



CENTER OF EXCELLENCE

PROGRAM STUDI TATA BUSANA

Noor Fitrihana

FT UNY

Seminar Nasional PTBB, 24 Oktober 2020

Center Of Excellence (CoE) TVET

Pengembangan institusi TVET sebagai pusat keunggulan (CoE) dalam menyiapkan **tenaga kerja yang memiliki keterampilan berorientasi masa depan** sesuai kebutuhan industri, dunia usaha dan dunia kerja (IDUKA) yang kompetitif dan inovatif sesuai **standar nasional dan internasional**.

Three Operational Models for Centers of Excellence

Centers within a Training Institution



Stand-alone Independent Centers of Excellence



Networks of Excellence



Karakteristik CoE TVET

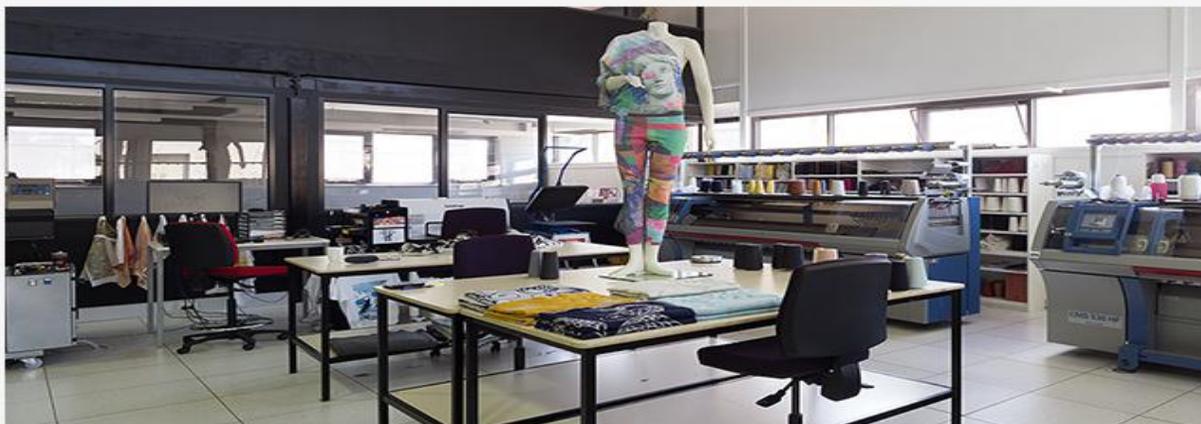
- Memiliki Banyak Alumni yang sukses berkarir dan berwirausaha
- Memiliki Tenaga Ahli *qualified* dan *certified*
- Memiliki Kurikulum Yang Relevan dengan industri
- Memiliki Kerjasama Industri yang kuat
- Memiliki Inovasi pembelajaran
- Memiliki HAKI/Paten produk inovasi dari hasil R n D
- Memiliki dukungan Fasilitas Modern
- Memiliki unit usaha sebagai inkubator *Start Up*
- Memiliki kemandirian dalam tata kelola dan penganggaran secara berkelanjutan



Unsur	Pengembangan CoE
Hardware	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penataan lingkungan sekolah untuk menciptakan lingkungan belajar abad 21 2. Modernisasi perabot dan peralatan praktik berorientasi industri 4.0 3. Pengembangan fasilitas inkubator wirausaha (School Based enterprise) 4. Fasilitas <i>manajemen smart school</i>
Software	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redesign kurikulum yang fleksibel sesuai kebutuhan kompetensi industri dikembangkan bersama industri 2. Pengembangan kurikulum proyek kewirausahaan/ start Up 3. Implementasi pembelajaran 4.0, kelas industri, TEFA
Brainware	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reskilling dan Upskilling SDM 2. Magang dan sertifikasi kompetensi SDM 3. Pengembangan R n D Inovasi produk, inovasi pembelajaran 4.0, Technopreneur dan edupreneur 4. Budaya Kerja
Netware	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan kolaborasi dan kerjasama industri 2. Pengembangan kerjasama dan ekosistem kewirausahaan 3. Pengembangan proyek berbasis masyarakat 4. Sertifikasi dan akreditasi kelembagaan 5. Pengembangan BLU/BLUD

