



A. SEKILAS TENTANG BHAYANGKARA ENTREPRENEURSHIP CONCEPT COMPETITION

Kepolisian Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (POLDA DIY) bekerja sama dengan Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) menyelenggarakan *Bhayangkara Entrepreneurship Concept Competition* (BECC) guna meningkatkan pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). BECC diharapkan berdampak baik pada meningkatkan produktivitas dan efektivitas UMKM di DIY melalui inovasi dan strategi pemasaran usaha yang dikreasikan oleh mahasiswa. Sebagai unsur vital dalam proses ini, peran mahasiswa dalam kapasitasnya sebagai agen perubahan diharapkan berperan aktif dalam mengembangkan solusi inovatif yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan *branding* keistimewaan DIY dan berdampak pada Keamanan dan Ketertiban Masyarakat (KAMTIBMAS).

BECC menjembatani kolaborasi antara mahasiswa, akademisi, dan pelaku bisnis dalam menciptakan *branding* dan ide pemasaran UMKM yang *out of the box* dan dapat diaplikasikan untuk memajukan sektor UMKM di DIY. Mahasiswa diundang untuk merancang konsep bisnis yang tidak hanya menciptakan nilai tambah bagi UMKM yang sudah ada, tetapi juga menguatkan citra unik DIY dalam ranah ekonomi kreatif. Konsep *marketing* yang ditawarkan harus unik dan tidak pernah diterapkan di tempat lain. Menciptakan *branding* dan mengangkat UMKM di DIY sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan membuka lapangan kerja lebih banyak. Contoh, apabila wisatawan luar DIY datang ke Yogyakarta, tidak lengkap rasanya jika tidak foto di Tugu Jogja, berkunjung ke Malioboro, membawa oleh-oleh Bakpia, dan beberapa identitas lain terkait Yogyakarta. Contoh lain, dahulu pada tahun 2007 orang tidak terpikirkan akan kehadiran ojek *online* di Indonesia. Dahulu pada tahun 2010 orang juga tidak terpikirkan ada *platform* yang dapat membantu transfer uang antar bank dengan gratis. Namun, di tahun 2023 saat ini kehadiran ojek *online* dan *platform* transfer uang antar bank sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Dibutuhkan pemikiran-pemikiran *out of the box*, “*lain daripada yang lain*”, dan “*ide gila*” dalam hal pemasaran produk-produk UMKM di DIY yang dapat bertahan jangka panjang, menawarkan solusi atas pemasaran produk-produk UMKM di DIY, meningkatkan pendapatan, dan membuka lapangan kerja luas bagi masyarakat.

Peserta BECC mengajukan ide/gagasan pemasaran usaha UMKM di DIY yang akan dinilai oleh sejumlah juri dalam bidang ekonomi, akademisi, praktisi bisnis, dan

sponsor. Ide-ide terbaik akan dipilih untuk memasuki tahap final, di mana peserta akan diminta untuk mempresentasikan ide/konsep mereka di hadapan para juri. Presentasi ini merupakan kesempatan bagi peserta untuk menjelaskan secara rinci konsep bisnis, strategi *branding*, serta potensi dampaknya terhadap UMKM di DIY.

BECC bukan hanya sekadar kompetisi, tetapi juga sebuah media pembelajaran yang dapat menginspirasi para mahasiswa untuk ikut serta berkontribusi untuk kemajuan UMKM di DIY. Melalui BECC, diharapkan akan muncul gagasan-gagasan segar, solusi inovatif, dan strategi *branding* yang dapat membantu mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan memperkuat citra keistimewaan DIY dalam dunia bisnis dan ekonomi kreatif.

