

Modul 1: Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial dan Seluler

Beraktivitas di Media Sosial	<p>Branding di media sosial</p> <p>Branding adalah proses menciptakan identitas merek, menerapkan identitas merekmu pada materi pemasaran dan penjualan, atau menggunakan elemen dan panduan merekmu di media sosial untuk membuat perusahaanmu menonjol. Ini membantu bisnismu melekat di benak audiens target. Kehadiran merek yang kuat di media sosial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tampak konsisten • Menceritakan kisah yang menarik • Memiliki suara yang unik • Menonjol di antara kerumunan <p>Kesadaran merek di media sosial</p> <p>Kesadaran merek adalah metrik media sosial yang menangkap seberapa besar kemungkinan orang mengenali merekmu. Berikut cara meningkatkan kesadaran merek di media sosial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pahami audiens • Prioritaskan platform yang berkinerja baik • Sesuaikan konten media sosial • Buat konten visual • Berikan konten yang bernilai • Gabungkan strategi dan tindakan • Manfaatkan tren media sosial • Buat koneksi pemengaruh • Gunakan akun sosial • Lacak kinerja <p>Media sosial dan audiens penggunanya</p> <p>Ada beberapa platform media sosial yang bisa digunakan untuk meningkatkan kesadaran merek, seperti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Instagram • Twitter • LinkedIn • Youtube
Mengembangkan Komunitas Daringmu	<p>Aspek yang perlu dipertimbangkan dalam membangun komunitas daring</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saat merambah ke daring, mulailah dengan cerita. Ini sangatlah penting; cerita memunculkan esensi dari apa yang kamu lakukan di perusahaan. Platform daring bisa sangat kuat untuk bercerita. Gunakan platform gratis di mana kita dapat memanfaatkannya melalui bercerita dan membuat konten. • Pahami konsep memberi dan menerima. Memposting cerita secara daring dan memberikan cerita kepada orang lain, itu berarti kamu memberikan harapan, menyampaikan sebuah emosi kepada seseorang. Semakin banyak kamu memberi, suatu hari kamu dapat menerimanya kembali dalam berbagai bentuk. <p>Pentingnya membangun komunitas daring bagi UMKM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penting untuk menumbuhkan komunitas daring yang dapat membantu mencapai misi. • Mengadopsi aktivasi digital dan mengkolaborasikannya dengan aktivitas tatap muka untuk menumbuhkan komunitas. <p>Kiat untuk membangun komunitas daring</p> <ul style="list-style-type: none"> • Untuk menumbuhkan komunitas daring secara organik berarti kita perlu selalu tulus dan sepenuh hati dengan menambahkan nilai kepada orang lain. • Ketahui nilai-nilai intimu. • Pikirkan orang-orang yang ingin kita jangkau, petakan pemangku kepentingan mana yang dapat membantu mengembangkan bisnis, tidak hanya dari sisi pendapatan tetapi juga dampak yang akan kita hasilkan. <p>Cara untuk membuat merek menonjol dari yang lain</p> <p>Bercerita adalah kunci untuk membuat merek Anda menonjol di antara yang lain. Berikut adalah beberapa hal yang akan membantu branding menonjol:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Takarir yang bagus • Fotografi yang bagus • Presentasi yang bagus • Budaya komunikasi <p>Ada juga beberapa pertanyaan kunci yang dapat membantu membangun merekmu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apa ceritamu? • Apa nilai-nilaimu?

	<ul style="list-style-type: none"> • Apa alatmu? <p>Bercerita dan manfaatnya Bercerita adalah salah satu hal yang harus dipertimbangkan oleh merek kita. Memastikan bahwa apa yang kita posting itu otentik, inilah cara kita menjadi berbeda dari orang lain.</p> <p>Hal lain untuk dipertimbangkan untuk branding selain media sosial Berfokus pada peningkatan kesadaran tentang apa yang kita lakukan dan apa yang kita yakini. Tujuannya agar masyarakat lebih mengenal organisasi kita.</p> <p>Media sosial untuk branding Media sosial dapat digunakan dalam format yang berbeda untuk tujuan branding, seperti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buletin • Video • Pertunjukan daring • Konten buatan pengguna
<p>Interaksi Pelanggan Pengguna Seluler</p>	<p>Apa itu interaksi berbasis seluler? Interaksi berbasis seluler adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan strategi memprioritaskan desain dan pengalaman pengguna situs web atau aplikasi untuk perangkat seluler daripada komputer desktop.</p> <p>Kenapa perlu mengadopsi pendekatan berbasis seluler?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan seluler sedang meningkat. • Pengguna seluler memiliki kebutuhan yang berbeda. • Berbasis seluler dapat meningkatkan peringkat pencarian. • Berbasis seluler dapat menghasilkan konversi yang lebih baik. <p>Bagaimana cara untuk menggunakan seluler untuk melibatkan pelanggan?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi platform yang tepat untuk audiens target • Ciptakan pengalaman pengguna yang mulus untuk pelanggan • Personalisasikan pengalaman berbelanja <p>Bagaimana cara untuk melibatkan bisnis lokal atau luring melalui seluler?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Optimalkan konten untuk pencarian lokal • Hindari keterlibatan satu saluran • Tawarkan aplikasi seluler yang tersedia secara luring