TEXTILE & FASHION HUB

Customised Training Solutions



HOME >

CUSTOMISED TRAINING SOLUTIONS >

HUB SERVICES >

HUB TECHNOLOGY >

TEXTILE & DESIGN ARCHIVE >

ENQUIRE NOW >

- ▶ **Knitwear**
We can produce sampling & /or production for you. We have the ability to produce complete garments using whole garment technology. We can work with basic knitting modes, as well as jacquard, cables & intarsia. We specialise in fashion garments & home wear's & lifestyle products.
- ▶ **Garment printer**
The garment printer uses digital print technology not dissimilar to an ink jet printer, do drop ink-on-demand onto a garment. This printer is a placement printer with a maximum print size of 355mm x 405mm.
- ▶ **Tailored Training**
Our industry expert consultants work closely with your organisation to identify and define the requirement. This gives us the opportunity to better understand your business, your people and your processes, which in turn allows us to build the training package that best suits your need and specifically addresses your requirements.
- ▶ **Room Hire**
We have a variety of rooms available, complete with interactive screens. You can either use our boardroom with catering facilities, seminar room, CAD & excel rooms.

KNITTING MACHINES

Stoll CMS



Stoll is one of the global leaders for commercial knitting machines. The Textile and Fashion Hub houses two Stoll twelve gauge machines (530 HP and 822 HP). The Stoll multi gauge knitting technology allows you to work with all basic knitting modes, as well as jacquard, aran, cables and intarsia.

FIND OUT MORE >>

Shima Seiki MACH2S



The Shima Seiki offers users the ability to produce complete garments using its unique whole-garment technology. Removing the process of linking and cup seaming, the Shima Seiki represents the latest innovation in garment manufacturing. The knitting machines can knit beautifully shaped, high-quality whole-garment products which conform to the body for improved comfort and a more elegant silhouette.

FIND OUT MORE >>

DIGITAL PRINT MACHINE

GT-541 Brother



3D BODY SCANNER

Room hire



Executives report a mismatch between the skills their workers have now and the ones they'll need in the future

Top challenges in preparing the workforce
(Respondents were asked to rank top three challenges)

Too great a mismatch between current skill sets and those that will be needed in the future
55%

Difficult to attract talent with the necessary skills
48%

Difficult to retain talent with the necessary skills
46%

Lack of knowledge of which skills will be needed
46%

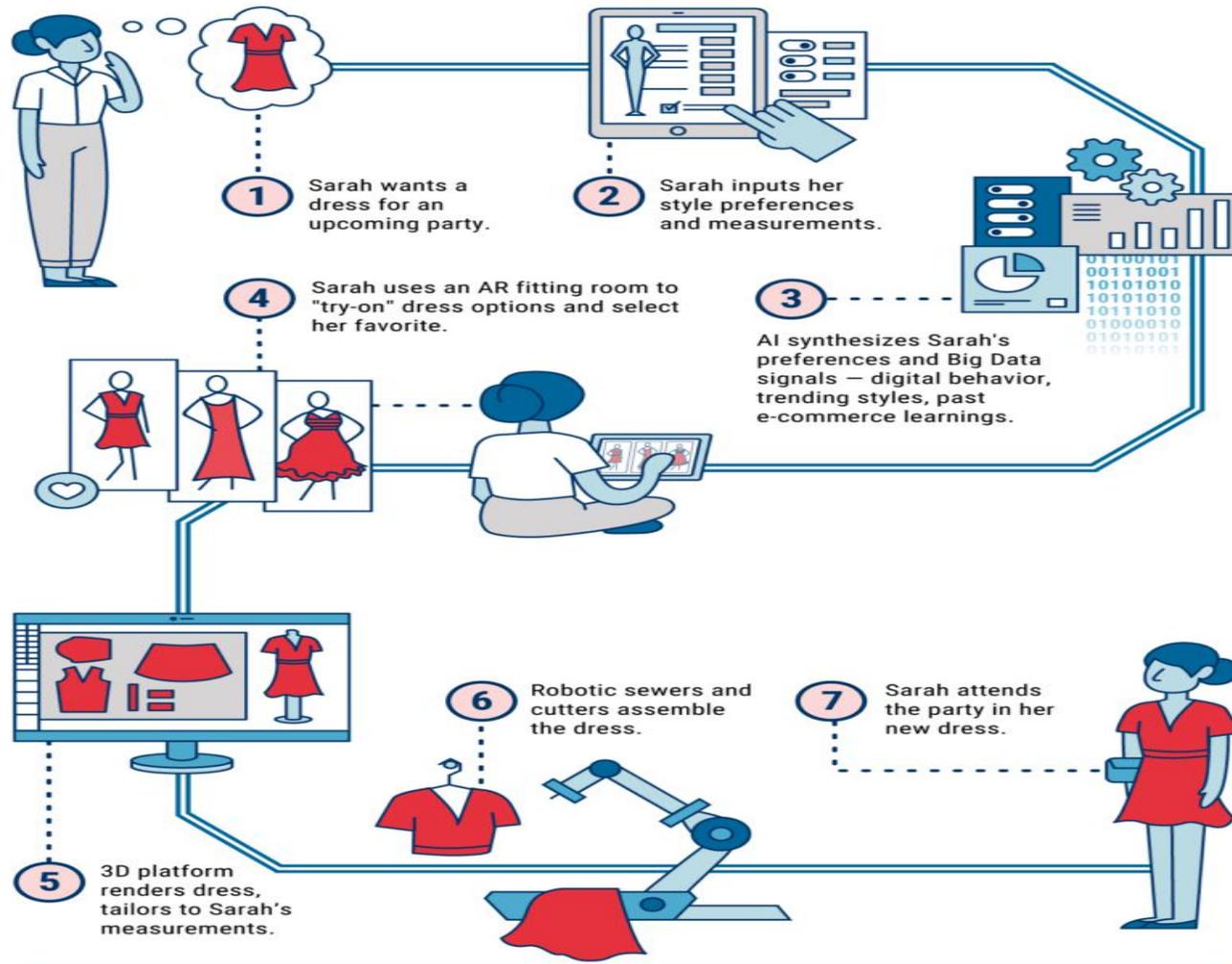
Lack of technology fluency by employees and leaders
44%