B. LATAR BELAKANG

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) telah lama mendapat julukan sebagai pintu gerbang budaya Indonesia dan tujuan wisata unggulan. Keindahan alam yang memukau, kekayaan seni yang mendalam, karya seni, kerajinan tangan, dan warisan budaya yang kaya menjadikan DIY sebagai destinasi yang memikat para wisatawan dari seluruh penjuru dunia. Selain di bidang pariwisata, DIY dikenal juga sebagai destinasi para pelajar untuk melanjutkan pendidikannya ke jenjang perguruan tinggi. Perekonomian DIY sebagian besar turut ditopang oleh sektor pariwisata dan pendidikan yang menghasilkan dampak ekonomi secara signifikan. Namun, dalam era globalisasi yang semakin cepat dan persaingan ekonomi global yang semakin ketat, DIY perlu terus berinovasi dan beradaptasi untuk menjaga daya tariknya serta membangun ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Penting untuk diakui bahwa dengan semakin berkembangnya teknologi dan konektivitas, tantangan baru muncul dalam mempertahankan keunikan dan daya tarik DIY sebagai destinasi wisata dan pendidikan. Di tengah dinamika ini, DIY perlu mengambil langkah-langkah strategis untuk memastikan bahwa potensi ekonomi lokal dapat dioptimalkan dengan baik dan berkelanjutan.

C. DASAR HUKUM PELAKSANAAN PROGRAM

1. Peraturan Presiden (Perpres) no 2 tahun 2022 tentang pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024.
2. Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

3. PP No. 41 Tahun 2011 tentang Pengembangan Kewirausahaan dan Kepeloporan Pemuda Serta Penyediaan Prasarana dan Sarana Kepemudaan.
4. Undang-undang (UU) Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia.
5. UUD 1945 Pasal 30 ayat (4) tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia merupakan alat negara yang menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat bertugas melindungi, mengayomi, melayani masyarakat, serta menegakkan hukum.
6. Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia No 3 Tahun 2016 tentang Penyediaan Layanan Aplikasi dan/atau Konten Melalui Internet (*Over The Top*).
7. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

D. TUJUAN

1. Peningkatan kualitas produk dan pemasaran produk UMKM di DIY.
2. Memajukan sektor ekonomi kreatif UMKM di DIY.
3. Meningkatkan *branding* keistimewaan DIY dan produk-produk UMKM di DIY.
4. Memberi ruang kreasi bagi mahasiswa yang kuliah di DIY untuk mengembangkan potensi di bidang ekonomi kreatif.
5. Menciptakan sinergi antara dunia pendidikan, ekonomi, dan keamanan.
6. Menciptakan *connecting* produsen dengan pasar lokal/nasional/internasional.
7. Turut serta menciptakan KAMTIBMAS yang kondusif melalui jejaring wirausaha berkelanjutan.

E. FILOSOFI LOGO



Logo BECC

Filosofi logo BECC:

1. Warna logo



Warna kuning dan hitam merupakan warna khas kepolisian.

2. Letter BECC



Bentuk dasar huruf BECC yang juga membentuk sebuah ujung tombak menunjukkan Polda sebagai pelindung seluruh kalangan masyarakat. Pembagian *simetry* juga menunjukkan kita yang selalu siap sedia dan waspada atas hal-hal yang membawa pengaruh buruk dari berbagai celah.

3. Mata Tombak



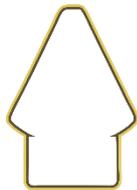
Mata tombak sebagai wujud para calon *entrepreneur* yang siap menerjang berbagai rintangan untuk mencapai cita-citanya. Tombak yang juga menunjukkan semangat perjuangan yang tiada henti untuk membawa Indonesia lebih maju lagi.

4. Siluet Kayon



Siluet kayon yang memberikan identitas Yogyakarta dan warna dasar hitam sebagai keteguhan hati pada calon *entrepreneur*. Dapat juga diartikan sebagai wadah yang diberikan oleh Polda DIY untuk para calon *entrepreneur* dapat mengembangkan keahliannya dengan berkompetisi.

