Informatika
Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

Daftar Isi

SURAT REDAKSI

03

Perlukah Investor Untuk Startupmu?

PRAKATA

04

Pendanaan Penting, Tapi Tidak Genting

IN-DEPTH

08 — 11

Apa Itu *Runway* Startup dan Bagaimana Cara Menghitungnya?

12 — 17

Menyiapkan *Fundraising* untuk Seri A

18 — 25

Apa Saja Tahapan Pendanaan pada Startup?

26 — 33

Waktu yang Tepat untuk Melakukan Pendanaan

34 — 39

Bagaimana Cara Membuat *Pitch Deck* untuk Investor?

40 — 43

Menjadi Startup Sukses Lewat *Bootstrapping*

44 — 48

Cara Memperpanjang *Runway* Startup



Cara Membuat Pitch Deck, hal. 34 — 39

PROFIL STARTUP

58 — 65

Mina Ceria:
Budidaya
Ikan untuk
Kesejahteraan



Mina Ceria, hal. 58 — 65

SEKOLAH BETA

66 — 67

*Public Relations
for B2B*

68 — 69

Teka Teki Startup

72 — 74

Direktori Startup



Runway Startup, hal. 44 — 48

SISI LAIN

50 — 53

Manusia itu
Makhluk Sosial,
Bukan Makhluk
Ekonomi

REKOMENDASI

54 — 57

Film, Buku
& Podcast

Apa Itu *Runway* Startup dan Bagaimana Cara Menghitungnya?



Ada salah satu momen yang sangat menentukan berhasil atau tidaknya pesawat dapat mengudara. Itu terjadi ketika pesawat akan lepas landas. Di mana setelah itu pesawat akan menambah kecepatannya untuk bisa naik dan terbang hingga mencapai ketinggian yang cukup ‘stabil’ untuk mengudara.

Sebelum pesawat lepas landas, dibutuhkan jalan panjang agar pesawat bisa ‘berlari’, sebelum akhirnya bisa melayang perlahan-lahan dan naik untuk terbang. Jalanan panjang yang dilalui pesawat itu biasa disebut dengan landasan pacu atau *runway*. Pesawat yang gagal lepas landas, artinya tidak memenuhi syarat untuk bisa terbang dengan aman.



Meminjam istilah dari dunia penerbangan, startup punya analogi yang serupa. Sebelum bisnismu bisa ‘terbang’ dan berada pada ketinggian yang cukup stabil, kamu perlu landasan yang cukup atau *runway* untuk bisa membangun momentum. Jika kamu punya landasan pacu yang pendek, maka kamu akan punya risiko lebih besar untuk bisa ‘lepas landas’ dengan aman.

Runway pada startup artinya seberapa lama waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk dapat bertahan di pasar apabila pendapatan dan pengeluaran tetap konstan. Sama seperti pesawat, startup yang tidak punya *runway* yang cukup, maka tidak akan dapat bertahan dan akan dengan mudah tersingkir dari pasar. Agar lebih jelas, mari kita gunakan angka. Anggaplah bahwa perusahaan A belum memperoleh pendapatan setiap bulannya. Mereka mengeluarkan uang (atau istilahnya ‘bakar duit’) Rp 50 juta setiap bulannya, di mana mereka memiliki uang kas di bank sebesar Rp 500 juta. Maka *runway* mereka adalah 10 bulan. Itu artinya perusahaan A memiliki waktu 10 bulan untuk bisa meluncurkan produk ke pasar sekaligus mempertahankan cadangan uang kas yang lebih tinggi daripada uang yang mereka habiskan.

Selanjutnya, bagaimana cara menghitung *runway* startup?
Berikut merupakan ulasannya dikutip dari blog salesflare.com:

PERTAMA

Tentukan pendapatan kotor.

Jika perusahaanmu sudah menutup transaksi, catat angka yang ada pada setiap transaksi pada buku besar dan hitung totalnya. Ingatlah bahwa kamu harus mencatat pada transaksi yang sudah dilakukan atau kemungkinan besar akan dibayar. Kemudian, jika perusahaanmu belum menutup transaksi, kamu dapat langsung fokus ke poin ke dua berikut ini.

KEDUA

Catat semua pengeluaran yang ada.

Jika pada RINTISAN edisi sebelumnya mengulas tentang keuangan dan betapa pentingnya fungsi buku besar, maka pembahasan kali ini sangat berkaitan. Kamu dapat menulis semua pengeluaran yang ada, mulai dari sewa ruang, tagihan internet, sewa server, dan pengeluaran lain yang muncul.

KETIGA

Hitung pembakaran uang bersih.

Hitung berapa pembakaran uang bersihmu (*net cash burn*) Tingkat pembakaran atau *burn rate* adalah tingkat di mana startup akan menghabiskan sekumpulan uangnya pada skenario kerugian. Caranya dengan mengurangi total biaya operasional dari pendapatan setiap bulannya.

Rumusnya adalah:

$$\text{PEMBAKARAN KAS BERSIH} = \text{PENDAPATAN} - \text{PENGLUARAN}$$

Sedangkan jika kamu dalam tahap *pre-revenue*, maka

$$\text{PEMBAKARAN UANG} = \text{PENGLUARAN}$$

Setelah mengetahui berapa pembakaran kas bersih pada poin ketiga, kamu dapat membagi uang tunai yang ada di rekening dengan total pembakaran kas bersih untuk dapat mengetahui berapa lama *runway* startup yang kamu miliki.

Jadi, *runway* startup sudah diketahui, kemudian bagaimana?

Kamu dapat melakukan perbandingan dengan startup-startup lain di luar sana, berapa lama waktu *runway* mereka. Menurut laporan yang dirilis oleh CB Insights, perkiraan selang waktu rata-rata dalam tiap putaran pendanaan khususnya pada perusahaan teknologi:

SEED HINGGA SERI A ADALAH 12 BULAN

SERI A HINGGA SERI B ADALAH 15 BULAN

- Menurut Fred Wilson, seorang *venture capitalist* berpengalaman, memberikan
- rekomendasi *runway* startup sekitar 18 bulan antara putaran. Mengapa harus 18
- bulan? Agar startup memiliki rentang waktu yang cukup untuk merealisasikan
- rencana, bahkan mungkin di masa yang sulit. Sedangkan menurut studi dari
- Radicle Labs, pertumbuhan startup setidaknya mempertimbangkan lama
- *runway* sekitar 18 bulan hingga 35 bulan agar bisa 'bermain aman'.



Menghitung *runway* startup, artinya membuat asumsi bahwa pengeluaran berjalan secara 'konstan'. Namun, bagaimana jika ada biaya lain yang tidak terduga? Kamu dapat menghitung estimasi biaya mendatang yang dapat diskalakan. Kemudian, kamu dapat menyertakan biaya estimasi ini pada pengeluaran bulanan (seperti yang ada pada poin kedua). Kemudian, jika ternyata kamu benar-benar tidak tahu seperti apa biaya perkiraan yang akan keluar di masa yang akan datang, kamu dapat memanfaatkan jaringan di sekitar. Temukan perusahaan dengan model atau teknologi bisnis yang serupa dengan perusahaanmu. Biaya pengeluaran perusahaan lain dapat menjadi *benchmark* sehingga dapat memberikan perkiraan untukmu.

Menyiapkan *Fundraising* untuk Seri A

Waktu bergulir sangat cepat. Tidak terasa startup yang kamu rintis dalam beberapa waktu lalu, kini sudah harus *scale up* untuk mencapai level berikutnya. Tahap *seed funding* sedang dijalani saat ini. Jadi, apakah ini saatnya untuk melangkah ke putaran seri A?

Memangnya, seperti apa tanda-tanda bahwa startup sudah layak melaju ke seri A?

Hal apa saja yang perlu dipersiapkan?

Berapa dana yang dibutuhkan?

Segala macam pertanyaanmu akan diulas dalam artikel RINTISAN edisi pendanaan berikut ini. Selamat membaca!



Apa itu pembiayaan seri A?

Setelah startup menghasilkan putaran *seed* dan *pre-seed*, selanjutnya startup memasuki babak baru yang dinamakan seri A. Jika kamu sudah siap naik ke seri A, itu artinya startupmu sudah melakukan banyak iterasi pada produk atau layanan dan model bisnis. Startup yang naik kelas ke seri A harus punya hasil yang sesuai dengan pasar dan menghasilkan pendapatan yang dapat diprediksi. Seri A adalah momen di mana startup dapat menginjak gas lebih lama dan agar perusahaan dapat melaju lebih kencang. Harapannya, tingkat pertumbuhan startup adalah eksponensial atau pertumbuhan kuantitas sebanding dengan pertumbuhan kualitas.

Pada umumnya, startup yang berhasil *fundraising* untuk seri A menggunakan dananya untuk memperluas operasi melalui perekrutan, melakukan pembelian inventaris serta alat-alat, menciptakan proses budaya dan manajemen internal, memperluas tim penjualan dan pemasaran, hingga iterasi produk dengan membangun fitur baru yang dibutuhkan oleh segmen pasar yang berbeda.

Kapan sebaiknya startupmu melaju ke seri A?

Jawabannya bukan ketika startupmu akan kehabisan uang. Namun, startup sebaiknya naik ke seri A apabila kamu sudah tahu secara matang rencana dari pendanaan tersebut. Jika kamu tidak tahu apa yang akan dilakukan dengan uang yang didapatkan, maka kamu belum siap untuk melakukan *fundraising*. Selanjutnya, bagaimana bisnis dirasa 'layak' untuk naik ke seri A dan mendapatkan pendanaan investor? Kamu dapat melakukan *fundraising*

apabila sudah ada janji atau bukti. Maksudnya bagaimana? Meningkatkan janji artinya startupmu sudah siap untuk membidik target yang lebih besar untuk melakukan disrupsi, menunjukkan potensi daya tarik yang tinggi, dan membuktikan bahwa startupmu sanggup melakukannya. Sedangkan meningkatkan bukti artinya produk sudah mencapai *product-market fit*, pendapatan yang masuk signifikan, serta mendapatkan jumlah pelanggan yang sesuai.

PREPARATION

sumber: underscore.vc

PROMISE

PROOF

Menurut Michael Skok, *founder* dan mitra Underscore VS, janji dan bukti ibaratnya seperti jungkat-jungkit. “Jika bukti lebih rendah, otomatis janji harus digandakan yang berarti persiapannya juga harus lebih banyak.”

Pada tahapan *seed*, mungkin akan lebih sulit untuk dapat memiliki banyak bukti, sehingga ada peluang untuk bisa memperlebar potensi, salah satunya dengan melakukan *pitch* secara maksimal. Lain halnya pada tahapan seri B, seri C, dan seterusnya, bukti adalah hal penting yang harus ditampilkan. Sedangkan pada seri A, sebagai gambaran, menurut artikel yang dipublikasikan oleh Peter Wagner, *founding partner* dari Wing VC, menyebutkan bahwa 77% startup yang meraih seri A menghasilkan

pendapatan. Itu artinya, untuk bisa mendapatkan cek yang lebih besar, kamu membutuhkan keseimbangan antara janji dengan bukti. Saran terbaik kamu dapat mengumpulkan modal untuk dapat naik ke seri A dalam 6-8 bulan sebelum kamu menghabiskan dana dari putaran tahap *seed*. Jangka waktu 6-8 bulan ini akan memberimu ruang untuk menawarkan pengajuan pada investor saat ini dan investor baru bahwa traksi dan lintasan startupmu layak untuk putaran seri A.

Seed funding vs seri A,

apa bedanya?



Yang paling jelas berbeda adalah dari segi tingkat daya tarik produk dan akuisisi pelanggan. Setelah melalui *seed funding*, itu artinya kamu berhasil membangun produk atau layanan yang dibutuhkan pelanggan dan mereka mau membayarnya. Ini disebut dengan *product-market fit*. Jika sudah mencapai *product-market fit* dan perusahaanmu mengumpulkan lebih banyak uang dibandingkan saat

seed-funding, maka ini tergolong pada fase seri A. Menurut failory.com, startup yang masuk dalam jajaran seri A dapat mengumpulkan pendapatan mulai dari \$2-\$20 juta dengan memiliki banyak variasi pada valuasinya. Umumnya startup ini sudah mencapai *product-market fit*, menyumbang pendapatan secara konsisten setiap periodenya, serta berhasil memvalidasi beberapa saluran akuisisi pelanggan.

Berapa banyak dana yang dibutuhkan?

Jawabannya memang terdengar klasik, yaitu tergantung. Tergantung bagaimana preferensi, kebutuhan startup, fokus industri, pasar pendanaan, dan mungkin faktor lainnya. Kamu harus lebih teliti dalam berpikir jangka panjang. Terutama dalam tahapan *seed* ke seri A, masih ada banyak hal yang belum dapat terbayangkan. Dari beberapa pertanyaan di bawah ini, mungkin dapat membantumu dalam melakukan perhitungan estimasi dana.

Misalnya, apa saja yang akan menjadi pendorong

utama pertumbuhan perusahaanmu? Apakah kamu perlu membangun produk lebih banyak atau menjual produk lebih baik daripada pesaing? Apa yang menjadi tujuan akhirmu? Kemudian kamu dapat memikirkan tentang sumber daya, talenta, infrastruktur, serta data. Siapa saja yang nantinya perlu kamu rekrut? Sistem seperti apa yang akan kamu aplikasikan? Informasi seperti apa yang perlu kamu kelola untuk dapat meningkatkan *growth*? Bantalan keuangan apa yang mungkin suatu saat akan kamu perlukan? Berapa waktu rata-rata antara putaran

penggalangan dana di sektor atau industrimu? Dan berapa perkiraan biaya dari itu semua?

