



Balai Pengembangan Talenta Indonesia
Pusat Prestasi Nasional
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi

**MERDEKA
BELAJAR**



**SMA/MA - SMK
dan Sederajat**

PEDOMAN

Festival
Inovasi dan
Kewirausahaan
Siswa Indonesia
2024



MERDEKA BERPRESTASI
Talenta **Wirausaha** Menginspirasi



PEDOMAN
FESTIVAL INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN
SISWA INDONESIA (FIKSI)
JENJANG SMA/MA/SMK/Sederajat
TAHUN 2024

BALAI PENGEMBANGAN TALENTA INDONESIA
PUSAT PRESTASI NASIONAL
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI



Diterbitkan oleh:

Balai Pengembangan Talenta Indonesia
Pusat Prestasi Nasional
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi

Pengarah:

Asep Sukmayadi
Sugeng Riyadi

Penanggung Jawab:

Setiawan Witaradya
Nugroho Eko Prasetya

Tim Penyusun:

Sukirno
Sonny Rustiadi
Wulan Ayodya
Asep Taryana
Wisnu Sakti Dewobroto
Tim Juri FIKSI Jenjang SMA/MA/SMK/Sederajat Tahun 2024

Penyunting:

Angger Pramono
Yusuf Budi
Fatma Indriasari
Haviz Kurniawan Mawardi

Desain dan Layout:

Tri Isti Wahyuningsih.
Iman Sudjudi
Muhammad Nafi Rizaldi
Anggun Rahayu Utami
Achmad Latif

November 2023

©2023 Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
Hak cipta dilindungi Undang-Undang.
All rights reserved.

KATA PENGANTAR

Kegiatan ajang talenta merupakan wahana aktualisasi unjuk prestasi peserta didik, yang juga menjadi momentum untuk menemukan anak-anak berbakat atau yang mempunyai potensi talenta di atas rata-rata. Dalam mengikuti ajang talenta, mereka akan mendapatkan tantangan terutama dalam menghasilkan suatu karya dan menjadi yang terbaik. Kegiatan ajang talenta merupakan bagian dari proses pembinaan prestasi talenta secara berkelanjutan, dan turut andil dalam mengembangkan karakter peserta didik menuju profil Pelajar Pancasila.

Balai Pengembangan Talenta Indonesia (BPTI) menyelenggarakan ajang talenta setiap tahun di berbagai bidang. Dalam kerangka program Manajemen Talenta Nasional (MTN), BPTI/Puspresnas melakukan pembinaan berkelanjutan untuk menghasilkan bibit-bibit talenta unggul di bidang-bidang Riset dan Inovasi; Seni dan Budaya; serta Olahraga.

Menandai semangat Merdeka Belajar, Merdeka Berprestasi, aktualisasi prestasi melalui ajang talenta didasarkan pada minat dan bakat. Pemerintah mulai memberikan perhatian yang lebih serius terhadap anak-anak yang berprestasi di berbagai bidang ketalentaan. Mereka yang berhasil akan mendapatkan banyak manfaat untuk pengembangan karir belajar atau karir profesionalnya, seperti beasiswa atau pembinaan lanjut untuk mencapai prestasi maksimal.

Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) adalah sebuah ajang talenta di bidang vokasi yang diselenggarakan untuk peserta didik jenjang SMA/MA dan SMK. Ajang diselenggarakan secara bertingkat mulai dari daerah hingga nasional, untuk menjaring peserta terbaik dari 38 provinsi. Mekanisme bertingkat tersebut merupakan salah satu cara untuk memberikan kesempatan yang sama dan adil bagi peserta didik di seluruh Indonesia untuk berprestasi dan menjadi bibit-bibit talenta potensial.

Pedoman ini disusun untuk memberikan informasi dan gambaran berbagai aspek penyelenggaraan ajang FIKSI kepada para peserta, pendamping, pembina, juri, dan para pemangku kepentingan lainnya. Selamat mempersiapkan diri, belajar, dan berlatih hingga mencapai prestasi yang membanggakan.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang berpartisipasi dan mendukung dalam penyusunan pedoman ini.

Jakarta, November 2023

Kepala Balai,



Asep Sukmayadi

NIP. 197206062006041001



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	4
DAFTAR ISI.....	5
BAB I PENDAHULUAN.....	6
A. Latar Belakang	6
B. Dasar Hukum	7
C. Tujuan.....	8
D. Hasil Yang Diharapkan.....	8
E. Logo dan Tema	9
BAB II PENYELENGGARAAN.....	11
A. Asas dan Prinsip Ajang Talenta.....	11
B. Sasaran	12
C. Bidang Lomba dan Target Peserta.....	12
D. Sarana dan Prasarana.....	13
E. Peran dan Tanggung Jawab Para Pihak	13
F. Mekanisme	16
G. Penghargaan.....	16
H. Jadwal Pelaksanaan	16
I. Pembiayaan.....	17
BAB III NORMA DAN KETENTUAN PENYELENGGARAAN.....	18
A. Peristilahan dan Ketentuan Umum	18
B. Persyaratan Peserta dan Juri.....	19
C. Strategi Capaian Keberhasilan dan Keberlanjutan	20
D. Rencana Sustainability/Keberlanjutan	21
E. Kemitraan	21
BAB IV KETENTUAN KHUSUS.....	22
BAB V PENUTUP	23
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	24
1. MEKANISME PELAKSANAAN KOMPETISI	24
2. MEKANISME PENILAIAN	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Disrupsi global yang terjadi belakangan ini telah berpengaruh secara signifikan pada cara manusia menjalankan kesehariannya. Pengalaman menghadapi pandemi telah mengubah perilaku manusia dalam kesehariannya, terutama dalam bersosialisasi dan berinteraksi; dalam menentukan prioritas dan pilihan-pilihannya; juga dalam aktivitas produksi dan konsumsi kebutuhan sehari-hari, yang lekat dengan mata pencaharian di berbagai bidang. Bersamaan dengan itu, disrupsi digital pun semakin nyata dirasakan dan dipraktikkan dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari kesehatan dan pendidikan, hingga komunikasi dan transportasi. Kondisi pasca pandemi menjadi sebuah “kenormalan baru”, sehingga dalam upaya pemulihan dan pertumbuhan ekonomi pun diperlukan transformasi cara berpikir, serta sikap solutif dan inovatif yang sesuai dengan konteks perikehidupan masa kini dan masa mendatang. Dalam momentum inilah Program FIKSI menjadi relevan, sebagai salah satu praktik terbaik persiapan generasi muda menuju masa depan yang tangguh, inklusif, dan berkelanjutan.

Program FIKSI (Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia) jenjang SMA/MA dan SMK tahun 2024 yang diselenggarakan oleh Balai Pengembangan Talenta Indonesia (BPTI), Pusat Prestasi Nasional, berupaya mengembangkan dan meningkatkan minat wirausaha sejak dini. Tujuan Program FIKSI adalah untuk menumbuhkan jiwa dan semangat kewirausahaan peserta didik menengah, agar mampu bersaing secara global dengan mengoptimalkan potensi kearifan lokal sebagai kontribusi terhadap pengembangan ekonomi lokal dan nasional.

Melalui FIKSI sebagai wadah kreativitas dan inovasi, peserta akan lebih memiliki kesempatan untuk mengembangkan gagasan secara jitu dan berdampak nyata. Selama berproses dalam rangkaian program FIKSI, peserta mengasah kemampuan soft skill dasar yang harus dikuasai oleh lulusan SMA/MA dan SMK, yaitu: kemampuan berkomunikasi, berpikir kritis, memecahkan masalah, berinteraksi; memiliki karakter yang tangguh, mandiri, bertanggung jawab, kreatif, serta kemampuan bekerja sama secara efektif dengan pihak lain, dan berjiwa wirausaha.

Selain itu, melalui FIKSI para peserta pun diarahkan pada pemahaman terhadap pilar-pilar Keberlanjutan (Sustainability), yaitu People, Planet, Prosperity, Peace & Partnership, yang juga diturunkan ke dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDG) 2030. Dengan demikian, generasi yang sedang mendominasi demografi Indonesia ini pun diharapkan memiliki kesadaran dalam mengangkat potensi sumber daya lokal dalam menciptakan aktivitas dan inovasi wirausaha, yang mencakup pertimbangan terhadap aspek-aspek sosial, budaya, lingkungan hidup, pendidikan, kesehatan, transportasi, dan lainnya.

Merujuk pada rekomendasi kebijakan, peta jalan dan berbagai dokumen yang dihasilkan oleh forum-forum global belakangan ini, seperti KTT G20 2022, World Conference on Creative Economy (WCCE) 2022, dan Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) 2022,

terdapat arahan yang sejalan dengan misi Program FIKSI. Butir ke-47 dari Deklarasi Pemimpin G20 2022 menyebutkan pentingnya peran ekonomi kreatif yang melibatkan ekonomi berbasis pengetahuan, kreativitas, dan hak kekayaan intelektual, yang berkontribusi pada peningkatan ketangguhan komunitas (pariwisata) dan UMKM melalui pembangunan SDM, transformasi digital, inovasi, serta preservasi berkelanjutan terhadap pusaka alam dan budaya. Pernyataan Presiden Indonesia Widodo dalam pertemuan APEC 2022 memperkuat peran krusial “industri kreatif” sebagai salah satu kekuatan yang harus terus ditingkatkan untuk dapat menjadi pemenang di masa depan. Hasil WCCE 2022, Bali Creative Economy Roadmap, juga membuka peluang besar bagi generasi muda untuk berperan dalam berwirausaha dan menciptakan pekerjaan masa depan (the future of work), terutama yang dilandasi kreativitas, kekayaan intelektual, dan teknologi.

B. Dasar Hukum

1. Undang-undang Indonesia 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan Dan Penyelenggaraan Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 23, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5105) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5157);
3. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang 9 Tahun 2015 tentang perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2015 tentang Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5679);
4. Peraturan Pemerintah RI Indonesia. 41 Tahun 2011 tentang Pengembangan kewirausahaan dan Kepeloporan Pemuda serta Penyediaan Prasarana dan Sarana Kepemudaan;
5. Peraturan Presiden Indonesia. 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional;
6. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 19 Tahun 2007 tentang Standar Pengelolaan Pendidikan dan Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah;
7. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2008 tentang Pembinaan Kesiswaan;
8. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 62 Tahun 2014 tentang Kegiatan Ekstrakurikuler;
9. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia. 45 tahun 2019 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan;
10. Permendikbud Indonesia. 27 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata kelola Balai Pengembangan Talenta Indonesia;

11. Permendikbud Indonesia. 28 Tahun 2021 Organisasi dan Tata kelola Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi;
12. Permendikbudristek Indonesia. 5 Tahun 2022 tentang Standar Kompetensi Lulusan Pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah;
13. Kepmendikbudristek RI Nomor 455/O/2022 tahun 2023 tentang Rincian Tugas Balai Pengembangan Talenta Indonesia;
14. Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Tahun 2020-2024;
15. DIPA (Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran) Balai Pengembangan Talenta Indonesia Tahun 2024.

C. Tujuan

1. Menumbuhkan generasi wirausaha muda kreatif dengan wawasan sosial;
2. Membangun jiwa wirausaha peserta didik melalui kegiatan Merdeka Belajar;
3. Merupakan wahana bagi peserta didik jenjang SMA/MA dan SMK yang berbasis kearifan lokal untuk mengasah kepedulian, karakter positif dan strategis, produktif, kreatif, dan inovatif;
4. Mempersiapkan peserta didik SMA/MA dan SMK untuk tangguh dan mampu bersaing secara global;
5. Memberikan bekal pengalaman, pengetahuan dan pembinaan kewirausahaan agar siswa kelak dapat memulai dan mengakselerasi wirausaha mandiri;
6. Mengaktivasi empati, daya inovasi, dan membangun rasa tanggung jawab, serta kemandirian ekonomi pada peserta didik;
7. Membentuk jejaring dan kolaborasi yang dapat mendukung kegiatan wirausaha, terutama dalam mempertahankan keberlanjutannya;
8. Mendorong terbentuknya model praktik pembelajaran kewirausahaan di tingkat SMA/MA dan SMK;
9. Menjadi media sosialisasi/diseminasi hasil karya wirausaha muda kreatif kepada masyarakat.

D. Hasil Yang Diharapkan

1. Terwujudnya generasi wirausaha muda kreatif dengan wawasan sosial secara berkelanjutan;
2. Tumbuhnya jiwa wirausaha peserta didik melalui kegiatan merdeka belajar;
3. Terciptanya wahana bagi peserta didik jenjang SMA/MA dan SMK yang berbasis kearifan lokal untuk mengasah kepedulian, karakter positif dan strategis, produktif, kreatif, dan inovatif;
4. Terbentuknya peserta didik SMA/MA dan SMK untuk tangguh dan mampu bersaing secara global;
5. Adanya bekal pengalaman, pengetahuan dan pembinaan kewirausahaan agar siswa kelak dapat memulai dan mengakselerasi wirausaha mandiri;
6. Terbentuk empati, daya inovasi, dan membangun rasa tanggung jawab, serta

- kemandirian ekonomi pada peserta didik;
7. Terbentuknya jejaring dan kolaborasi yang dapat mendukung kegiatan wirausaha, terutama dalam mempertahankan keberlanjutannya;
 8. Terbentuknya model praktik pembelajaran kewirausahaan di tingkat SMA/MA dan SMK;
 9. Terwujudnya media sosialisasi/diseminasi hasil karya wirausaha muda kreatif kepada masyarakat.

E. Logo dan Tema

Logo FIKSI SMA/SMK Tahun 2024 adalah sebagai berikut:



TEMA UMUM :

“Merdeka Berprestasi, Talenta Wirausaha Menginspirasi”

TEMA KHUSUS :

“Eksplorasi Peluang Penerapan Ekonomi Sirkular dengan Semangat Inovasi dan Kreativitas Wirausaha Siswa Indonesia”

Arti dari tema ini adalah mengajak generasi muda untuk berani mengambil sikap pemimpin dalam gelombang inovasi dan kreativitas kewirausahaan dan memicu semangat untuk melakukan perubahan berkelanjutan. Wirausaha siswa Indonesia berbekal semangat



eksplorasi untuk menggali peluang untuk menerapkan ekonomi sirkular. Dengan pemikiran inventif untuk meramu solusi yang menjembatani kesadaran lingkungan dengan kelayakan ekonomi. Para visioner muda menjelajahi inovasi terbaik dalam menggali peluang untuk mendorong pertumbuhan lanskap perekonomian negara. Dengan berkolaborasi lintas disiplin ilmu, ekonomi sirkular tidak hanya menjadi sebuah konsep namun menjadi sebuah kekuatan nyata yang didorong oleh antusiasme yang tiada henti dari siswa Indonesia yang bertekad untuk membentuk masa depan di mana keberlanjutan dan kewirausahaan berdampak secara harmonis.

BAB II

PENYELENGGARAAN

A. Asas dan Prinsip Ajang Talenta

Asas dan prinsip mencakup nilai, norma, asas penyelenggaraan, dan prinsip penyelenggaraan. Penyelenggaraan ajang talenta harus mencerminkan dan menerapkan asas dan prinsip yang sesuai dengan tujuan pendidikan.

1. Nilai

Nilai-nilai yang dikandung dalam pelaksanaan ajang talenta tidak bertentangan dengan nilai-nilai pendidikan, seperti pembelajaran, obyektivitas, produktivitas, estetika, keteladanan, kedisiplinan, kejujuran, dan nilai-nilai karakter positif lainnya. Nilai-nilai tersebut perlu disosialisasikan kepada seluruh komponen yang terlibat dalam penyelenggaraan agar dipahami dan diaktualisasikan dalam berbagai aspek kegiatan.

2. Norma

Norma ajang talenta mencakup norma etika yang tidak tertulis, yang berlaku sesuai dengan kebudayaan setempat, serta norma tertulis yang berwujud ketentuan atau peraturan, termasuk tata tertib acara seremonial dan kegiatan ajang itu sendiri. Selain untuk mengatur berlangsungnya kegiatan yang tertib, lancar, dan aman, penegakan norma diharapkan dapat mendorong tumbuh dan berkembangnya motivasi berprestasi para peserta, mengekspresikan kreativitas dan keindahan, serta keterbukaan. Selain itu, penyelenggaraan ajang talenta juga harus mengikuti asas dan prinsip penyelenggaraan yang ditentukan dalam dokumen ini.

3. Asas penyelenggaraan

- a. diselenggarakan dalam kerangka pembangunan pendidikan Nasional;
- b. menjadi bagian dari gerakan perubahan menuju kemajuan;
- c. menjadi wadah bagi aktualisasi prestasi talenta peserta didik;
- d. terbuka bagi peserta didik dari semua jenjang dan jenis Pendidikan.

4. Prinsip penyelenggaraan

Penyelenggaraan Ajang Talenta mengikuti prinsip Inclusive, Growth, Participative dan Sustainable, yang dimanifestasikan dengan upaya-upaya berikut:

- a. pemerataan kesempatan bagi seluruh peserta didik Indonesia tanpa membedakan suku, agama, rupa, dan ras;
- b. pemberian kebebasan pengenalan diri dan kesempatan tumbuh-kembang peserta didik tanpa intervensi yang eksploitatif;
- c. pembinaan yang membuka peluang peserta didik untuk berprestasi internasional dan berkarya sebagai pionir perubahan bangsa meraih keunggulan kompetitif (competitive advantage);
- d. tata kelola penyelenggaraan yang obyektif, efisien, akuntabel dan transparan;
- e. intensifikasi pembinaan di daerah dalam rangka mengupayakan pemerataan prestasi melalui kegiatan pencarian dan pemanduan bakat (talent scouting) yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan;

- f. partisipasi seluruh pemangku kepentingan di semua aspek penyelenggaraan;
- g. perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang konsisten dan berkesinambungan;
- h. implementasi penjaminan mutu yang berkelanjutan.

B. Sasaran

Sasaran kegiatan FIKSI adalah peserta didik SMA/MA dan SMK aktif pada saat pelaksanaan final yang berasal dari 38 Provinsi seluruh Indonesia dan Sekolah Indonesia Luar Negeri (SILN).