5. Dua Garis Tepi



Dua garis tepi ini menunjukkan Polda yang selalu selaras dengan masyarakat dalam menjalankan tugasnya. Garis tepi yang mengelilingi logo juga menunjukkan peran kita untuk bisa tetap berada di dalam aturan yang telah ada.

F. SYARAT DAN KETENTUAN

- **Persyaratan Administratif**

1. Tercatat sebagai mahasiswa aktif jenjang D3/D4/S1 pada sebuah perguruan tinggi di DIY, dibuktikan dengan mengunggah:
 - a. Bukti pindaian Kartu Tanda Mahasiswa (KTM).
 - b. Kartu Rencana Studi (KRS) semester terakhir/aktif.
2. Mengunggah surat pernyataan bermaterai yang berisi tentang:
 - a. Pernyataan orisinalitas karya.
 - b. Pernyataan tidak sedang bekerja di instansi/perusahaan tertentu.
 - c. Pernyataan bersedia mengikuti dan mematuhi segala aturan yang berlaku.Template surat pernyataan bermaterai dapat diunduh pada: <https://uny.id/SuratPernyataanBECC>
3. Mengisi formulir pendaftaran di laman: <https://uny.id/PendaftaranBECC>

- **Ketentuan Lomba**

1. Lomba bersifat kelompok, terdiri dari 3-5 mahasiswa. Kelompok boleh berasal dari perguruan tinggi yang berbeda.
2. Setiap perguruan tinggi diperbolehkan mengirimkan lebih dari satu tim.
3. Setiap mahasiswa hanya diperbolehkan menjadi ketua/anggota pada satu tim.
4. Melakukan registrasi pendaftaran dan unggah dokumen persyaratan pada laman <https://uny.id/PendaftaranBECC> paling lambat pada tanggal 15 September 2023 pukul 23.59 WIB.
5. Seluruh proposal yang diterima oleh panitia akan diseleksi berdasarkan kriteria penilaian dan dipilih konsep *marketing* terbaik untuk menjadi finalis.
6. Jumlah finalis dalam tahap *semi final* yaitu 12-20 tim yang dinyatakan layak oleh dewan juri.
7. Peserta yang lolos *semi final* akan mempresentasikan ide/gagasan konsep *marketing* yang ditawarkan untuk memperebutkan tiket *grand final* sejumlah 6-9 tim.
8. Finalis pada tahap *grand final* mempresentasikan konsep *marketing* di hadapan dewan juri untuk memperebutkan *Presisi Golden Prize*. Hadiah *Presisi Golden Prize* dapat diperoleh apabila:
 - a. Dewan juri menemukan ide *marketing* yang ***out of the box*** sesuai dengan tujuan pelaksanaan kegiatan.

- b. Ide *marketing* yang ditawarkan rasional, dapat diaplikasikan, tepat sasaran, terukur, diterima dan sesuai kebutuhan UMKM di DIY.
 - c. Merealisasikan ide/gagasan dengan penuh tanggungjawab sesuai rencana dan kesepakatan dengan dewan juri.
9. Hadiah *Presisi Golden Prize* disampaikan secara bertahap sesuai kebutuhan dengan syarat dan ketentuan berlaku yang akan disampaikan lebih lanjut oleh pihak sponsor dan perbankan.
10. Apabila saat presentasi *grand final* dewan juri yang terdiri dari akademisi, praktisi bisnis, dan sponsor tidak menemukan konsep *marketing* yang *out of the box* sesuai dengan tujuan pelaksanaan kegiatan maka finalis hanya akan mendapatkan hadiah *Presisi Regular Prize*.
11. Tim mengirim proposal rancangan ide dalam bentuk format dokumen dan video. Rancangan ide dinarasikan dalam dokumen dengan format bebas maksimal 5 halaman dan dalam bentuk video audio visual maksimal 5 menit.
12. Tim yang lolos seleksi (dinyatakan sebagai finalis *semi final* dan *grand final*) diwajibkan mengirimkan *file* presentasi kepada panitia sesuai waktu yang telah ditentukan dan tidak diperkenankan untuk diubah.
13. Presentasi dilakukan maksimal 15 menit dan dilanjutkan sesi tanya jawab secukupnya. Sesi tanya jawab tidak dibatasi waktu.
14. Peserta diwajibkan menjaga integritas dan sportivitas.
15. Dewan juri berhak membatalkan kemenangan peserta apabila terbukti ada indikasi plagiarisme, pelanggaran, atau kecurangan.
16. Ide/gagasan rencana pemasaran produk UMKM yang ditawarkan belum pernah dilombakan, bersifat orisinal, bukan hasil plagiarisme dari karya yang telah ada.
17. Ide inovasi yang diusulkan harus dapat diimplementasikan secara nyata.
18. Keputusan dewan juri bersifat final, mutlak, dan tidak dapat diganggu gugat.