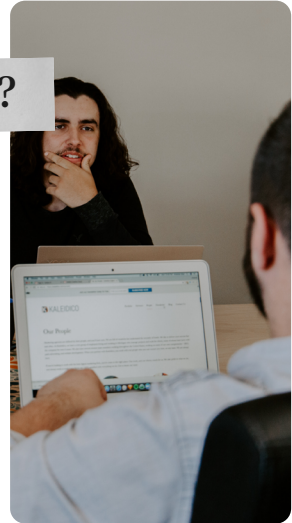
Yang perlu diketahui, ada aturan umum dalam tahapan seri A, yaitu mengumpulkan cukup dana untuk dapat memenuhi pencapaian pertumbuhan pendapatan untuk dapat melaju ke seri B. Sehingga, jangan lupakan komunikasi dan diskusi tentang pencapaian pertumbuhan tersebut dengan investor seri A agar pemeriksaan seri B di masa yang akan datang menjadi lebih terstruktur.

Mungkin ini pertanyaan yang paling dinanti,

yaitu bagaimana cara mendapatkan pendanaan seri A?

Seperti saat mendapatkan pendanaan pada tahap *seed*, prinsip ini menjadi utama untuk dipatuhi: sampaikan visi dan daya tarik kepada *venture capitalist* hingga mereka yakin untuk mewujudkan kesepakatan dengan perusahaanmu. Dilansir dari failory.com, langkah pertama yang bisa kamu lakukan adalah dengan berkomunikasi dengan investor

seed. Sebab, kamu memerlukan persetujuan mereka dalam melakukan *fundraising*. Umumnya, perusahaan VC yang berinvestasi di putaran *seed*mu, maka kemungkinan besar mereka akan melanjutkan di seri A. Itu karena perusahaan VC punya target kepemilikan untuk investasi mereka sebagai bentuk strategi konstruksi portofolio.



Beberapa hal ini bisa diterapkan ketika kamu sedang mempersiapkan penggalangan dana dalam seri A:

Persiapan

Ada tiga poin penting yang berhubungan dengan persiapan *fundraising* seri A, yaitu relasi, *storytelling*, dan data.

Bagaimana investor bisa setuju untuk memberikan ceknya ke perusahaan apabila *founder* jarang berhubungan dan berkomunikasi dengan baik? Untuk itu, jalinlah hubungan yang baik dan mendalam dengan calon investor sebelum *fundraising* dilakukan. Kamu juga harus membuat daftar calon investor yang akan 'didekati'. Misalnya adalah investor yang pernah kamu ajak bicara atau kenal secara pribadi, investor yang telah mengenal perusahaanmu dan mempublikasikan pemikiran mereka secara daring, dan investor yang secara aktif berinvestasi di vertikalmu (namun belum berinvestasi di pesaing). Selanjutnya, setelah kamu mendapatkan investor utama, bisa jadi mereka juga memperkenalkanmu dengan investor lain yang mungkin cocok.

Bahan investasi

Terdiri dari dua, yaitu *pitch deck* dan juga data.

Dilansir dari failory.com, *pitch deck* merupakan presentasi yang mengkomunikasikan cerita perusahaan secara visual dan jelas. Untuk itu, kamu juga harus terbiasa dan memahami isi dari *pitch deck* dari putaran *fundraising* sebelumnya.

Berikut ini merupakan beberapa wawasan yang umumnya terdapat pada *pitch deck* seri A:

- Perusahaan, logo, dan tagline.
- Visi
- Masalah yang ingin diselesaikan dari pengguna
- Pelanggan
- Solusinya
- *Total Available Market* (TAM)
- Lanskap pasar
- Daya tarik saat ini
- Model bisnis
- Tim
- Penggalangan dana (yang diperoleh dari putaran sebelumnya)

Sedangkan ruang data untuk seri A pada umumnya berisi tentang:

- Paten dan kekayaan intelektual.
- Model keuangan yang menampilkan pertumbuhan pendapatan masa lalu serta proyeksi masa depan.
- Demo produk dan studi kasus dari pengguna.
- Metrik yang membuktikan kesesuaian produk dengan pasar seperti pengguna aktif harian, pengguna aktif bulanan, dan analisis kelompok di berbagai fitur.
- Tabel kapitalisasi jumlah saham yang beredar.
- Dokumen pendirian dan materi tata kelola.

Isi dari *pitch deck* akan selalu berkembang berdasarkan umpan balik diterima selama proses *fundraising* berlangsung.

Itu tadi penjelasan seputar persiapan *fundraising* pada putaran seri A. Jika diambil kesimpulan, ini semua tentang menyampaikan cerita pada materi investasimu dan mendukungnya dengan data yang relevan. Semoga penjelasan ini membantumu dalam menyiapkan *fundraising*, ya!

Apa Saja Tahapan Pendanaan pada Startup?



Seperti fase dalam hidup manusia, membangun startup sama dengan menempuh perjalanan. Jika dalam kehidupan ada fase *newborn*, pra-sekolah, sekolah, fase dewasa, hingga kemudian tua, fase startup juga sama.

Startup yang baru lahir, tidak mungkin mendapatkan pendanaan yang angkanya bombastis untuk perusahaan yang sudah mapan. Usia startup sangat erat kaitannya dengan pendanaan. Di mana startup baru akan membutuhkan modal untuk menjalankan proses operasionalnya, ini semua dimulai dari tahapan *pre-seed funding*. Selanjutnya, akan ada banyak tahapan pendanaan yang berkaitan dengan tingkat kematangan startup, kemajuan bisnis, serta valuasi perusahaan. Kamu dapat membaca lebih lengkapnya lewat artikel ini.



Pre-seed funding

Tahapan ini jarang dimasukkan dalam putaran pendanaan. Itu karena *pre-seed funding* mengacu pada periode di mana pendiri perusahaan memulai operasional perusahaan pertama kali. Umumnya, dana dari *pre-seed funding* ini berasal dari *bootstrap*, teman dekat, atau keluarga. Lamanya waktu dari *pre-seed funding* ini tergantung dari proses perusahaan dalam mengembangkan bisnis. Bisa jadi cepat, atau bahkan sangat lama. Mayoritas investor yang menyuntikkan dana di tahap ini tidak menerima imbalan ekuitas di perusahaan.



Seed funding

Tahapan pendanaan paling awal disebut dengan *seed funding*. Meminjam istilah dari menanam pohon, awal mula yang ditanam adalah benihnya. Analoginya sama seperti itu. Diharapkan perusahaan yang mendapatkan kucuran dana dari investor dapat tumbuh dan berkembang, dari yang semula 'bibit' kemudian menjadi 'pohon'. Beberapa startup yang tidak berhasil tidak pernah melampaui *seed funding* dan berhenti hanya sampai di tahap ini. Dalam tahapan *seed funding*, perusahaan dapat menyelesaikan beberapa keperluan startup di tahap awal, seperti riset pasar dan pengembangan produk.

Investor yang memberikan dana pada *seed funding* bisa berasal dari *angel investor*, teman, anggota keluarga, hingga pendiri perusahaan. Semakin banyak investor yang tertarik untuk bekerja sama dalam tahap *seed funding*, maka akan menjadi langkah yang baik bagi startup untuk punya akses investor di tahap selanjutnya. Startup yang berhasil mendapatkan *seed funding* umumnya masih ada di tahap merealisasikan ide, memiliki sedikit pendapatan, atau bahkan belum memiliki pendapatan. Selain itu, mayoritas startup dalam tahap *seed funding* masih berusaha mencapai strategi *go-to-market*

Cara kerja *seed funding*

Seperti yang telah disebutkan di awal, investor dalam *seed funding* umumnya adalah lingkaran dekat dari pendiri, inkubator, perusahaan modal ventura, atau bahkan *angel investor*. *Angel investor* punya kecenderungan untuk menghargai usaha yang punya risiko lebih tinggi (misalnya startup yang minim rekam jejak) dan mengharapkan saham ekuitas di perusahaan sebagai imbalan. Selanjutnya, putaran pendanaan awal berpengaruh pada modal yang dihasilkan perusahaan. Rata-rata perusahaan memperoleh mulai dari \$10.000 hingga \$2 juta. Dikutip dari Investopedia, sebagian besar perusahaan yang mengumpulkan dana awal punya nilai antara \$3 juta dan \$6 juta.

Series A funding

Pendanaan seri A adalah putaran pertama setelah tahap *seed funding* berlalu. Pada tahap ini, startup harus memiliki rencana matang untuk dapat mengembangkan model bisnis dengan tujuan menghasilkan keuntungan secara *sustainable*. Sudah menjadi hal yang lumrah apabila startup yang berhasil mendapatkan *seed funding* menghasilkan ide luar biasa dan menghasilkan jumlah pengguna yang antusias. Namun, mereka ternyata memiliki kesulitan dalam monetisasi. Dengan kata lain, pengguna masih belum mau membayar sejumlah uang untuk dapat memiliki produk atau layanan startup tersebut. Menurut Investopedia, putaran seri A mengumpulkan sekitar \$2 juta hingga \$15 juta, tetapi jumlah ini meningkat rata-rata karena penilaian industri teknologi tinggi, atau *unicorn*. Pada tahun 2021, median pendanaan Seri A adalah \$10 juta.



Investor yang mencari startup dalam tahap ini adalah yang memiliki ide hebat serta strategi bisnis yang kuat, terutama dalam hal memperoleh pendapatan. Maka dari itu, pada umumnya perusahaan yang melalui putaran pendanaan seri A bernilai hingga \$24 juta. Contoh perusahaan model ventura yang populer dan sering berpartisipasi dalam pendanaan seri A adalah Sequoia Capital, IDG Capital, Google Ventures, dan Intel Capital.

Cara kerja series A funding

Menurut artikel yang dipublikasikan oleh Investopedia, sudah umum bagi investor untuk ambil bagian dalam proses yang lebih politis. Bahkan, investor tunggal dapat berfungsi sebagai 'jangkar'. Perusahaan startup yang berhasil mendapatkan investor pertama, bisa jadi akan lebih mudah untuk mendapatkan investor tambahan. *Angel investor* yang berinvestasi pada seri A mungkin punya pengaruh yang lebih sedikit pada putaran pendanaan

kali ini dibandingkan ketika startup ada di pendanaan awal. Sudah menjadi hal yang umum bagi perusahaan untuk menggunakan *crowdfunding* ekuitas agar dapat menghasilkan modal sebagai bagian dari putaran pendanaan seri A. Sebagian alasannya karena banyak perusahaan yang berhasil menghasilkan pada pendanaan awal justru gagal mengembangkan minat investor ketika sedang mengupayakan seri A. Secara statistik, kurang dari 10% perusahaan yang berhasil dalam *seed funding* akan terus mengumpulkan dana pada seri A juga.

Series B funding

Pendanaan seri B adalah peningkatan level dari seri A, yang sudah berhasil melewati tahap pengembangan. Peran investor adalah membantu perusahaan dengan memperluas jangkauan pasar. Perusahaan yang berhasil ada pada tahap pendanaan ini artinya mereka sukses mengembangkan penggunaanya. Selain itu, startup yang mendapatkan pendanaan seri B dapat membuktikan pada investor bahwa mereka siap untuk memperluas skala bisnisnya (membuktikan bahwa model bisnisnya berhasil). Dana perolehan pada seri ini dimanfaatkan untuk membangun produk unggulan, menumbuhkan tim yang berkualitas, meningkatkan pengembangan bisnis, penjualan, memperluas iklan, meningkatkan sistem dan teknologi, serta peningkatan keterampilan karyawan. Menurut [visible.vc](#), secara garis besar, pendanaan seri B kurang berisiko daripada pendanaan seri A. Dampaknya adalah akan ada lebih banyak investor yang tertarik. Perusahaan akan menjual ekuitas pada sejumlah angka, kemudian investor bebas untuk membuat penawaran. Startup yang mendapatkan pendanaan seri B lebih sukses daripada banyak startup, yang tidak akan melampaui modal awal mereka.

Cara kerja series B funding

Sebenarnya, cara kerja seri B adalah hampir sama dengan seri A. Karena perusahaan yang menjalani putaran pendanaan seri ini umumnya sudah mapan. Mayoritas perusahaan punya value antara sekitar \$30 juta dan \$60 juta. Seri B sering memiliki orang-orang yang menjadi kunci seperti di putaran sebelumnya, termasuk investor jangkar utama yang membantu perusahaan agar investor lain juga tertarik dalam putaran pendanaan.