Lack of effective training programs
39%



Tech Is Automating The Fashion Designer

UNDERSTANDING TECH'S IMPACT ON FASHION DESIGN AND CONSTRUCTION



Source: "Success Personified in the Fourth Industrial Revolution," Deloitte Global, January 2019. Copyright © 2019



- *Virtual stitcher*
- *Pattern software*
- *Marker software*
- *Fast React (Production Planning System)*
- *Intellocut (material control)*

Engraving & embossing with Laser Technology



PAN BROTHERS
TOWARDS FOLKLORE
4.0

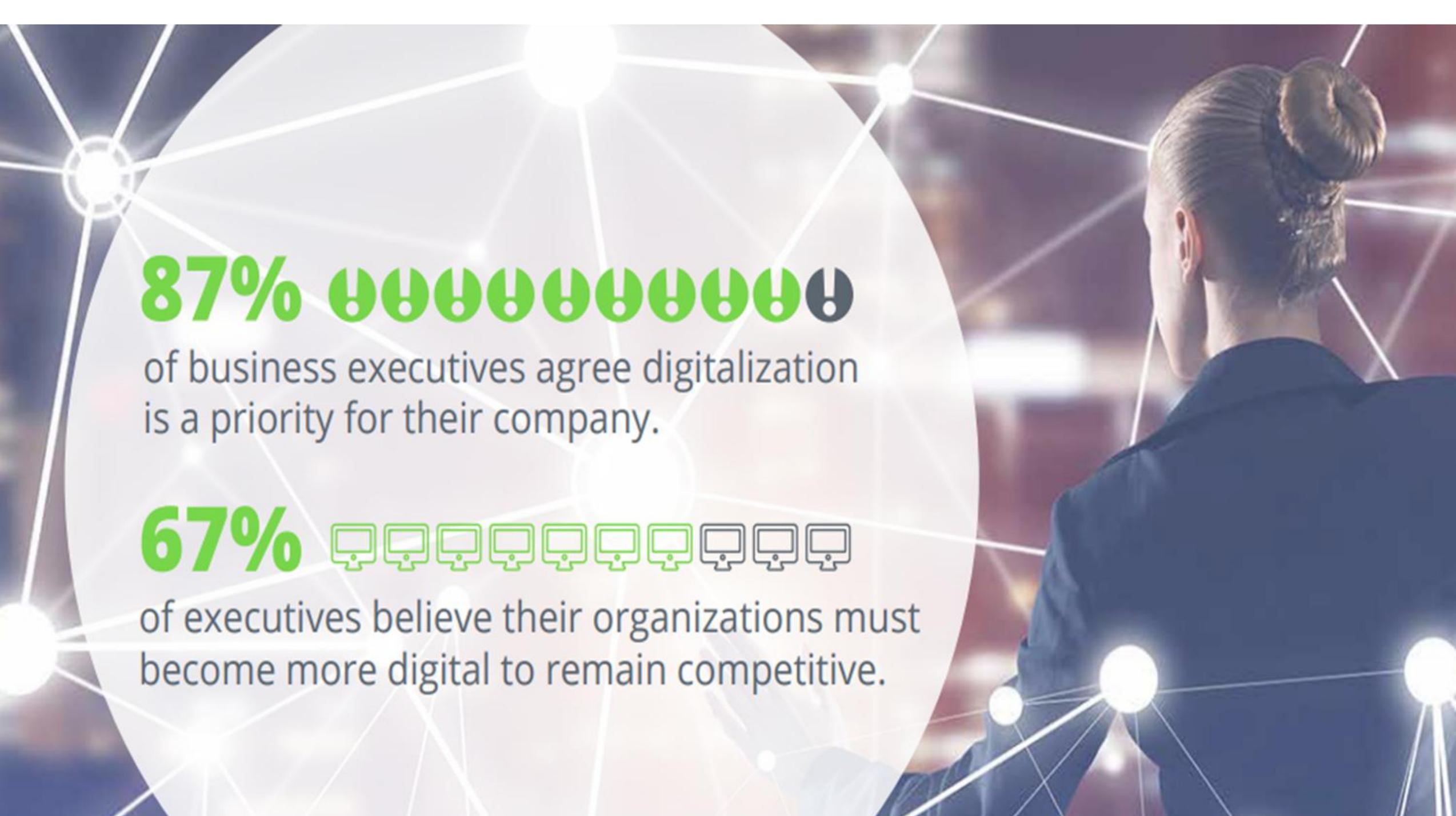


- *SAP (System Application Product)*
- *GMS (Garment Monitoring System)*
- *RFID (Radio Frequency Identification)*
- *DPA (Digital Process Analysis)*
- *E-Inspection*

Vision picking with 'google' device (under development)



- *PPA (Preparation Assembly)*
- *Auto Cutter*
- *CNC (Computer Numerical Control) Machine*
- *AGV (Auto Guided Vehicle)*



87% 

of business executives agree digitalization is a priority for their company.

67% 

of executives believe their organizations must become more digital to remain competitive.



Core Fashion	Digital Teknologi
Desain	Corel, Adobe Illustrator, Ibis Paint, Adobe Photoshop, 3D Simulation, Direct Printing, Whole Garmen knitting dll
Pola	CAD/CAM Patern, Grading, Marker
Produksi Busana	Produk Life Management, Computerize sewing Machine, Automatic/robotic sewing machine,
Marketing	Virtual display, Digital marketing
Bisnis	Market Place, Online Store,

New generation of designers is emerging who are exploring **3D digital designs** through online tutorials and forums in place of being taught formally at university. Bucking the tradition of fashion college education, these designers are redefining **the future of fashion**

(<https://www.fashionatingworld.com>)

Exhibit 5:

Innovation has been scaled-up along the entire fashion value chain and is here to stay



SOURCE: MCKINSEY & COMPANY

State of Fashion corona Virus Update, MCKINSEY)

6 Kompetensi yang dibutuhkan di Era Next Normal

- ❑ **Digital skills**
- ❑ **Kemampuan berbahasa Internasional**
- ❑ **Kemampuan Teknis**
- ❑ **Kewirausahaan (bisnis owner)**
- ❑ **Adaptif, Problem solving Kreatif dan Inovatif berkelanjutan (*life long learning*)**
- ❑ **Karakter yang kuat (*Soft Skills*)**



Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia

Penetrasi Pengguna Internet 2018

64,79% atau
171,17 juta jiwa



Hasil survei APJII pengguna internet Indonesia bertambah 10,12% pada tahun 2018 dibanding tahun 2017. Pada tahun 2018 jumlah pengguna internet sebanyak 171,17 juta pengguna dari total populasi 264,16 juta jiwa.