C. Bidang Lomba dan Target Peserta

Bidang yang dilombakan dan target peserta dalam FIKSI SMA/MA dan SMK tahun 2024 sebagai berikut:

1. Bidang Lomba dan Target Peserta SMA/MA

No	Bidang Lomba	Target Peserta Kompetisi	Target Peserta Pengembangan
1	Kriya	300	25
2	Desain Grafis	250	25
3	Fashion	200	25
4	Game, Aplikasi, Video, dan Animasi	150	25
5	Boga	500	70
6	Budi Daya dan Lintas Usaha	150	50
	Jumlah	1550	220

2. Bidang Lomba dan Target Peserta SMK

Bidang lomba berdasarkan acuan dari program kegiatan keahlian terhadap siswa yang telah SMK lakukan dengan kategori perencanaan dan pengembangan bisnis. Target peserta FIKSI jenjang SMK tahun 2024, target peserta tersebut ditetapkan dengan merujuk pada total jumlah program keahlian yang tersebar seluruh SMK di Indonesia, sebagai berikut :

No	Bidang Lomba	Target Peserta Kompetisi Perencanaan Usaha	Target Peserta Pengembangan Usaha
1	Agribisnis, Agroteknologi dan Kemaritiman	130	24
2	Kesehatan dan Wirausaha Sosial	76	22
3	Pariwisata dan Kuliner	104	62
4	Industri Kreatif	88	58
5	Teknologi Digital	62	22
	Jumlah	460	188

D. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang diperlukan untuk penyelenggaraan FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK tahun 2024 ialah:

1. Venue lomba;
2. Booth untuk pameran hasil karya;
3. Peralatan/perlengkapan booth;
4. Aplikasi lomba;
5. Jaringan internet.

E. Peran dan Tanggung Jawab Para Pihak

1. Balai Pengembangan Talenta Indonesia

- a. Menyusun Pedoman Pelaksanaan FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK;
- b. Membangun Aplikasi FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK;
- c. Melakukan koordinasi dan sosialisasi Pedoman Pelaksanaan FIKSI;
- d. Jenjang SMA/MA dan SMK;
- e. Mensosialisasikan FIKSI SMA/MA dan SMK kepada Dinas;
- f. Pendidikan Provinsi, MKKS, pembimbing dan peserta didik;
- g. Membentuk Panitia Pelaksanaan;
- h. Memverifikasi data peserta didik yang mendaftar sebagai peserta lomba;
- i. Menerbitkan SK Juri Tingkat Nasional yang ditandatangani oleh Kepala Pusat Prestasi Nasional;
- j. Menerbitkan SK Pemenang FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tingkat Nasional berdasarkan Berita Acara pemenang FIKSI Jenjang SMA/MA;
- k. SMK Tahun 2024 dari Juri Tingkat Nasional;
- l. Melaksanakan Expo dan Workshop secara Luring.

2. Panitia

a. Koordinator Lomba

- 1) Bertanggung jawab atas persiapan dan pelaksanaan lomba FIKSI jenjang SMA/MA dan SMK secara keseluruhan;
- 2) Melakukan koordinasi kegiatan lomba FIKSI jenjang SMA/MA dan SMK dan melakukan komunikasi dengan semua pihak terkait;
- 3) Memastikan semua kesiapan sarana, prasarana dan penunjang lomba terpenuhi dengan baik;
- 4) Memastikan semua bidang lomba FIKSI jenjang SMA/MA dan SMK terkoordinir dengan baik;
- 5) Menerbitkan E-Sertifikat bagi peserta dan guru pembimbing yang berhasil lolos di tahap final.

b. Sekretariat

- 1) Menyediakan layanan registrasi kepada semua pihak yang terkait dan melakukan administrasi dengan baik;
- 2) Melakukan koordinasi, kerja sama dan komunikasi dengan Koordinator Lomba;
- 3) Memastikan semua Juri, Teknisi dan Panitia menandatangani daftar hadir;
- 4) Mengumpulkan surat tugas, kwitansi transportasi, Pakta Integritas dan SPPD;
- 5) Memberikan atribut, ATK dan paket kesehatan pada saat lomba kepada juri, panitia dan seluruh tim pendukung lomba;
- 6) Membantu penanggung jawab lomba dalam pengecekan sarana dan prasarana setiap bidang lomba.

c. Tim Pengembang Aplikasi FIKSI jenjang SMA/MA dan SMK

- 1) Membangun aplikasi pendaftaran dan penilaian FIKSI jenjang SMA/MA dan SMK;
- 2) Berkoordinasi dengan tim penyusun Pedoman FIKSI terkait dengan sistem penilaian;
- 3) Melakukan pemantauan dan pembaruan data peserta, hasil karya dan menyampaikan kepada Koordinator FIKSI jenjang SMA/MA dan SMK;
- 4) Melaporkan permasalahan yang terjadi terkait aplikasi lomba kepada Koordinator FIKSI jenjang SMA/MA dan SMK dan memberikan solusi permasalahan tersebut.

d. Tim Narahubung

- 1) Memberikan layanan informasi kepada setiap peserta, Dinas Pendidikan Provinsi dan guru pembimbing tentang kegiatan lomba FIKSI jenjang SMA/MA dan SMK;
- 2) Melaporkan permasalahan teknis lomba dari peserta, Dinas Pendidikan Provinsi dan guru pembimbing serta menyampaikan solusi atas permasalahan tersebut;
- 3) Sebagai administrator pada Whatsapp Group untuk memudahkan layanan informasi dan koordinasi kepada peserta dan guru pembimbing.

3. Juri

- a. Menyusun Pedoman FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024;
- b. Melakukan koordinasi dengan tim pengembang aplikasi dalam pembuatan aplikasi sistem penilaian secara daring/online;
- c. Mengisi dan menandatangani Pakta Integritas;
- d. Melakukan penilaian sesuai dengan rubrik penilaian;
- e. Melakukan verifikasi dan validasi rekapitulasi nilai untuk menentukan peringkat;
- f. Membuat Berita Acara Pemenang Lomba menggunakan aplikasi dan hardcopy yang selanjutnya ditandatangani untuk diserahkan kepada panitia Pusat Prestasi Nasional.

4. Dinas Pendidikan Provinsi

- a. Melakukan Sosialisasi Pedoman Pelaksanaan FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tingkat Provinsi dan Tingkat Nasional secara daring/online kepada Dinas Pendidikan Kab/Kota, Musyawarah Kerja Kepala Sekolah (MKKS) Provinsi/Kabupaten/Kota, dan Kepala SMA/MA dan SMK;
- b. Mendistribusikan informasi kepada seluruh SMA/MA dan SMK di wilayahnya;
- c. Mendorong, mendukung, dan membina calon peserta untuk berprestasi di ajang FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024.

5. Sekolah

- a. Memastikan peserta memiliki akses internet, sarana, dan prasarana lomba;
- b. Menunjuk guru sebagai pembimbing, yang membantu peserta dalam memastikan kepatuhan administratif, kualitas dan validitas karya yang dilombakan. dibuktikan dengan surat tugas;
- c. Memastikan guru pembimbing dan peserta memahami Pedoman FIKSI tahun 2024;
- d. Meminta izin kepada orang tua/wali peserta didik untuk diikutsertakan dalam FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK;
- e. Menerbitkan surat keterangan siswa aktif di sekolah bersangkutan;
- f. Memastikan peserta berhasil mendaftar sebagai peserta dengan memenuhi segala persyaratannya;
- g. Mendampingi peserta didik dalam menyiapkan kegiatan taping (bukan live streaming) atau pengambilan audio/video, dengan memperhatikan protokol kesehatan yang berlaku;
- h. Membantu peserta didik dalam mengunggah karya berupa video, naskah, foto, dan dokumen.

6. Peserta Didik

- a. Membaca dan memahami Pedoman FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK tahun 2024;
- b. Melakukan pendaftaran secara daring/online melalui laman <https://daftar-bpti.kemdikbud.go.id/>
- c. Melakukan perekaman video sesuai bidang lomba yang diikuti berdasarkan mekanisme yang sudah ditentukan, didampingi oleh orangtua/guru pembimbing;
- d. Mengunggah hasil karya berupa video/film, naskah, foto dan dokumen.

7. Orang Tua/Wali

- Membuat Surat Pernyataan izin sebagai orangtua/wali peserta didik (sebagaimana format terlampir);
- Mendampingi peserta didik dalam menyiapkan kegiatan taping (bukan live streaming) atau pengambilan audio/video;
- Membantu peserta didik dalam merekam, dan mengunggah karya berupa video/film, naskah, foto, dan dokumen.

F. Mekanisme

Mekanisme Pelaksanaan Kompetisi FIKSI SMA/MA dan SMK Tahun 2024 dapat dilihat di lampiran.

G. Penghargaan

Penghargaan diberikan kepada peserta pemenang kompetisi dari setiap bidang lomba dan juga penghargaan lainnya yang akan ditentukan oleh panitia pelaksanaan lomba.

H. Jadwal Pelaksanaan

Jadwal pelaksanaan FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024 direncanakan sebagai berikut:

No	Kegiatan	Waktu
1.	Koordinasi dan Sosialisasi Program serta Pedoman FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024 dengan Dinas Provinsi	Februari 2024
2.	Sosialisasi Pedoman dan Uji Coba Sistem Kompetisi FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024 dengan Guru Pendamping dan Siswa	Mei 2024
3.	Pendaftaran peserta	11 Mei – 28 Juni 2024
4.	Unggah Persyaratan Administrasi dan Ringkasan Eksekutif (Tahap 1) FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024	11 Mei – 28 Juni 2024
5.	Penilaian dan Pengumuman Lolos Tahap 1	5-7 Juli 2024
6.	Persiapan unggah profil dan video wirausaha	9-31 Juli 2024
7.	Unggah profil dan video wirausaha Tahap 2	9-31 Juli 2024
8.	Penilaian dan Pengumuman Lolos Tahap 2	2-5 Agustus 2024
9.	Persiapan & unggah Presentasi dan Poster (Final)	11 Agustus - 20 September 2024
10.	Expo, Penilaian Final dan Pengumuman Juara FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024	24-30 September 2024

*) Jika ada perubahan jadwal akan diberitahukan kemudian



Catatan: setiap peserta, sebaiknya mencermati poin 8 dan 11 yaitu persiapan penilaian menuju tahap-tahap seleksi, peserta diminta terus memutakhirkan & memperbaiki materi penilaian sehingga pada saatnya tinggal memasukkan sebagai syarat per tahap seleksi tanpa harus menunggu pengumuman lolos seleksi per tahap

I. Pembiayaan

Biaya pelaksanaan FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024 dibebankan pada Anggaran Pendapatan Belanja Nasional (APBN) Balai Pengembangan Talenta Indonesia Tahun 2024.

BAB III

NORMA DAN KETENTUAN PENYELENGGARAAN

A. Peristilahan dan Ketentuan Umum

Berikut ini adalah istilah dan ketentuan yang bersifat umum yang berlaku dalam buku pedoman ini, yang disadur dari sumber - sumber yang otoritatif, atau dirumuskan kembali dengan penyesuaian konteks dan tujuan pedoman.

1. Talenta mempunyai dua arti, sebagai kata sifat dan kata benda. Sebagai kata sifat, talenta diartikan sebagai performa bakat yang menghasilkan prestasi setelah mendapatkan pembinaan atau pengembangan melalui program yang sistematis dan berkelanjutan. Sebagai kata benda (menurut dokumen MTN), talenta diartikan sebagai individu yang memiliki kemampuan terbaik dari yang terbaik di bidangnya pada tingkat nasional untuk bersaing di kancah internasional, dengan misi untuk mengangkat kebanggaan nasional.
2. Bakat adalah kemampuan istimewa yang bersifat bawaan sejak lahir pada bidang talenta tertentu.
3. Manajemen Talenta Nasional adalah rangkaian upaya terstruktur dan berkelanjutan dalam menghasilkan Talenta, melalui pendekatan makro yang berfokus pada ekosistem pendukung di tingkat negara serta pendekatan mikro yang berfokus pada sinergi dan keberlanjutan proses pembibitan, pengembangan potensi, dan penguatan ketalentaan
4. Ajang talenta merupakan kegiatan yang memberikan wadah aktualisasi talenta peserta didik yang dapat bersifat kompetisi/lomba, festival, dan eksibisi, untuk menghasilkan capaian prestasi dalam berbagai bidang sesuai minat dan bakat.
5. Prestasi talenta adalah capaian kemampuan peserta didik sesuai dengan talentanya (minat dan bakat) pada tingkatan tertentu, melalui ajang talenta/non-ajang yang diselenggarakan BPTI/Puspresnas atau pihak lainnya yang diakui melalui proses kurasi talenta.
6. Bidang talenta adalah bidang-bidang yang diuraikan dari subyek ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan olahraga, yang digunakan untuk pengorganisasian ajang talenta dan jenis prestasi talenta
7. Kelompok bidang talenta adalah hasil pengelompokan bidang-bidang prestasi talenta BPTI/Puspresnas yang mengacu pada kebijakan Manajemen Talenta Nasional (MTN) tentang bidang talenta sebagai berikut,: (1) Bidang Riset dan Inovasi; (2) Bidang Seni dan Budaya; (3) Bidang Olahraga. Untuk kepentingan pengelolaan ajang talenta, maka pengorganisasian bidang ajang talenta adalah sebagai berikut:
 - a. Kelompok bidang **Riset dan Inovasi**, mencakup bidang dan ajang berikut:
 - 1) Bidang Sains: OSN, ONMIPA, dst
 - 2) Bidang Riset: OPSI, PIMNAS, dst
 - 3) Bidang Vokasi: LKS, LKS DISABILITAS, dst
 - 4) Bidang Kewirausahaan: FIKSI, dst
 - 5) Bidang Inovasi: KMHE, dst

- b. Kelompok bidang **Seni dan Budaya**, mencakup bidang dan ajang berikut:
 - 1) Bidang Seni: FLS2N, Paduan Suara, Pasparawi, MTQ, dst
 - 2) Bidang Bahasa: LDBI, NSDC, dst
 - 3) Bidang Budaya: -
- c. Kelompok bidang **Olah Raga**, mencakup bidang dan ajang berikut:
 - 1) Bidang Olah Raga: O2SN, GSI, dst
 - 2) Bidang Kesehatan Jasmani: -
8. Seleksi FIKSI jenjang SMA/MA dan SMK adalah serangkaian kegiatan yang digunakan untuk memutuskan apakah sesuai atau tidak dengan ketentuan Pedoman FIKSI jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024.
9. Workshop adalah suatu kegiatan diskusi secara intensif yang diselenggarakan secara daring yang dapat diikuti oleh seluruh peserta FIKSI dengan narasumber dari pelaku wirausaha sebagai motivator.
10. Expo Luring adalah kegiatan memamerkan dan mendemonstrasikan karya finalis yang diselenggarakan secara luring di lokasi yang akan ditentukan. Dalam kegiatan ini peserta dapat berinteraksi dengan pengunjung booth secara langsung.
11. Presentasi Penjurian Tahap Final diselenggarakan secara luring, dan wajib diikuti oleh seluruh Finalis Lomba sesuai dengan jadwal yang ditentukan.
12. FIKSI SMA/MA dan SMK tahun 2024 mempunyai 11 bidang lomba, meliputi: Kriya; Desain Grafis; Fashion; Game, Aplikasi, Video dan Animasi; Boga; Budi Daya dan Lintas Usaha; Agribisnis, Agroteknologi dan Kemaritiman; Kesehatan dan Wirausaha Sosial; Pariwisata dan Kuliner; Industri Kreatif; dan Teknologi Digital.

B. Persyaratan Peserta dan Juri

a. Peserta

Persyaratan administrasi peserta FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Berstatus peserta didik aktif maksimal kelas 11 pada saat mendaftar sebagai peserta FIKSI 2024;
2. Memiliki NISN (Nomor Induk Siswa Nasional) dan terdaftar di Data Pokok Pendidikan (Dapodik);
3. Jumlah Peserta lomba dengan kategori:
 - Rencana Usaha: Perorangan atau Kelompok (maksimal 2 Orang);
 - Pengembangan Usaha: Perorangan atau Kelompok (maksimal 2 Orang);
4. Setiap siswa hanya boleh ada dalam 1 kelompok, baik sebagai ketua tim atau anggota tim pada sekolah yang sama;
5. Bidang lomba yang diikuti tidak harus sesuai dengan program keahlian yang diselenggarakan sekolah masing-masing;
6. Mengunggah Surat Rekomendasi dari Kepala Sekolah ke laman <https://smk.pusatprestasinasional.kemdikbud.go.id/fiksi/>;

7. Mengunggah Surat Pernyataan yang ditandatangani oleh Orang Tua/Wali tentang persetujuan mengikuti lomba ke laman
<https://smk.pusatprestasinasional.kemdikbud.go.id/fiksi/>
8. Peserta tidak diperbolehkan mengajukan produk sekolah/teaching factory (TEFA), usaha keluarga/orang lain

b. Kriteria Juri

1. Kompeten di bidang masing-masing, bisa berasal dari akademisi, praktisi maupun profesional;
2. Berpengalaman menjadi Juri sesuai dengan bidangnya;
3. Bersikap adil dan tidak berpihak;
4. Bertanggung jawab terhadap keputusannya;
5. Mampu mengakses dan mengoperasikan perangkat digital dan internet;
6. Bersedia menandatangani pakta integritas sebagai juri FIKSI (format terlampir);
7. Ditetapkan melalui Surat Keputusan (SK) Kepala Balai Pengembangan Talenta Indonesia (BPTI), Pusat Prestasi Nasional (Puspresnas), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.

C. Strategi Capaian Keberhasilan dan Keberlanjutan

Dalam rangka memastikan keberhasilan penyelenggaraan kegiatan FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024, diperlukan sinergi dan kolaborasi dari berbagai pihak, antara lain: Kemendikbudristek, Dinas Pendidikan Provinsi, Kepala Sekolah, Guru Pembimbing, para siswa SMA/MA dan SMK, serta alumni FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK pada tahun-tahun sebelumnya. BPTI sebagai penanggung jawab dan pelaksana program FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024 melakukan kajian dan analisa berdasarkan masukan dari para akademisi, praktisi, Dinas Pendidikan Provinsi serta para pemangku kepentingan lainnya untuk melakukan evaluasi kegiatan yang telah berlangsung dan menyusun rencana pengembangan atas pelaksanaan FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK selanjutnya.

BPTI, Puspresnas, Kemendikbudristek melaksanakan usaha komunikasi dan sosialisasi program FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024 secara sistematis dan masif melalui berbagai media untuk dapat mencapai target program secara efektif dan efisien. Aktivitas publikasi dan promosi program ini dilakukan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki oleh Kemendikbudristek secara maksimal, serta melibatkan kontribusi dari Dinas Pendidikan Provinsi, Musyawarah Kerja Kepala Sekolah (MKKS) atau bahkan Sekolah, yang diharapkan mampu mengakselerasi pengenalan dan partisipasi peserta didik dalam mengikuti FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024, sehingga dapat menciptakan wirausaha muda kreatif, inovatif yang mandiri.