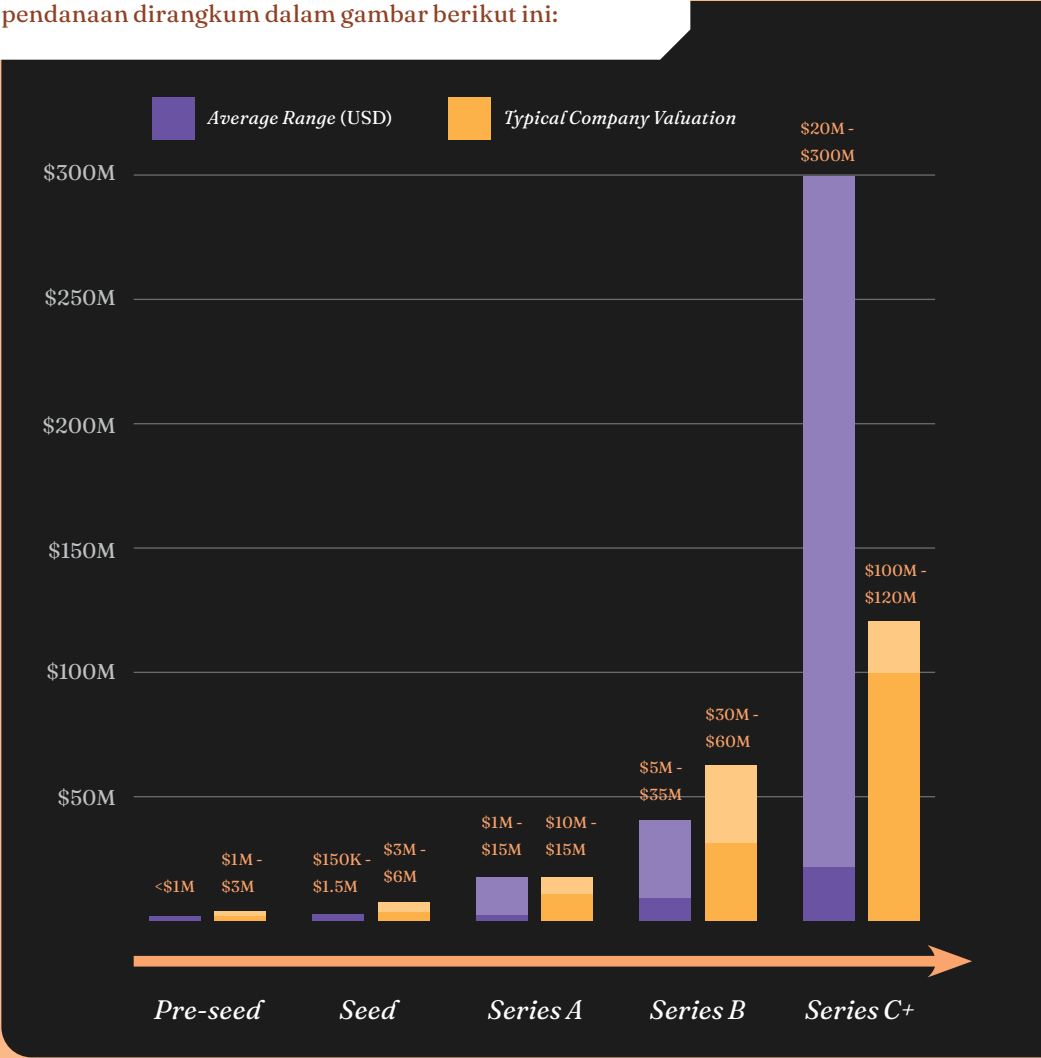
Series C funding

Perusahaan yang melakukan penggalangan dana pada seri C adalah perusahaan yang mencari dana tambahan dalam mengembangkan produk baru, memperluas pasar baru, atau mengakuisisi perusahaan lain. Intinya, pendanaan seri C fokus kepada penskalaan perusahaan agar dapat tumbuh dan berkembang dengan sukses. Misalnya startup yang sudah sukses di dalam negeri, akan berekspansi untuk membuka pasar di luar negeri. Seperti pada putaran pendanaan yang sebelumnya, investor seri C sering kali adalah perusahaan atau individu yang telah melakukan investasi di perusahaan tersebut pada putaran sebelumnya. Startup pada pendanaan seri B membutuhkan suntikan modal untuk membantu mereka menemukan daya tarik untuk terus tumbuh. Sedangkan suntikan pendanaan di seri C akan membantu perusahaan menjadi lebih mapan dan berkembang. Sebenarnya, startup yang telah menempuh pendanaan seri ini sudah mapan dan tidak dapat disebut sebagai 'startup'. Sebab, bisnisnya sudah mapan dengan model bisnis yang valid, sehingga perlu memperluas penawaran produk, memperluas pasar baru, hingga pemasarannya.

Cara kerja series C funding

Dikutip dari visible.vc, di Seri C, kelompok seperti dana lindung nilai, bank investasi, perusahaan ekuitas swasta, dan kelompok pasar sekunder besar menyertai investor yang menyuntikkan dananya. Karena perusahaan berhasil dan membuktikan bahwa mereka memiliki model bisnis yang sukses. Para investor baru ini datang untuk menginvestasikan sejumlah besar uang ke perusahaan yang sudah berkembang sebagai sarana untuk membantu mengamankan posisi mereka sendiri sebagai pemimpin bisnis.

Rata-rata besaran pendanaan pada setiap kategori serta valuasi dari perusahaan yang memperoleh pendanaan dirangkum dalam gambar berikut ini:



Tipe Pendanaan	<i>Pre-seed</i>	<i>Seed</i>	<i>Series A</i>	<i>Series B</i>	<i>Series C+</i>
Tipe Investor	• Sama seperti investor pada tahap <i>seed</i> • Teman dan keluarga • <i>Early stage angels</i> • Akselerator startup	• <i>Angel investor</i> • <i>Early stage venture capitals</i> • Akselerator	• VC • <i>Super angels</i>	• VC • VC tambahan	• VC tambahan • <i>Private equity firms</i> • Dana lindung nilai (<i>hedge funds</i>) • Bank
Tahapan Perusahaan	• <i>Pre-product</i>	• Tanda <i>product-market fit</i> • Traksi	• Pertumbuhan pada pendapatan • Pemasaran menjadi kunci penting	• Kemampuan untuk <i>scale up</i>	• Skala operasional yang lebih besar
Dana umumnya digunakan untuk	• Merekrut karyawan inti • Mengembangkan prototipe	• Pengembangan produk	• Penjualan baru dan proses pemasaran • Memahami pelanggan	• Perekrutan secara masif • Memperluas segmen pasar • Percobaan dengan saluran pendapatan yang berbeda	• Pindah atau memperluas ke pasar baru • Akuisisi

Sebagai penutup, perusahaan akan mengakhiri pendanaannya dengan seri C. Namun ada beberapa perusahaan yang melanjutkan ke putaran pendanaan seri D, bahkan seri E. Akan tetapi, perusahaan yang memperoleh pendanaan pada seri C umumnya sudah siap untuk berkembang pada skala internasional. Pendanaan seri C berguna untuk meningkatkan valuasi dalam mengantisipasi penawaran umum perdana saham (IPO atau *Initial Public Offering*). Sedangkan perusahaan yang melanjutkan pendanaan ke seri D karena sedang mencari dorongan terakhir sebelum melakukan IPO. Atau, mereka belum mencapai tujuan yang direncanakan selama pendanaan seri C.

Waktu yang Tepat untuk Melakukan Pendanaan



Semua bisnis yang berjalan pasti membutuhkan dana untuk menjalankan proses operasionalnya. Terutama pada momen-momen tertentu, bisnis harus berpikir ulang karena membutuhkan uang tunai lebih banyak untuk dapat menyelesaikan rencana mereka. Selain itu, sebagian besar *founder* startup atau pemilik bisnis tidak memiliki uang tunai untuk mendanai proses operasional tanpa bantuan dari pihak ketiga, contohnya investor. Untuk itu, sebagai pelaku startup, kita harus jeli melihat momen yang tepat untuk dapat menyelesaikan tahapan misi yang semakin menantang, menggunakan bantuan modal dari adanya pendanaan.



Kapan waktu yang tepat untuk mendapatkan *seed funding*?

Seed funding adalah momen yang paling menantang bagi startup. Karena, investor yang tertarik untuk mendanai startupmu pada tahap *seed funding*, dapat menjadi investor 'jangkar' yang menarik investor lain untuk berinvestasi di startupmu pada putaran pendanaan berikutnya. Selain itu, kamu harus bisa meyakinkan orang lain yang umumnya belum mengenalmu dan bisnismu lebih dalam. Beberapa pendapat menyatakan ada banyak 'sinyal' yang muncul bahwa inilah saat yang tepat untuk bisnismu memperoleh pendanaan *seed*.

Namun, secara garis besar ada tiga poin penting yang harus digarisbawahi:

1 MVP sudah siap

Proses ini tidak selalu prototipe sudah bisa berfungsi sepenuhnya. Namun yang lebih penting adalah kamu dapat menunjukkan bahwa ide telah matang dan dapat memecahkan masalah pengguna.

2 Ada bukti tentang tingkat daya tarik pelanggan (*customer traction*)

Pelangganmu bukan orang terdekatmu, melainkan benar-benar orang yang membutuhkan produkmu dan mau membayar untuk itu.

3 Punya model bisnis dan rencana bisnis yang matang

Di situ harus dijelaskan rencana ke depan, metrik yang berhasil dicapai, analisis pesaing, serta target yang ingin dicapai dengan adanya suntikan dana dari *seed*.

Kapan waktu yang tepat untuk mendapatkan series A/B funding?

Ada satu hal mencolok yang dapat dijadikan patokan mengenai *timing* yang tepat ketika kamu akan melaju ke seri A atau seri B. Itu jika kamu telah mencapai *product-market fit* dan telah membangun saluran akuisisimu. Ini ditunjukkan dengan modal yang dikeluarkan dapat menghasilkan jangkauan pelanggan yang sudah diidentifikasi. Misalnya saja jika kamu mengeluarkan uang sebanyak Rp 100 juta

untuk pemasaran, kamu akan mendapatkan Rp 500 juta dalam penjualan. Sinyal berikutnya yang terlihat jelas adalah kamu merasa bahwa tim harus berkembang besar lagi. Perekrutan menjadi sebuah hal penting yang harus segera dikerjakan untuk dapat memberikan layanan dan dukungan demi mempertahankan basis pelanggan.

Kapan waktu yang tepat untuk mendapatkan series C funding/ C+ funding?

Pendanaan pada seri C dan seterusnya dapat dilakukan apabila bisnismu sudah mapan pada bidang tersebut dan memiliki rencana untuk melakukan perluasan ke pasar baru (misalnya wilayah internasional), atau untuk melawan pesaing sengit.





Bagaimana kamu tahu jika sudah siap untuk melakukan *fundraising*?

Penggalangan dana adalah gabungan dari kemampuan perusahaan yang dituangkan dalam data dan cerita, kekuatan mental para *founder* untuk memajukan bisnisnya, serta kesiapan secara teknis sebelum melakukan pendanaan. Ada beberapa hal yang menjadi dasar dan kamu harus paham dan menyajikan hal ini dengan benar. Hal ini berkaitan dengan:

- Meneliti industri, pesaing, dan pasar secara menyeluruh
- Mendefinisikan produk yang membantu pelanggan memecahkan masalah mereka
- Menyiapkan proyeksi keuangan dan berapa banyak modal yang harus dikumpulkan



Tidak hanya itu saja, kamu perlu melakukan riset investor sebelum berhadapan langsung dengan mereka. Ada beberapa jenis investor namun mayoritas mereka punya satu tujuan, yaitu mencari peluang investasi dalam bisnis yang menawarkan potensi keuntungan yang signifikan.



Masing-masing investor punya spesialisasi dalam tahapan pendanaan yang diinvestasikan. Jadi, galilah informasi sebanyak mungkin tentang ini agar pendanaan yang didapatkan bisa efisien. Serta, target investornya juga tepat sesuai dengan spesialisasi mereka. Beberapa jenis investor yang ada antara lain pendiri, keluarga, teman, *angel investor*, venture capital, inkubator atau akselerator, grup investasi, hingga platform *crowdfunding*.



Setelah melakukan riset terhadap investor, kamu dapat menyiapkan *pitch deck*. Apa saja yang harus ada dalam *pitch deck*? Menurut situs *seedrs.com*, secara garis besar, kamu harus memasukkan informasi perusahaan, tim, kompetisi, target pasar, pencapaian, rencana masa depan, serta persyaratan pendanaanmu. *Pitch deck* yang tepat berhasil membangun cerita yang menarik dan menjelaskan tentang visi, rencana perusahaan, serta alasan mengapa startupmu layak mendapatkan pendanaan.

Selanjutnya, terutama dalam bisnis tahap awal, investor akan menaruh perhatian pada tim dari startup. Karena, investasi sumber daya manusia di awal akan sangat berpengaruh pada kesuksesan produk ke depannya. Jadi, jangan lupa untuk membangun struktur yang tepat pada tim, seperti mengkombinasikan talenta dengan kemampuan serta pengalaman yang beragam. Dengan memiliki tim yang mumpuni, maka perusahaan secara teknis akan lebih solid kinerjanya sehingga *founder* juga dapat lebih fokus dalam mengurus pendanaan. Tidak terbayangkan bagaimana sulitnya apabila *founder* mengelola tim dengan kinerja yang tidak efektif sembari membujuk orang-orang untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.



Lalu, apa saja tanda-tanda yang muncul apabila kita sudah harus melakukan pendanaan?

