

SATUAN ACARA PERKULIAHAN
KREASI DAN PENGEMBANGAN BISNIS AGROINDUSTRI

Oleh :

Dr. Ir. Elisa Anggraeni , MSc

Dr. Ir. Aji Hermawan, MM

Prof. Dr. Ir. Ono Suparno, MT



PROGRAM STUDI PASCASARJANA
DEPARTEMEN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2016

Course Syllabus

Creation and Agroindustry Business Development

Course title	Creation and Agroindustry Business Development		
Course code: TIN676	Credits: 3(2-3)	Semester: Ganjil	Compulsory/optional: Optional
Coordinator's name	Dr. Ir. Elisa Aggraeini, MSc	Instructor's name	Prof. Dr. Ono Suparno, STP. MT Dr. Ir. Aji Hermawan, MM
Main reference (Title, author, year) (maximum 3 references)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anggraeni, E. A. Hermawan & N. Kholiq. Ideation. 2016. Akselerasi Inovasi 2. IDEO. 2015. Design Kit: The Field Guide to Human Centered Design. IDEO 3. Tidd, Joe J Bessant, & K Pavitt. 2013. Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. John Wiley & Sons, Ltd 4. IDEO. 2011. IDEO, Human Centered Design Toolkit. 2nd Edition 5. Osterwalder, Alex, Y. Pigneur and Alan Smith. 2010. Business Model Generation 		
Additional reference (Supplemental materials)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Friedman RS, DM Roberts. And JD Linton. 2008. Principle Concepts of Technology and Innovation Management: Critical Research Models. Information Science Reference. New York 2. Dundon, Elaine. 2002. The Seeds of Innovation: Cultivating the Synergy that Fosters New Ideas. American Management Association 		
Brief description	<p>Mata kuliah ini memberikan pengetahuan dan keahlian dalam kreasi dan pengembangan bisnis agroindustri sebagai salah satu strategi dalam komersialisasi teknologi; faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan kreasi bisnis dan pengembangan usaha; difusi teknologi dan penerimaan pasar. Untuk dapat melakukan evaluasi terhadap konsep ide bisnis, mata kuliah ini memberikan teknik-teknik untuk mempelajari trend pasar, teknologi, dan tingkah laku pelanggan, mengidentifikasi karakteristik pengguna/pelanggan, ukuran pasar, mengidentifikasi peluang, memunculkan konsep produk yang memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Di bagian akhir mata kuliah akan membahas tentang menilai potensi penerimaan pasar (feasibility, viability desirability) melalui rapid prototyping. Mata kuliah diakhiri dengan melakukan penilaian potensi komersial dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.</p>		
Prerequisite			
Course outcome	<ol style="list-style-type: none"> 1. Able to explain the variety of new business creation process from idea to finished companies 2. Able to identify opportunities 3. Able to formulate a vision of the product and the company 4. Able to create a business model 5. Able to test the business model to fit the market 6. Able to integrate the concept of creation and development of new businesses in the agroindustry field 		

Relationship between course outcomes and student outcomes					
Offered to	Study Program of Agroindustrial Technology-IPB and other study programs as elective course				
Topics to be covered	1. Preliminary: The basics of entrepreneurship, including the characteristics and process of entrepreneurship 2. Independent entrepreneurship and the process of becoming entrepreneurs 3. Business opportunities and resources 4. Business referrals 5. Opportunity Analysis: Gap analysis, opportunities, Positioning 6. Business Initiatives: commitment, maintain competitiveness, funding 7. Managing growth and development				
Percentage	Knowledge	40%	Facility/ media	x	White board
	Skill	30%		x	LCD projector
	Attitude	30%		x	Computer
					Wifi
Activity, contact hours (hour/week)	Lecture	2 hours/week		x	Sound system
	Lab work	3 hours/week			Courseware
	Tutorial	-			Other: workshop
	Others (project)	-			
Assessment	Assignment	33.3 % (paper and presentation)			
	Examination	66.7 % (mid and final exams)			
	Quiz	-			