Transaksi E-Commerce Indonesia Terbesar di Asia Tenggara

2019 = US\$ 21 miliar

2025 = US\$ 82 miliar



Katadata

databoks

Rata-rata pertumbuhan ekonomi digital berada dikisaran 20%-30% sejak 2015. Nilai transaksi e-commerce Indonesia yang terbesar di Asia Tenggara nilainya sebesar US\$ 21 miliar pada tahun 2019 dan meningkat menjadi US\$ 82 miliar pada tahun 2025 (Sumber : Laporan e-Conomy SEA 2019 oleh Google dan Temasek, 2019)

Sumber Biro Perekonomian dan Keuangan Setda Provinsi DKI Jakarta, 2020

Inovasi Digital Ekonomi

GOJEK
US\$ 5 miliar
(Rp 69,4 triliun)

tokopedia
US\$ 1,062 miliar
(Rp 15 triliun)

4 Start Up Unicorn Indonesia!
Estimasi Valuasi (Mei 2018)

traveloka
US\$ 2 miliar
(Rp 28 triliun)

Bukalapak
US\$ 1 miliar
(Rp 14 triliun)

Kenapa Valuasi Gojek lebih tinggi dari Garuda ?



Perkembangan teknologi seperti ini telah mengubah model bisnis yang baru. Jaman dahulu, valuasi bisnis lebih fokus pada **TANGIBLE ASSET** atau aset fisik semacam pabrik, tanah, bangunan, dan aset fisik lainnya. Sedangkan saat ini, **INTANGIBLE ASSET** atau aset tak berwujud dianggap lebih tajir.



GOJEK
Rp. **138** Triliun

App and Digital Platform adalah Intangible Asset atau aset tak berwujud yang amat mahal harganya.

The Power Of Digital App dengan aplikasi mereka bisa raih puluhan juta pelanggan dengan super efisien hanya berbekal koneksi internet;

Optimisme investor terhadap pertumbuhan bisnis berbasis digital di masa depan

Garuda Indonesia
Rp. **6,16** Triliun





KAYA KARENA START-UP

146
FERRY UNARDI (36 tahun)
 Nama Perusahaan: Traveloka
 Jenis Bisnis: Biro Perjalanan Wisata
 Kekayaan: USD146 juta (Rp2,09 triliun)
 Ferry mendirikan Traveloka bersama dua rekannya pada 2012. Dia berhasil menggaet investasi dari Global Founder Capital.

148
WILLIAM TANUWIJAYA (34)
 Tokopedia
 Ritel
 USD138 juta (Rp1,87 triliun)
 Tokopedia mendapatkan investasi segar USD1,1 miliar dari konsorsium yang dipimpin Alibaba. Ini menjadikan William Tanuwijaya sebagai selebritas di industri digital di Indonesia.

149
ACHMAD ZAKY (31)
 Bukalapak
 Ritel
 USD106 juta (Rp1,51 triliun)
 Didirikan 2010, Bukalapak.com memfokuskan pada pemberdayaan UMKM. Bukalapak berkembang pesat dan mendorong pengusaha kecil memiliki pasar yang lebih baik.

150
NADIEM MAKARIM (33)
 Go-Jek
 Transportasi
 USD106 juta (Rp1,44 triliun)
 Didirikan 2010, Go-Jek kini beroperasi di 50 kota di Indonesia. Dalam waktu dekat, akan ekspansi ke Filipina dan Singapura.

ORANG TERKENAL

ORANG KAYA INDONESIA

1 ROBERT HARTONO (77) dan MICHAEL HARTONO (76)
 DIAMANTI (Bank, perbankan, industri, telekomunikasi)
 USD11 miliar

2 EKA TIPTA WIDJAJA (54)
 SINAR MAS GROUP (Kedai swalayan, properti)
 USD13,9 miliar

3 ANTHONI SALIM (58)
 PERSI PACIFIC (Smanakan, investasi)
 USD11,5 miliar

ESQ LEADERSHIP CENTER

7 STARTUP SUKSES INDONESIA

Yang masuk Daftar Orang terkaya baru....adalah Mereka yang berbisnis dengan **Teknologi Digital**

Empat bos start-up Indonesia, **Ferry Unardi (Traveloka), William Tanuwijaya (Tokopedia), Achmad Zaky (Bukalapak), Nadiem Makarim (Go-Jek)**

untuk pertama kalinya berhasil masuk dalam daftar **150 orang terkaya Indonesia** versi Globe Asia



Transformasi Digital



- Digitalisasi Penawaran Produk dan Layanan
 - Inovasi Model Bisnis Digital
 - Digitalisasi dan Integrasi Sistem Rantai Pasok (Omni Chanel)
- 
- 