1

Kewalahan memenuhi permintaan

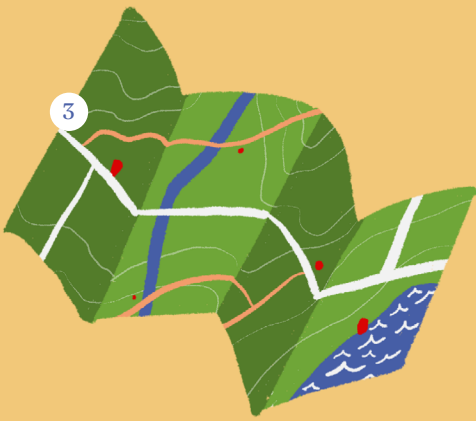
Apabila kamu sudah kewalahan dalam memenuhi permintaan produk, ini tanda baik bahwa sudah saatnya untuk meningkatkan modal. Investor yang punya reputasi baik akan tertarik pada pertumbuhan penjualan. Jika salah satu tantanganmu adalah ketidakmampuan untuk memenuhi permintaan, ini adalah situasi nyata di mana modal dapat membantu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2



Kekurangan staf tambahan dalam pencapaian berikutnya

Apabila kamu tidak mampu menyelesaikan misi dengan jumlah staf yang ada saat ini, maka itu bisa jadi kamu butuh tambahan anggota tim agar tujuanmu tercapai. Harus ada bukti yang jelas, mengapa kamu butuh staf tambahan. Apakah dengan adanya anggota tim tambahan, akan membantu perusahaan untuk tumbuh? Apakah hal tersebut akan mempengaruhi penjualan?



Punya *roadmap* jelas

Kamu sudah tahu betul rencana apa saja yang akan dijalankan menggunakan modal yang ada. Misalnya berapa banyak dana yang dibutuhkan untuk pemasaran, merekrut tenaga kerja baru, dan kebutuhan lainnya. Jangan lupa untuk menyinkronkan *roadmap* dengan dana investasi sehingga semuanya dapat dilacak dengan jelas menggunakan data.

Selama startup menjalankan proses investasi, ada kesan yang timbul bahwa investor dan startup ada di pihak yang berbeda. Padahal kenyataannya, baik investor dan startup punya visi dan ingin mengusung kesuksesan yang sama.

4



Memperoleh pembelian berulang dan rujukan

Produkmu berhasil memecahkan masalah pelanggan dan mereka senang dengan hal tersebut. Akibatnya, mereka mereferensikan produkmu kepada teman atau keluarganya agar menggunakan produkmu, tanpa kamu harus menyuruh pelanggan untuk melakukan hal ini. Adanya pembelian berulang dan rujukan adalah pertanda baik bahwa pasarmu sudah tervalidasi. Dengan adanya suntikan modal, maka harapannya pembelian berulang dan rujukan secara organik akan semakin meluas.

Maka dari itu, tanamkan dalam pikiran bahwa investor adalah orang yang mendukung dan menjadi bagian dari tim. Penting sekali untuk memperlakukan setiap investor sebagai mitra kerja yang baik sebelum negosiasi selesai. Misalnya adalah meminta dan mengikuti saran dari investor yang dapat dipercaya, hingga rutin menjalin komunikasi dengan investor. Sebab, bagaimanapun, etika ketika berhubungan dan bekerja sama dengan investor juga turut mempengaruhi proses jalannya pendanaan ke depannya.

Bagaimana Cara Membuat *Pitch Deck* untuk Investor?





Artikel sebelumnya sudah membahas pengetahuan seputar pendanaan. Pada bagian kali ini, akan menjabarkan tentang bagaimana cara membuat *pitch deck* yang tepat bagi investor? Terutama digunakan untuk putaran pendanaan seri A. Sebelum berbicara tentang kerangka dari *pitch deck*, terlebih dahulu kamu harus memahami mengapa *pitch deck* sangat penting, seperti yang dijelaskan berikut ini:

APA TUJUAN DARI PITCH SERI A?

Tujuan dari penawaran seri A adalah pembuktian bahwa startup layak mendapatkan pendanaan. Startup perlu menunjukkan pada investor mengapa mereka harus berinvestasi pada perusahaan tersebut. Agar hal ini dapat tercapai, maka startup harus menyiapkan *pitch deck* yang dapat memberikan gambaran secara ringkas sekaligus jelas tentang bisnismu. Mari kita garis bawahi tentang kalimat ‘mengapa investor harus berinvestasi di perusahaan’. Dalam menyampaikan cerita pada investor, mungkin mereka tidak menemukan masalah yang dapat diselesaikan oleh startupmu.

Namun, kamu dapat menonjolkan tiga poin utama ini:

- Menjelaskan masalah yang dihadapi oleh pelanggan dan dampaknya terhadap mereka

- Menunjukkan bagaimana produkmu dapat mengatasi masalah tersebut dan membuat hidup pelanggan lebih baik.

- Menunjukkan mengapa bisnis yang melakukan (mengeluarkan produk tersebut) adalah bisnis yang baik.

SEPERTI APA GAMBARAN GARIS BESAR DALAM MEMBUAT PITCH DECK?

Dilansir dari situs ycombinator.com, berikut adalah penjelasannya:

1 JUDUL

1 slide

Dalam *slide* ini, kamu harus menyertakan nama, logo perusahaan, serta satu kalimat yang mendeskripsikan tentang apa yang dilakukan oleh bisnismu. Buatlah kalimat yang jika orang membacanya, maka akan segera langsung membayangkan di benak mereka tentang apa yang bisnismu lakukan. Contohnya adalah perbandingan dua kalimat ini, 'Ciptakan perubahan dengan metode *intermittent*

fasting untuk yang ingin diet'. Bandingkan dengan kalimat berikut, 'Bantu turun berat badan dengan metode yang sehat'. Istilah '*intermittent fasting*' mungkin populer bagi orang-orang yang paham bahasa Inggris atau orang yang sudah pernah diet. Namun, istilah tersebut akan lebih sulit untuk dipahami oleh audiens pada umumnya. Jadi, gunakanlah kalimat yang mudah dipahami oleh banyak orang.

2 TRAKSI

1 slide

Menempatkan bagian traksi pada awal presentasi adalah trik untuk memikat perhatian investor dan memberi pemahaman pada mereka bahwa presentasi ini layak untuk didengarkan secara teliti.

Contoh ini dikutip dari Y Combinator:

"Kami membantu orang berhenti merokok. Produk kami sangat bagus sehingga hanya dalam 2 tahun terakhir, kami telah mencapai 500 ribu WAU dengan pertumbuhan 20% m/m.") dan bertransisi dengan baik ke dalam masalah, "Alasan orang membutuhkan produk ini adalah karena merokok adalah penyebab utama kanker paru-paru."

3

MASALAH

1 slide

Kamu dapat menjelaskan masalah apa yang sedang angkat dan hal tersebut dapat ditemukan solusinya menggunakan produkmu.

Contoh pernyataan masalah yang buruk:

"Orang Amerika menghabiskan \$400 miliar untuk masalah kesehatan mental."

Hal ini tidak logis karena tidak mungkin sebuah startup kecil dapat menyelesaikan masalah kesehatan mental senilai \$400 miliar ini.

Akan lebih baik apabila ditulis dengan:

"x orang Amerika membutuhkan terapi tetapi tidak dapat membayarnya."

Ini menunjukkan bagian tertentu dari masalah yang ingin kamu angkat, yakni kurangnya akses ke terapi. Selanjutnya kamu dapat membawa masalah ini menuju solusi, yakni bagaimana produkmu dapat membuat terapi lebih terjangkau.

4

SOLUSI

1 slide

Agar solusi terlihat lebih *stand out*, kamu dapat menjelaskannya berdampingan dengan *slide* masalah. Tampilkan semuanya secara kuantitatif. Jangan ceritakan bahwa produkmu adalah produk paling inovatif, terbaik, nomor satu, dan kalimat subjektif lainnya. Tapi ukur semuanya menggunakan angka, misal seberapa cepat, dari sisi harga, dan lain-lain. Berikut ini adalah contoh solusi yang dikutip dari Y Combinator:

Contoh pernyataan masalah yang buruk:

"Ketika bisnis ingin memverifikasi identitas bisnis lain, mereka harus mencari bisnis secara manual di *database* X. Proses ini memakan waktu Y hari dan Z% dari hasil ini tidak akurat."

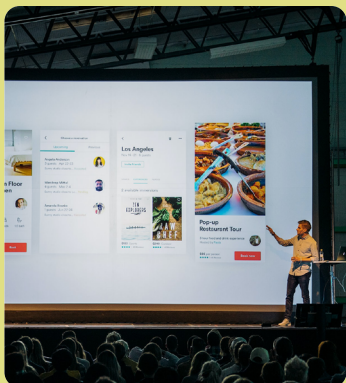
Akan lebih baik apabila ditulis dengan:

"Bersama kami, semua bisnis hanya perlu mengirimkan kueri ke satu *database* - milik kami. Proses ini memakan waktu A hari dan B% akurat. Ini berarti mereka dapat memverifikasi C% lebih banyak orang D kali lebih cepat."

5

TRAKSI

diceritakan dengan lebih dalam pada beberapa *slide*



Fokuslah untuk menampilkan metrik yang paling penting bagi investor. Apabila startupmu sudah memiliki pendapatan, maka kamu dapat menampilkannya. Ketika kamu memilih metrik pendapatan, pastikan bahwa kamu juga menjelaskan tentang bagaimana cara perusahaanmu memperoleh pendapatan tersebut. Yang mana artinya kamu harus menjelaskan model bisnis dan bagaimana cara kerjanya sehingga menjadi valid.

6

PASAR

1 *slide*

Kamu dapat menunjukkan seberapa besar peluang yang dapat digarap oleh bisnismu. Ini dapat dihitung menggunakan formula *bottom-up*, yaitu:

Jumlah calon
pelanggan x nilai
setiap pelanggan

Perhitungan *bottom-up* harus bergantung pada angka nyata yang diperoleh dari bisnis saat ini. Jumlah calon pelanggan didasarkan pada segmen pelanggan yang saat ini dilayani, dan nilai setiap pelanggan harus didasarkan pada nilai aktual mereka bagi bisnismu saat ini.

7

KOMPETISI

1 *slide*

Selama presentasi, kamu dapat menyampaikan pesan tentang mengapa bisnismu berkali lipat lebih baik daripada bisnis lain.

8

VISI

1 *slide*

Di bagian ini, kamu dapat menyertakan cita-cita atau harapan mimpimu secara bijaksana. Tidak masalah jika kamu mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan masa depan atau ambisi pada bagian ini.

Jika tim adalah salah satu keunggulan yang membawa nilai lebih bagi bisnismu, maka kamu dapat menyertakan bagian ini pada *slide* kedua atau ketiga.

Tim yang memiliki *added value* adalah tim yang:

- Kamu telah berhasil sebelumnya (misal memulai dan menjual perusahaan sebelumnya dengan harga lebih dari \$100 juta).
- Kamu memiliki keahlian yang sesuai dengan industri yang digeluti (misalnya gelar PhD dalam imunologi seluler, atau seorang profesor dalam bidang kedokteran).

Namun, apabila tim-mu dirasa tidak memiliki keunggulan komparatif, kamu dapat menunjukkan siapa saja pendirinya dan mengapa mereka adalah orang yang tepat untuk mengembangkan bisnis ini.



Ini adalah ujung tombak dari *pitch deck*. Maka kamu harus menyertakan secara ringkas dan jelas tentang berapa banyak dana yang kamu butuhkan, untuk apa dana tersebut digunakan, dan di mana dana tersebut dapat dipakai dalam 18-24 bulan (merupakan rentang waktu yang umum disertakan sebelum melaju ke putaran pendanaan berikutnya).

Jika *pitch deck*mu sudah disiapkan dengan matang, kini saatnya untuk berlatih. Jangan lupa untuk tampil dengan percaya diri. Sebab, ini adalah tanda bahwa kamu menguasai materi. Latihan yang baik akan sangat membantumu ketika *showtime* tiba. Usahakan untuk berlatih menjelaskan dalam 20 menit, diskusi bersama selama 20 menit, dan mendapatkan umpan balik dalam 20 menit.

Menjadi Startup Sukses Lewat *Bootstrapping*

Metode pendanaan yang termasuk populer untuk dilakukan oleh para pendiri startup adalah dengan *bootstrapping*. Menurut cuttles.io, *bootstrapping* adalah memulai bisnis baru menggunakan uang pendiri. Menggunakan uang secara pribadi artinya kamu punya kendali penuh atas operasional bisnis.

Bootstrapping sendiri menjadi familiar karena kesan pertamanya adalah praktis. Kamu tidak perlu melibatkan orang lain untuk memberikan kuasanya terkait dana serta ikut andil dalam perusahaan. Namun di sisi lain, *bootstrap* juga cara yang menantang. Karena beban dan tekanan keuangan hanya ditanggung oleh pendiri. Bisnis yang minim pengeluaran bukan berarti baik. Bisa jadi hal tersebut justru menghambat pengembangan bisnis. Akan tetapi, *bootstrapping* tidak dapat serta merta dinilai sebagai metode yang buruk untuk pendanaan.



Agar kamu tidak salah jalan, sebelum melakukan *bootstrapping*, sebaiknya kamu memahami hal-hal ini:

Mengurangi pengeluaran

Bagaimanapun cara ini memang terkesan sederhana namun sebenarnya sangat menantang untuk dilakukan. Kamu harus bisa untuk memfilter pengeluaran yang sebenarnya bisa dikurangi dan fokus untuk menghabiskan modalmu hanya pada hal yang esensial saja.