MAIN REFERENCE:

1. Anggraeni, E. A. Hermawan & N. Kholiq. Ideation. 2016. Akselerasi Inovasi
2. IDEO. 2015. Design Kit: The Field Guide to Human Centered Design. IDEO
3. Tidd, Joe J Bessant, & K Pavitt. 2013. Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. John Wiley & Sons, Ltd
4. IDEO. 2011. IDEO, Human Centered Design Toolkit. 2nd Edition
5. Osterwalder, Alex, Y. Pigneur and Alan Smith. 2010. Business Model Generation

A. JADWAL DAN MATERI PERKULIAHAN

Minggu ke- (1)	Kemampuan akhir yang diharapkan (2)	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan (3)	References	Pengajar (4)
1	Mampu menjelaskan mengapa dan bagaimana teknologi dikomersialkan	Pengenalan	- Kontrak perkuliahan - Komersialisasi teknologi	2, 3, 4	ELA
2	Mampu menjelaskan proses komersialisasi teknologi dan faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesannya	- Proses komersialisasi teknologi - Faktor-faktor kesuksesan	Proses komersialisasi teknologi - Pendekatan Linier (<i>Technology push/technology pull</i>) - Pendekatan Iteratif (<i>HCD/ Customer Development</i>) Faktor-faktor kesuksesan (<i>feasible, viable, desirable</i>)	2, 3, 4	LH
3	Mampu menjelaskan strategi komersialisasi teknologi	Strategi komersialisasi teknologi	Berbagai tipe strategi komersialisasi teknologi - <i>Licensing</i> - <i>Joint venture</i> - <i>Sale</i> - <i>New venture (start-up/spinoff)</i>	2, 3	LH
4	Mampu menjelaskan bagaimana produk-produk teknologi masuk ke pasar	Difusi teknologi	Difusi teknologi - Kelompok pengguna - Karakteristik Penerimaan pasar - <i>Feasible</i> - <i>Desirable</i> - <i>Viable</i>	2, 4	ELA
5	Mampu menjelaskan dan mengaplikasikan teknik-teknik	Eksplorasi trend pasar, trend	Teknik-teknik eksplorasi - <i>Survey</i> pasar	2, 3, 4	LH

Minggu ke-	Kemampuan akhir yang diharapkan	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	References	Pengajar
	untuk memahami/mendalami permasalahan pengguna di masyarakat atau pasar	teknologi atau tingkah laku pelanggan/pengguna	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Ethnography</i> - <i>Expert survey</i> 		
6	Mampu menerjemahkan informasi untuk mengidentifikasi peluang	Identifikasi Peluang	Memformulasikan keinginan (<i>gains</i>) dan masalah (<i>needs</i>) pelanggan/pengguna	5	ELA
7	Mampu mengaplikasikan teknik-teknik pemunculan ide dan memunculkan ide	Pemunculan Konsep produk	Brainstorming konsep produk <ul style="list-style-type: none"> - <i>Six hat</i> - <i>10 Creatives Power tools</i> 	2, 4, 5	LH
UTS					
8	Mampu melakukan formulasi konsep produk	Konsep produk dan fitur Produk	Value proposition canvas	5	AJH
9	Mampu melakukan valuasi apakah konsep produk <i>feasible</i> , <i>viable</i> , dan <i>desirable</i>	Rapid prototyping pengalaman pengguna	Teknik-teknik: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Storyboards</i> - Pengalaman pengguna 	2, 4, 5	AJH
10			Kanvas model bisnis: Produk, proposisi nilai dan target pengguna/pelanggan		AJH
11	Mampu melakukan valuasi apakah konsep produk <i>feasible</i> , <i>viable</i> , dan <i>desirable</i>	Rapid prototyping model bisnis	Kanvas model bisnis: Saluran distribusi dan hubungan pelanggan/pengguna	2, 3, 4, 5	AJH
12			Kanvas model bisnis: Kegiatan produksi, sumberdaya kunci, dan kemitraan		YAN
13			Kanvas model bisnis: Struktur biaya dan pendapatan		YAN