Aktivitas

Media sosial adalah alat yang ampuh untuk membangun kesadaran merek dan menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, dengan begitu banyak platform dan strategi berbeda untuk dipertimbangkan, mungkin sulit untuk mengetahui di mana kamu harus memfokuskan upaya. Daftar periksa ini dirancang untuk membantumu mengukur kesiapan dalam membangun kesadaran merek di media sosial. Dengan mengikuti langkah-langkah yang diuraikan dalam daftar periksa ini, kamu bisa mengecek tingkat kesiapanmu, sehingga nantinya kamu bisa membangun kesadaran merek yang lebih baik, dan mengembangkan bisnismu.

Cara melakukan aktivitas:

Langkah 1: Telusuri **Tabel Daftar Periksa Riset**, **Tabel Daftar Periksa Penerbitan**, dan **Tabel Daftar Periksa Pendekatan Keterlibatan yang Berbasis Seluler**. Baca dengan cermat setiap baris, lalu beri tanda centang pada baris yang telah kamu penuhi sebagai pelaku UMKM.

Langkah 3: Hitung berapa banyak item yang kamu tandai di setiap bagian dan jumlahkan skor untuk setiap bagian untuk mendapatkan skor total.

Langkah 4: Lihat **Lembar Skor Kesadaran Merek** untuk melihat tingkat kesiapanmu dalam membangun kesadaran merek di media sosial.

Langkah 5: Berdasarkan refleksi pada lembar skor, lihat **Tabel Tindakan Tindak Lanjut Kesadaran Merek** untuk mengetahui apa yang harus dilakukan selanjutnya untuk membawa bisnismu ke tingkat global.

Tabel Daftar Periksa Riset

Aktivitas	Daftar Periksa
Mengidentifikasi audiens target dan perilaku mereka di media sosial	•
Menentukan platform media sosial yang paling sering digunakan audiens target	•
Meneliti pesaing untuk melihat apa yang mereka lakukan dengan baik di media sosial	•
Menganalisis konten yang memiliki kinerja terbaik di setiap platform	•
Skor	___/4

Tabel Daftar Periksa Penerbitan

Aktivitas	Daftar Periksa
Mengembangkan strategi konten yang selaras dengan penelitian dan tujuan	•
Membuat kalender konten media sosial untuk merencanakan konten terlebih dahulu	•
Memastikan konten menarik secara visual dan ramah pengguna seluler	•
Menggunakan tagar yang relevan untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan	•
Skor	___/4

Tabel Daftar Periksa Pendekatan Keterlibatan yang Berbasis Seluler

Aktivitas	Daftar Periksa
Terlibat dengan pemirsa di perangkat seluler melalui interaksi yang cepat dan mudah	•
Menggunakan video pendek dan konten ramah seluler lainnya untuk menarik perhatian	•
Menanggapi komentar dan pesan secara tepat waktu untuk mendorong keterlibatan dan kepercayaan	•
Mendorong pengikut untuk berbagi konten di media sosial	•
Skor	___/4

Skor Kesadaran Merek saya adalah _____.

* Hitung jumlah daftar periksa yang kamu centang di atas dan bagi dengan jumlah total pertanyaan. Kalikan dengan 100 untuk mendapatkan skor kesiapan.

Lembar Skor Kesadaran Merek

Skor	Keterangan
90-100	Kamu memiliki landasan yang kuat untuk membangun kesadaran merek di media sosial, dan siap mengambil langkah selanjutnya untuk menumbuhkan kehadiran bisnis.
70-89	Kamu telah membuat kemajuan dalam membangun kesadaran merek di media sosial, tetapi mungkin ada beberapa area yang perlu ditingkatkan sebelum mencapai tujuan.
50-69	Kamu memiliki beberapa hal yang perlu ditingkatkan sebelum berhasil membangun kesadaran merek di media sosial. Pertimbangkan untuk menangani area di mana kamu kekurangan panduan, pengalaman, dan informasi.
0-49	Kamu memiliki banyak pekerjaan yang harus dilakukan sebelum berhasil membangun kesadaran merek di media sosial. Pertimbangkan mencari bantuan pakar pemasaran media sosial untuk memandu usaha.