Tidak terburu-buru dalam ‘memotong’ pemasukan

Jika kamu sebagai *founder* masih punya pekerjaan dan menjadi sumber bahan bakar untuk startupmu, maka pertimbangkanlah untuk mempertahankannya sedikit lebih lama. Dalam rentang waktu tersebut, kamu dapat memanfaatkan waktu untuk melakukan pengujian ide, menyusun rencana bisnis, riset pasar, dan tugas-tugas lainnya untuk persiapan startupmu.

Menemukan *co-founder*

Bisnis yang dipikirkan sendiri akan berbeda hasilnya dibandingkan dengan bisnis yang dipikirkan oleh beberapa orang. Beban kerja, wawasan, serta hal-hal lain sangat dirasakan manfaatnya apabila melakukan kolaborasi. Untuk itu, carilah *co-founder* yang punya visi dan misi yang sama agar kamu dapat berbagi risiko, beban kerja, dan hal-hal lain seputar bisnis.

Buat anggaran dan keluarkan secara bijak

Apabila bisnis sudah memperoleh pendapatan, jangan buru-buru untuk membelanjakan keuntungan tersebut. Buatlah anggaran keuangan untuk memandumu tetap *on track* dan tidak melanggar batas. Mengeluarkan uang secara bijak merupakan cara yang tepat agar rencana bisnismu tetap berjalan dengan tepat.

Pertimbangkan untuk kerja sama dengan *freelancer*

Butuh dana yang besar untuk dapat merekrut karyawan, terutama yang memiliki jam terbang tinggi. Hal itu tentu bukan menjadi masalah apabila kamu memiliki modal besar. Akan tetapi faktanya, startup yang baru dirintis memiliki keterbatasan dana, sehingga menggunakan jasa *freelancer* adalah keputusan yang lebih tepat dibandingkan terburu-buru merekrut karyawan. Kamu dapat memanfaatkan banyak situs penyedia jasa *freelancer* atau mungkin meminta rekomendasi dari orang yang dapat kamu percaya.



Dilansir dari situs tira.so, sebagai penambah wawasanmu, berikut adalah startup atau perusahaan besar yang dulunya dirintis menggunakan *bootstrapping*.

GitHub

GitHub, diluncurkan sebagai startup *bootstrap* pada tahun 2008 dan dibeli oleh Microsoft seharga \$7,5 miliar pada tahun 2018.

shopify

Shopify, para pendiri Shopify memulai situs *e-commerce snowboarding*, tetapi mereka membutuhkan solusi keranjang belanja. Hari ini, Shopify memiliki penilaian lebih dari \$ 166 miliar.

MOJANG STUDIOS

Mojang (Minecraft) adalah nama rumah tangga di kalangan penggemar game. Pencipta Markus Persson yang memiliki latar belakang game, tetapi dia melihat ruang untuk perbaikan. Dia menghasilkan keuntungan hampir \$ 1 miliar sebelum menjual ke Microsoft pada tahun 2014 seharga \$ 2,5 miliar.

INTUIT mailchimp

MailChimp yang didirikan oleh Ben Chestnut dan Dan Kurzius memiliki bisnis konsultasi desain. Kliennya meminta buletin elektronik, tetapi pada saat itu, membuatnya adalah proses yang membosankan. Lebih dari 20 tahun kemudian, bisnis startup *bootstrap* para pendiri diperkirakan bernilai lebih dari \$10 miliar.

TechCrunch

TechCrunch, sebuah situs teknologi, didirikan pada tahun 2005 oleh seorang pengusaha sukses, Mike Arrington, bersama dengan Keith Teare. TechCrunch dijual ke AOL seharga \$25 hingga 40 juta.7 Saat itu, Arrington secara pribadi memiliki 85% saham perusahaan.

Typeform

Typeform adalah platform berbasis web yang didirikan pada tahun 2012 untuk mengumpulkan dan berbagi informasi dengan cara percakapan dan manusiawi. Sejak itu mereka terus mengumpulkan lebih dari €42,9 juta dari VC.



Zoho adalah perusahaan perangkat lunak B2B yang memulai kehidupan pada tahun 1996 sebagai AdventNet. Saat ini Zoho adalah perusahaan rintisan *bootstrap* dengan pendapatan lebih dari \$600 juta (2021) dan 10.000+ karyawan di seluruh dunia.



MessageBird, yang didirikan pada tahun 2011, dan berbasis di Amsterdam, merupakan perusahaan komunikasi *cloud* yang menggerakkan komunikasi *omnichannel* antara bisnis dan pelanggan mereka. Hingga 2017, MessageBird di-*bootstrap*. Setelah itu, dan hingga hari ini, mereka telah mengumpulkan dana lebih dari €944 juta.



Shutterstock yang didirikan oleh Jon Oringer adalah pengembang perangkat lunak profesional dan fotografer amatir. Dia menggabungkan serangkaian keterampilan ini dan menggunakan 30.000 foto dari perpustakaan foto pribadinya untuk memulai layanan stok foto yang saat ini bernilai \$2 miliar. Efisiensi modalnya terbayar dan akhirnya mengubahnya menjadi miliarder.

Startup-startup yang sukses tersebut tidak dibangun dalam semalam. Para pendirinya hampir semuanya memiliki pola pikir untuk tidak lelah berlatih sehingga berhasil ketika lari marathon. Untuk itu, di awal jangan hanya berpikir untuk bisa mendapatkan uang dengan instan. Karena jika itu yang ada di pikiran, maka kamu akan kecewa. Fokuslah untuk merealisasikan ide dan membangun produk yang tepat guna bagi pelanggan. Menghasilkan dampak yang relevan bagi pelanggan akan menciptakan sebuah nilai yang akan mengantarkanmu pada keuntungan di kemudian hari.

Cara Memperpanjang Runway Startup





Ada sebuah kalimat yang terkenal dalam industri keuangan, ‘Cash is king.’ Uang tunai adalah raja. Jika dikaitkan dengan *runway* startup, maka istilah tersebut sangat berkaitan. Di mana startup yang memiliki uang tunai yang cukup, maka akan memiliki ruang gerak yang lebih panjang dalam menjalankan proses operasionalnya.



Seperti yang telah dijelaskan pada artikel pertama tentang *runway* startup, di artikel kali ini kita akan lebih fokus pada upaya untuk dapat memperpanjang *runway*. Penjelasannya adalah seperti ini. Jika kamu punya landasan pacu yang pendek, maka kamu akan punya risiko lebih besar untuk bisa ‘lepas landas’ dengan aman. Untuk itu, agar kamu memiliki ruang gerak yang lebih ‘bebas’, maka kamu dapat memperpanjang *runway*. Berikut adalah beberapa wawasan yang bisa kamu praktikkan dalam memperpanjang *runway* startup:

1 Tabungan pribadi

KELEBIHAN

+

Dalam beberapa kasus, menggunakan tabungan pribadi sebagai suntikan dana startup bisa jadi pilihan yang ideal. Itu karena kamu bisa mengendalikan seberapa banyak dana yang bisa masuk, dengan beberapa pertimbangan risiko yang ditanggung sendiri.

KEKURANGAN

-

Cara *bootstrap* juga punya kelemahan, itu karena kamu akan menanggung sendiri apabila ada kerugian di masa depan. Kamu tidak punya ‘pegangan’ atau badan yang bisa menjamin karena kamu sendiri yang menjadi investor untuk usahamu.

2 Kredit

KELEBIHAN

+

Menggunakan kredit, dari segi waktu terlihat lebih fleksibel dan pada umumnya menyertakan syarat peminjaman yang lebih mudah, dengan waktu pencairan yang relatif lebih singkat.

KEKURANGAN

-

Bunga relatif cukup tinggi, sehingga kamu harus punya perhitungan yang tepat dan memproyeksikan dana yang bisa digunakan untuk membayar bunga dan pinjaman pokoknya.

3 Pendapatan awal

KELEBIHAN +

Cara ini tergolong paling 'aman' dalam memperpanjang *runway* startupmu. Apabila klien melakukan pembayaran di muka untuk produk, maka kamu bisa 'putar' dana ini untuk operasional bisnis.

KEKURANGAN -

Tidak semua kasus bisa cocok menggunakan alternatif ini. Itu karena klien mungkin ingin menikmati produk secara utuh, tanpa harus melakukan pembayaran terlebih dulu.

4 Jasa konsultasi

KELEBIHAN +

Ini salah satu sumber dalam memperoleh pendapatan yang paling umum. Ini semua bergantung pada kemampuan yang kamu miliki dan seberapa lihai dalam menawarkan jasa dan mendapatkan klien

KEKURANGAN -

Kamu harus pandai dalam melakukan manajemen waktu, karena sesi konsultasi butuh tingkat fokus yang cukup tinggi. Untuk itu, jangan sampai startup jadi tertinggal karena fokusmu menjadi terpecah.

5 Pendapatan produk sekunder

KELEBIHAN +

Misalnya dari pendapatan afiliasi, penjualan produk sekunder seperti program, buku, atau kursus. Dengan ini, akan mengurangi tekanan pengeluaran karena sumber pendapatannya berbeda.

KEKURANGAN -

Akan membutuhkan waktu lebih lama dalam membuat produk sekunder, serta perlu upaya untuk terus tetap mempertahankan penjualannya.

6 *Angel investor*

KELEBIHAN +

Angel investor bisa berarti kombinasi yang baik antara teman dan atau keluarga, serta perusahaan yang memang menyuntikkan modalnya untuk startup. Selain itu, ada beberapa tipe *angel investor* yang juga memberikan bimbingan terkait operasional bisnis. Umumnya, *angel investor* tidak memiliki ekspektasi pengembalian dana yang sama seperti yang dilakukan *venture capital*.

KEKURANGAN -

Sering kali *angel investor* datang sebagai solo, bukan sebagai entitas bisnis seperti perusahaan, sehingga mereka jarang menjadi investor utama. Untuk itu, kamu mungkin perlu merencanakan untuk melengkapi investasi dengan investor lainnya.

7 Hibah dan kontes

KELEBIHAN +

Pendanaan yang bentuknya hibah atau kontes, biasanya bebas dari ekuitas. Sebab, pendanaan umumnya berhubungan dengan aktivitas tertentu yang perlu dilakukan oleh startupmu. Misalnya konsultasi dengan mentor, atau dana penelitian dan pengembangan.

KEKURANGAN -

Sebagian besar hibah atau kontes, tidak terlalu signifikan dalam menambah arus kas usaha. Itu karena umumnya, hibah diberikan dalam bentuk yang berbeda-beda, tidak semata-mata dalam bentuk *fresh money*.

Jadi, apa cara paling tepat untuk memperpanjang *runway* startup? Jawabannya semua tergantung pada situasi dan kondisi yang sedang kamu hadapi. Bagaimana proyek yang sekarang dikerjakan? Berapa lama durasi waktu yang kamu harapkan dalam memanjangkan momen? Seperti apa situasi keuangan saat ini? Dan seperti apa pilihan pembiayaan yang kamu butuhkan?

Apa saja pilihan yang nantinya kamu tentukan, jangan lupa untuk mempertimbangkan setiap risikonya dan manfaat yang bisa kamu dapatkan, ya.



1000

Ini kisah mereka #RintisSolusiDigital

Bizhare, Jahitin, dan Botika adalah alumni **Gerakan Nasional 1000 Startup Digital** yang berhasil menciptakan dampak nyata lewat solusi digital.

Bagaimana awal mula startup mereka dirintis?
Apa visi besar yang ingin mereka realisasikan?

Tonton di kanal Youtube #1000StartupDigital:

s.id/kenalalumni1000



**MANUSIA ITU
MAKHLUK SOSIAL**

**BUKAN MAKHLUK
EKONOMI**



Dulu saya pernah bercita-cita mempunyai perusahaan media sendiri. Apa daya modal tak ada. Mau utang ke bank, terpikir tingginya bunga. Lagi pula saya sangsi apakah ada bank yang sudi memberi pinjaman pada wartawan miskin tanpa aset yang bisa dijadikan agunan.



Saya sempat mengontak Paklik Gudel, mentor saya dan salah satu orang kaya di Jakarta. Tapi apa reaksinya ketika saya mengutarakan niat mau pinjam uang?

“Buat apa? Bikin media? Hahaha ...” ia terbahak.

Saya diam sambil menggigit bibir.

“Buat apa sih, sampeyan punya media?” ia bertanya.

“Sebagai wartawan yang sudah bertahun-tahun bekerja tapi tetap jadi paria, tentu saja saya juga pengen kaya, Paklik. Nah, biar bisa kaya, saya harus punya perusahaan sendiri,” jawab saya.

Bukannya mendengarkan penjelasan dan rencana saya selanjutnya, Paklik Gudel malah mengibaskan tangan dan bilang begini.

“Sudahlah Mas, jangan kepengen kaya!”

“Loh, kenapa, Paklik?”

“Sampeyan tahu Francois Guizot?”

“Tidak. Siapa dia?”

“Guizot adalah cendekiawan dan ahli sejarah Prancis. Sewaktu menjadi menteri utama Prancis pada 1800-an, dia pernah berseru, ‘Jadilah kaya!’

Tapi ia ternyata tak pernah kaya raya. Ia malah jatuh dari kedudukannya, kembali jadi sejarawan, dan menulis buku berjilid-jilid, yang tak laris. Sampeyan jangan meniru dia, Mas!