Rangkaian kegiatan Sosialisasi dan informasi terkini tentang Program FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024 akan dilaksanakan sesuai dengan sasaran; khususnya siswa-siswa SMA/MA dan SMK yang memiliki minat kewirausahaan ataupun yang sudah berwirausaha.

Duta FIKSI SMA/MA dan SMK tahun sebelumnya dan komunitas wirausaha akan dilibatkan dalam rangka publikasi kegiatan FIKSI melalui berbagai media sesuai arahan BPTI.

D. Rencana Sustainability/Keberlanjutan

Dalam rangka mewujudkan Sustainability/keberlanjutan, program FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024 memerlukan kolaborasi pentahelix yang menggabungkan peran akademisi, badan usaha (bisnis), komunitas, pemerintah, dan media yang bertujuan untuk mengembangkan inovasi kewirausahaan potensial menjadi produk maupun jasa yang bernilai dan bermanfaat bagi masyarakat. Dengan menemukan pola kemitraan melibatkan berbagai pihak dan peran, tujuan tersebut juga mendukung terwujudnya Sustainable Development Goals (SDGs) dalam mencapai percepatan pembangunan ekonomi, ketahanan pangan dan energi, kesejahteraan, dan perbaikan lingkungan hidup.

Selain itu guna keberlanjutan program FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024, Balai Pengembangan Talenta Indonesia (BPTI) Puspresnas Kemendikbudristek akan melakukan penelusuran secara berkala kepada alumni FIKSI untuk membuat database dan publikasi terkait keberhasilan usaha, baik di level daerah maupun nasional. Hal ini menjadi penting, karena selain program ini menjadi program kegiatan pengembangan prestasi tetapi juga dalam rangka upaya mengembangkan dan meningkatkan jiwa wirausaha sejak dini. Alumni FIKSI tergabung dalam sebuah komunitas yang diharapkan dapat berkolaborasi lintas daerah dalam berbagai bidang usaha, dengan memperhatikan keragaman kearifan lokal suatu daerah dan besar kemungkinan menemukan pasar di daerah lain yang sangat potensial.

E. Kemitraan

FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024 ditujukan untuk mendorong semangat jiwa wirausaha dan kolaborasi antara para pemangku kepentingan. Pelaksanaan kolaborasi ini dilakukan melalui kemitraan yang memberikan nilai tambah, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kemitraan ini menitikberatkan pada prinsip dasar kerja sama yang saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan antar pihak atau pemangku kepentingan dalam rangka membangun pemahaman bersama, dan memanfaatkan pengetahuan yang mungkin tersebar di berbagai perspektif yang berbeda.

Dalam mendukung program FIKSI Jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024, BPTI Puspresnas, Kemendikbudristek dapat melaksanakan kemitraan dengan Pemerintah Provinsi, Pemerintah Kabupaten/Kota, Institusi Pendidikan, Dunia Usaha dan Dunia Industri (DU/DI), Industri Kreatif, Kementerian Perindustrian, Kementerian Koperasi dan UMKM, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Pertanian, Kementerian Komunikasi dan Informatika, BUMN/BUMD, Media dan lembaga lain yang terkait. Salah satu harapan dari program FIKSI ini adalah terjalinnnya kemitraan berupa bantuan Sponsorship dari berbagai pihak, yang dimungkinkan dalam bentuk permodalan awal usaha, pengembangan usaha, beasiswa, mentoring program dan jika dimungkinkan adanya inkubasi pengembangan usaha serta mewujudkan rantai nilai atas produk-produk yang dihasilkan oleh para peserta FIKSI jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024 dan tahun sebelumnya.

BAB IV

KETENTUAN KHUSUS

Semua hal yang menyangkut penyelenggaraan ajang talenta yang diatur dalam pedoman ini dapat berubah sesuai dengan kondisi dan perkembangan kebijakan. Untuk itu, BPTI akan memberitahukannya pada saat perubahan itu sudah ditetapkan, dan akan disampaikan secepatnya melalui adendum atau melalui dokumen lainnya yang tidak dapat dipisahkan dari buku pedoman ini.

BAB V

PENUTUP

BPTI, Pusat Prestasi Nasional (Puspresnas), Kemendikbudristek melalui kegiatan Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) jenjang SMA/MA dan SMK Tahun 2024 mendorong tumbuhnya bibit wirausahawan muda yang handal dan berdaya saing. Peserta didik SMA/MA SMK mempunyai keterampilan (skill) yang telah didapat selama proses belajar di sekolah. Dengan kompetensi dan keterampilan (skill) yang dipunyai dapat berkontribusi untuk mewujudkan kehidupan yang lebih baik, toleran terhadap perbedaan kultur, mendambakan keadilan, dan sangat peduli pada lingkungan, melalui penciptaan usaha-usaha inovatif yang memanfaatkan teknologi digital dan informatika, serta mengangkat potensi sumber daya lokal. FIKSI jenjang SMA/MA dan SMK menekankan pada sumberdaya kearifan lokal yang dapat dimanfaatkan untuk menambah nilai ekonomis

Keberhasilan penyelenggaraan FIKSI SMA/MA dan SMK ditentukan oleh semua unsur dan berbagai pihak dalam melaksanakan kegiatan secara tertib, teratur, penuh disiplin dan rasa tanggung jawab yang tinggi, dengan demikian diharapkan FIKSI SMA/MA dan SMK dapat memberikan manfaat untuk aktualisasi minat dan bakat di bidang vokasi serta lebih luas dapat dimanfaatkan dalam pengembangan ajang talenta berprestasi di tingkat nasional dan internasional, sebagai bagian dari upaya menciptakan generasi emas Indonesia tahun 2045. Dengan memahami pedoman ini diharapkan panitia dan semua pihak yang terkait dapat melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya, sehingga mencapai hasil yang optimal.

Menyadari masih banyak kekurangan dalam pedoman ini, kritik dan saran kami harapkan sebagai bahan masukan bagi penyelenggaraan seleksi di tahun-tahun mendatang.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. MEKANISME PELAKSANAAN KOMPETISI

A. Kategori Lomba

1. Kompetisi Rencana Usaha

Kompetisi rencana usaha adalah kompetisi yang bisa diikuti peserta didik jenjang SMA/MA dan SMK yang baru memiliki ide usaha dan dapat dituangkan dalam format perencanaan usaha dan diimplementasikan.

2. Kompetisi Pengembangan Usaha

Kompetisi pengembangan usaha adalah kompetisi yang ditujukan kepada peserta didik jenjang SMA/MA dan SMK yang sudah menjalankan usaha pribadi (bukan merupakan produk usaha sekolah) sesuai dengan bidang lomba yang diambil.

B. Bidang Lomba

1) Bidang Lomba SMA

a. Kriya

Definisi bidang usaha kriya ini berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, dan pemasaran produk yang terbuat dari material alam atau sintetis yang dihasilkan oleh individu ataupun komunitas perajin secara manual atau dengan alat bantu produksi.

Dalam konteks karya, produk kriya dapat dibagi ke dalam tiga pendekatan penciptaan produk, yaitu: 1) Produk yang berbasis material, baik material lunak seperti tekstil, serat alam, tanah liat, plastik, kulit, dll., maupun material keras seperti kayu, logam, batu, dll.; 2) Produk yang berbasis keterampilan, di mana yang menjadi aspek utama adalah kondisi sumber daya manusia atau jenis keterampilan yang dimiliki oleh sumber daya manusianya; 3) Gabungan dari keduanya.

Proses kreasi sebuah produk kriya mencakup tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. Perancangan: tahap awal yang umumnya dimulai dengan pengolahan gagasan atau ide dasar untuk kemudian divisualisasikan melalui sketsa bentuk, gambar kerja, hingga mekanisme proses produksinya.
- b. Penyiapan material dan alat: yaitu tahap pengumpulan bahan baku produksi atau material siap pakai atau pengolahan material mentah menjadi material siap produksi, beserta penyiapan berbagai peralatan yang dibutuhkan sesuai dengan mekanisme produksi yang dijalankan.
- c. Proses produksi: merupakan tahapan inti yang berisi rangkaian kegiatan proses produksi mulai dari tahap pembentukan awal hingga tahap finishing produk akhir.

- d. Pengemasan produk: yaitu tahapan mengemas produk akhir agar menjadi produk yang siap untuk didistribusikan, dengan pertimbangan-pertimbangan, antara lain, keamanan dan keutuhan produk dalam proses pengiriman, memuat jenama dan informasi produk, material, dimensi, dan sebagainya.
- e. Distribusi: tahap akhir yang merupakan proses pendistribusian produk, baik dari produsen ke para penjual, maupun penjualan langsung ke pihak konsumen

Kriya merupakan salah satu bidang keilmuan yang memiliki potensi luas untuk dikembangkan menjadi sebuah usaha atau bisnis. Aktivitas bisnis di bidang kriya tidak terlepas dari peran teknologi misalnya sebagai fasilitator yang membantu mengakomodasi bertemunya antara para pemilik ide kreatif dengan stakeholder lainnya seperti pemilik bahan baku, tenaga kerja/produsen, distributor, pelaku promosi, hingga konsumen, melalui platform digital, sehingga fase bisnisnya bisa tetap berjalan dan berkembang sesuai dengan karakter kekhasannya masing-masing. Perangkat digital yang canggih dan mudah diakses seperti saat ini, sangat membantu para pelaku usaha termasuk para siswa-siswi peserta Fiksi dalam berbagai aktivitas bisnisnya. Proses perancangan produknya bisa secara digital, pemilihan warna, pengolahan material, analisis tren warna, tren bentuk, tren perilaku konsumen, hingga tren harga, juga dalam aktivitas promosi dan transaksi juga sangat mungkin merujuk dari, dan bahkan dapat langsung terbantu, dengan teknologi terkini.

Bidang usaha kriya umumnya sangat dipengaruhi oleh faktor potensi bahan baku dan potensi sumber daya manusia yang ada di lingkungan sekitar sentra atau lokasi produksi. Pada perkembangannya produk kriya saat ini banyak diproduksi dengan konsep limited edition (eksklusif) untuk pasar high end, dan juga diproduksi secara massal untuk pasar middle dan low end, baik untuk memenuhi pasar domestik maupun ekspor. Contoh bidang usaha kriya ini antara lain, namun tidak terbatas pada: produk kerajinan, produk cenderamata, produk pelengkap interior dan eksterior, produk mainan anak, utensil/perkakas keseharian, dan lain-lain.

Pada FIKSI Tahun 2024 bidang usaha kriya, pertimbangan konsep produk meliputi:

- Latar belakang: mengungkapkan motivasi utama pemilihan jenis produk atau karya yang sesuai dengan tema FIKSI 2024.
- Tujuan: mengungkapkan tujuan penciptaan produk (misalkan: Apakah gagasan/produk yang diajukan dapat menjadi solusi bagi suatu masalah? Atau dapat menjadi wujud ekspresi budaya/kearifan lokal/pemanfaatan sumber daya lokal yang lain? Atau merupakan penerapan teknologi material/produksi/utilitas baru? dst.)
- Aspek kolaborasi: Dalam kegiatan bidang usaha kriya, diwajibkan memiliki kolaborasi atau kemitraan dengan stakeholder di lingkungan sekitar, misalnya pengrajin, UMKM lokal atau komunitas yang dapat berkontribusi dalam

kegiatan bisnis yang dijalankan. Peran atau kontribusi pihak mitra tersebut harus dijelaskan dengan baik dalam proposal.

- Aspek inovasi: mengungkapkan hal-hal potensial (unique selling points) yang merupakan aspek inovasi gagasan/produk (misalkan: temuan teknologi, proses produksi, metode pemasaran baru, peluang segmen pasar yang baru, dll.) Dalam hal ini termasuk juga keharusan untuk membuat “Jenama/Brand Produk”.
- Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) sesuai dengan ketentuan dan petunjuk umum. Dokumentasi prototype/purwarupa produk dengan kualitas foto yang terbaik, lengkap dengan kemasan produk.

b. Desain Grafis

Kategori bidang wirausaha Desain Grafis adalah kegiatan usaha kreatif dalam ranah “rekayasa visual” yang menggunakan bahasa komunikasi visual (huruf dan gambar) untuk menyampaikan pesan dan disampaikan melalui media (desain) dengan tujuan menyampaikan informasi, identifikasi/memberi identitas, dan mempersuasi, hingga mengubah perilaku khalayak sasaran.

Bahasa Komunikasi Visual berwujud gambar grafis, tanda/symbol, dan unsur grafis lainnya (warna, bidang, tipografi, tekstur dll.) yang disusun berdasar prinsip desain. Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi (alternatif) untuk permasalahan yang akan disampaikan (dapat bersifat sosial maupun komersial).

Dikaitkan dengan tema FIKSI Tahun 2024, Belajar Berwirausaha, Talenta Entrepreneur Harapan Bangsa, mendorong siswa SMA untuk mengembangkan wirausaha bidang Desain Grafis yang inovatif dan memberi solusi kreatif pada masalah yang muncul di lingkungannya.

Profesi desain grafis dapat dikembangkan secara mandiri sebagai freelancer atau mendirikan studio grafis (graphic house). Studio grafis yang eksis di industri desain grafis Indonesia seperti, Le Bo Ye Studio, Gagas Kreasi Studio, Wanara Studio, Inkara Studio, dan lainnya. Selain itu ada in-house graphic atau divisi grafis yang melekat di sebuah perusahaan atau institusi pemerintah maupun swasta (contohnya Bank, BUMN/BUMD, dsb.)

Desainer Grafis dituntut mampu merancang solusi dan konsep komunikasi visual melalui identitas, informasi, dan persuasi yang tepat, sesuai dengan prinsip-prinsip desain dan dikemas menjadi media visual untuk mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan dan dimengerti khalayak sarannya. Adapun luaran dari wirausaha Desain Grafis adalah jasa dan produk komunikasi visual mencakup aktivitas perancangan (desain), pengembangan purwarupa prototyping), dan wirausaha berbasis teknologi cetak dan digital dengan kriteria pada media sebagai berikut:

- a) Graphic Design on Surface (berbasis cetak/ printed matter)

Ilustrasi

- Komik
- Graphic Novel (Novel Grafis)
- Buku Cerita Bergambar
- Desain karakter (berbasis cerita, maskot, mainan/toys)
- Buku Pop-Up, Board Game, Card Game
- Mural/Instalasi Grafis (contoh pada cafe atau kantor) Grafis
- Desain Kemasan (packaging)
- Poster Grafis
- Brand Identity (Logo dan Aplikasinya)
- Merchandise (topi, sticker, kaos, totebag)
- Editorial Design (Buku/ Majalah Cetak)

b) Graphic Design on Screen (media digital)

- Ilustrasi
- Komik Digital
- Sticker Apps
- Digital Imaging
- Grafis
- E-book/e-magazine
- Stock Image/Image Bank
- Desain Huruf/Font
- Infografis Digital

Bidang wirausaha Desain Grafis menuntut kolaborasi dua kemampuan kreatif dan inovatif, antara kewirausahaan (entrepreneurship) dan kerja desain grafis. Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang menjadi dasar untuk membaca kebutuhan/peleluang pasar/pengguna. Sedangkan kemampuan Desain Grafis adalah kemampuan kreatif dan inovatif dalam mengolah komunikasi visual melalui gambar/grafis (tipografi, ilustrasi, elemen grafis, warna, tata letak/layout visual) untuk mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan. Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan melihat potensi dan permasalahan di masyarakat, menggali ide dan pemikiran sebagai solusi kreatif serta menciptakan sesuatu yang baru untuk diterapkan sebagai bentuk inovasi. Pada FIKSI Tahun 2024 bidang usaha Desain Grafis, pertimbangan konsep produk antara lain:

- Latar belakang: mengungkapkan motivasi utama pemilihan jenis produk atau jasa yang sesuai dengan tema FIKSI 2024.
- Tujuan: mengungkapkan tujuan penciptaan produk (misalkan: Apakah gagasan/produk atau jasa yang diajukan dapat menjadi solusi bagi suatu masalah melalui desain grafis? Atau dapat menjadi wujud ekspresi budaya/kearifan lokal/pemanfaatan sumber daya lokal (misalnya: bahan atau material sebuah

kemasan dari bahan limbah lokal)? Atau merupakan penerapan teknologi digital/user interface, dst.)

- Aspek kolaborasi: Dalam kegiatan bidang usaha desain grafis, diwajibkan memiliki kolaborasi atau kemitraan antar personal dengan keahlian yang berbeda (peserta yang memiliki keahlian desain grafis bekerjasama dengan keahlian IT atau Marketing) atau pihak stakeholder di lingkungan sekitar, misalnya memberi solusi pengrajin melalui desain kemasan pada UKM lokal atau komunitas yang dapat berkontribusi dalam kegiatan bisnis yang dijalankan. Bentuk kolaborasi berupa peran atau kontribusi pihak mitra tersebut harus dideskripsikan dengan jelas dalam proposal.
- Aspek inovasi: mengungkapkan keunikan dan potensi (unique selling points) yang merupakan aspek inovasi gagasan produk/jasa usaha bidang desain grafis (misalkan: peluang melakukan pendekatan melalui teknologi yang baru seperti pop up, user interface, augmented reality, metode pemasaran baru, peluang segmen pasar yang baru, dll.)
- Aspek Visual produk/jasa dengan foto atau gambar/ilustrasi/infografis resolusi kualitas terbaik. Data visual yang menjelaskan proses perancangan sebuah karya juga perlu disertakan dalam proposal.

Jenis Karya Desain Grafis:

1. Desain Grafis Sebagai Sarana Identifikasi

Sebagai sarana identifikasi, desain grafis bertujuan untuk memberi identitas pada produk, jasa, perusahaan maupun perorangan sehingga mampu menjawab pertanyaan tentang apa, siapa, di mana, dan bagaimana hal (produk, jasa, perusahaan, atau personal) yang dimaksudkan tersebut. Identitas dapat mencerminkan kualitas ataupun karakteristik dari produk, jasa, perusahaan ataupun personal yang diidentifikasi (dirancang). Sebagai contoh adalah penggunaan logo atau visual identity/corporate identity/brand identity yang digunakan untuk membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain atau satu brand dengan brand yang lainnya. Desain Grafis Sebagai Sarana Identifikasi meliputi: Perancangan Logo (Visual Identity/Corporate Identity), aplikasi Logo pada media: gedung, kendaraan, stationary, seragam, website, company profile, dll.