Tabel Tindakan Tindak Lanjut Kesadaran Merek

Area untuk Perbaikan	Tindak Lanjut
Riset	Lakukan riset tentang audiens target dan pesaing untuk mendapatkan wawasan dan meningkatkan strategimu.
Pembuatan Konten	Buat konten yang menarik perhatian dan terlihat menarik secara visual yang beresonansi dengan audiens target.
Pengoptimalan Seluler	Optimalkan konten dan saluran media sosialmu untuk tampilan dan keterlibatan seluler.
Strategi Keterlibatan	Kembangkan strategi keterlibatan yang mendorong interaksi pengguna dan membangun rasa kebersamaan.
Analisis Data	Tinjau analitik secara teratur dan sesuaikan strategi berdasarkan data untuk memastikan bahwa kamu bisa mencapai tujuanmu.

“Sebuah merek bagi sebuah perusahaan bagaikan reputasi bagi seseorang. Kamu mendapatkan reputasi dengan mencoba melakukan hal-hal sulit dengan baik.”

Jeff Bezos, Kepala Eksekutif Amazon

Modul 2: Penghambat Keberlanjutan dan Perubahan Iklim

Agenda Sustainability Global dan Lokal	<p>Apa itu Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG)? SDG adalah cetak biru yang terdiri dari serangkaian 17 tujuan yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa dan diadopsi oleh negara-negara untuk masa depan yang lebih baik dan lebih berkelanjutan untuk semua pada tahun 2030.</p> <p>Bagaimana kamu dapat berkontribusi pada SDG?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami SDG. 2. Menentukan prioritas. 3. Menetapkan tujuan. 4. Mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam bisnis inti dan tata kelola serta menyematkan target di semua fungsi. 5. Melaporkan dan mengomunikasikan dampak dan kemajuan yang dicapai.
Perkembangan Pelanggan Sadar Lingkungan	<p>Bagaimana cara menarik perhatian konsumen yang sadar lingkungan?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menerapkan praktik berkelanjutan. • Menggunakan bahan yang ramah lingkungan. • Jadilah transparan. • Mendukung gerakan penghijauan lingkungan. • Mendidik pelanggan. • Jadilah kreatif. <p>Manfaat bagi UMKM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan loyalitas pelanggan dan bisnis yang berulang. • Meningkatkan citra dan reputasi publik bisnis. • Menarik pelanggan baru dan berpotensi menghasilkan peningkatan penjualan. • Membantu bisnis mengurangi pengeluaran dan meningkatkan keuntungan mereka. • Membedakan diri dari para pesaing dan berpotensi mendapatkan keunggulan kompetitif.
Keuntungan UMKM Mengadopsi Pendekatan Berkelanjutan	<p>Manfaat mengadopsi pendekatan keberlanjutan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penghematan biaya • Peningkatan efisiensi • Reputasi yang lebih baik • Kepatuhan terhadap peraturan • Akses ke pasar baru • Menarik dan mempertahankan karyawan <p>Langkah awal untuk memastikan UMKM memiliki keahlian prasyarat untuk menawarkan layanan keberlanjutan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membangun kemitraan • Mendapatkan pengalaman • Mencari informasi • Memformalisasikan komitmen <p>Kiat bagi UMKM untuk menemukan peluang dan meraup keuntungan melalui adopsi keberlanjutan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi aliran pendapatan potensial baru • Bergabung dengan program yang membantu mengimbangi biaya upaya gerakan hijau • Jelajahi peluang internasionalisasi • Terapkan praktik keberlanjutan digital dan luring • Tetapkan tujuan terukur dan metrik yang jelas untuk keberlanjutan



Aktivitas

Perserikatan Bangsa-Bangsa telah menetapkan 17 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) untuk mengatasi tantangan sosial, lingkungan, dan ekonomi paling mendesak di dunia pada tahun 2030. Dalam kegiatan ini, kamu akan menilai seberapa baik bisnismu mencerminkan pendekatan SDG dengan menjawab serangkaian pertanyaan berbasis tindakan. Ini akan membantumu mengidentifikasi area di mana kamu dapat menyelaraskan praktik bisnismu dengan SDG dan berkontribusi untuk masa depan yang lebih berkelanjutan.

Cara melakukan aktivitas:

Langkah 1: Tinjau setiap tindakan pada **Daftar Periksa Evaluasi Keselarasan Bisnis dengan SDG** dan tinjau apakah bisnismu telah menerapkannya, sedang mengerjakannya, atau belum memulainya.