Demand Driven Vokasi



- Memenuhi Kebijakan Standar Pendidikan Nasional
- Memenuhi Tuntutan Industri, Dunia Usaha dan Dunia Kerja untuk menyiapkan kebutuhan tenaga kerja saat ini dan era IR 4.0
- Memfasilitasi pengembangan potensi peserta didik (milinea talent) agar memiliki *kemandirian (livelihood)* sesuai *Passion*



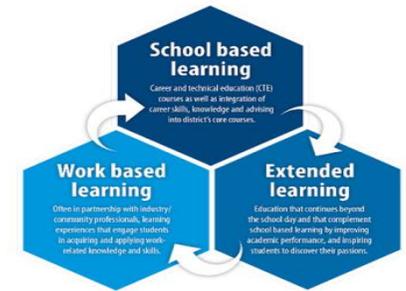
Perubahan cara Belajar



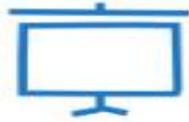
BLENDED



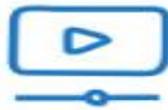
EXTENDED



open textbooks



lecture notes & presentations



multimedia



audio



illustrations



animations



assignments



quizzes

animation icon: CC0 Hayoung Park, UNESCO-UNEVOC
all other icons CC BY Ralf Schmitzer, Noun Project

MENGENAL MERDEKA BELAJAR - KAMPUS MERDEKA

Kemerdekaan Belajar

"Memberi kebebasan dan otonomi kepada lembaga pendidikan, dan merdeka dari birokratisasi, dosen dibebaskan dari birokrasi yang berbelit serta mahasiswa diberikan kebebasan untuk memilih bidang yang mereka sukai."