Guizot hidup di masa pergolakan, ketika orang-orang kaya dibutuhkan – meskipun pada saat yang sama kelas borjuis itu juga mencemaskan.”

“Kenapa mencemaskan? Kenapa pula kita tak usah berambisi jadi kaya, Paklik?” saya bertanya dengan penuh rasa penasaran.

“Kodrat manusia bukanlah buat mencari uang, juga bukan buat jadi kaya. Manusia sebagai homo economicus hanya abstraksi dari pemikir kapitalis, atau mereka yang sinis, yang yakin bahwa manusia diciptakan haus harta. Padahal bukan. Saya rasa Aristoteles benar. Manusia bukan makhluk ekonomi, melainkan makhluk sosial.

Mungkin itu sebabnya dunia membenci orang kaya. Di Mesir, Nasser katanya pernah membatasi penghasilan orang. Kalau kekayaan seseorang lebih dari batas tertentu, harus diambil buat negara, yang katanya mewakili masyarakat banyak.

Begitu juga yang terjadi di Tiongkok di bawah Mao. Bahkan di Inggris orang kaya dipajak hebat-hebatan, sampai penyanyi laris dan bintang film dan miliuner lain lebih baik tinggal di luar negeri. Di Italia bahkan ada Brigade Merah, yang juga benci orang kaya. Lalu ada William Benton.”

“Benton? Siapa dia, Paklik?”

“Ia orang kaya yang mengaku tidak kaya, ketika di tahun 1968 majalah Fortune menyatakan dirinya termasuk orang terkaya di Amerika Serikat. Ia memang pemilik perusahaan yang membiayai dan menerbitkan Encyclopaedia Britannica, dan itu berarti bisnis besar.

Benton rupanya tidak suka menjadi orang kaya. Ia menyatakan bahwa menjadi kaya itu di luar kehendaknya. Sejak mula Benton— anak seorang profesor—sudah bertekad: akan meninggalkan dunia bisnis begitu hidupnya sudah lumayan enak. Dan betul. Ia mengundurkan diri dari usaha waktu umur 35 tahun.”

“Tapi ia tetap kaya kan, Paklik?”

“Benar, Mas. Dan dia semakin kaya saja. Setelah berhenti dari bisnis, ia ketemu seorang kawan yang kepepet. Perusahaan kecilnya, yang memproduksi sepatu, perlu tambahan modal sedikit. Benton cuma mau menolong, dan meminjamkan \$5000. Eh, dalam waktu sepuluh tahun, bagian Benton dari perusahaan itu jadi \$125.000.

Waktu Benton menyelamatkan Encyclopaedia Britannica dari kebangkrutan, ia pun mungkin tak menyangka akan

sukses. Rasanya mustahil dapat cuan dari mengongkosi penerbitan ensiklopedia. Ternyata duit datang ke Benton, terus, dan terus.

Akhirnya ia hidup sederhana, dan menyatakan bahwa hampir seluruh penghasilannya ia peruntukkan buat Britannica. Maka memasukkan dirinya ke dalam kelas orang kaya raya, menurut penilaiannya, bukan saja keliru, tapi tak sopan.

“Mengapa sebutan kaya dianggapnya tak sopan, Paklik?”

Entahlah. Barangkali ia seorang Pancasilais, Mas.”

“Ah, sampean nyindir saya ya?”

“Oh, tidak. Saya cuma mau mengingatkan kebahagiaan tak hanya diukur dari jumlah uang di kantong sampean.”

“Lantas diukur dari apa?”

Paklik Gudel tak pernah menjawab pertanyaan saya itu sampai detik ini. Ia pergi begitu saja. Sejak itu, saya pun mengubur impian membangun perusahaan media sendiri. Saya tak lagi berminat menjadi orang kaya raya.

PENULIS:

Wicaksono alias Nodoro Kakung, jurnalis veteran, konsultan komunikasi, dan kreator konten.

Film, Buku, & *Podcast*

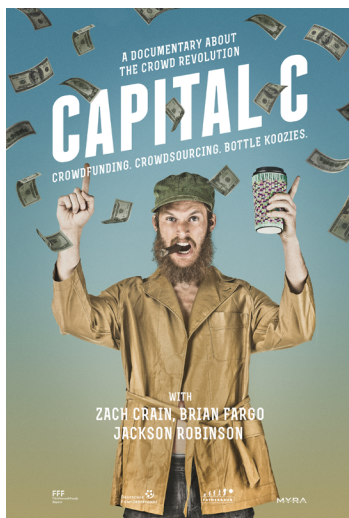
Telah dikurasi, tinggal diresapi,
dinikmati, dan dibagi pada teman-
teman lainnya!



Bagi *founder* yang baru merintis startup, kamu perlu mengetahui cara mendapatkan pendanaan eksternal. Hal ini bertujuan untuk memastikan fundamental startup- mu dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat.

Berikut ini kami bagikan rekomendasi film, buku, dan *podcast* yang bisa menambah pengetahuanmu tentang pendanaan startup.

Film

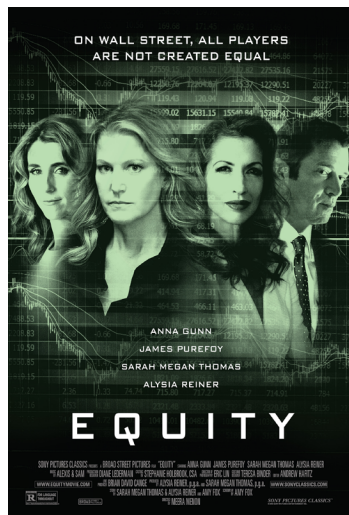


CAPITAL C

2014



Capital C menceritakan tentang cara mengumpulkan modal dalam jumlah besar selain dari bank dan *angel investor*, yakni dengan melakukan *crowdfunding*. Rahasia pengumpulan modal dalam jumlah besar ini terletak pada bagaimana cara perusahaan menciptakan pesan yang berdampak pada orang lain. Jika kamu menerapkan cara ini, orang secara alami akan memiliki rasa ingin membantu dan mendukung pertumbuhan perusahaanmu.



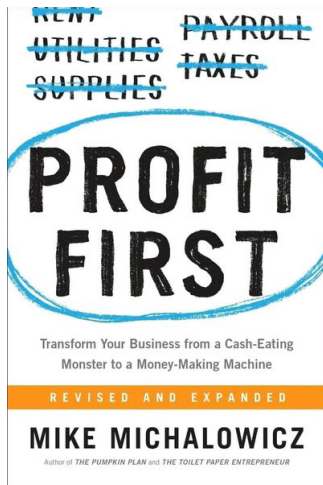
EQUITY

2016



Equity mengisahkan problematika kehidupan dari seorang wanita bernama Naomi Bishop yang telah berpengalaman di bidang Bankir Investasi. Namun, suatu hari dia mengalami jungkir balik kehidupan akibat terlibat dalam kasus yang membuatnya jatuh ke dalam titik terendah. Di dalam film ini penuh dengan ambisi, keserakahan, dan kejahatan yang dilakukan oleh kerah putih, serta mengangkat kasus tentang kesetaraan yang wajib ditonton.

Buku

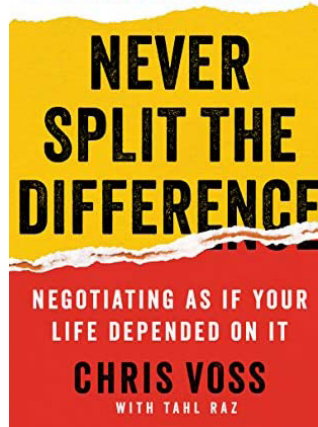


PROFIT FIRST: TRANSFORM YOUR BUSINESS FROM A CASH-EATING MONSTER TO A MONEY-MAKING MACHINE

MIKE MICHALOWICZ

Jika kamu masih menghitung laba dengan rumus hasil penjualan dikurang biaya operasi, sekarang coba ganti dengan pendekatan *reverse engineering*, yaitu hasil penjualan dikurang laba. Dengan kata lain, kamu menjadikan laba tersebut sebagai titik awal ketika membuat keputusan, bukan sebaliknya. Buku ini juga mengajarkan bahwa perusahaan yang sehat secara finansial dapat tercipta dari serangkaian keuntungan finansial kecil yang konsisten setiap hari, bukan dari satu momen besar saja.

WALL STREET JOURNAL BESTSELLER
A FORMER FBI TOP HOSTAGE NEGOTIATOR'S FIELD-TESTED TOOLS
FOR TALKING ANYONE INTO (OR OUT OF) JUST ABOUT ANYTHING



NEVER SPLIT THE DIFFERENCE CHRISTOPHER VOSS, TAHL RAZ

Seorang pengusaha yang sukses biasanya punya keterampilan negosiasi yang hebat. Untungnya, keterampilan ini bisa dipelajari, dikembangkan, dan ditingkatkan. Nah, kamu bisa mulai belajar dari buku ini jika ingin mengasah keterampilan negosiasi agar dapat mengungguli kompetitor. Dalam buku ini, Chris Voss sebagai penulis membagikan sembilan prinsip negosiasi efektif yang bisa kamu gunakan untuk menjadi lebih persuasif baik dalam kehidupan profesional maupun pribadi.

Podcast



GREYMATTER

Tambah wawasan kewirausahaanmu dengan mendengarkan *podcast* di Greymatter. Saluran *podcast* ini menawarkan perspektif dan cerita dari banyak pengusaha di bidang teknologi dan pemimpin bisnis ternama. Durasi per episodenya sekitar 20 sampai 50 menit yang dikemas dalam perbincangan santai yang mendalam.

<https://greylock.com/greymatter-podcast/>



THE BACKBONE

Dengarkan obrolan bersama para pemimpin keuangan di berbagai startup tech dengan pertumbuhan tinggi yang ada di saluran *podcast* The Backbone. Pembawa acara akan mewawancarai mereka untuk mengetahui perjalanan membangun startup hingga tantangan terbesar yang pernah mereka alami. Satu episode di saluran *podcast* ini berdurasi sekitar 20 sampai 40 menit.

<https://pod.link/Backbone>



**MINA CERIA
NUSANTARA**



Mina Ceria: Budidaya Ikan untuk Kesejahteraan

Kali ini, majalah Rintisan mewawancarai Rizky Ardhy Maulana, *founder* dari alumni Gerakan Nasional 1000 Startup Digital tahun 2021, yakni Mina Ceria.

ELEVATOR PITCH

Jasa budidaya ikan terpadu dari hulu ke hilir dari untuk mendukung kesuksesan kerja sama operasional budidaya ikan Anda.

VISION

Meningkatkan dan pemeratakan kesejahteraan masyarakat luas melalui budidaya ikan yang berkelanjutan.

WEBSITE

<https://minaceria.id/>

PADA MULANYA, BAGAIMANA CERITA LATAR BELAKANG DALAM MEMBUAT MINA CERIA?

Berawal di tahun 2016, saya dan rekan *co-founder* Mina Ceria yang bernama Harya, sedang riset untuk mencari bisnis apa yang berpeluang bagus. Saat itu ada yang menawarkan bisnis budidaya udang, lalu kami cari tahu dengan mendatangi tempat budidayanya di daerah, Suban, Jawa Barat.

Setelah dipelajari selama beberapa bulan, kami menemukan beberapa tantangan yang menarik, seperti Indonesia yang ternyata punya area potensial untuk budidaya perikanan yang luas sekali. Permintaan masyarakat akan udang dan

ikan air tawar masih jauh lebih tinggi daripada supply-nya. Di samping itu, ternyata sumber daya manusia yang bisa dilibatkan juga banyak. Apalagi di daerah pesisir atau pedesaan yang dekat dengan perairan di mana tingkat kemiskinannya masih cukup tinggi. Kalau kami bisa bantu menggerakkan ekonomi di area tersebut, tentunya jumlah warga yang bekerja serabutan maupun pengangguran bisa berkurang.

Melihat potensi tersebut, kami bertanya-tanya mengapa tidak begitu banyak orang tertarik berbisnis budidaya ikan, ya? Setelah kami gali,

banyak yang sebenarnya tertarik tapi terkendala akses lahan, pengalaman dan kemampuan budidaya yang terbatas. Selain itu, hampir 90% orang beranggapan bisnis peternakan maupun perikanan itu tidak praktis dan tidak modern.

Hal inilah yang memotivasi kami membuat Mina Ceria, jasa budidaya ikan terpadu dari hulu ke hilir. Agar selain bisa membantu orang yang ingin bisnis budidaya ikan tapi tidak punya sumber dayanya, juga bisa menyejahterakan masyarakat di sekitar area budidaya tersebut.

FOUNDER

- Rizky Ardhy Maulana
- Harya Candrasa Koostanto
- Ajeng Suasti Astuti

DIDIRIKAN PADA

2017

INDUSTRI

Perikanan

JUMLAH TIM

8 orang

FASE PENDANAAN

Bootstrapping



APA KEGIATAN ANDA SEBELUM MENDIRIKAN STARTUP?

Sebelum mendirikan Mina Ceria, saya pernah bergabung di konsultan manajemen sumber daya air, Harya sempat bekerja di perusahaan konstruksi *Engineering Procurement and Construction* sebagai *Project Engineer*, kalau Ajeng dulu pernah bekerja di sebuah startup teknologi perikanan.





BAGAIMANA ALUR PROSES BISNIS MINA CERIA?