Sumber Gambar <https://www.behance.net/gallery>

2. Desain Grafis Sebagai Sarana Presentasi dan Promosi/Pemasaran

Sebagai bagian dari sarana presentasi dan promosi karya desain grafis lebih bertujuan sebagai penyampai pesan. Di mana pesan tersebut haruslah diolah sehingga mendapat perhatian dari mata (secara visual) dan akan membuat pesan tersebut dapat diingat selama mungkin. Oleh karenanya tampilan visual yang digunakan harus bersifat persuasif dan menarik. Contohnya adalah poster, brosur, grafis media luar ruang, dan lain-lain.

Dalam media tersebut perlu adanya pembatasan gambar dan tulisan, teks yang ada harus mempunyai satu makna dan mengesankan. Tujuan akhir daripada karya/produk ini adalah untuk merangsang sasaran yaitu konsumen agar memahami produk serta melakukan pembelian terhadap produk yang diiklankan atau dirancang.

3. Desain Grafis Antar Muka (Interface Design)

Desain antar muka adalah bagaimana pengguna berinteraksi dengan perangkat atau aplikasi (User Interface/UI). Desainer User Interface (UI) merancang interface antarmuka untuk membuatnya mudah digunakan dan memberikan pengalaman yang ramah bagi pengguna. UI mencakup semua hal yang berinteraksi dengan penggunaan layar/screen, keyboard, dan mouse. Tetapi dalam konteks desain grafis, desain UI berfokus pada pengalaman visual pengguna dan desain elemen grafis di layar seperti tombol, icon, menu, mikro-interaksi, dan banyak lagi. Tugas seorang desainer UI adalah untuk menyeimbangkan daya tarik estetika dengan fungsi teknis. Desainer UI berspesialisasi dalam aplikasi desktop, aplikasi seluler, aplikasi web, dan game. Mereka bekerja sama dengan desainer UX (User Experience/pengalaman pengguna) yang menentukan cara kerja aplikasi dan pengembang UI (yang menulis kode untuk membuatnya berfungsi).

Contoh: Desain halaman web (Web Design), Theme Design for Website (WordPress, Shopify, dll), Game Interface, Desain aplikasi (Apps, software, dll), Multimedia Interaktif.

4. Desain Grafis Publikasi (Publishing)

Desain Publikasi adalah karya (cetak maupun digital) yang berkomunikasi dengan audiens melalui distribusi publik. Mereka secara tradisional menjadi media cetak, buku, koran, majalah, dan katalog. Seiring dengan kemajuan teknologi karya-karya publishing merambah ke dalam penerbitan digital.

Contoh desain grafis publikasi: Buku, majalah/koran, direktori (cetak maupun digital), laporan tahunan (annual report), company profile, katalog, e-book.

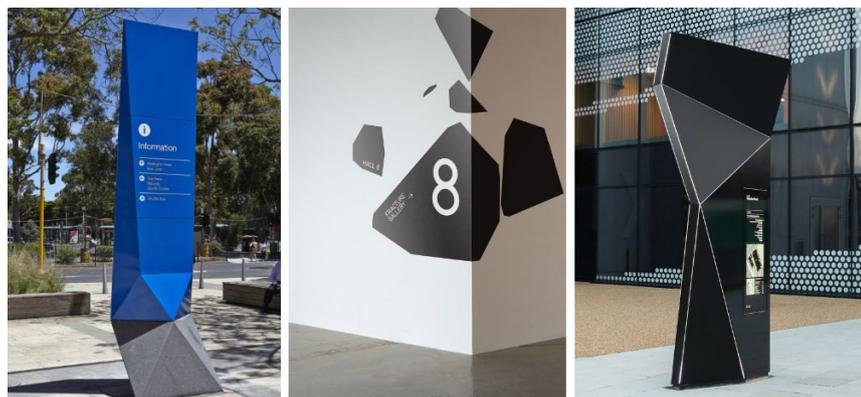
5. Desain Grafis Kemasan (Packaging Design)

Sebagian besar produk memerlukan beberapa bentuk kemasan untuk melindungi dan menyiapkannya untuk disimpan, didistribusikan, dan dijual. Namun desain kemasan juga dapat berkomunikasi langsung dengan konsumen, yang menjadikannya alat pemasaran yang sangat berharga. Setiap kotak, botol dan tas, setiap kaleng, wadah, atau tabung adalah kesempatan menceritakan kisah sebuah merek dan produk.

Desainer kemasan membuat konsep, mengembangkan dummy (prototype) dan membuat file siap cetak untuk suatu produk. Ini membutuhkan pengetahuan ahli tentang proses cetak dan pemahaman yang tajam tentang desain, bentuk, material dan manufaktur industri. Karena desain kemasan menyentuh begitu banyak disiplin ilmu, tidak jarang bagi perancang menemukan diri mereka menciptakan aset lain untuk suatu produk seperti fotografi, ilustrasi, dan identitas visual.

6. Environmental Graphic

Environmental Graphic/Desain Grafis lingkungan secara visual menghubungkan orang-orang ke tempat-tempat untuk meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan dengan membuat ruang lebih mudah diingat, menarik, informatif atau lebih mudah dinavigasi. Contoh Environment Graphic: Signage, Mural dinding, Grafis Ruang Pameran, Instalasi Grafis pada kantor/cafe.



Sumber Gambar alibaba.com

7. Desain Grafis Ilustrasi (Illustrator)

Seni grafis ilustrasi sering dianggap sama dengan desain grafis, namun mereka masing-masing sangat berbeda. Desainer membuat komposisi untuk berkomunikasi dan menyelesaikan masalah, seniman grafis (illustrator) membuat karya seni (visual art), seni mereka mengambil sejumlah bentuk, dari seni rupa hingga dekorasi hingga ilustrasi mendongeng. Walaupun seni

grafis dan ilustrasinya bukan jenis desain grafis secara teknis, banyak yang dibuat untuk penggunaan komersial dalam konteks desain grafis.

Contoh: Novel grafis, Komik, ilustrasi (manual dan digital), vector graphic, poster ilustrasi, ilustrasi terapan (applied).

8. Desain Permainan

Desain permainan membutuhkan aset desain grafis berupa ilustrasi dan elemen grafis, serta dibutuhkan dukungan infografis untuk menjelaskan cara bermain agar mudah dipahami oleh orang awam yang memainkannya. Permainan dapat berupa digital maupun non-digital,



Sumber Gambar: <https://limawanprawira.com/ad-purwira->

namun lebih ditekankan pada aset visual (desain grafis), bukan kepada programming dan media produksi.

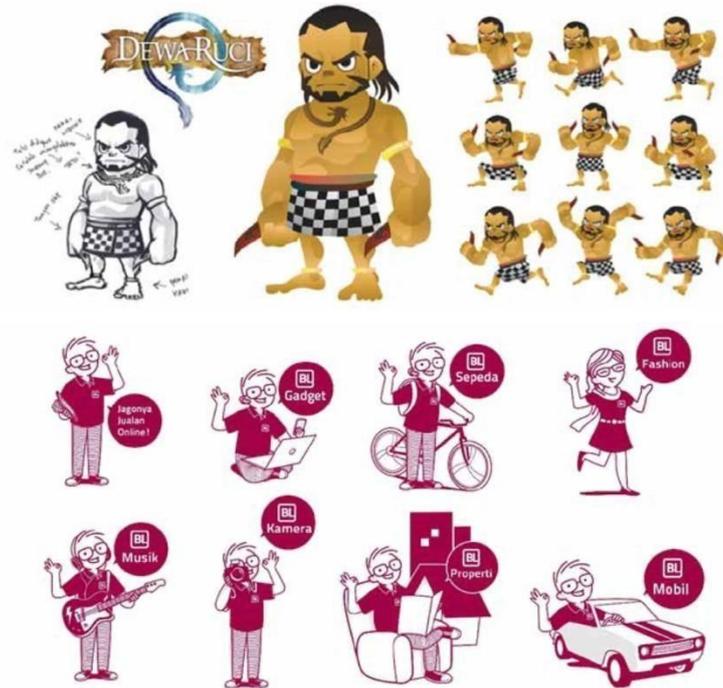
Contoh: Permainan Kartu, Board Game, Permainan Monopoli.



9. Desain Karakter

Menjadi sebuah kebutuhan utama pada saat merancang desain yang membutuhkan sebuah figur/maskot, karena desain karakter akan menentukan cara berkomunikasi sebuah perancangan.

Contoh: Desain karakter untuk Game, film animasi, karakter komik, maskot event, maskot perusahaan.



Contoh desain karakter untuk game dan maskot perusahaan (Bukalapak)

10. Fashion

Fashion adalah salah satu bidang usaha yang selama masa pandemi mengalami dinamika dimana terdapat kategori bisnis yang mengalami kenaikan serta kebaruan, namun di lain sisi terdapat pula produk-produk usaha yang terkena penurunan dalam kualitas produk serta pendapatan. Pada masa endemi desain bisnis dalam bidang fashion yang muncul dan bertahan merupakan produk-produk yang diperlukan oleh gaya hidup masyarakat setelah era pandemi. Bisnis bidang fashion juga merupakan jenis bisnis yang harus bisa beradaptasi pada perubahan yang terjadi di dunia. Fashion pada dasarnya adalah gaya hidup masyarakat di suatu masa tertentu yang cenderung ditentukan, digemari dan digunakan sebagai style (gaya) dalam berpenampilan. Cara berpenampilan tersebut tertuang dalam gaya berbusana yang digunakan sebagai media komunikasi serta ekspresi diri yang hadir sebagai respon dari berbagai peristiwa sosial, politik, ekonomi dan budaya serta teknologi sesuai tempat dan waktunya. Sehingga fashion di Indonesia dapat dikatakan sebagai media komunikasi dan

ekspresi bangsa Indonesia yang perkembangannya disesuaikan dengan budaya bangsa serta mengangkat keragaman potensi sumber daya lewat cara berbusana.

Dalam bidang fashion di ide/gagasan berkarya juga dapat mempertimbangkan unsur-unsur dalam ruang lingkup terkait eco-fashion dan berkelanjutan yang meliputi:

- Multi Function (satu item dapat menjadi item lainnya, misal jaket yang diubah fungsi menjadi rompi, tas, dan sebagainya)
- Upcycle–Recycle (kemampuan untuk menambah nilai suatu produk lama/produk yang sudah ada)
- Eco-Friendly (memakai bahan baku, proses produksi, hingga dampaknya baik bagi lingkungan sekitar)

Produk yang diciptakan bertujuan untuk menjawab kebutuhan pasar dan membuka peluang lapangan kerja bagi masyarakat serta memberikan kontribusi yang baik bagi lingkungan. Adapun tambahan nilai berupa potensi lokal/local wisdom yang ada di Indonesia juga dapat diadopsi kedalam karya. Kriteria produk yang dihasilkan harus dapat memiliki nilai jual dan profit serta strategi bisnis yang berkelanjutan sehingga usaha bisa terus berkembang sesuai target.

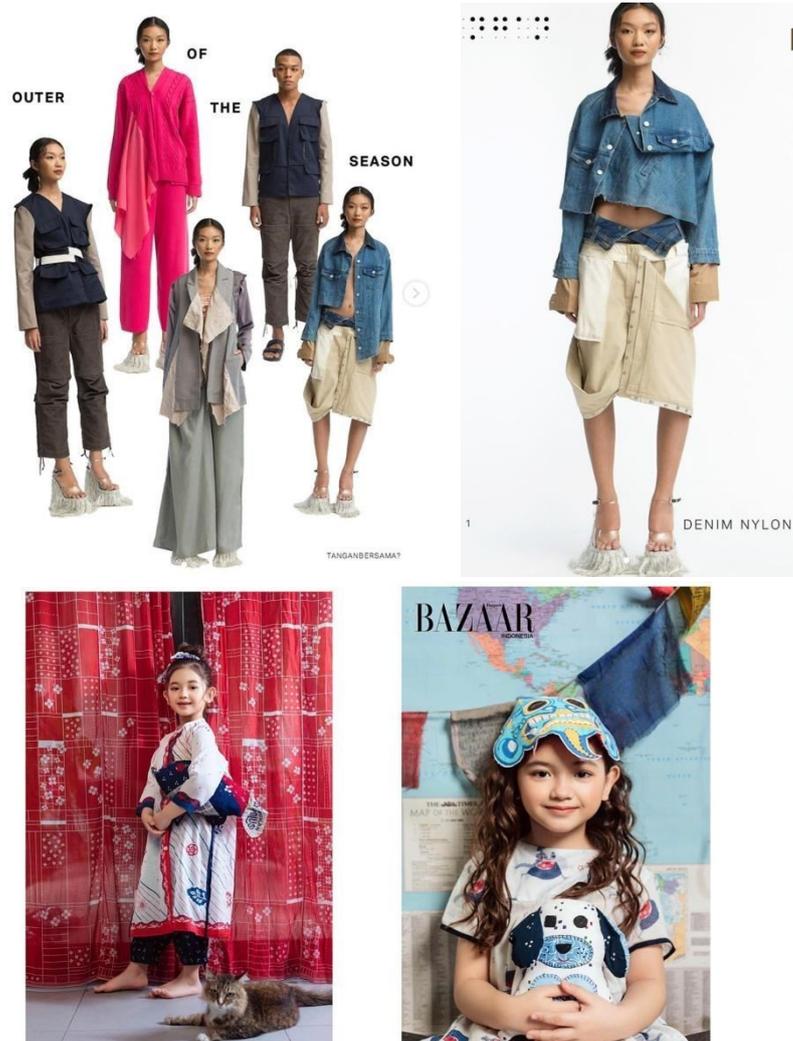
Tahun 2024 ini masyarakat dunia masih beradaptasi dengan endemi. Kegiatan usaha yang dianggap aman adalah kegiatan usaha yang dapat dilakukan secara daring/online dan luring/offline. Begitu juga dengan bidang industri fashion, sistem produksi menjadi tantangan baru, sebab pengrajin, desainer dan juga manajerial dapat berkumpul secara hybrid (daring dan luring) untuk menghasilkan komoditas. Manajerial dilakukan secara hybrid dapat menjadi solusi dalam proses wirausaha.

Dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi maka segala keterbatasan yang terjadi selama endemi tidak dipandang sebagai faktor penghambat dalam mencapai keberhasilan usaha. Teknologi informasi dan komunikasi dapat dimanfaatkan sebagai cara dalam menciptakan efisiensi biaya, waktu, tenaga yang dibutuhkan dalam proses berwirausaha dari pembuatan hingga pemasaran produk. Pada tahap pembuatan, teknologi dapat dimanfaatkan dalam pembuatan desain produk, proses produksi dan kemasan. Pada pemasaran, teknologi berperan dalam menampilkan, memberikan informasi dan mempermudah transaksi.

Kategori Produk Fashion

Secara sederhana pengkategorian produk fashion dapat dikelompokkan menjadi:

1. Kategori produk busana: produk busana pria, wanita dan anak. Busana meliputi busana atasan (jaket, kemeja, kaos, rompi) dan busana bawahan (celana, rok, sarung).



Gambar 2. Kategori Produk Busana dari kiri ke kanan adalah koleksi busana pria oleh label Tangan Official, busana anak oleh label Sejauh Mata Memandang.

Sumber: Instagram masing-masing label.

2. Kategori produk aksesoris: merupakan produk yang dikenakan untuk melengkapi produk busana agar seseorang dapat tampil lebih maksimal. Aksesoris meliputi produk alas kaki, tas, aksesoris kepala (kacamata, topi, kerudung, hairpiece), syal, dasi, perhiasan (seperti anting, kalung, gelang), sarung tangan, sapu tangan, hosiery (produk bagian dalam seperti kaos kaki dan pakaian dalam).



Gambar 3. Contoh produk Produk Aksesoris dari Label byo

Sumber: Instagram label byo.



Gambar 4. Contoh produk fashion multifungsi sebagai busana dan aksesoris dari desainer

Irina Dzhus Sumber <https://www.geraldinewharry.com>

Pertimbangan konsep produk di bidang fashion meliputi:

a) Konsep Produk

Persyaratan konsep dalam bidang fashion terdiri dari:

1. Mood board: kumpulan gambar inspirasi/ide yang dilengkapi dengan palet warna.
2. Deskripsi produk meliputi penjelasan inspirasi/ide, material, teknik pengerjaan, warna.
3. Ilustrasi produk dan gambar teknik produk (produk busana tampak depan belakang, produk aksesoris tampak dari berbagai sisi).
4. Dokumentasi proses pengerjaan dari awal (raw material) dan produk akhir.
5. Penjelasan tujuan usaha, target market, analisis SWOT, model bisnis kanvas.

Proses berkarya dalam bidang fashion secara berurutan dimulai dari pembuatan mood board, Ilustrasi Busana dan Gambar Teknik, Dokumentasi Pembuatan



Gambar 5. Contoh proses penerjemahan inspirasi hingga menjadi produk fashion dari koleksi Jakarta Muslim Fashion Week

Sumber: Islamic Fashion Institut

b) Kualitas Produk Fashion

Keunggulan material/produk, karakter visual (dapat menggabungkan/mengkomposisikan warna atau material), keunikan, utilitas/kegunaan produk dan kerapihan pengerjaan produk. Bila produk terdiri dari berbagai unsur maka perlu mempertimbangkan juga kemampuan mix and match/padu padan unsur-unsur menjadi tampilan yang menarik.

c) Lingkungan dan Sosial

Ramah lingkungan (produk dan kemasan), mempunyai nilai potensi lokal/local wisdom, dan juga dampak sosial (social entrepreneurship innovation).

d) Perencanaan

Kategori produk yang dihasilkan tergolong dalam kategori rencana bisnis dan bisnis berjalan. Kategori rencana usaha adalah produk yang sudah terdapat prototip sedangkan kategori bisnis berjalan adalah produk yang sudah diperjualbelikan selama minimal 3 bulan. Adapun perencanaan yang perlu dipersiapkan sesuai dengan Bab IV Penilaian yang tiap Tahap Penilaian memiliki Materi dan Komponen Penilaian yang berbeda tiap Tahapnya dan sistematis. Berkaitan dengan wirausaha pada bidang fashion, maka terdapat hal-hal detail yang perlu dipersiapkan adalah:

6. Tahap 1, pada komponen Prototip I-awal :
Mood board, deskripsi produk, Ilustrasi produk, dan gambar teknik produk (produk busana tampak depan belakang, disertai ukuran produk, aksesoris tampak dari berbagai sisi). Melampirkan video ringkas dan sederhana berdurasi 30 detik yang menjelaskan bagian-bagian, fungsi dan peran produk.
7. Tahap 2, pada komponen Prototip 2-lanjutan :
Mood board, deskripsi produk, ilustrasi produk, dan gambar teknik produk, dan video ringkas yang telah dievaluasi oleh juri, diperbaiki dan diperbaharui.
8. Tahap 3, kepada para finalis diwajibkan untuk memperlihatkan produk akhir, proses perjalanan Prototip dari Tahap 1 hingga akhir. Adapun prototip dapat di dampingi foto, poster, video teaser, video pitching, pernak-pernik pendukung display dalam booth masing-masing finalis sesuai dengan tema produk.

c. Game, Aplikasi, Video dan Animasi

1. Game dan Aplikasi Digital

Karya-karya game atau aplikasi digital diakui telah menjadi media paling populer di masyarakat menggeser film/sinema. Bidang game dan aplikasi digital merupakan media mutakhir pendobrak jaman dengan aneka inovasi solutif yang melibatkan automation, connection, cloud computing, IoT, artificial intelligence, big data, additive manufacturing, integrated system, dan digitalization dengan tujuan utama sebagai: menyelesaikan masalah, media hiburan (menyenangkan), memberikan pengalaman keindahan (estetik), dan pemberi makna (Zimmerman, 2013), yang berdampak terhadap kemudahan manusia (aktivitas kerja, kelengkapan informasi), memberikan penghargaan bagi pengguna/pemainnya melalui berbagai interaktivitas yang dimediasi oleh interface pada layar-layar gawai digital.