Langkah 2: Setelah menyelesaikan daftar periksa, hitung **Skor Keselarasan SDG** dengan menjumlahkan jumlah tindakan yang telah diterapkan atau sedang dikerjakan oleh bisnismu.

Langkah 3: Gunakan **Lembar Skor Keselarasan SDG** untuk menginterpretasikan skor dan mengidentifikasi area di mana kamu dapat meningkatkan penyelarasan dengan pendekatan SDG.

Daftar Periksa Evaluasi Keselarasan Bisnis dengan SDG

SDG	Tindakan	Daftar Periksa
 <p>1 TANPA KEMISKINAN</p>	Apakah kamu memiliki strategi pengentasan kemiskinan yang jelas untuk bisnismu?	
	Apakah kamu memastikan kompensasi yang adil bagi karyawan dan pemasok untuk mengurangi kemiskinan?	
 <p>2 TANPA KELAPARAN</p>	Apakah kamu memiliki inisiatif untuk mengurangi limbah makanan atau mendukung produksi pangan lokal?	
	Apakah kamu memiliki program untuk memberikan bantuan makanan atau dukungan kepada masyarakat yang membutuhkan?	
 <p>3 KEHIDUPAN SEHAT DAN SEJAHTERA</p>	Apakah kamu menerapkan kebijakan kesehatan dan keselamatan untuk karyawan dan pelangganmu?	
	Apakah kamu memberikan manfaat atau dukungan untuk kesehatan mental dan kesejahteraan?	
 <p>4 PENDIDIKAN BERKUALITAS</p>	Apakah kamu menyediakan program pelatihan atau edukasi untuk karyawanmu?	
	Apakah kamu mendukung prakarsa edukasi di komunitasmu?	
 <p>5 KESETARAAN GENDER</p>	Apakah kamu memberlakukan kebijakan kesetaraan gender?	
	Apakah kamu memastikan upah yang adil dan kesempatan yang sama untuk semua gender dalam bisnismu?	
 <p>6 AIR BERSIH DAN SANITASI LAYAK</p>	Apakah kamu memiliki inisiatif untuk mengurangi konsumsi air atau meningkatkan kualitas air?	
	Apakah kamu menyediakan fasilitas yang bersih dan mudah diakses untuk karyawan dan pelangganmu?	

 <p>7 ENERGI BERSIH DAN TERJANGKAU</p>	Apakah kamu memiliki inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi atau beralih ke sumber energi bersih?	
	Apakah kamu memberikan insentif atau dukungan kepada karyawan dan pelangganmu untuk menggunakan energi bersih?	
 <p>8 PEKERJAAN LAYAK DAN PERTUMBUHAN EKONOMI</p>	Apakah kamu memberikan upah dan kondisi kerja yang adil bagi karyawanmu?	
	Apakah kamu mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan kesempatan kerja di komunitasmu?	
 <p>9 INDUSTRI, INOVASI DAN INFRASTRUKTUR</p>	Apakah kamu memiliki inisiatif untuk mengurangi limbah dan mempromosikan metode produksi yang berkelanjutan?	
	Apakah kamu mendukung inovasi lokal dan pembangunan infrastruktur di komunitasmu?	
 <p>10 BERKURANGNYA KESENJANGAN</p>	Apakah kamu memiliki kebijakan untuk mencegah diskriminasi dan mempromosikan inklusi dalam bisnismu?	
	Apakah kamu menyediakan dukungan atau layanan untuk komunitas yang terpinggirkan atau kurang beruntung?	
 <p>11 KOTA DAN PEMUKIMAN YANG BERKELANJUTAN</p>	Apakah kamu memiliki inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan bisnismu terhadap masyarakat setempat?	
	Apakah kamu mendukung pembangunan perkotaan yang berkelanjutan dan inisiatif komunitas di daerahmu?	
 <p>12 KONSUMSI DAN PRODUKSI YANG BERTANGGUNG JAWAB</p>	Apakah kamu memiliki kebijakan keberlanjutan untuk bisnismu?	
	Apakah kamu memiliki inisiatif untuk mengurangi limbah atau mempromosikan metode produksi yang berkelanjutan?	
 <p>13 PENANGANAN PERUBAHAN IKLIM</p>	Apakah kamu memiliki inisiatif untuk mengurangi jejak karbon dan emisi gas rumah kaca bisnismu?	
	Apakah kamu mendukung inisiatif aksi iklim lokal atau upaya perlindungan lingkungan?	
 <p>14 EKOSISTEM LAUTAN</p>	Apakah kamu memiliki inisiatif untuk mengurangi dampak bisnismu terhadap kehidupan laut dan ekosistem air?	
	Apakah kamu mendukung upaya konservasi dan perlindungan laut setempat?	