Pada intinya, kami menyediakan jasa bisnis budidaya udang vaname dan ikan nila dari mulai proses pencarian lahan, hingga bantu menjual hasil panennya. Secara umum kami membuat dua paket yang bisa dipilih oleh klien: paket bisnis & paket *customize*. Untuk paket bisnis, kami telah mendesain komponennya sehingga klien sudah mendapat kolam, pembelian modal produksi, tenaga kerja, serta penyerapan hasil panennya. Klien tinggal buka website kami di <https://minaceria.id>, memilih paket bisnis udang vaname atau ikan nila,

tandatangan kerjasama, setelah itu bisa langsung dijalani *project*-nya. Selama proses budidaya berlangsung, kami juga secara reguler melaporkan progress setiap bulannya melalui email sekaligus mentransfer hasil usahanya.

Yang kedua adalah paket *customize* yang ditujukan untuk klien yang tidak mau pilih paket bisnis yang disediakan. Misalnya dia sudah punya lahan sendiri, atau mau cari sendiri lahan baru, bisa kami bantu desainkan dari awal manajemen tambak kolam, produksi, dan operasionalnya seperti apa.

APAKAH PARA CO-FOUNDER MINA CERIA DARI AWAL BISNIS SUDAH PUNYA ILMU BUDIDAYA IKAN?

Kebetulan salah satu *co-founder* yang sekarang sudah tidak tergabung di Mina CERIA memiliki pengalaman terjun duluan di bidang budidaya ikan dan punya rekan yang memang praktisi perikanan. Jadi keilmuan dasar budidaya ikannya sudah kami miliki. Kemudian secara pengelolaan dan manajemen terus kami perbaiki dengan memanfaatkan latar belakang pendidikan saya yakni Teknik Lingkungan dan Harya

dengan ilmu Teknik Sipil dan Manajemen Bisnis-nya.

Kami ubah praktik budidaya yang biasanya dikelola secara tradisional, menjadi lebih profesional dan saintifik. Misalnya dari segi lingkungan, kami pastikan area yang kami kelola dampak kerusakan lingkungannya minimum, manajemen kualitas airnya bagus, serta punya manajemen konstruksi tambak yang baik.

APAKAH PARA CO-FOUNDER MINA CERIA DARI AWAL BISNIS SUDAH PUNYA ILMU BUDIDAYA IKAN?

Menurut saya, tantangan dari industri budidaya ikan di Indonesia itu belum sampai di kebutuhan teknologi yang mutakhir, tapi di sumber daya manusianya baik dari sisi pembudidaya maupun pemilik bisnisnya sendiri.

Awalnya kami kesulitan dalam menjamin praktik budidaya ikan di sekitar kami itu sudah dikelola dengan baik. Misalnya limbah yang dihasilkan diproses terlebih dahulu sebelum dibuang ke badan air, lalu bagaimana manajemen penyakit yang ada tidak menulari ekosistem sekitarnya, serta bagaimana kami mengedukasi warga setempat agar mau menjalankan tata cara budidaya ikan yang baik dan ramah lingkungan. Karena sumber daya manusia yang sudah paham ini jumlahnya terbatas, maka proses edukasi bagi mereka masih harus terus dilakukan secara berkelanjutan.

Kalau dari sisi mencari klien, kami mengalami kesulitan di tahun 2020-2021 ketika pandemi Covid-19 sedang tinggi-tingginya. Dengan kondisi tersebut, orang-orang cenderung menabung dan tidak terlibat dalam proses investasi atau bisnis, sehingga jumlah klien yang kami dapatkan juga otomatis menurun. Kami menyiasati kondisi tersebut dengan meluncurkan budidaya ikan nila, karena kalau hanya berkulat dengan budidaya udang vaname saja, risiko yang ditimbulkan cukup berat. Kami harus mencari diversifikasi di mana risiko yang dihasilkan lebih rendah dan modalnya lebih terjangkau. Saat itu respon dari pelanggan cukup baik dan banyak yang berminat. Kalau sekarang, alhamdulillah kondisinya sudah membaik seperti sediakala.



BAGAIMANA PERKEMBANGAN MINA CERIA SAAT INI?

APA YANG SEDANG FOKUS DIKERJAKAN MINA CERIA SEKARANG?



Bisa dibilang Mina CERIA baru mau *go digital* di tahun 2022, maka dari itu kami mulai sering mengikuti program inkubator dan akselerator. Empat tahun kebelakang kami fokus di validasi dari solusi dan market-nya Mina CERIA. Sekarang kami sedang mengembangkan sebuah platform manajemen bisnis budidaya ikan yang mudah dilakukan *customer* dan bisa dipantau secara *real-time*. Kalau secara pengembangan bisnis, kami masih ingin meningkatkan nilai *partnership* atau kemitraan dengan *customer* dari yang sekarang nilainya sekitar 11 milyar rupiah, dalam tiga tahun ke depan bisa meningkat menjadi 54 milyar rupiah.

Dari sisi klien juga lebih bervariasi, dulu rata-rata individual, sekarang kita juga bekerjasama dengan korporat. Pangsa pasar yang ditargetkan selama ini masih fokus di Jawa Barat, terutama *customer* di daerah Jabodetabek, Bandung, dan Cirebon. Lokasi budidayanya sendiri berpusat di Subang dan Indramayu, dengan 290 total pengguna jasa, 20 hektar luas lahan budidaya, 89 kolam, serta hasil panen udang dan ikan sebanyak 663 ton per tahun.



SIAPA KOMPETITORNYA MINA CERIA, DAN APA KEUNIKAN UTAMA YANG DITAWARKAN MINA CERIA BAGI PENGGUNANYA?

Sebetulnya di industri perikanan itu saya kurang percaya dengan adanya kompetitor, karena industri ini masih sangat besar potensinya, dan sayang aja kalau harus berkompetisi. Jadi kami lebih senang menganggap teman-teman di industri ini sebagai kolaborator. Startup lain yang sering diekspos media seperti E-Fishery, Jala, dan Delos fokusnya lebih ke *empowering existing farmer*. Bagaimana pembudidaya ikan yang sudah ada bisa lebih maju dan lebih besar skala usahanya. Sedangkan Mina CERIA fokusnya lebih ke orang-orang yang mau jadi pebisnis budidaya ikan. Karena hal tersebut, tidak menutup kemungkinan kami berkolaborasi dengan startup-startup perikanan lainnya, karena *demand* di industri ini bukanlah suatu masalah.

APA HAL YANG PALING BERPENGARUH BESAR PADA PERTUMBUHAN MINA CERIA?

Tren munculnya *fintech* seperti *peer-to-peer lending* (P2P) di tahun 2017-2019 lumayan membantu perkembangan Mina CERIA. Model bisnis kami saat ini bisa diterima oleh banyak orang karena sudah terbukti banyak yang berinvestasi di Mina CERIA. Masyarakat bisa melihat kalau kami sudah berpengalaman di bidang operator budidaya ikan.



APA PENCAPAIAN TERBESAR YANG PERNAH DIRAIH MINA CERIA?

Kami cukup senang dan bangga karena sudah ada 290 pengguna jasa yang memercayakan bisnisnya dikelola Mina Ceria. Sejauh ini kami juga sudah memberdayakan kurang lebih 50 warga lokal yang tadinya kerja serabutan, saat ini terlibat aktif di *project* budidaya ikan dan bisa mendapatkan pendapatan di atas UMR. Edukasi dan pengembangan kompetensi mereka juga terus dilakukan, salah satunya dengan cara

evaluasi penguasaan budidaya ikan setiap kuarternya. Jadi ketika nanti mereka sudah tidak tergabung di Mina Ceria, mereka tetap punya bekal kompetensi tersebut.

Kalau secara penghargaan, awal tahun 2022 kemarin kami masuk tiga besar Telkomsel NextDev, sebuah kompetisi di jalur economic empowerment; serta masuk top 10 Hatch di program Gerakan Nasional 1000 Startup Digital.



Mina Ceria adalah salah satu alumni dari program 'Gerakan Nasional 1000 Startup Digital' yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Untuk tahu lebih lanjut tentang program ini, silahkan mengunjungi *website* **1000startupdigital.id**

SEKOLAH BETA

KELAS DARING

Hustler

The screenshot shows a video player interface. At the top left, there's a logo for 'SEKOLAH BETA' and 'KELAS DARING Hustler'. The main title of the video is 'Public Relations for B2B' in red text. Below the title, a description reads: 'Cari tahu lingkup kerja dan strategi yang harus dilakukan seorang B2B public relations dalam menjalin hubungan antar perusahaan.' The date and time are listed as 'Kamis, 7 April 2022' and '20.00 - 21.00 WIB'. On the right side, there's a profile card for 'Astri Abyanti', Head of Public Relations & Events at Xendit, with 'Eps 54' indicated. The video player has a progress bar at the bottom, a play button, and a volume icon.

SEKOLAH BETA
KELAS DARING
Hustler

Public Relations for B2B

Cari tahu lingkup kerja dan strategi yang harus dilakukan seorang B2B public relations dalam menjalin hubungan antar perusahaan.

Kamis, 7 April 2022

20.00 - 21.00 WIB

Astri Abyanti
Head of Public Relations & Events
Xendit

Eps 54

1000startupdigital.id 1000startupdigital 1000startupid

SERIAL HUSTLER

Public Relations for B2B

Pada episode Sekolah Beta kali ini, Astri Abyanti yang merupakan *Head of Public Relations & Events* di Xendit membagikan ilmunya terkait *Public Relations* untuk perusahaan B2B (business-to-business). Astri pernah berkarir sebagai *General Manager Marketing* di Plaza Indonesia, penyiar radio di 101 JAKFM & OZ Radio, juga *Senior Public Relations Executive* di Leo Burnett.

Dengan pengalamannya ini, Astri menjelaskan bahwa sebenarnya strategi *public relations* (PR) itu berbeda antara perusahaan B2B dan B2C (*business-to-customer*). Se jauh ini, materi tentang B2B PR juga masih jarang dibahas. Meskipun tujuannya sama-sama mengatur narasi yang diinginkan dari suatu brand, ada karakter pelanggan yang cukup berbeda diantara dua tipe bisnis ini.

Peran dari PR adalah untuk menciptakan dan mengeksekusi semua strategi PR dari suatu bisnis, organisasi, maupun individual yang diwakili PR tersebut sehingga dapat mendirikan reputasi yang positif didukung dengan platform yang dimiliki brand tersebut.

Seorang praktisi PR juga harus bisa menjadi “pencerita” yang sangat baik, karena kemampuannya itu bisa menggiring opini publik, menciptakan persepsi masyarakat terhadap brand tersebut jadi lebih baik, serta menjaga image perusahaan agar visi dan misinya tersampaikan dengan tepat ke masyarakat.

Selanjutnya, Astri menjelaskan empat strategi untuk membangun kepercayaan kepada customer B2B. Pertama adalah edukasi pasar terkait produk yang ditawarkan, lalu pahami siapa customer yang dituju dan tahu apa hal yang mereka sukai dan tidak. Yang ketiga, pentingnya peran B2B *influencer marketing*, sebagai sosok atau figur yang bisa menyuarakan layanan atau brand milikmu. Terakhir, jangan lupa untuk selalu memperbarui

media platform yang perusahaanmu miliki, agar customer bisa mencari tahu informasi terkait perusahaan dan produk yang kamu tawarkan dengan lebih mudah.

Metriks apa saja, sih, yang digunakan untuk menentukan keberhasilan strategi PR?

Temukan jawabannya di Sekolah Beta episode 54 ini. Jangan lupa tonton sampai akhir karena Astri juga menjawab berbagai pertanyaan yang menarik dan praktikal yang mungkin saja berguna bagimu dan startup- mu.

Seru sekali, ya? Untuk diskusi yang lebih lengkap, jangan lupa menonton episode ini! Videonya bisa diakses melalui

 **YouTube Gerakan Nasional 1000 Startup Digital**

Teka Teki

Startup

Uji pengetahuanmu tentang startup
dengan mengerjakan teka-teki berikut!



MENDATAR

3. Nomor yang akan diberikan kepada pengguna wajib pajak untuk membayar administrasi perpajakan.
5. Bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu.
6. Visualisasi sebuah konsep desain.
10. Kondisi kelelahan emosional & mental karena stres berkepanjangan.
11. Hal yang dilihat pengguna pada aplikasi/website.
12. Penyelenggara program untuk memberikan pelatihan kepada startup baru.