Interaktif Game Digital didefinisikan sebagai “suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain, berumpun balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (objective) dan aturan (rules). Beberapa persyaratan dalam permainan game digital, yaitu: memerlukan medium interaksi atau wahana sebagai salah satu elemen inti dari interaktivitas; memerlukan suatu tujuan yang bisa berupa sesuatu yang terkuantifikasi atau penyelesaian terhadap suatu plot permainan; memerlukan suatu mekanisme atau bisa disebut juga aturan main yang mengatur bagaimana pemain berinteraksi.

Dalam permainan interaktif biasanya tujuan yang ingin diperoleh adalah mencapai kesenangan; tujuan (objective) merupakan target yang harus diselesaikan oleh pemain terhadap sebuah permainan interaktif; aturan (rules) merupakan suatu mekanisme yang mengatur pemain untuk mencapai tujuan

dalam sebuah permainan interaktif. Selain permainan, game juga dapat berguna dalam berbagai skenario profesional dan pendidikan, terutama dalam simulasi untuk aktivitas yang membutuhkan koordinasi visual dan motorik seperti mengendarai mobil balap dan mengemudikan pesawat tempur militer.

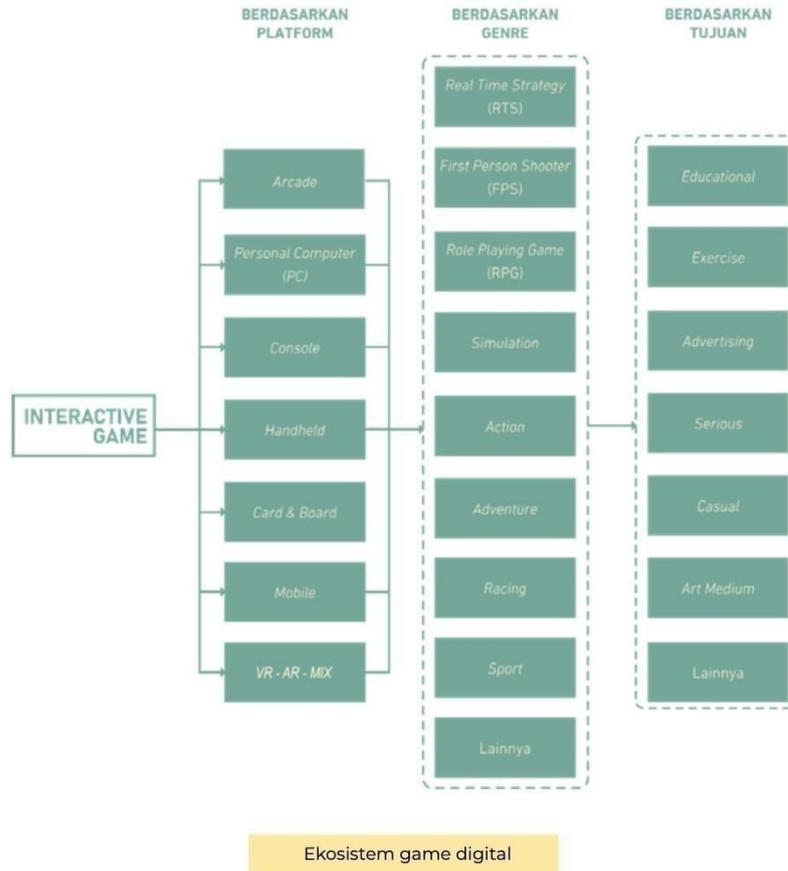
Game dan aplikasi digital kemudian berkembang menjadi salah satu bidang wirausaha yang menjanjikan di era Revolusi 4.0 ini dengan kehadirannya yang begitu melesat tak terbendung, buah dari sinergi (kolaborasi) aneka gagasan, pengetahuan, ilmu, pengetahuan, dan praktik keterampilan yang dimotori oleh talenta-talenta muda yang unggul, ulet, sabar, dan yakin akan janji kesuksesan yang berani beririsasi secara interdisiplin antara: bidang rekayasa (teknologi komputer, digital, telekomunikasi, informasi, robotik, AI, big data, dll.); bidang desain (seni rupa/visual, komunikasi visual, grafis, produk, interior, kriya, budaya, dll.); dan bidang bisnis-manajemen, dan lainnya. Berdasarkan definisi tersebut, permainan interaktif memiliki kata kunci sebagai berikut:

- Media merupakan perantara atau medium penyajian karya permainan interaktif, bisa berupa elektronik, daring, fisik, kartu, meja atau lainnya;
- Aktivitas merupakan kegiatan tertentu yang memiliki tujuan. Dalam permainan interaktif biasanya tujuan yang ingin diperoleh adalah mencapai kesenangan;
- Tujuan (objective) merupakan target yang harus diselesaikan oleh pemain terhadap sebuah permainan interaktif;
- Aturan (rules) merupakan suatu mekanisme yang mengatur pemain untuk mencapai tujuan dalam sebuah permainan interaktif.

Aplikasi game telah berkembang semakin kompleks dengan grafis yang disempurnakan, video full-motion, efek 3D, dan suara stereo berkualitas tinggi. Perangkat input khusus seperti joystick dan roda kemudi meningkatkan kemampuan pengguna untuk berinteraksi dengan program. Dalam bentuknya yang paling canggih, antarmuka game dapat membentuk suatu lingkungan realitas virtual. Perkembangan yang lebih baru termasuk game gerak, yang merespons gerakan pengguna, dan headset realitas virtual, yang memungkinkan pengalaman yang imersif hingga muncul fenomena metaverse.

Perkembangan bidang game dan aplikasi digital yang dapat dijadikan peluang usaha seperti tampak pada ranah: gaya desain visual, konsol/gawai, aneka kontrol permainan-aplikasi, pengelolaan emosi/ekspresi pemain/pengguna, hingga penggunaannya sebagai media interaksi sosial di ruang publik.

Dalam buku “Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025”, dinyatakan Ruang lingkup permainan interaktif dapat dikelompokkan berdasarkan platform (media) yang digunakan, genre permainannya, serta tujuan pembuatannya seperti tampak pada gambar diagram berikut ini:



Game Berdasarkan Platform

Berdasarkan platform yang digunakan, permainan interaktif dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- Arcade Games adalah permainan yang biasanya dimainkan pada mesin atau tempat khusus yang memang didesain untuk jenis permainan tertentu. Pemain dapat menggunakan peralatan tertentu seperti pistol, kursi khusus, sensor gerakan, sensor injakan, dan kemudi mobil untuk lebih dapat menikmati permainan.
- PC Games adalah permainan yang dimainkan menggunakan komputer pribadi.
- Console Games adalah permainan yang dimainkan menggunakan konsol tertentu, seperti Playstation, XBOX, dan Nintendo.
- Handheld Games adalah permainan yang dimainkan di konsol khusus yang dapat dibawa kemana-mana (portable console) seperti Nintendo DS, Switch, dan Sony PSP.
- Card and Board Games adalah permainan yang memanfaatkan kartu sebagai media bermain, sedangkan permainan papan adalah permainan yang membutuhkan suatu papan yang terbagi dalam area-area tertentu (dengan garis-garis) dan di dalamnya terdapat sejumlah alat main yang dapat digerakkan. (catatan: genre ini tidak masuk dalam uji kompetisi bidang

Game-Aplikasi Digital, tetapi bisa didaftarkan di bidang Desain Grafis atau Budidaya dan Lintas Usaha).

- Mobile Games adalah permainan yang dapat dimainkan atau khusus dimainkan di telepon seluler atau PDA.
- Game Berdasarkan Genre Genre permainan interaktif yang berkembang saat ini, antara lain:
- Real Time Strategy (RTS) adalah genre suatu permainan komputer dengan ciri khas berupa permainan perang yang setiap pemainnya memiliki suatu negara. Dalam RTS, tema permainan dapat berupa sejarah, contohnya seri Age of Empires; fantasi, contohnya Warcraft; dan fiksi ilmiah, contohnya Star Wars.
- First Person Shooter (FPS) adalah jenis permainan tembak-menembak dengan tampilan pada layar pemain merupakan sudut pandang tokoh karakter yang dimainkan. Permainan ini dapat melibatkan banyak orang, bisa berupa misi melumpuhkan penjahat maupun alien tim lainnya, dan umumnya menggunakan senjata genggam jarak jauh. Contoh jenis permainan ini adalah Duke Nukem 3D, Quake, Blood, Unreal, Unreal Tournament, seri Half-Life, Counter-Strike, seri Halo, Perfect Dark, TimeSplitters, Call of Duty, System Shock, dan GoldenEye 007.
- Role Playing Game (RPG) adalah permainan yang para pemainnya memainkan peran tokoh-tokoh khayalan dan berkolaborasi untuk merajut sebuah cerita Bersama. Ada dua jenis permainan RPG, yaitu: LARP (Live-Action Role-Playing) adalah permainan yang para pemainnya bisa menirukan gerakan fisik tokoh karakter yang dimainkan dan biasanya para pemain memakai kostum serta menggunakan alat-alat yang sesuai dengan tokoh, dunia, dan cerita yang dimainkan; MMORPG (Massively Multiplayer Online RolePlaying Game) adalah permainan pada saat yang bersamaan, misalnya: World of Warcraft, The Lord of the Rings Online, Shadows of Angmar, Final Fantasy, Ragnarok, DoTA.
- Simulation. Permainan interaktif jenis ini dapat dikelompokkan sebagai berikut: Life Simulation Games adalah permainan simulasi kehidupan, meliputi kegiatan individu sebagai tokoh karakter dalam permainan, misalnya: SimLife dan Second Life; Construction and Management Simulation Games adalah permainan berupa simulasi pembangunan sebuah kota, misalnya: SimCity dan Caesar; Vehicle Simulation adalah permainan yang meliputi simulasi pengoperasian beberapa kendaraan, seperti pesawat terbang, pesawat tempur, kereta, kendaraan perang, maupun kendaraan konstruksi, misalnya FlightGear, Tram, dan Orbiter; Manager Simulation adalah permainan berupa simulasi menjadi seorang manajer dalam sebuah klub sepakbola. Contoh permainan tipe ini adalah Championship Manager; Action Game adalah permainan yang berkaitan dengan tantangan fisik, seperti ketangkasan dan reflek dari pemain, misalnya: Street Fighter; Adventure Game adalah permainan yang menggunakan tokoh karakter fiksi

yang bertugas memecahkan sebuah misteri atau kasus, memburu harta karun, maupun menyelamatkan tokoh karakter buatan. Banyak dari permainan interaktif ini diangkat dari sebuah novel populer maupun film.

- Action-Adventure Game adalah permainan petualangan yang dikombinasikan dengan aksi bertarung, menghadapi rintangan maupun memecahkan teka-teki, misalnya: Tomb Raider dan Indiana Jones.
- Racing adalah permainan yang bernuansakan balap kendaraan. Dalam permainan ini kendaraan yang dimainkan bisa dikendalikan oleh satu atau beberapa orang pemain, misalnya CTR (Crash Team Racing) dan Need for Speed.
- Sport adalah permainan interaktif bertemakan olahraga, misalnya Pro Evolution Soccer (PES) 2022 dan Winning Eleven. Aplikasi digital perangkat lunak (software application) adalah suatu subkelas perangkat lunak komputer yang dirancang dan untuk melakukan suatu tugas yang diinginkan pengguna, selain yang berkaitan dengan pengoperasian komputer itu sendiri. Jenis aplikasi digital antara lain:
 - Aplikasi pendidikan terkait dengan perangkat lunak akses konten, tetapi memiliki konten atau fitur yang disesuaikan untuk digunakan oleh pendidik atau siswa. Misalnya, mungkin memberikan evaluasi (tes), melacak kemajuan melalui materi, atau menyertakan kemampuan kolaboratif.
 - Aplikasi perusahaan memenuhi kebutuhan seluruh proses dan aliran data organisasi, termasuk sistem perencanaan, sumber daya perusahaan, sistem manajemen, manajemen rantai pasokan.
 - Aplikasi infrastruktur perusahaan menyediakan kemampuan yang diperlukan untuk mendukung sistem perangkat lunak perusahaan (database, server email, dan sistem keamanan);
 - Aplikasi Layanan adalah layanan komputasi awan yang menawarkan lingkungan pengembangan dan penerapan untuk layanan aplikasi, mengelola informasi, manajemen waktu, manajemen sumber daya, analitis, alat kolaboratif dan dokumentasi.
 - Aplikasi berbasis konten digunakan terutama untuk mengakses konten tanpa pengeditan, tetapi dapat mencakup perangkat lunak yang memungkinkan pengeditan konten, termasuk pemutar media, web browser, dan browser bantuan.
 - Aplikasi simulasi mensimulasikan sistem fisik atau abstrak baik untuk tujuan penelitian, pelatihan, atau hiburan.
 - Aplikasi pengembangan media menghasilkan media cetak dan elektronik untuk dikonsumsi orang lain, paling sering dalam lingkungan komersial dan pendidikan. Ini termasuk perangkat lunak seni grafis, perangkat lunak penerbitan desktop, perangkat lunak pengembangan multimedia, editor HTML, editor animasi digital, komposisi audio-video digital, dan banyak lainnya.
 - Aplikasi rekayasa produk digunakan dalam mengembangkan produk perangkat keras dan perangkat lunak. Ini termasuk desain berbantuan

komputer (CAD), teknik berbantuan komputer (CAE), alat pengeditan dan kompilasi bahasa komputer, lingkungan pengembangan terintegrasi, dan antarmuka pemrograman aplikasi.

- Aplikasi Hiburan dapat merujuk ke video game, screen saver, program untuk menampilkan gambar bergerak atau memutar rekaman musik, dan bentuk hiburan lain yang dapat dialami melalui penggunaan perangkat komputasi.

Begitu banyak contoh karya wirausaha yang populer di dunia ini yang dapat diunduh dan dimainkan secara sendiri maupun berkelompok, misalnya game digital keluaran talenta unggul bangsa Indonesia, seperti: DreadOut, Football Saga, Game Nitiki, Tahu Bulat, Diponegoro-Towers Defense, Angkot the Game, Warung Chain, Animal Pirates, dsb; atau beberapa aplikasi digital populer, seperti: Bukalapak, Tokopedia (jual beli online), Traveloka (perjalanan), Halodoc, KawalCovid, Peduli Lindungi (kesehatan), iGrow, e-Fishery (pertanian-perikanan), iAngklung (tradisi/budaya), RuangGuru (pendidikan), Sambara (administrasi), dsb. Game dan aplikasi tersebut tentunya dapat digunakan/dimainkan pada gawai, smartphone, tablet, pc, robotic/mekatronik, multitouch screen, hologram, augmented reality, virtual reality, wearable technology, atau melintasi batas seperti fenomena metaverse dengan bermata uang kripto, dll. Karya-karya game dan aplikasi digital di atas tentu saja diakui sebagai karya yang berhasil secara: estetis, logis, etik, berdaya jual, dan bermanfaat bagi masyarakat pengguna-pemainnya. Hal tersebut dapat terjadi game atau aplikasi digital tersebut dibangun dengan memperhatikan prinsip-prinsip perancangan seperti usability goals (efektif, efisien, aman, mudah dipelajari, mudah diingat), prinsip-prinsip user-experience goals (kenikmatan, kepuasan, keceriaan, bantuan, hiburan, motivasi, pemenuhan emosi, penghargaan, mendukung kreativitas, pemuasan estetis) (Preece, dkk., 2002:19), prinsip-prinsip gamifikasi (Hunicke, 2004), aspek hedonik, fun theory (Volkswagen, 2009), ataupun mental model (Norman, 2011) agar dapat diapresiasi, menginspirasi, memberikan pengaruh, manfaat yang besar bagi konsumen (pemain/pengguna), dan juga mampu menghasilkan profit dan benefit.

2. Video dan Animasi

Konten kreatif berupa karya audio visual/gambar bergerak, seperti video dan animasi saat ini sangat digemari oleh kalangan muda Indonesia. Konten-konten semacam ini merupakan sebuah bentuk narasi visual yang dapat dipakai untuk bercerita, bukan saja menyampaikan informasi, tapi juga menggugah emosi sehingga dapat membangun sebuah komunikasi yang efektif. Dengan adanya platform media sosial seperti Instagram ataupun Youtube, konten-konten semacam ini kemudian dapat di-monetize menjadi sebuah bisnis yang menguntungkan.

Sudah banyak kreator lokal yang eksis dalam industri ini dengan beragam jenis karyanya. Ingatkah kalian dengan film pendek Tilik dari Ravacan Film, video klip lagu Lathi milik Weird Genius, kanal Youtube Nihongo Matappu milik Jerome Polin, kanal Gita Savitri hingga kanal sains populer Sisi Terang? Atau pernahkah kalian menonton animasi seperti Dalang Pelo, Animasinopal, Om Perlente dari Shark Animation, atau Nusa Rara dari Little Giant? Ada Lagi karya-karya berjenis projection (video) mapping seperti buatan studio Sembilan Matahari, atau karya Motion Graphic untuk visualisasi pertunjukan seperti yang dibuat oleh Isha Hening (visual jockey).

