



STRATEGI PITCHING

DISUSUN OLEH:

RIYADINI RIYAN UTAMI, S.IP.,M.M

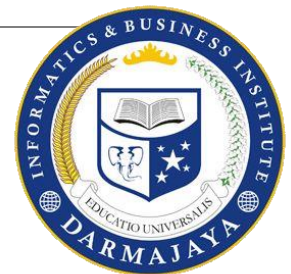
Dosen Program Studi Sistem
Informasi

Fakultas Ilmu Komputer Darmajaya

riyadini@darmajaya.ac.id



INKUBITEK
INKUBATOR BISNIS DAN TEKNOLOGI
DARMAJAYA



INTRODUCTION



Dibutuhkan jalan yang panjang dan sulit/ keras dari ide bisnis awal pertama hingga perusahaan dapat berjalan secara baik.

Salah satu langkah di jalan ini yang harus dihadapi seorang pengusaha adalah mendapatkan dukungan finansial yang paling sering dimulai dalam bentuk promosi.

Dalam fase ini tujuannya adalah untuk meyakinkan investor tentang validitas dan profitabilitas suatu produk atau ide pada akhirnya.

Dalam kebanyakan kasus ini adalah kontak pertama antara pengusaha dan calon investor dan seperti kata pepatah "kesan pertama diperhitungkan"

DEFINISI

Istilah "pitching" sering digunakan untuk mempresentasikan ide start-up kita kepada berbagai pihak, terutama kepada calon investor. Pitching tidak harus selalu berorientasi kepada finansial, seperti meminta pendanaan kepada calon investor tersebut, tetapi dia juga dapat digunakan untuk melempar ide kita kepada calon pengguna, co-founder, atau pihak-pihak lain.

Pitching

Pentingnya fase pitching pada praksis ditunjukkan dalam banyaknya informasi yang ada dalam rangka memberi saran kepada entrepreneur bagaimana membuat konten pitch dan untuk meningkatkan keterampilan presentasi.

adalah sebuah presentasi singkat dan padat yang dilakukan pelaku bisnis untuk meyakinkan klien, investor, mitra ataupun konsumen

Dalam agenda Pitching, personalitas pengusaha/ entrepreneur, keterampilan komunikatif dan bahkan kompetensi sosial sangat penting untuk keberhasilan membujuk/ mempengaruhi investor

Pada dasarnya pitching adalah melakukan presentasi. Bedanya adalah masalah waktu yang tersedia dan biasanya sangat terbatas

kita hanya punya waktu menjelaskan ide kita selama kita berada di elevator. Jadi ceritanya kita mengejar calon investor kita. Karena dia super sibuk, maka dia hanya bisa mendengarkan ide kita selama dalam perjalanan (dari satu meeting ke meeting lain) yaitu dalam elevator. Rentang waktu yang tersedia hanya 3 menit sampai 7 menit



PITCH DECK

Lembar informasi mengenai bisnis/ start-up yang dipersiapkan ketika menghadapi sesi pitching/ pertemuan presentasi di hadapan investor atau pihak lain (costumer, mitra bisnis dll)

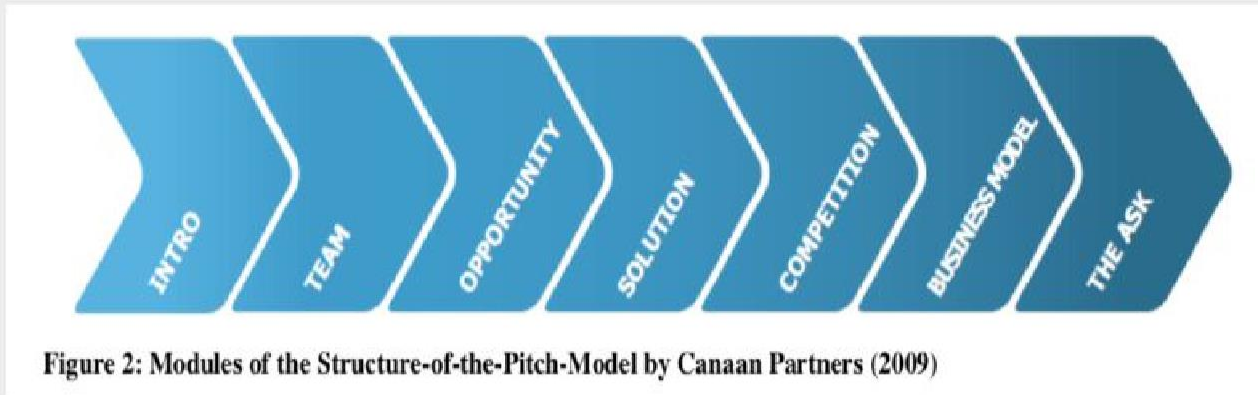


Figure 2: Modules of the Structure-of-the-Pitch-Model by Canaan Partners (2009)



KEGAGALAN PITCHING

01

TIDAK PAHAM PENDENGAR

Salah satu kunci utama dari kesuksesan presentasi - termasuk pitching - adalah mengetahui pendengar. **Know the audience**

02

TAK PAHAM PROBLEM

Harus dijelaskan bahwa tujuan membangun start-up adalah memecahkan masalah. oleh karea itu, kita harus paham masalah.

04

SOLUSI TAK UNIK

Unik di sini bukan sekedar mau beda saja, tetapi mengapa berbeda dari sebelumnya. Perbedaan inilah yang mungkin menjadi kunci kesuksesan, sementara yang dahulu-dahulu gagal.

03

TIDAK TUNTASKAN PR

Kesalahan yang juga sering terjadi adalah presenter tidak mengerjakan pekerjaan rumah. Maksudnya: seberapa mengerti pekerjaan rumah yang harus dituntaskan terrasuk evaluasi pada kompetitor. Selain itu, skala pekerjaan rumah/ problem yang harus dituntaskan

06

TEKNIK PRESENTASI

Kunci utama dari pitching adalah teknik presentasi.. Melakukan presentasi dengan batasan waktu yang leluasa saja sudah susah, apalagi jika kita dibatasi waktu. Biasanya para investor itu adalah orang yang sibuk. Ditambah lagi mereka banyak juga mendapat permohonan untuk pitch

05

SIAPAKAH TIM KITA?

Pada dasarnya Pitching memperoleh trust atau kepercayaan. Tentu dibutuhkan orang-orang di sekeliling kita, termasuk kita agar dikenal

END OF SLIDE



STARTUP



STRATEGY



BUSINESS MANAGEMENT



PARTNERSHIP