Nadiem Anwar Makarim
Menteri Pendidikan dan Kebudayaan

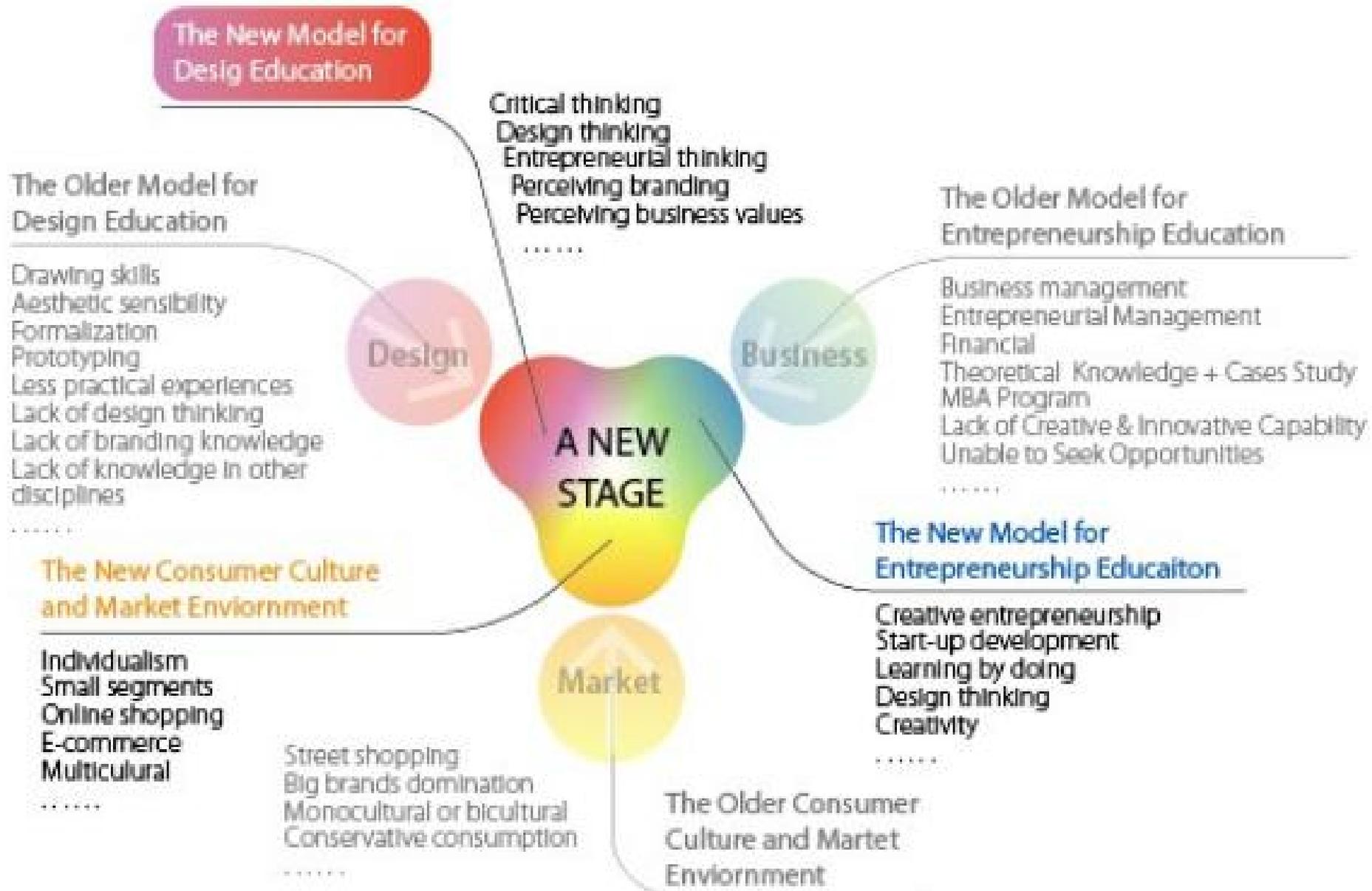


Kampus Merdeka, program “hak belajar tiga semester di luar program studi” adalah untuk meningkatkan kompetensi lulusan, baik **soft skills** maupun **hard skills**, agar lebih siap dan relevan dengan kebutuhan zaman, menyiapkan lulusan sebagai pemimpin masa depan bangsa yang unggul dan berkepribadian.

Program-program **experiential learning** dengan jalur yang **fleksibel** diharapkan akan dapat memfasilitasi mahasiswa mengembangkan potensinya sesuai dengan passion dan bakatnya.



PERUBAHAN CARA BELAJAR



Karakteristik *Learning Factory/Teaching industry*

<i>Karakteristik</i>	<i>uraian</i>
Pembiayaan	Pemerintah, IDUKA, Satuan Pendidikan