	Apakah kamu memiliki inisiatif untuk mengurangi dampak bisnismu terhadap ekosistem darat dan satwa liar?	
	Apakah kamu mendukung upaya konservasi dan perlindungan lahan setempat?	

	Apakah kamu memiliki kebijakan kode etik dan etika untuk bisnismu?	
	Apakah kamu mendukung keadilan lokal dan prakarsa reformasi kelembagaan di komunitasmu?	
	Apakah kamu berkolaborasi dengan bisnis, organisasi, atau lembaga pemerintah lain untuk mempromosikan tujuan pembangunan berkelanjutan?	
	Apakah kamu mendukung inisiatif dan kemitraan masyarakat lokal yang sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan?	
Skor		_____/17

Skor Keselarasan SGD saya adalah _____.

*Hitung jumlah daftar periksa yang kamu centang di atas dan bagi dengan jumlah total pertanyaan. Kalikan dengan 100 untuk mendapatkan skor.

Lembar Skor Keselarasan SGD

Skor	Keterangan
90-100	Bisnismu melakukan upaya yang signifikan untuk mempromosikan tujuan pembangunan berkelanjutan dan sejalan dengan pendekatan SDG.
70-89	Bisnismu berada di jalur yang benar, tetapi ada area yang dapat kamu tingkatkan agar lebih selaras dengan pendekatan SDG.
50-69	Bisnismu memiliki beberapa pekerjaan yang harus dilakukan sebelum sepenuhnya selaras dengan pendekatan SDG. Pertimbangkan untuk menangani area di mana bisnismu kekurangan panduan, pengalaman, dan informasi.
0-49	Perjalanan bisnismu masih panjang.

“Keberlanjutan bukanlah sekadar tujuan yang ingin dicapai tetapi cara berpikir, cara hidup, prinsip yang harus kita ikuti.”
Giulio Bonazzi, Kepala Direksi Grup Aquafil

Modul 3: Aplikasi Praktis Fintech dan Revolusi Industri 4.0

Penerapan Industri 4.0 bagi UMKM	<p>Mengapa UMKM harus beradaptasi dengan Industri 4.0?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Peningkatan efisiensi dan akurasi ● Peningkatan daya saing ● Aliran pendapatan baru ● Kepatuhan dengan standar industri <p>Langkah-langkah untuk menavigasi Industri 4.0</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tetap terinformasi ● Evaluasi kebutuhanmu ● Carilah sumber daya ● Berinvestasi dalam pelatihan <p>Empat aspek digitalisasi yang perlu diperhatikan</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Model bisnis ● Produk ● Proses ● Organisasi
Inovasi Manajemen Rantai Pasokan	<p>Apa itu inovasi dalam manajemen rantai pasokan? Perbaikan dalam cara rantai pasokan beroperasi, dan lebih khusus lagi, dalam cara produk, informasi, pekerjaan, dan dana mengalir (dan disimpan sementara) di seluruh rantai pasokan, dan pada akhirnya memenuhi persyaratan ekonomi, lingkungan, dan sosial di masa depan, yaitu berorientasi seputar “manusia, planet, profit”.</p> <p>Lima elemen kunci dari manajemen rantai pasokan</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Perencanaan ● Sumber ● Manufaktur ● Pengiriman ● Pengembalian <p>Jenis inovasi rantai pasokan</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Perencanaan: perangkat lunak perencanaan dan penjadwalan lanjutan (APS) seperti Perangkat Lunak SAP IBP dan JDA. ● Sumber: Perangkat lunak ERP seperti SAP Business One dan Amazon Web Services. ● Manufaktur: Perangkat lunak Manufacturing Execution System (MES) seperti IQMS dan Dassault Systèmes DELMIA. ● Pengiriman: sistem manajemen logistik yang efisien, seperti SAP Logistics Execution, dilengkapi dengan saluran pengiriman yang kuat. ● Pengembalian: perangkat lunak manajemen pengembalian, seperti SAP Return Management dan Oracle Reverse Logistics. <p>Manfaat yang dapat diwujudkan UMKM melalui inovasi rantai pasokan</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mengoptimalkan aliran barang dan material melalui rantai pasok. ● Penerapan teknologi dan proses baru dapat merampingkan operasi dan meningkatkan efisiensi. ● Rantai pasokan yang dikelola dengan baik dapat membantu bisnis mengirimkan produk dan layanan kepada pelanggan dengan lebih cepat dan andal, yang mengarah pada peningkatan kepuasan pelanggan. ● Dengan mengadopsi inovasi rantai pasokan, bisnis dapat membedakan diri dari pesaing mereka dan berpotensi mendapatkan keunggulan kompetitif.
Alat dan Aplikasi Fintech untuk UMKM	<p>Bagaimana fintech membantu UMKM berkembang dengan ketahanan</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Akses ke pendanaan ● Proses pembayaran ● Akuntansi dan penagihan ● Wawasan waktu nyata ● Keamanan ● Otomatisasi <p>Cara menggunakan fintech untuk membantu bisnis bertumbuh, berkembang, dan berhasil</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pinjaman usaha kecil ● Lebih banyak cara untuk membayar ● Manajemen akun ● Faktur dari mana saja, kapan saja <p>Faktor terpenting yang perlu dipertimbangkan saat memilih fintech untuk bisnis</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ● Bundel layanan ● Penetapan harga ● Dukungan pelanggan ● Banyak pilihan mata uang ● Yurisdiksi ● Dokumen ● Keamanan dan perlindungan data
--	--