G. SISTEMATIKA PENULISAN PROPOSAL

1. Desain proposal bebas sesuai kreativitas masing-masing kelompok
2. Adapun narasi dalam proposal terdiri atas:
 - a. Judul dan Identitas tim
 - b. *Executive Summary*
 - c. Konsep *Marketing*

Strategi Pemasaran	Jelaskan strategi pemasaran dengan analisis 4P atau 7P dan ilustrasi gambar
Tools Marketing	Uraikan dengan jelas, <i>tools marketing</i> apa saja yang digunakan
Customer Relationship Management (CRM)	Jelaskan strategi dalam membangun <i>engagement</i> dengan konsumen/pelanggan
Jangkauan Pasar	Jelaskan secara terperinci jangkauan pasar, wilayah mana yang menjadi prioritas utama dalam memasarkan produk serta bagaimana saluran distribusinya

- Menyematkan *link* video yang telah dibuat dan di unggah ke youtube dengan durasi maksimal dalam 5 menit menjelaskan konsep marketing yang ditawarkan secara audio visual.

H. KRITERIA PENILAIAN

NO	KRITERIA	BOBOT (%)	SKOR (0-100)	NILAI ($BOBOT \times SKOR$)
A.	TAHAP SELEKSI PROPOSAL			
1	Originalitas, inovasi, dan kebaruan ide yang <i>out of the box</i>	50		
2	Relevansi dengan tujuan kegiatan	10		
3	Analisis kebutuhan pasar/UMKM	20		
4	Potensi implementasi dan keberlanjutan	10		
5	Keterpaduan dan Konsistensi ide/gagasan	10		
	Jumlah A	100		
B	TAHAP PRESENTASI SEMI FINAL			
1	Kekuatan konsep bisnis	50		
2	Presentasi, Penyajian, dan komunikasi	15		
3	Kemampuan menjawab pertanyaan	35		
	Jumlah B	100		
B	TAHAP PRESENTASI GRAND FINAL			
1	Kekuatan konsep bisnis	50		
2	Presentasi, Penyajian, dan komunikasi	15		
3	Kemampuan menjawab pertanyaan	35		
	Jumlah C	100		
	Total Jumlah A + B + C			

I. TAHAPAN KEGIATAN

No	Kegiatan	Waktu	Tempat
1	Sosialisasi	14 Agustus 2023	Media <i>Online</i> & Media Cetak
2	Pendaftaran dan <i>Submit</i> Proposal	14 Agustus - 15 September 2023	https://uny.id/PendaftaranBECC
3	Seleksi Proposal	18 - 22 September 2023	UNY
4	Pengumuman <i>semi final</i>	24 September 2023	Media Sosial BECC
5	Pengumpulan <i>File</i> Presentasi <i>semi final</i>	24 – 26 September 2023	Dalam Jaringan
6	Presentasi <i>semi final</i>	28 - 29 September 2023	UNY
7	Pengumuman Finalis	1 Oktober 2023	Media Sosial BECC
8	<i>Technical Meeting</i>	2 Oktober 2023	Dalam Jaringan
9	Pengumpulan <i>File</i> Presentasi <i>Grand Final</i>	2-5 Oktober 2023	Dalam Jaringan
10	<i>Grand Final</i>	7 Oktober 2023	Pakuwon Mall DIY