FIKSI tahun 2024, memberi kesempatan kepada siswa SMA yang sudah memiliki usaha atau tertarik mengembangkan usaha di bidang kreasi konten video dan animasi untuk berkompetisi dan menguji potensinya. Usaha kreasi video dan animasi yang dicari dalam FIKSI 2024 bukan hanya



Video film pendek **"Tilik"** oleh Ravacana Films
(sumber: <https://ravacanafilms.com>)



Video iklan layanan masyarakat **Tahun Baru Imlek 2571** oleh Cerah Hati
(sumber: Instagram @cerahati)



Video Blog **"Nihongo Mantappu"** di Youtube
(sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=VpBKNVLtcA&t=163s>)



Serial Animasi **"Om Perlente"** oleh Shark Animation di Youtube
(sumber: <https://www.youtube.com/channel/UCxQGB6hoHdNjMTvZa1Lcxtg>)



Video Mapping Gedung Sate, oleh Sembilan Matahari
(sumber: pikiranrakyat.com)



Visualisasi animasi pada latar panggung konser Iwan Fals, oleh Isha Hening
(sumber: Instagram @ishahening)

yang memiliki karya dengan kualitas visual dan penceritaan yang baik saja, namun juga yang berani menawarkan inovasi serta rencana bisnis yang tepat.

Inovasi dalam usaha dapat diciptakan dalam satu atau beberapa aspek karya, misalnya dalam proses produksi, teknik produksi, penceritaan, tema, estetika, sampai dengan cara distribusinya.

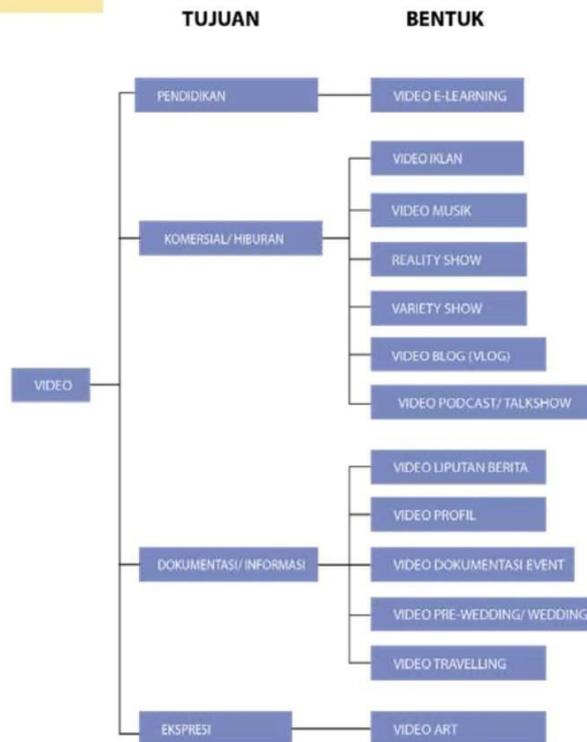
Pada FIKSI 2024, usaha dan karya inovatif peserta harus bersifat kolaboratif. Kerja sama antar individu dengan latar dan talenta berbeda sangat dianjurkan, pelibatan potensi SDM lokal juga menjadi nilai tambah. Usaha dan karya peserta sangat diharapkan berangkat dari potensi atau persoalan lokal daerah tempatnya berada sehingga akan memiliki manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat sekitar. Wirausaha dalam bidang game, aplikasi, video, dan animasi dapat dimulai dari nol (from scratch), mengadaptasi, atau meneruskan wirausaha yang telah ada dengan menekankan pada “inovasi kreatif” bisnis yang out of the box/beyond the boundaries (melebihi batas imajinasi), dapat juga memanfaatkan perkembangan teknologi/software AI (artificial intelligent) yang sedang tren saat ini sebagai tools solutif wirausaha adik-adik SMA. Terkait AI, jika menggunakan sistem tersebut, harap dipastikan bahwa keluaran dari sistem tersebut dapat digunakan secara legal (tidak melanggar/berpotensi melanggar HaKI di masa depan).

Lingkup dan Batasan Karya

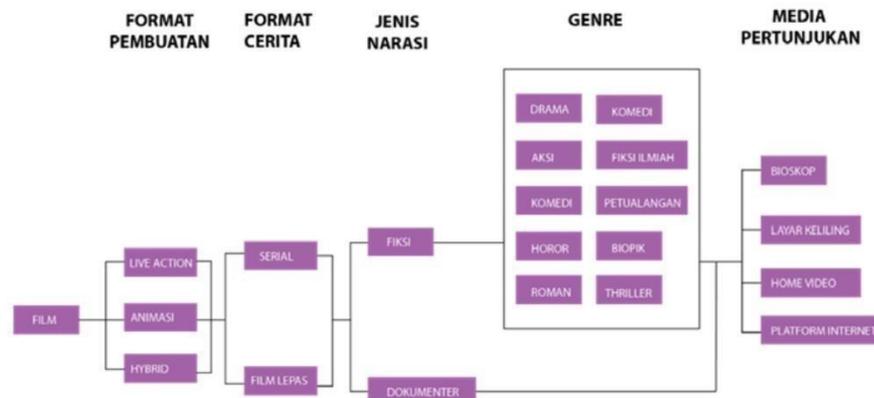
a. Video

Karya Video yang dimaksud dalam FIKSI Tahun 2024, adalah segala macam hasil kreasi yang diciptakan melalui proses perekaman kamera. Karya video, dalam hal ini, tidak dibatasi ragam jenis, dan tujuannya. Video dapat memuat narasi/cerita fiktif ataupun dokumenter (non fiksi) yang bertujuan tujuan untuk edukasi, hiburan ataupun komersial (iklan). Dapat berbentuk film cerita (fiktif atau dokumenter), video profil, video musik, video dokumentasi, video iklan, video blog (vlog), maupun video podcast, dsb. Alat perekaman tidak dibatasi (handphone, kamera DSLR/mirrorless, handycam, dsb.)

Jenis-jenis Karya Video



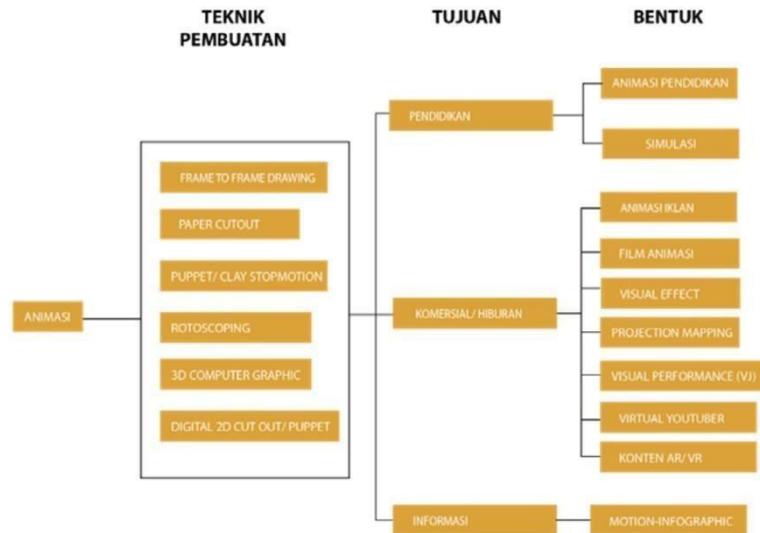
Jenis-jenis Karya Film



b. Animasi

Karya animasi adalah segala macam hasil kreasi gambar tangan ataupun komputer yang “dihidupkan“ melalui gerak dan memiliki cerita. Kreasi animasi ini dapat dibuat dengan segala macam teknik, bisa dengan teknik konvensional (Digambar frame demi frame), stop motion, ataupun animasi komputer 2D dan 3D. Bentuknya pun dibebaskan, dapat berupa film animasi, motion graphic, animasi untuk konten AR/VR, projection mapping, hingga video klip.

Jenis-jenis Karya Animasi



Bidang kewirausahaan video dan animasi dapat meliputi seluruh proses pembuatan karya video dan animasi ataupun usaha jasa yang fokus melayani satu atau beberapa tahapan dalam proses (pipeline) pembuatan video dan animasi yang terdiri dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Terdapat dua model kewirausahaan yang dapat dikembangkan dalam bidang ini, yaitu:

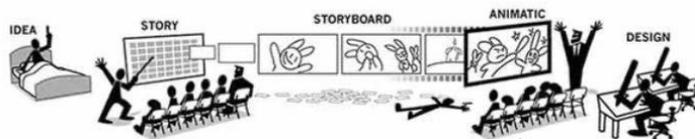
1. Usaha berbasis konten video & animasi orisinal: usaha video atau animasi yang menjual karya yang dikembangkan dari ide orisinal sendiri dengan genre tertentu. Dapat berupa:
 - Film pendek;
 - Animasi (serial atau animasi pendek);
 - Video edukasi;
 - Film dokumenter;
 - Program talk show (podcast);
 - Video Blog;
 - Virtual Youtuber;
 - Content Creator;
 - dsb.

Dalam model usaha ini peserta boleh berkolaborasi dengan pihak lain untuk proses produksinya (co-production), selama konsep atau ide karyanya adalah milik peserta (hak cipta dimiliki peserta).

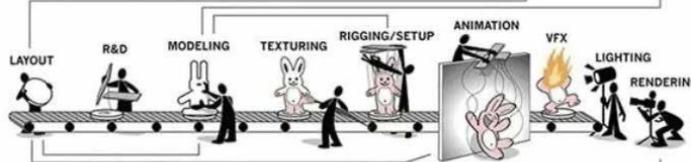
2. Usaha jasa video & animasi: usaha yang menyediakan jasa produksi atau pasca-produksi untuk melayani pihak-pihak lain yang membutuhkan media audio visual. Misalnya:

- Rumah produksi yang melayani pembuatan video musik atau video profil;
- Studio pembuatan video wedding dan pre-wedding;
- Studio pasca-produksi yang membantu editing film;
- Studio Visual Effect;
- Visual Jockey untuk pertunjukan dan event;
- Studio Projection Mapping;
- Studio pengembang konten AR/VR/Hologram;
- Studio jasa animasi yang melayani pembuatan iklan, simulasi; motion · graphic; · dsb.

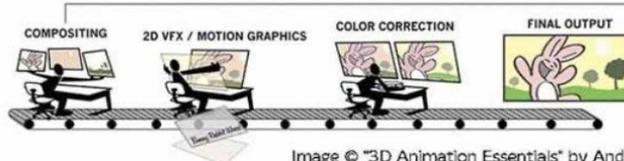
PRE-PRODUCTION



PRODUCTION



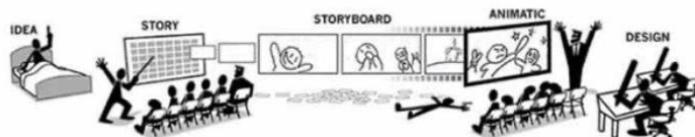
POST-PRODUCTION



Pipeline produksi animasi
(sumber: 3D Animation
Essential oleh Andy Beane)

Image © "3D Animation Essentials" by Andy Beane.

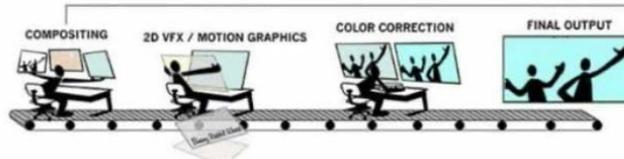
PRE-PRODUCTION



PRODUCTION



POST-PRODUCTION



Pipeline produksi
film/video
(sumber: 3D Animation
Essential oleh Andy Beane)

d. Boga

Kreasi Boga pada umumnya pemahamannya singkatnya adalah pengolahan makanan dan minuman. Namun sesungguhnya tidak hanya pengertian sebatas kreasi jenis makanan atau minuman saja, lebih luas meliputi kegiatan culinary baik mulai ide, pemilihan bahan, pengolahan, kemampuan dan pengetahuan, estetika, kualitas, rasa dan bahkan soal nutrisi.

Pengetahuan berkembang terus baik inovasi olahan bahan makanan dan minuman, tidak hanya sebagai bentuk keterampilan namun juga menjadi seni budaya. Di awal 2000an muncul istilah 'kulineran' menjadi aktivitas gaya hidup baru di tengah masyarakat kegiatan 'berburu' dan explore dan expose makanan yang sedang tren, dan menjadi menarik dengan kayanya ragam kuliner nusantara beradu pesona dengan kuliner modern/kekinian, sehingga peluang usaha di bidang Boga/Kuliner menjadi salah satu bidang usaha yang paling banyak dilirik dan dijalankan dengan keuntungan yang menjanjikan dan bahkan bisnis berkembang melegenda turun temurun di pelosok nusantara, contohnya Es Teler 77, Ayam goreng Soeharti, Bebek Goreng H Slamet, Restoran Sederhana, Bubur Ayam Mang Oyo, dll.



foto: <http://www.cardplus.co.id/wahana/merchants/es-teler-77>

Perkembangan masa kini, kreasi wirausaha boga/kuliner bertambah dengan inovasi kemasan, tata saji kreatif, hingga berkompetisi unjuk penampilan di sosial media. Tujuan akhirnya sama, didukung narasi text (caption) foto maupun tontonan video menarik, membuat viewer atau follower-nya terpesona, sehingga mampu merebut hati pelanggan sebanyak-banyaknya dengan omset penjualan yang melesat.



Foto: siomayleeloo.com

Bisnis kuliner menjadi salah satu primadona pilihan memulai wirausaha, karena marketnya yang sangat luas di penjuru wilayah Indonesia dan upaya yang cukup mudah dan murah untuk memulainya. Fenomena ini didukung dengan perkembangan teknologi digital terkini dan perubahan perilaku konsumen di era 5G, sehingga memudahkan berkreasi serta berkompetisi menjual produk kuliner

secara online. Di tengah kondisi pandemi yang masih belum mereda, ini menjadi salah satu solusi berwirausaha dan bahkan menjadi tren perubahan perilaku menawarkan produk kuliner dan bertransaksi.

Kreasi dan berkompetisi di dunia usaha Boga tersebut tak terbatas usia, tak terkecuali para siswa SMA pun tertarik mencoba kegiatan berwirausaha, salah satunya asah talenta dengan mengikuti FIKSI kategori Boga, terbukti dengan kepesertaan hingga tahun sebelumnya di tahun 2023 (tahun ke-8) makin meningkat. Jumlah karya peserta yang masuk dari penjuru nusantara rata-rata tiap tahun menembus angka 400 naskah, sehingga semakin besar tantangan berkompetisi di ajang Fiksi kategori Boga ini.

Dikaitkan dengan tema FIKSI Tahun 2024, diharapkan mendorong para siswa SMA menggali talentanya untuk mengembangkan wirausaha bidang Boga dengan semangat inovasi dan kolaborasi dengan tim atau pelaku usaha sejenis di masing-masing daerahnya, dan menggunakan inovasi added value (nilai tambah). Harapan atas festival tahunan ini, tidak saja bertujuan mendorong siswa menjadi pemenang kompetisi saja, namun juga memiliki usaha kecil rintisan ataupun pengembangan produk yang handal dan sustainable (berkesinambungan), profitable (menguntungkan) serta bermanfaat untuk lingkungan sekitarnya, bahkan menjadi produk unggulan nasional maupun global (mendunia).

Agar kompetisi tahun ini makin menarik maka topik sesuai dengan tema FIKSI 2024 tantangan yang diberikan untuk peserta khusus bidang Boga tahun ini adalah: **“Kreasi Produk Kuliner yang Mengangkat Bahan Baku Lokal”** Harapan khusus tantangan kompetisi tersebut makin meningkatkan kreativitas siswa, kemampuan berkolaborasi dengan pelaku UKM, serta mampu mendorong potensi ekonomi dan mendukung aktivitas pariwisata daerah sebagai kuliner oleh-oleh khas daerah.

FIKSI bidang lomba Boga 2024 dengan sub tema Kreasi Produk khas daerah dikarenakan:

1. Mengangkat kekayaan keunikan bahan baku makanan unggulan khas masing-masing daerah peserta FIKSI yang memiliki keunggulan dalam segi kandungan nutrisi /warna yang menarik/ tekstur yang baik /citarasa yang dapat diterima segala umur/ mudah diproses sebagai keunggulan bahan bakunya.
2. Bahan baku yang digunakan harus mempertimbangkan keberlanjutannya (sustainability), sehingga usaha & inovasi yang dilakukan dapat berjalan seterusnya.
3. Bahan atau produk kuliner umum dikonsumsi masyarakat, dan **bukan** produk olahan coba-coba kreasi baru yang **belum teruji** keamanan konsumsinya dan teruji penjualannya di pasar. Guru Pembimbing tim/ siswa peserta diharapkan

ikut mengarahkan dan mengawasi proposal ide dan proses prototyping nya.

4. Peserta dapat membuat produk siap olah contoh bumbu/powder, atau makanan siap konsumsi basah atau kering dengan mempertimbangkan produk yang di buat dapat di kenal (familiar) oleh target marketnya sehingga lebih mudah untuk dipasarkan dan dengan memperhatikan keamanan produknya untuk dapat diolah/konsumsi dalam jangka waktu tertentu.
5. Belum banyak produk khas daerah/UKM olahan pangan yang dikembangkan secara apik baik produk maupun branding dan kemasannya, sehingga diharapkan FIKSI menjadi ajang yang pas untuk membantu UKM dan unjuk keunggulan produk kreasi siswa, dimana potensi bisnisnya masih besar, bahkan cukup banyak pengusaha dan artis yang merintis bisnis oleh- oleh khas daerah.
6. Bagi kategori Rencana Usaha, bisa belajar berkolaborasi dengan produk UKM setempat, untuk yang dinilai memiliki keunggulan bahan baku seperti yang dijelaskan di point sebelumnya
7. Bagi kategori Bisnis berjalan pengembangan usaha mengembangkan inovasi produknya sendiri sesuai tema dan telah terbukti berjalan dipasarkan 3-6 bulan (ada bukti transaksi dan laporan keuangan)
8. Setelah mampu merintis/mengembangkan produk oleh-olehnya peserta juga ditantang untuk menjual kreatif baik melalui offline maupun online, sehingga penjualannya nanti diharapkan mengangkat kekayaan kuliner daerahnya.

Jenis peluang usaha kuliner oleh-oleh khas daerah

1. Tradisional

Pengembangan usaha oleh-oleh yang berbasis makanan karya/budaya tradisional sesuai aslinya, baik, bahan, olahan, rasa, tampilan, dll. Sebagai contoh produk diantaranya: Keripik Sanjay Padang, Bakpia Pathuk Yogyakarta, Pia Medan, Serundeng dan Enting-enting Gepuk Solo, Dodol Picnic Garut, Jenang Kudus, Pie susu dan kacang Bali, dll.