Aktivitas

Aktivitas ini dirancang untuk membantumu menilai tingkat kesiapanmu dalam menerapkan solusi praktis Fintech dan Industri 4.0 dalam bisnis. Dengan menyelesaikan daftar periksa ini, kamu akan dapat mengidentifikasi area yang mungkin perlu ditingkatkan dan mengambil tindakan untuk meningkatkan kinerja bisnismu. Aktivitas ini terdiri dari tiga bidang: aplikasi Fintech praktis, inovasi rantai pasokan, dan navigasi Industri 4.0. Ikuti petunjuk dan lengkapi daftar periksa untuk melihat posisi bisnismu dan langkah apa yang dapat kamu ambil untuk maju.

Cara melakukan aktivitas:

Langkah 1: Buka **Daftar Periksa Panduan UMKM untuk Mengadopsi Fintech dan Industri 4.0** dan centang setiap item yang sudah diterapkan oleh UMKM kamu.

Langkah 2: Hitung kotak periksa yang dicentang, lalu bagi dengan sepuluh dan kalikan dengan 100 untuk mendapatkan **Skor Adopsi Fintech**.

Langkah 3: Gunakan **Lembar Skor Adopsi Fintech** untuk menilai kesiapan UMKM Anda dalam mengadopsi aplikasi praktis fintech dan Revolusi Industri 4.0, serta inovasi rantai pasokan dan menavigasi Industri 4.0.

Langkah 4: Identifikasi area untuk perbaikan dan kembangkan rencana tindakan untuk mengatasinya.

Daftar Periksa Panduan UMKM untuk Mengadopsi Fintech dan Industri 4.0

Aktivitas	Ya
Apakah kamu mengembangkan situs web dan memastikannya responsif terhadap seluler?	●
Apakah kamu menerapkan opsi pembayaran digital untuk pelanggan?	●
Apakah kamu menggunakan fintech untuk membantu bisnis tumbuh, berkembang, dan berhasil?	●
Apakah kamu melatih karyawan cara menggunakan teknologi secara efektif dalam peran mereka?	●
Apakah kamu menerapkan tindakan keamanan siber untuk melindungi data bisnis dan pelanggan?	●
Apakah kamu menelusuri dan menerapkan teknologi baru yang dapat meningkatkan operasi bisnis dan pengalaman pelanggan, seperti AI, IoT, atau <i>blockchain</i> ?	●
Apakah kamu menerapkan sistem manajemen rantai pasokan digital untuk melacak inventaris, merampingkan proses, dan mengurangi biaya?	●
Apakah kamu menggunakan analitik data besar untuk mengoptimalkan proses produksi dan meningkatkan pengambilan keputusan?	●
Apakah kamu menerapkan praktik berkelanjutan dalam rantai pasokan untuk mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan tanggung jawab sosial?	●
Apakah kamu mengembangkan strategi inovasi untuk tetap <i>up-to-date</i> dengan tren dan peluang teknologi terbaru?	●
Skor	___/10

Skor adopsi fintech saya adalah _____.

* Hitung jumlah YA yang kamu centang di atas dan bagi dengan jumlah total pertanyaan. Kalikan dengan 100 untuk mendapatkan skor.