Minggu ke-	Kemampuan akhir yang diharapkan	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	References	Pengajar
14	Mampu melakukan evaluasi dan refleksi	Potensi komersial	Potensi komersial - Aspek ekonomi - Aspek sosial - Aspek lingkungan	2, 4	ELA

B. JADWAL DAN MATERI RESPONSI

Minggu ke-	Kemampuan akhir yang diharapkan	Pokok Bahasan	Sub pokok bahasan	References	Penugasan
(1)	(2)		(3)		(4)
1	Mampu menjelaskan konsep dasar inovasi dan proses inovasi	Pendahuluan	- Proses Inovasi - Akselerasi.id	1, 2, 3, 4	Lembar kerja 1 Lembar kerja 2
2	Mampu menjelaskan perbedaan antara inovasi yang berhasil dan gagal dalam komersialisasinya	Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan komersialisasi	- Studi kasus HCD	1	Lembar kerja 3 Lembar kerja 4
3	Mampu menentukan <i>bidang minat</i> dan/atau masalah yang ingin diselesaikan dan membentuk tim	Pemilihan bidang minat dan pembentukan tim	Membuat Tim	1	<i>Deliverable</i> 1 <i>Deliverable</i> 2
4	Mampu melakukan eksplorasi pada kelompok pengguna	Difusi Inovasi	Turun Lapangan: - Observasi - Wawancara mendalam	1, 2, 4, 5	Lembar kerja 5 Lembar kerja 6

Minggu ke-	Kemampuan akhir yang diharapkan	Pokok Bahasan	Sub pokok bahasan	References	Penugasan
5	Mampu melakukan eksplorasi untuk mengidentifikasi masalah dan akar masalah	Eksplorasi Pasar atau Pengguna	Turun Lapangan:	1, 2, 4, 5	Lembar kerja 7
			- Observasi		Lembar kerja 8
			- Wawancara mendalam		Lembar kerja 9
6	Mampu menerjemahkan informasi untuk mendefinisikan masalah	Mendefinisikan masalah	Mendefinisikan masalah	1, 2, 4, 5	Lembar kerja 10 <i>Deliverable</i> 3
7	Mampu menerjemahkan informasi untuk mengidentifikasi peluang	Mengidentifikasi Peluang	Menggali lebih dalam (turun lapang): - Wawancara pakar - Studi literatur	1, 2, 4, 5	Lembar kerja 11
UTS					
8	Mampu mengaplikasikan teknik-teknik pemunculan konsep produk	Pemunculan konsep produk	Brainstorming: - Konsep produk - Profil pengguna	1, 2, 4, 5	Lembar kerja 12 Lembar kerja 13
9	Mampu memformulasikan konsep produk	Konsep produk	Memformulasikan: - konsep produk & fitur utama - Target/Luas pasar	1, 5	<i>Deliverable</i> 4 <i>Deliverable</i> 5
10	Mampu memformulasikan konsep ide	Proposisi nilai	Memformulasikan proposisi nilai	1, 5	Lembar kerja 14
11		Valuasi Konsep Ide	<i>Rapid prototyping:</i> <i>Customer Journey</i>	1, 5	Lembar kerja 15

Minggu ke-	Kemampuan akhir yang diharapkan	Pokok Bahasan	Sub pokok bahasan	References	Penugasan
					Lembar kerja 16
12	Mampu melakukan evaluasi apakah konsep produk (<i>feasible, viable dan desirable</i>)	<i>Business model canvas</i>	<i>Rapid prototyping: BMC</i>		<i>Deliverable 6</i>
13		<i>Business model canvas</i>	BMC dan MVP		<i>Deliverable 7</i>
14	Mampu melakukan evaluasi terhadap keseluruhan proses inovasi yang dilakukan	Sintesis dan Refleksi	<i>Demo day</i>	1	<i>Deliverable 6 BMC</i> <i>Deliverable 7. MVP</i>