2. Modern (kekinian)

Perpaduan citarasa tradisional dan tampilan kekinian, inovasi rasa serta kemasan yang modern. Peluang ini di era terkini banyak diambil oleh banyak pengusaha contohnya: Malang Strudel, Medan Napoleon, Surabaya Snowcake, Keripik Maicih, Bakpia Tugu Jogja dll.



foto: tokopedia

Bidang Boga menuntut kreativitas dan inovasi siswa baik tidak hanya aspek pengolahan makanan yang enak, higienis, halal dan sehat (bernutrisi) serta layak dikonsumsi saja, namun juga memperhatikan aspek estetika dan tampilan produk baik tekstur, brand (jenama), packaging (kemasan), serta aspek kemampuan mengelola dan menjualnya (selling skills) baik offline maupun melalui media online. Jika aspek-aspek ini dikuasai dengan baik, diharapkan siswa akan memiliki peluang produk unggulan yang siap bersaing di pasar dan usaha yang berkesinambungan.

a. Aspek Pengolahan Makanan (Production).

Jenis produk snack atau makanan olahan kering, diutamakan mengangkat makanan khas daerah masing-masing yang bisa dikemas dan memiliki branding yang unik, sehat, higienis, bercita rasa, halal, tahan lama, dan lain lain, misal: kripik singkong, arum manis (rambut nenek), kripik apel, pie pisang Lampung.dll



Sumber foto: MakananOleh-oleh.com

Produk Siap Saji (Ready to Eat) adalah Usaha boga yang mengolah produk makanan dalam keadaan siap disajikan atau produk yang tidak membutuhkan tahapan pengolahan lanjutan dan dapat dikonsumsi langsung. Contoh produk siap saji antara lain adalah Aneka roti kering, keripik/kerupuk, bumbu/sambal/seasoning yang dapat dikonsumsi langsung, aneka makanan berbasis nabati yang telah diolah kering, aneka makanan berbasis hewani yang telah diolah kering, aneka makanan kreasi lainnya yang kering dan memiliki daya tahan lama, dll

b. Aspek Estetik

- Produk kuliner dikemas secara layak, aman, menarik dengan brand/jenama yang mudah dibaca dan diingat pembeli untuk didistribusikan.
- Kerapian dan kreativitas desain kemasan menjadi salah satu daya tarik penjualan, dan juga mengangkat image/pencitraan produk. Kemasan makanan selain untuk faktor keamanan menjaga produk tetap rapi dan awet selama distribusi atau terlihat menarik ketika dipajang di etalase maupun aman dalam penyimpanan (storage). Selain itu juga memperhatikan unsur ramah lingkungan di mana kemasan juga mempertimbangkan bahan yang mudah didaur ulang/mudah terurai atau bisa difungsikan sesudahnya, misal paper can contoh kemasan arum manis di atas setelah tak terpakai bisa menjadi tempat alat-alat tulis.
- Memperhitungkan biaya kemasan yang efisien, semakin bagus kemasan seyogyanya akan menaikkan harga jual produk. Satu patokan yang membantu perencanaan biaya, sebaiknya biaya kemasan per pack tidak lebih dari 10% dari harga jual produk.
- Pelabelan adalah salah satu daya tarik dan menambah nilai jual serta menambah kepercayaan. Untuk alasan keamanan konsumsi diharapkan selalu mencantumkan tanggal produksi dan menghitung tanggal kadaluarsa di kemasan untuk memberikan produk yang terbaik bagi customer. Informasi tambahan seperti nomor Hotline pemesanan, nama UKM yang diajak bermitra/berkolaborasi, nomor PIRT dan Kandungan gizi (Nutrition Fact) **juga** tak terkecuali ijin edar BPOM dan kehalalan diperlukan untuk ditampilkan, bagi produsen informasi ini akan menambah nilai tambah dari produk tersebut (menambah kepercayaan pelanggan). **Untuk peserta Fiksi Boga minimal mencantumkan informasi komposisi bahan, saran penyajian dan masa kadaluarsa.**



Foto: FlexyPack

c. Aspek manajemen dan strategi menjual

- Merencanakan produk dengan sebaik-baiknya, baik secara konsep maupun saat implementasi. Tabel Business Model Canvas dan SWOT diisi dan dijelaskan secara singkat analisisnya.
- Mengisi BMC (Business model canvas) dengan mengikuti pedoman di buku ini serta petunjuk video keterangan tata cara pengisian. BMC diisi secermat mungkin dengan menggali potensi kekuatan dan peluang yang ada dengan rencana aktivitas dan penggunaan bahan atau sumber daya secara efektif dan efisien, sehingga target sasaran pembeli dapat dicapai dengan baik.
- Berbagi tugas dengan tim serta mengikuti arahan pembimbing dengan baik, dengan skedul-skedul yang dijadwalkan dengan baik.
- Melampirkan bukti kerja sama secara tertulis apabila produk yang digunakan merupakan olahan/produksi orang lain.
- Dokumentasi proses produksi baik produksi sendiri atau produk kolaborasi dengan pelaku usaha lain.
- Penilaian tahun ini juga ditekankan pada aspek penambahan nilai tambah produk, pengemasan & kegiatan pemasaran (marketing) baik offline maupun online, yang menyentuh pengalaman pembeli.
- Membuat akun sosial media beserta kontennya yang eye catching dan menarik.
- Melampirkan bukti/laporan penjualan yang sudah dilakukan atas produk yang dilombakan (terutama Bisnis Berjalan/pengembangan usaha).
- Melengkapi proposal dan lampiran yang dipersyaratkan panitia termasuk link video berisi proses produksi atau kolaborasi produksi dan infografis yang

singkat, jelas, menarik sesuai pedoman umum yang diberikan, dan memastikan telah terkirim dengan baik.

- Membuat Video singkat maks. 2 menit untuk produk yang menarik sehingga dapat melihat inovasi dan kreativitas peserta dalam menjual produknya.

e. Budi Daya dan Lintas Usaha

Budi daya dan Lintas usaha adalah bidang usaha yang tidak termasuk dalam kelima bidang usaha sebelumnya (Kriya, Desain Grafis, Fashion, Aplikasi dan Permainan Interaktif Digital, Boga); di antaranya budidaya, pengolahan, kerajinan dan rekayasa, serta bidang-bidang yang berada pada lingkup ekonomi industrial. (karena dalam mata pelajaran Prakarya dan kewirausahaan SMA, kriya dan fashion masuk pada kerajinan, boga pada pengolahan dan desain grafis dan aplikasi masuk pada rekayasa. Akan lebih baik jika pengolahan kerajinan dan rekayasa tidak perlu dituliskan.

Bidang usaha budidaya, kegiatan usahanya adalah melakukan pemeliharaan sumber daya hayati yang dilakukan pada suatu area lahan untuk diambil manfaat atau hasilnya. Jenis usahanya terdiri dari budidaya nabati dan hewani. Budidaya nabati merupakan kegiatan pengembangan dan pemanfaatan tanaman yang terdiri dari tanaman hias serta tanaman pangan. Budidaya hewani merupakan kegiatan pengembangan dan pemanfaatan hewan yang terdiri dari hewan hias, hewan pangan, unggas petelur serta pedaging. Usaha budidaya dapat melakukan inovasi pada komponen penyiapan lahan, teknik penanaman, pemeliharaan, pemanenan dan pasca panen.

Jenis kedua dapat merupakan usaha yang berada di dalam lingkup subsektor industri kreatif, di luar kelima bidang usaha Kriya, Desain Grafis, Fashion, Aplikasi dan Permainan Interaktif Digital serta Boga. Misalnya seperti usaha di bidang film, musik, fotografi, arsitektur, seni pertunjukan dan lainnya. Dapat juga berupa kegiatan usaha yang berupa kolaborasi lintas subsektor atau usaha gabungan.

Jenis ketiga, berkenaan dengan era VUCA, kegiatan usaha baru yang lahir dari perubahan gaya hidup dan perilaku masyarakat sebagai dampak. Terkait hal ini, bagaimana siswa dengan jeli mengasah daya inovasi dan insting wirausahanya dalam menangkap peluang untuk dapat memadukan berbagai sumber daya, dengan memanfaatkan platform digital.

Dalam hal ini, para siswa dapat mengajukan model bisnis yang baru, yang ‘menjahit’ para pelaku usaha, komoditi lokal, dan berbagai sumber daya lokal, untuk berkegiatan ekonomi secara daring (dalam jaringan/ online). Model bisnis baru yang terinspirasi dari perubahan.

Banyak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang merugi, karena mengandalkan usahanya secara luring (luar jaringan/offline), hingga terpaksa menghentikan usaha. Sementara, beberapa sektor justru mengalami peningkatan

permintaan, antara lain Alat Pelindung Diri (APD) (masker, hand sanitizer, dll.), produk herbal, makanan organik, sayuran segar dan produk- produk hortikultura lain, sepeda beserta perlengkapannya dan lainnya.

Dari kondisi tersebut, dapat dijadikan referensi sebagai pengembangan bisnis di Bidang Budidaya dan Lintas Usaha, adalah:

1. Future Entrepreneurs (Wirausahawan Masa Depan)

Sebagai konsensus global dalam upaya merealisasikan tujuan-tujuan pengembangan berkelanjutan; termasuk di Indonesia, dihadapkan dengan begitu banyak tantangan. Selain dalam beradaptasi dengan dampak dari pandemi, penting juga mempersiapkan wirausaha baru agar dapat relevan dengan isu dan konteks yang terus berkembang.

Beberapa komoditas dari Future Entrepreneurs yang dapat dieksplorasi antara lain: Future Food (kelokalan, well-being, traceability, sustainability), Future Mobility (moda transportasi alternatif yang bersumber Energi Baru Terbarukan/EBT), Future Fashion (bahan baku dan proses produksi yang sustainable), serta Future Craft (pemanfaatan media dan material baru yang sustainable). Dari seluruh kategori tersebut, terdapat potensi begitu besar terkait kebutuhan aktivitas budidaya atau pengembangan produk di hulu industri, serta eksplorasi inovasi dari lintas subsektor industri kreatif.

Contoh situasi secara lebih detail terkait pengembangan budidaya dari kebutuhan komoditas pada Future Food, dengan beberapa isu strategis:

Masalah **krisis pangan** di masa depan. Jumlah Penduduk dunia diprediksi akan mencapai angka 10 miliar jiwa pada tahun 2050 atau naik sekitar 3 miliar jiwa dari jumlah penduduk saat ini. Untuk memenuhi kebutuhan pangan penduduk dunia di masa mendatang maka akan dibutuhkan 56% lahan lebih besar, padahal saat ini lahan yang terpakai untuk memproduksi pangan sudah lebih dari 50%. Krisis pangan juga menjadi masalah Indonesia karena pada tahun 2050 diprediksi jumlah penduduk Indonesia mencapai 300 juta jiwa. Dalam satu tahun paling tidak 200 ribu hektar lahan pertanian beralih fungsi.

Masalah **kemiskinan**. Saat ini di Indonesia 36 juta penduduk masih hidup di bawah garis kemiskinan, 19,4 juta penduduk belum mampu mencukupi kebutuhan gizi harian, 37,2% anak di bawah 5 tahun masih mengalami stunting (UN World Food Programme, 2020).

Masalah **distribusi pangan** karena sebaran penduduk Indonesia yang tidak merata. Terbukti setiap tahun terdapat 1,3 juta ton makanan terbuang di Indonesia, jumlah ini dapat memberi makan 28 juta penduduk miskin di Indonesia (UN World Food Programme, 2020). Jika efisiensi pertanian mulai dari hulu sampai hilir di dunia dan Indonesia masih seperti sekarang, maka untuk memberi makan semua orang di bumi, diharuskan menebang sebagian besar hutan dunia yang tersisa, memusnahkan ribuan spesies flora-fauna, dan

melepaskan emisi yang akan menaikkan suhu dunia sampai 2°C bahkan jika emisi dari semua aktivitas lainnya dihentikan sepenuhnya. (World Research Institute, 2019).

2. Kolaborasi & Kemitraan

Dalam kondisi pandemi perumusan ulang proses bisnis menjadi kunci strategi mengembangkan usaha yang paling vital. Salah satu yang sangat efektif adalah format kolaborasi dan kemitraan yang dapat terjadi secara horizontal (dari sub sektor sama) atau pun vertikal (lintas sub sektor dan stakeholder). Perumusan format sinergi yang tepat dapat menjadi faktor penentu bukan hanya untuk bertahan, namun hadir sebagai bisnis yang sukses bangkit. Berkolaborasi dan bermitra dengan penduduk serta komunitas di sekitar rumah, sekolah atau wilayah tertentu dalam menjalankan bisnis menjadi satu alternatif yang potensial untuk di- eksplorasi. Kolaborasi ini akan memberikan manfaat kepada lebih banyak pihak sekaligus mengasah kemampuan peserta didik dalam memperkuat kemampuan empati, interaksi sosial sekaligus menggali potensi lokal di sekitarnya.

Terdapat 3 (tiga) kriteria yang perlu diperhatikan secara khusus oleh peserta adalah:

- a) **Komoditas**, yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Misal: sebuah komoditas di sektor pangan, harus memiliki karakteristik paling tidak bernutrisi tinggi, bebas gluten, tinggi protein, rendah kandungan gula, non-gmo, organik, enak, dan diversified.
- b) **Proses** yang inovatif dari awal sampai akhir, dari hulu sampai dengan hilir dengan pemanfaatan teknologi dan value creation lainnya.
- c) **Pemasaran** yang kreatif, memanfaatkan platform digital dan media sosial. Contoh: di masa depan produk akhir dari proses budidaya, akan langsung dipasarkan dari konsumen kepada produsen dalam kondisi yang masih segar selama 24 jam tanpa henti. Konsumen juga akan memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence (AI) atau Kecerdasan Buatan, dalam memilih bahan pangan apa yang cocok untuk mereka di masa depan. Kesadaran lingkungan juga akan semakin meningkat

sehingga konsumen akan lebih memilih bahan pangan yang organik dan berasal dari perusahaan yang tidak merusak lingkungan.

2) Bidang Lomba SMK

a. Agribisnis, Agroteknologi dan Kemaritiman

Bidang usaha agribisnis, agroteknologi serta kemaritiman terbagi atas beberapa kategori menurut jenis produk atau jasanya. Pengkategorian bentuk usahanya antara lain: pertanian, kehutanan, peternakan, hingga perikanan dan kelautan. Pada FIKSI jenjang SMK Tahun 2024 ini menekankan pada penambahan nilai dari bahan baku dalam pemanfaatannya menjadi produk turunan yang lebih berdaya saing, baik dalam aspek produksi, maupun teknologi pasca panen.

Bidang lomba ini dapat diikuti oleh peserta didik jenjang SMK yang memiliki rencana dan/atau usaha berjalan setidaknya 3 bulan sejak proses pendaftaran FIKSI SMK Tahun 2024 dilakukan. Bidang lomba ini meliputi Manajemen Bisnis, Pengolahan Pascapanen, Produksi Tanaman, Produksi Ternak, Kehutanan, Kesehatan Hewan, Teknik Pertanian, Perkapalan, dan Perikanan, atau bidang lainnya.

b. Kesehatan dan Wirausaha Sosial

Peserta didik SMK sebagai generasi muda mempunyai posisi strategis memberikan solusi dalam inovasi wirausaha di bidang kesehatan dan sosial dengan tujuan meningkatkan ketahanan kesehatan makhluk hidup dan menyelesaikan permasalahan sosial.

Bidang lomba ini bisa diikuti oleh peserta didik SMK yang memiliki rencana dan/atau usaha berjalan setidaknya 3 bulan sejak proses pendaftaran FIKSI SMK Tahun 2024 dilakukan. Bidang lomba ini meliputi Manajemen Bisnis, Kesehatan, Farmasi, Keperawatan, Kebidanan, Wirausaha Sosial, Laboratorium Medik, Kimia Industri dan Teknik Lainnya.

c. Pariwisata dan Kuliner

Bidang Pariwisata merupakan bidang usaha yang menghasilkan berbagai jasa dan barang yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pelaku perjalanan wisata. Ruang lingkup bidang pariwisata meliputi: usaha penginapan, pelayanan perjalanan (travel agent), pengembangan daerah tujuan wisata lokal, penciptaan fasilitas rekreasi dan kreasi atraksi wisata. Bidang Kuliner meliputi kategori food services dan food retail. Produk kuliner yang diikutsertakan dalam kompetisi merupakan produk jadi (finished good) yang siap dikonsumsi oleh konsumen akhir. Food Services merupakan kuliner yang mengedepankan pelayanan dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen pada tempat tersebut, sifat produknya adalah kuliner siap saji yang langsung dikonsumsi pada waktu tersebut. Sedangkan Food Retail merupakan kuliner yang mengutamakan jangkauan area distribusi yang luas untuk

diedarkan, sifat produknya adalah kuliner yang tahan lama (lebih dari 7 hari) dan dapat disimpan dalam kurun waktu tertentu.

Bidang lomba ini dapat diikuti oleh peserta didik SMK yang memiliki rencana dan/atau usaha berjalan setidaknya 3 bulan sejak proses pendaftaran FIKSI SMK Tahun 2024 dilakukan. Bidang lomba ini meliputi Manajemen Bisnis, Kuliner/Tata Boga, Perhotelan, Usaha Perjalanan Wisata, Jasa Pariwisata ataupun dari latar belakang keahlian lainnya.

d. **Industri Kreatif**

Industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu maupun kelompok untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif dianggap mampu mendorong roda perekonomian negara sekaligus menjadi wadah berekspresi untuk banyak orang.

Bidang Lomba Industri Kreatif ini bertujuan memberikan kesempatan kepada para inovator yakni peserta didik SMK (individu maupun kelompok) dalam menunjukkan hasil karya yang inovatif dan kreatif dalam bidang Industri Kreatif yang berfokus pada produk inovasi di bidang Permainan Interaktif, Seni, Kriya, Tata Busana, Tata Kecantikan, Musik, Sinematografi, Desain dan juga Produk Kreatif lainnya. Produk Inovasi yang ditunjukkan berupa barang nyata ataupun jasa dalam bidang Industri Kreatif yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan dapat memiliki nilai jual ke dunia industri.