Lembar Skor Adopsi Fintech

Skor	Keterangan
90-100	Bisnismu sangat siap untuk memanfaatkan aplikasi fintech dan Industri 4.0 untuk meningkatkan operasi dan tetap kompetitif.
70-89	Bisnismu berada di jalur yang benar, tetapi mungkin ada beberapa area yang perlu ditingkatkan untuk sepenuhnya memanfaatkan aplikasi tekfin dan Industri 4.0.
50-69	Bisnismu memiliki beberapa pekerjaan yang harus dilakukan sebelum dapat sepenuhnya memanfaatkan aplikasi fintech dan Industri 4.0. Pertimbangkan untuk menangani area di mana bisnismu kekurangan panduan, pengalaman, dan informasi.
0-49	Bisnismu memiliki banyak pekerjaan yang harus dilakukan sebelum dapat sepenuhnya memanfaatkan aplikasi fintech dan Industri 4.0. Pertimbangkan mencari bantuan ahli untuk memandu usaha dan investasimu.

***“Revolusi Industri Keempat bukan hanya tentang teknologi atau bisnis. Ini tentang masyarakat.”
Joe Kaeser, Presiden dan Kepala Eksekutif Siemens AG***

Modul 4: Strategi Bisnis di Abad ke-21

Keragaman dan Inklusivitas	<p>Perusahaan yang beragam dan tim yang inklusif</p> <p>Keragaman dan inklusi dalam sudut pandang inovasi, terutama pada produk yang lebih inovatif dan fungsional, dapat dilakukan dengan berfokus pada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mata pencaharian bagi wanita • Menyediakan pekerjaan untuk semua tim wanita • Mempekerjakan anggota tim yang terpinggirkan <p>Keuntungan memiliki perusahaan yang beragam dan tim yang inklusif dalam konteks kinerja dan pertumbuhan bisnis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Latar belakang dan perspektif yang berbeda • Terlibat dengan klien dengan cara yang berbeda, solusi dan kebutuhan yang berbeda setiap hari <p>Tantangan sebagai pemilik bisnis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskriminasi terhadap orang berkebutuhan khusus • Merangkul tantangan dan melihatnya sebagai kesempatan belajar • Berfokus pada 'suka' bukan pada 'tidak suka' • Fokus pada kemampuan, bukan disabilitas <p>Strategi menciptakan budaya kerja yang inklusif gender</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inklusivitas gender • Pengaturan kerja yang fleksibel • Memastikan upah yang setara • Pengembangan karir • Membina komunikasi terbuka <p>Strategi menciptakan keragaman dan inklusivitas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketahui kemampuan timmu • Saling membantu untuk merasakan bahwa pengalaman mereka valid dan berharga • Untuk mengajar, meningkatkan, dan memberdayakan pengalaman
Menarik dan Melindungi Talenta melalui Keselarasan Nilai Merek	<p>Praktik yang dapat diterapkan oleh pengusaha di UMKM ASEAN untuk menarik dan mempertahankan talenta terbaik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kompensasi dan tunjangan yang kompetitif • Pengembangan dan pelatihan karyawan • Pengaturan kerja yang fleksibel • Keterlibatan dan pengakuan karyawan • Keterbukaan dan budaya inklusif • Program retensi karyawan • Program rujukan karyawan • Penggunaan teknologi <p>Praktik utama yang dapat digunakan oleh merek-merek ternama ASEAN untuk membangun merek internal dan korporat mereka</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pesan yang kuat dan konsisten • Keterlibatan karyawan • Kepemimpinan yang kuat • Kegiatan CSR • Manajemen reputasi • Keselarasan dengan nilai-nilai perusahaan • Inovasi dan kemampuan beradaptasi <p>Strategi bagi UMKM untuk berhasil dalam menarik talenta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kembangkan merek perusahaan yang kuat • Berinvestasi dalam pengembangan karyawan • Tumbuhkan budaya kerja yang positif • Kembangkan identitas merek yang kuat • Bangun reputasi untuk keunggulan • Gunakan teknologi inovatif • Manfaatkan data dan analitik
Pemanfaatan ESG untuk Akses Finansial	<p>Apa itu ESG?</p>

- E dalam ESG adalah singkatan dari kriteria lingkungan, yang mencakup energi yang diambil perusahaan dan limbah yang dikeluarkannya, seperti konsumsi energi matahari dan emisi karbon, sumber daya yang dibutuhkan, dan konsekuensi dari konsumsi dan emisi untuk iklim.
- S, yang merupakan kriteria sosial, membahas hubungan yang dimiliki perusahaan dan reputasi yang dipupuknya dengan orang-orang dan komunitas, baik dalam bentuk hubungan kerja, keragaman, atau inklusi.
- G, singkatan dari tata kelola, adalah sistem praktik, kontrol, dan prosedur internal yang diterapkan perusahaan untuk mengatur dirinya sendiri, membuat keputusan yang efektif, mematuhi hukum, dan memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan eksternal.