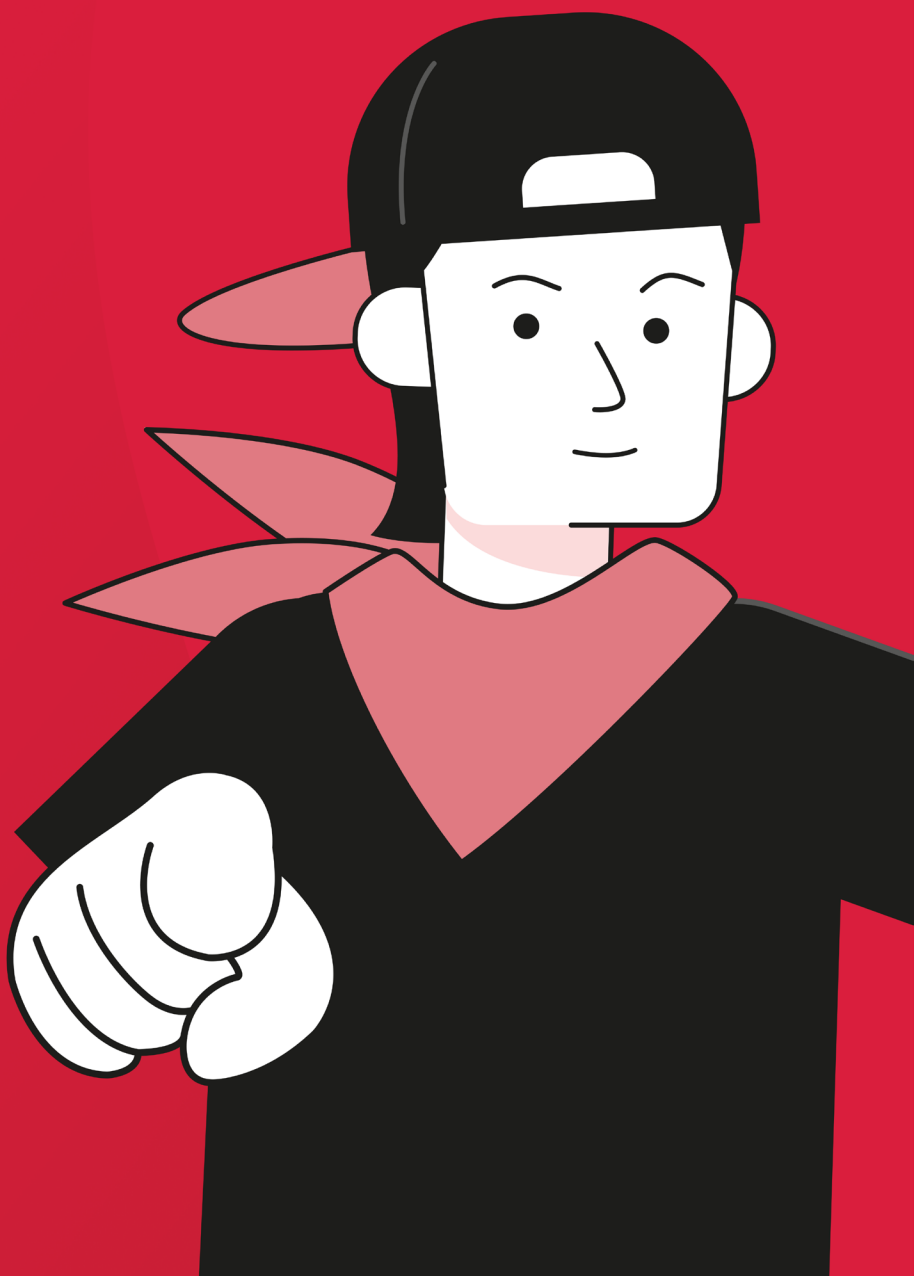
MENURUN

1. Profil Startup di Rintisan edisi Teknologi & Inovasi.
2. Tingkat valuasi startup senilai US\$ 100 miliar.
4. Orang yang bertanggung jawab terhadap pengembangan dan keberhasilan sebuah produk.
7. Judul konten yang menarik perhatian.
8. Hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada penemu atas hasil penemuannya itu di bidang teknologi.
9. Tema Rintisan edisi ke-16.



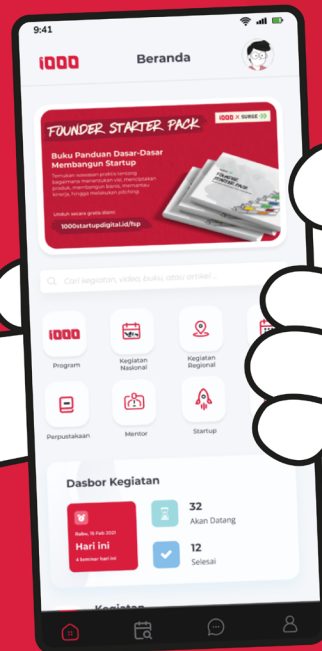
Cek jawabanmu
dengan mengakses
QR Code ini

1000



Satu klik untuk seribu manfaat dalam merintis startupmu!

Unduh Aplikasi 1000 Startup Digital



Startup Pendanaan



Finmark: Kawan untuk keuangan bisnismu

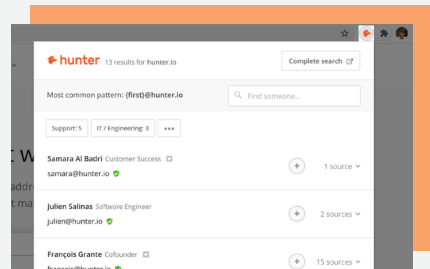


Sejak awal, sebagian besar startup mengalami kesalahan dalam menyusun model keuangannya, Finmark merupakan solusi untuk mengatur hal tersebut. Finmark menghadirkan platform yang bisa memahami keuangan perusahaan, merencanakan pertumbuhan, membantu *fundraising* lebih cepat, sampai membangun model keuangan yang akurat. Melalui 6 fitur andalannya, kamu bisa memercayakan Finmark dalam hal otomatisasi data dan analisis bisnis secara keseluruhan.

[HTTPS://FINMARK.COM](https://finmark.com)



Hunter: Jembatan koneksi para profesional



Berdiri sejak 2015, Hunter merupakan solusi inovatif untuk menemukan dan memverifikasi alamat email profesional. Dalam usaha mencari pendanaan, sebuah startup butuh memperluas koneksi sambil menemukan investor yang tepat. Hunter akan membantu kamu terhubung dengan orang-orang yang relevan dan penting bagi bisnisimu. Telah digunakan oleh lebih dari 3 juta orang, Hunter memiliki misi untuk mendukung para profesional agar bisa menciptakan koneksi baru dengan orang-orang yang berarti.

[HTTPS://HUNTER.IO](https://hunter.io)



Republic: Platform investasi startup bagi semua kalangan

Sebagai platform *crowdfunding*, Republic mendukung siapa saja untuk bisa berinvestasi mulai dari \$10 di perusahaan yang mereka yakini. Republic memberikan akses peluang investasi di startup, real estate, video game, dan *crypto*. Misi dari Republic adalah mendemokratisasikan penggalangan dana sambil memperluas investasi, memberikan kesempatan bagi siapa pun untuk mendukung perusahaan *unicorn* berikutnya.

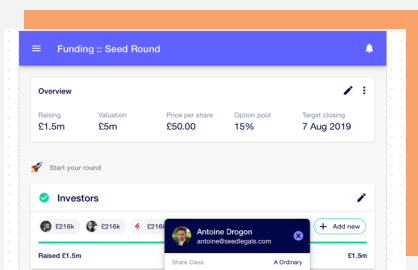
[HTTPS://REPUBLIC.COM](https://republic.com)



Seedlegals: Satu tempat untuk berbagai urusan legal

Diluncurkan tahun 2016, Seedlegals terbentuk karena berangkat dari permasalahan startup harus membayar pengacara untuk dokumen hukum yang sama selama berbulan-bulan setiap akan memulai putaran pendanaan. Seedlegals mengotomatiskan urusan legal yang startupmu butuhkan untuk mendapatkan dana dan mengembangkan bisnis. Platform ini menawarkan beberapa fitur, mulai dari pembuatan kontrak, *pitch page*, EMI scheme, SEIS/EIS assurance, mengelola *capitalization table*, dan masih banyak lagi.

[HTTPS://SEEDLEGALS.COM](https://seedlegals.com)



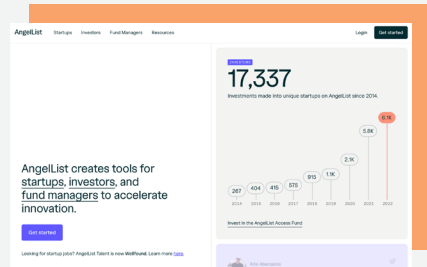


AngelList

AngelList: Ruang berkumpulnya stakeholder startup

Memulai perjalanannya di tahun 2010 untuk membantu Uber mencari pendanaan, AngelList saat ini merupakan situs yang mengumpulkan berbagai startup dan investor dari seluruh dunia. Sesuai dengan visinya, *where the world meets startup*, kamu bisa mencari pekerjaan, investasi, atau koneksi lewat AngelList. Tak hanya itu, situs ini juga menyediakan sarana bagi para investor yang tertarik untuk masuk dalam daftar *Angel Investor*.

[HTTPS://WWW.ANGELLIST.COM](https://www.angellist.com)

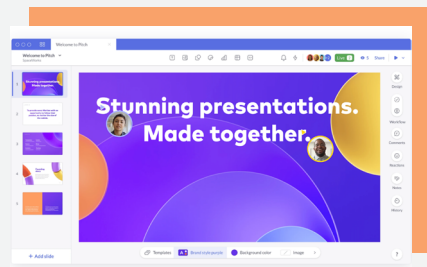


Pitch

Pitch: Tools kolaboratif untuk memikat investor

Pitch deck jadi salah satu alat tempur startup dalam pencarian investor. *Pitch* merupakan platform yang akan membantu kamu membuat deck secara terstruktur dan mampu memikat secara visual. Tak hanya kamu seorang, anggota tim kamu juga bisa berkolaborasi dan berkomunikasi secara langsung ketika menyusun deck. Startup yang terbentuk tahun 2018 ini menyediakan beragam *template* profesional dengan berbagai tipe & style serta terintegrasi dengan aplikasi lain yang menunjang proses kerja tim kamu.

[HTTPS://PITCH.COM](https://pitch.com)



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>

Glosarium

Angel investor

Investor malaikat atau malaikat adalah individu kaya-raya yang memberikan modal untuk bisnis perusahaan rintisan atau yang sedang bertumbuh, biasanya dengan imbalan obligasi konversi atau ekuitas kepemilikan.

Bootstrapping

Strategi pengembangan bisnis yang mendapat modal dari satu pihak, baik itu dari pendiri (*founder*) atau pemilik (*owner*). Dengan kata lain, strategi ini lebih mengandalkan kekuatan internal daripada suntikan dana dari pihak luar.

Burn rate

Perhitungan yang digunakan untuk memperkirakan biaya yang diambil dari uang venture capital (uang modal dari investor) yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan baru.

Crowdfunding

Urun dana adalah praktik penggalangan dana dari sejumlah besar orang untuk memodali suatu proyek atau usaha yang umumnya dilakukan melalui internet.

Customer traction

Traksi adalah kemampuan suatu bisnis dalam melakukan monetisasi atau akuisisi pengguna secara terukur, yang hasil dari traksi ini bisa ditunjukkan kepada investor sebagai bukti bila bisnis mengalami perkembangan.

Fundraising

Penggalangan dana atau teyan adalah proses pengumpulan kontribusi sukarela dalam bentuk uang atau sumber daya lain dengan meminta sumbangan dari individu, perusahaan, yayasan, atau lembaga pemerintah.

Go-to-market strategy

Rencana yang menjabarkan bagaimana perusahaan dapat terlibat dengan pelanggan untuk meyakinkan mereka membeli produk atau layanan perusahaan dan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

Hedge funds

Pengelola investasi global atau secara umum lebih dikenal dengan istilah hedge fund adalah kontrak investasi kolektif privat yang dikenakan biaya imbal jasa berbasis kinerja dan biasanya ditawarkan secara terbatas kepada investor kelas atas.



Net cash burn

Jumlah uang di mana uang tunai berkurang dalam periode tertentu.

Omnichannel

Strategi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan berkualitas tinggi di berbagai saluran media komunikasi yang digunakan pelanggan.

Pitch deck

Presentasi singkat yang menjelaskan gambaran umum mengenai rencana bisnisimu.

Pre-revenue funding

Pendanaan untuk startup yang belum menghasilkan pendapatan apa pun.

Private equity firms

Jenis perusahaan investasi yang umumnya berinvestasi pada perusahaan-perusahaan yang sudah mapan dari berbagai sektor bisnis.

Seed funding

Pendanaan modal benih atau pendanaan tahap awal adalah jenis penawaran saham

di mana investor menanam modal awal dengan imbalan porsi saham di sebuah perusahaan.

Super angels

Investor modal ventura yang pernah menjadi investor malaikat dan kemudian mengumpulkan dana modal ventura kecil.

Total Available Market

Merupakan total pendapatan atau penjualan dari produk-produk tertentu oleh semua penjual di pasar.

Unicorn

Unikorn adalah istilah untuk perusahaan rintisan dengan nilai kapitalisasi lebih dari \$1 miliar.

Venture capital

Modal ventura adalah suatu investasi dalam bentuk pembiayaan berupa penyertaan modal ke dalam suatu perusahaan swasta sebagai mitra usaha untuk jangka waktu tertentu.

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.

KEAHLIAN

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

KEGUNAAN

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

BUKTI

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

Ingin menjadi kontributor bagi Rintisan?

Kirim tulisanmu ke gerak@1000startupdigital.id dengan subjek “**Artikel untuk Rintisan**”. Kami akan memberikan *merchandise* 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/ksrintisan

SATU APLIKASI UNTUK RAIH INSPIRASI

Akses rangkaian tahapan 1000 Startup Digital
sambil berjejaring dengan calon founder di
seluruh Indonesia dari ponselmu!

UNDUH APLIKASI "1000 STARTUP DIGITAL":

1000startupdigital.id/aplikasi