Bidang lomba ini dapat diikuti oleh peserta didik SMK yang memiliki rencana dan/atau usaha berjalan setidaknya 3 bulan sejak proses pendaftaran FIKSI SMK Tahun 2024 dilakukan.

e. **Teknologi Digital**

Teknologi digital adalah bidang lomba teknologi yang memanfaatkan perangkat komputasi berbasis digital dan perangkat jaringan dalam beroperasi. Teknologi digital terdiri dari pengembangan aplikasi, video game, otomasi digital, peralatan berbasis Internet of Things (IoT), Cloud Computing, Cyber Security, Jaringan Komputer, E-Commerce dan sistem berbasis Teknologi Informasi lainnya. Saat ini perkembangan teknologi digital telah berkembang sangat pesat untuk mendukung peningkatan berbagai bidang usaha.

Bidang Lomba teknologi digital diharapkan menjadi salah satu upaya meningkatkan kemampuan peserta didik untuk dapat berinovasi dengan teknologi di bidang sistem komputer dan teknologi informasi sebagai nilai tambah peningkatan usaha pada berbagai bidang. Pada bidang lomba ini lebih difokuskan kepada penciptaan atau pengembangan sistem berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk menambah nilai, otomatisasi atau penciptaan bidang baru pada Sistem Komputer, Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Bidang lomba ini dapat diikuti oleh peserta didik SMK yang memiliki rencana dan/atau usaha berjalan setidaknya 3 bulan sejak proses pendaftaran FIKSI SMK Tahun 2024 dilakukan.

2. MEKANISME PENILAIAN

A. Penilaian FIKSI SMA/MA

1) Tahapan Penilaian

- a. Penetapan Juri
- b. Penyerahan Akun Juri
- c. Proses Penilaian Online atau Offline
- d. Pengesahan Hasil Penilaian
- e. Penetapan Peserta Lolos Tahap 1, 2 dan 3

2) Materi, Komponen dan Bobot Penilaian FIKSI SMA

Tahap pendaftaran dan verifikasi peserta lomba FIKSI 2024 melalui pengunggahan syarat-syarat administrasi melalui laman BPTI, peserta yang lolos verifikasi administrasi dapat memulai proses persiapan, pendaftaran, dan pemasukan data lomba sebagai berikut:

Tahap 1: Ringkasan Eksekutif				
No	Materi Penilaian		Komponen & Bobot Penilaian	
1	Ringkasan Eksekutif	Dokumen (PDF) berisi deskripsi ringkas, terdiri dari: a.: latar belakang masalah & peluang b. value propositions (keunggulan & keunikan produk atau bisnis) c. customer segments (target pelanggan) d. key activities (aktivitas atau proses utama bisnis). e. Prototip I-awal: berupa sketsa, diagram, foto dan atau draft desain sederhana prototip produk/jasa untuk memberikan gambaran konsep visual rencana usaha, yang disusun dalam halaman lanjutan ringkasan eksekutif (maksimal 3 halaman). Ketentuan: ukuran kertas (A4), margin: 2,54cm keliling, font: Times New Roman (12pt), spasi 1, align: justify, dan maksimal dua halaman (di luar sampul)	1. Latar Belakang masalah dan peluang usaha 2. Prototip I-awal 3. Value Propositions (keunggulan & keunikan produk atau bisnis) 4. Customer Segments (target pelanggan) 5. Key Activities (aktivitas atau proses utama bisnis).	10% 25% 30% 20% 15%

2	Lampiran	Video ringkas & sederhana: durasi 30 detik memperlihatkan dan menjelaskan prototip produk/jasa (disimpan dalam G-drive masing- masing peserta dan sertakan tautannya pada ringkasan eksekutif atau disimpan dalam laman portal FIKSI SMA).		
---	-----------------	---	--	--

Tahap 2: Proposal Usaha				
No	Materi Penilaian		Komponen & Bobot Penilaian	
1	Proposal Usaha	<p>Dokumen (PDF) berisi proposal usaha lengkap dan detail terkait:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. rencana atau produk bisnis yang sudah melalui tahap pengujian, b. revenue streams (rencana sumber pendapatan dan alternatifnya), c. cost structure (perhitungan biaya dan pendanaan usaha), d. key partnership (mitra usaha), e. key resources (kebutuhan sumber daya usaha), f. channels (rencana pemasaran dan penjualan). <p>Ketentuan: ukuran kertas (A4), margin: 2,54cm keliling, font: Times New Roman (12pt), spasi 1, align: justify, dan maksimal sepuluh halaman (di luar sampul)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. rencana atau produk bisnis yang sudah melalui tahap pengujian, b. revenue streams, c. cost structure d. key partnership e. key resources f. channels 	<p>30%</p> <p>20%</p> <p>20%</p> <p>10%</p> <p>10%</p> <p>10%</p>

2	Lampiran	<p>a. Prototip II-lanjutan: telah diperbaiki/ diperbaharui (dilengkapi detail foto, video, gambar kerja, gambar tampak, diversifikasi/varian fitur produk/jasa, dapat dirasakan, dipegang, dimainkan, digunakan, dan atau dipakai), yang disusun dalam halaman lanjutan profil dan proposal usaha (maksimal 5 halaman)</p> <p>b. Video: durasi maksimal 3 menit menceritakan profil, proposal usaha, dan update prototip produk/jasa (disimpan dalam G-drive masing-masing peserta dan sertakan tautannya pada ringkasan eksekutif atau disimpan dalam laman portal FIKSI SMA).</p> <p>c. Untuk kategori bisnis berjalan, wajib melampirkan:</p> <ul style="list-style-type: none">● laporan aktivitas bisnis;● laporan bukti transaksi penjualan;● laporan laba-rugi		
---	-----------------	--	--	--

Tahap 3: FINAL				
No	Materi Penilaian		Komponen & Bobot Penilaian	
1	Presentasi dan Wawancara	<p>Konten presentasi mencakup gambaran Singkat Usaha:</p> <ul style="list-style-type: none">● Market Size (potensi pasar)● Strategi Pemasaran● Analisis Kompetitor● Unique Selling Point● Rencana Pengembangan Usaha● Analisis Keuangan (Laporan Penjualan untuk Kategori Bisnis Berjalan). <p>Konteks mencakup:</p> <ul style="list-style-type: none">● Performa presentasi yaitu sikap, kesiapan, penguasaan & penyampaian materi, serta pembagian peran.● Kebermanfaatan Sosial● Performa Produk/Jasa <p>Finalis diwajibkan untuk memperlihatkan Prototip atau contoh produk usahanya.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Konten2. Konteks3. Pameran4. Protototip III	<p>32,5%</p> <p>32,5%</p> <p>25%</p> <p>10%</p>
2	Expo	<p>Materi display pendamping prototip: foto, poster, video teaser, video pitching, pernak-pernik pendukung display dalam booth masing-masing finalis (dikirimkan ke alamat panitia FIKSI SMA atau disimpan dalam laman portal FIKSI SMA).</p>		

Penilaian dalam penentuan juara adalah nilai gabungan dari Tahap 1, Tahap 2, Tahap 3 sebagai berikut:

No	Komponen Penilaian	Bobot (%)
1	Nilai rata-rata Juri Tahap 1	20
2	Nilai rata-rata Juri Tahap 2	30
3	Nilai rata-rata Juri Tahap 3	50
TOTAL		100

B. Penilaian FIKSI SMK

1) Kategori Rencana Usaha

a. Penilaian Tahap 1

1. Pengunggahan Syarat Administrasi

2. Penilaian Tahap 1

1. Ringkasan Eksekutif Rencana Usaha

1) Ketentuan

- Ukuran A4, font Times New Roman, Size 12pt, spasi 1,5
- Maksimal 5 halaman diluar halaman sampul

2) Konten

Ringkasan Eksekutif terdiri dari masalah dan peluang, gagasan inovasi produk/jasa, rencana implementasi, dan kelayakan usaha.

2. Tahapan Penilaian

1) Penetapan Juri

2) Penyerahan Akun Juri

3) Proses Penilaian Online

4) Pengesahan Hasil Penilaian

5) Penetapan Peserta Lolos Tahap 1

3. Rubrik Penilaian

No	Aspek yang dinilai	Bobot (%)
1	Masalah dan Peluang	20
2	Gagasan Inovasi Produk/Jasa	30
3	Rencana implementasi	30
4	Kelayakan usaha	20

b. Penilaian Tahap 2

Penilaian Tahap 2 (Profil dan Video Usaha)

1. Rencana Usaha:

a) Ketentuan

- Ukuran A4, font Times New Roman, Size 12pt, spasi 1,5
- Maksimal 10 halaman diluar halaman sampul dan daftar isi

b) Konten

- Halaman Sampul
- Halaman Daftar Isi
 - Masalah dan Peluang Usaha
 - Keunggulan Produk
 - Target Pelanggan dan Rencana Pemasaran
 - Rencana Penjualan dan Distribusi Usaha
 - Rencana Sumber Daya dan Mitra Usaha
 - Analisis Keberlanjutan Usaha
 - Lampiran Business Model Canvas (BMC)

2. Video

a) Ketentuan

- Durasi Video Usaha maksimal 5 menit
- Video di upload ke Youtube pribadi dengan format unlisted/tidak publik

b) Konten

- Memperkenalkan diri atau kelompok serta usahanya
- Latar Belakang Usaha (Masalah dan Solusi)
- Rencana Proses Usaha
- Rancangan Produk dan Keunggulan
- Rencana Proses Pemasaran dan Kemitraan Usaha

c. Tahapan Penilaian

1. Penetapan Juri
2. Penyerahan Akun Juri
3. Proses Penilaian Online
4. Pengesahan Hasil Penilaian
5. Penetapan Peserta Lolos Tahap 2

d. Rubrik Penilaian

Aspek yang dinilai	Bobot (%)
Keunggulan Produk Usaha	20
Target Pelanggan dan Rencana Pemasaran Usaha	15
Rencana Penjualan dan Distribusi Usaha	15
Rencana Sumber Daya dan Mitra Usaha	10
Analisis Keberlanjutan Usaha	15
Video (Jelas, Informatif, Menarik)	25

e. Penilaian Tahap 3

Penilaian Tahap Final

1. Presentasi Rencana Usaha

a) Ketentuan

- Presentasi Rencana Usaha maksimal 10 Menit
- Sesi Tanya Jawab Maksimal 15 Menit

b) Konten:

Konten presentasi mencakup rencana usaha yang akan dilakukan.

2. Poster

a) Ketentuan Umum

- Presentasi Rencana Usaha maksimal 10 Menit Ketentuan:
Ukuran A3 Berwarna

b) Konten:

- Kreatifitas rencana usaha dalam bentuk poster meliputi deskripsi usaha, keunggulan dan manfaat produk atau usaha.

3. Tahapan Penilaian

a) Penetapan Juri

b) Penyerahan Akun Penilai

c) Proses Penilaian Offline

d) Pengesahan Hasil Penilaian

4. Rubrik Penilaian

No	Aspek yang dinilai	Bobot (%)
1	Kemampuan Presentasi	25
2	Sikap (Ketepatan Waktu, Tata Bahasa, dan Cara Penyampaian)	10
3	Konten Materi	15
4	Tampilan Presentasi (estetika, informatif)	10
5	Kemampuan menjawab pertanyaan	25
6	Poster	15

*) **Catatan:** Bagi Peserta/Tim yang lolos ke tahap final diwajibkan membawa prototipe sebagai pendukung penilaian

2) Kategori Kompetisi Pengembangan Usaha

1. Pengunggahan Syarat Administrasi

2. Penilaian Tahap 1

a. Ringkasan Eksekutif Pengembangan Usaha:

1) Ketentuan

- Ukuran A4, font Times New Roman, Size 12pt, spasi 1,5
- Maksimal 2 halaman diluar halaman sampul + Lampiran maksimal 3 halaman

2) Konten

- Ringkasan Eksekutif terdiri dari masalah dan peluang, gagasan inovasi produk/jasa, implementasi dan kelayakan usaha

b. Tahapan Penilaian

- 1) Penetapan Juri
- 2) Penyerahan Akun Juri
- 3) Proses Penilaian Online
- 4) Pengesahan Hasil Penilaian
- 5) Penetapan Peserta Lolos Tahap 1

c. Rubrik Penilaian

No	Aspek yang dinilai	Bobot (%)
1	Masalah dan Peluang	20
2	Inovasi Produk/Jasa	30
3	Implementasi Usaha	30
4	Kelayakan Usaha	20

3. Penilaian Tahap 2 (Profil dan Video Usaha)

a. Pengembangan Usaha:

1) Ketentuan:

- Ukuran A4, font Times New Roman, Size 12pt, spasi 1,5
- Maksimal 10 halaman diluar halaman sampul dan daftar isi

2) Konten:

- Halaman Sampul
- Halaman Daftar Isi
 - Masalah dan Peluang Usaha
 - Inovasi Kegiatan/Produk Usaha
 - Target Pelanggan dan Pengembangan Pemasaran
 - Pengembangan Penjualan dan Distribusi Usaha
 - Pengembangan Sumber Daya dan Mitra Usaha
 - Analisis Keberlanjutan Usaha
 - Lampiran Business Model Canvas (BMC)

b. Video

1) Ketentuan:

- Durasi Video Usaha maksimal 5 menit
- Video di upload ke Youtube pribadi dengan format unlisted/tidak publik

2) Konten:

- Memperkenalkan diri atau kelompok serta usahanya
- Latar Belakang Usaha (Masalah dan Solusi)
- Proses Usaha
- Produk dan Keunggulan
- Proses Pemasaran dan Kemitraan Usaha

c. Tahapan Penilaian

1) Penetapan Juri

2) Penyerahan Akun Juri

3) Proses Penilaian Online

4) Pengesahan Hasil Penilaian

5) Penetapan Peserta Lolos Tahap 2

d. Rubrik Penilaian

No	Aspek yang dinilai	Bobot (%)
1	Keunggulan Produk Usaha	15
2	Target Pelanggan dan Strategi Pemasaran Usaha	15
3	Implementasi, Penjualan dan Distribusi Usaha	25
4	Pengelolaan Sumber Daya dan Mitra Usaha	15
5	Analisis Keberlanjutan Usaha	10
6	Video (Jelas, Informatif, Menarik)	20

4. Penilaian Tahap Final

a. Presentasi Pengembangan Usaha

1) Ketentuan:

- Presentasi Pengembangan Usaha maksimal 10 Menit
- Sesi Tanya Jawab Maksimal 15 Menit

2) Konten:

Konten presentasi mencakup pengembangan usaha yang sedang berjalan

b. Poster

1) Ketentuan:

Ukuran A3 Berwarna

2) Konten:

Kreatifitas pengembangan usaha dalam bentuk poster meliputi deskripsi usaha, keunggulan dan manfaat produk atau usaha

c. Tahapan Penilaian

1) Penetapan Juri

2) Penyerahan Akun Juri

3) Proses Penilaian Offline

4) Pengesahan Hasil Penilaian

d. Rubrik Penilaian

No	Aspek yang dinilai	Bobot (%)
1	Kemampuan Presentasi	25
2	Sikap (Ketepatan Waktu, Tata Bahasa, dan Cara Penyampaian)	10
3	Konten Materi	15
4	Tampilan Presentasi (estetika, informatif)	10
5	Kemampuan menjawab pertanyaan	25
6	Poster	15

Catatan : Bagi Peserta/Tim yang lolos ke tahap final diwajibkan membawa produk sebagai pendukung penilaian
Penilaian dalam penentuan juara adalah nilai gabungan dari Tahap 1, Tahap 2, Tahap 3 sebagai berikut:

No	Komponen Penilaian	Bobot (%)
1	Nilai rata-rata Juri Tahap 1	20
2	Nilai rata-rata Juri Tahap 2	30
3	Nilai rata-rata Juri Tahap 3	50
TOTAL		100

3. PENENTUAN JUARA

a. Penentuan Juara SMA/MA

1) Kategori Rencana Usaha

No	Bidang Lomba	Juara
1	Kriya	I, II, III
2	Desain Grafis	I, II, III
3	Fashion	I, II, III
4	Boga	I, II, III
5	Game, Aplikasi, Video, & Animasi	I, II, III
6	Lintas Usaha	I, II, III

2) Kategori Pengembangan Usaha

No	Bidang Lomba	Juara
1	Kriya	I, II, III
2	Desain Grafis	I, II, III
3	Fashion	I, II, III
4	Boga	I, II, III
5	Game, Aplikasi, Video, dan Animasi	I, II, III
6	Lintas Usaha	I, II, III

Selain juara yang sudah tertulis pada poin a dan b, terdapat juga penghargaan sebagai berikut:

1. School Contribution Award

Penghargaan ini diberikan kepada sekolah yang mengirimkan jumlah pendaftar terbanyak

2. Favorite Presentation/Performance

Penghargaan ini diberikan kepada perorangan atau kelompok yang mampu menunjukkan performa terbaik pada saat sesi final yang akan ditentukan oleh pleno dewan juri

3. Visitors Choice Award

Penghargaan ini diberikan kepada booth yang paling disukai oleh pengunjung pameran

b. Penentuan Juara SMK

Pada FIKSI SMK 2024 akan menentukan Pemenang Kompetisi yang terdiri dari:

a. Kategori Rencana Usaha

No	Bidang Lomba	Juara
1	Agribisnis, Agroteknologi dan Kemaritiman	I, II, III
2	Kesehatan dan Wirausaha Sosial	I, II, III
3	Pariwisata dan Kuliner	I, II, III
4	Industri Kreatif	I, II, III
5	Teknologi Digital	I, II, III

b. Kategori Pengembangan Usaha

No	Bidang Lomba	Juara
1	Agribisnis, Agroteknologi dan Kemaritiman	I, II, III
2	Kesehatan dan Wirausaha Sosial	I, II, III
3	Pariwisata dan Kuliner	I, II, III
4	Industri Kreatif	I, II, III
5	Teknologi Digital	I, II, III

Selain juara yang sudah tertulis pada poin a dan b, terdapat juga penghargaan sebagai berikut:

1. School Contribution Award

Penghargaan ini diberikan kepada sekolah yang mengirimkan jumlah pendaftar terbanyak

2. Favorite Presentation/Performance

Penghargaan ini diberikan kepada perorangan atau kelompok yang mampu menunjukkan performa terbaik pada saat sesi final yang akan ditentukan oleh pleno dewan juri

3. Visitors Choice Award

Penghargaan ini diberikan kepada booth yang paling disukai oleh pengunjung pameran



BALAI PENGEMBANGAN TALENTA INDONESIA
PUSAT PRESTASI NASIONAL
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

Jalan Gardu RT.10 / RW. 02, Srengseng Sawah, Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12640