ESG yang kuat = Lebih menarik

- Memfasilitasi pertumbuhan lini atas
- Mengurangi biaya
- Meminimalkan intervensi peraturan dan hukum
- Meningkatkan produktivitas
- Mengoptimalkan investasi dan belanja modal

ESG yang kuat = Lebih banyak akses pembiayaan

- Menarik investor yang bertanggung jawab secara sosial
- Meningkatkan peringkat kredit
- Mengakses produk dan pasar keuangan baru



Aktivitas

Dalam lanskap bisnis yang berubah dengan cepat saat ini, penting bagi organisasi untuk mengikuti strategi terbaru agar tetap kompetitif. Aktivitas ini dirancang untuk membantumu menilai kesiapan organisasi dalam tiga bidang utama: keragaman dan inklusivitas, daya tarik dan retensi bakat, dan memanfaatkan ESG untuk meningkatkan akses ke pembiayaan. Untuk setiap area, kamu akan diminta menilai tingkat kesulitan yang dihadapi organisasimu dalam menerapkan strategi yang relevan.

Cara melakukan aktivitas:

Langkah 1: Tinjau daftar periksa untuk masing-masing dari tiga bidang utama: **keragaman dan inklusivitas, daya tarik dan retensi bakat, dan pemanfaatan ESG untuk akses finansial.**

Langkah 2: Untuk setiap item pada daftar periksa, beri peringkat tingkat kesulitan yang dihadapi organisasi/bisnismu dalam menerapkan strategi menggunakan **Tabel Lembar Skor ESG.**

Area Utama 1: Keragaman dan Inklusivitas

Tantangan	Tingkat Kesulitan				
	1	2	3	4	5
Mengembangkan kebijakan keragaman dan inklusi					
Memberikan pelatihan keragaman dan inklusi bagi karyawan					
Menetapkan tujuan keragaman untuk perekrutan dan retensi					
Menciptakan budaya perusahaan yang beragam dan inklusif					
Menumbuhkan lingkungan kerja yang inklusif di mana setiap orang merasa dihargai dan dihormati					

Area Utama 2: Menarik dan Melindungi Talenta Melalui Keselarasan Nilai Merek

Tantangan	Tingkat Kesulitan				
	1	2	3	4	5
Menentukan nilai dan merek perusahaan					
Mengevaluasi kebutuhan talenta perusahaan					
Menarik dan mempertahankan talenta dengan menyelaraskan nilai dan merek perusahaan dengan nilai karyawan					
Mengembangkan dan menerapkan rencana retensi karyawan yang komprehensif					
Secara teratur menilai dan meninjau daya tarik talenta dan strategi retensi					

Area Utama 3: Pemanfaatan ESG untuk Akses Finansial

Tantangan	Tingkat Kesulitan				
	1	2	3	4	5
Mengidentifikasi isu-isu kunci ESG yang relevan dengan bisnis					
Mengembangkan strategi ESG yang selaras dengan sasaran bisnis					
Menerapkan praktik bisnis berkelanjutan yang selaras dengan strategi ESG					
Melaporkan kinerja ESG kepada pemangku kepentingan utama					
Menggunakan kinerja ESG untuk meningkatkan akses terhadap pembiayaan					

Tabel Lembar Skor ESG

Level	Keterangan
Level 1	Diperlukan pengetahuan atau keterampilan dasar, tugas-tugasnya relatif sederhana dan hanya membutuhkan pengetahuan atau keterampilan dasar.
Level 2	Diperlukan beberapa pengalaman atau keterampilan, tugas-tugasnya lebih kompleks dan membutuhkan beberapa pengalaman atau keterampilan untuk menyelesaikannya.
Level 3	Diperlukan pengetahuan atau keterampilan menengah, tugas lebih menantang dan membutuhkan tingkat pengetahuan atau keterampilan yang lebih tinggi untuk menyelesaikannya.
Level 4	Diperlukan pengetahuan atau keterampilan tingkat lanjut, tugas-tugasnya sangat menantang dan membutuhkan tingkat pengetahuan atau keterampilan yang tinggi untuk menyelesaikannya.
Level 5	Diperlukan pengetahuan atau keterampilan ahli, tugas-tugasnya sangat menantang dan membutuhkan tingkat pengetahuan atau keterampilan ahli untuk menyelesaikannya.

“Strategi adalah tentang membuat pilihan, pertukaran, strategi adalah upaya sengaja untuk menjadi berbeda.”
Michael Porter, Akademisi Amerika