J. HADIAH LOMBA

Hadiah	Keterangan
Rp. 500.000.000,-	<i>Presisi Golden Prize A*) **)</i>
Rp. 300.000.000,-	<i>Presisi Golden Prize B*) **)</i>
Rp. 200.000.000,-	<i>Presisi Golden Prize C*) **)</i>
Rp. 200.000.000,-	<i>Presisi Golden Prize C*) **)</i>
*) NB: Syarat & Ketentuan berlaku	
Hadiah	Keterangan
Rp. 5.000.000,-	<i>Presisi Regular Prize Finalis 1 **)</i>
Rp. 4.000.000,-	<i>Presisi Regular Prize Finalis 2 **)</i>
Rp. 3.000.000,-	<i>Presisi Regular Prize Finalis 3 **)</i>
Rp. 2.000.000,-	<i>Presisi Regular Prize Finalis 4 **)</i>
Rp. 1.500.000,-	<i>Presisi Regular Prize Finalis 5 **)</i>
Rp. 1.400.000,-	<i>Presisi Regular Prize Finalis 6 **)</i>
Rp. 1.300.000,-	<i>Presisi Regular Prize Finalis 7 **)</i>
Rp. 1.200.000,-	<i>Presisi Regular Prize Finalis 8 **)</i>
Rp. 1.100.000,-	<i>Presisi Regular Prize Finalis 9 **)</i>

**) Semua hadiah dipotong pajak



K. NARAHUBUNG

Instagram : <https://www.instagram.com/becc.official/>
Telegram : <https://t.me/INFOBECC2023>
Website : <https://lomba.uny.ac.id/becc>
Linktree : <https://linktr.ee/becc.official>

L. PENUTUP

Demikian buku panduan *Bhayangkara Entrepreneurship Concept Competition* (BECC) ini disusun untuk menjadi acuan pelaksanaan bagi mahasiswa yang mengikuti lomba ini. Diharapkan kedepan mahasiswa dapat terus menumbuhkan dan mendukung semangat wirausaha di Indonesia khususnya di DIY, serta mampu melahirkan wirausaha yang handal, profesional, dan inovatif berkelanjutan.

LAMPIRAN

Marketing Mix 7Ps

MARKETING MIX

Product	Price	Place	Promotion	Process	People	Physical Evidence
<ul style="list-style-type: none"> Penentuan Logo dan Tagline Penciptaan Merek/ brand Penciptaan Kemasan Keputusan Label 	<ul style="list-style-type: none"> Cerminan nilai (<i>value</i>) produk atau jasa yang ditawarkan Biaya produksi Kondisi pasar Kondisi ekonomi 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mudah terlihat ✓ Akses yang mudah dijangkau ✓ Dekat dengan konsumen ✓ Biaya sewa tempat yang terjangkau ✓ Keamanan dan kebersihan lingkungan sekitar ✓ Besar pendapatan masyarakat sekitar ✓ Lokasi dengan tingkat kompetisi yang rendah cenderung rendah 	<ul style="list-style-type: none"> Periklanan (<i>advertising</i>) Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) Publisitas (<i>publicity</i>) Penjualan pribadi (<i>personal selling</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> Prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, hingga aktivitas rutin yang dilakukan dalam kegiatan produksi dan pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> Seleksi Pelatihan Motivasi 	<ul style="list-style-type: none"> <i>An attention creating medium (menarik & unik)</i> <i>A message creating medium (symbol)</i> <i>An effect creating medium (seragam)</i>
		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tingkat keramaian dan kepadatan penduduk sekitar 				

Marketing Mix 7Ps





POLDA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