Sarana dan prasarana	ICT, Lab/bengkel, lingkungan belajar dan <i>Showroom</i>
Pengelolaan/ Manajemen	Good School Governance Tata Kelola BLU/BLUD
Tujuan	Pendidikan dan pelatihan berbasis dunia kerja , Pengembangan Profesional, Penelitian/inovasi, Pemberdayaan masyarakat
Model Pembelajaran	Dual System, CBT, PBET, Teaching Factory
Sistem Pembelajaran	<i>Workshop, Flipped, Blended, Online Learning, (sinkron-asinkron)</i>
Materi dan media	<i>Spesifikasi, modul/Jobsheet berbasis industri, video, ICT</i>
Lingkungan belajar	Lingkugan kerja industri, Bengkel, Sekolah, komunitas Fisik dan Virtual

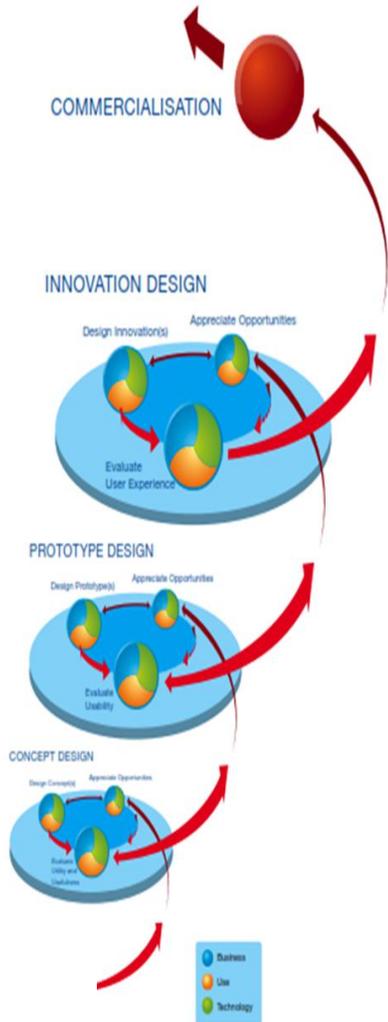


Karakteristik Learning Factory/Teaching industry

<i>Karakteristik</i>	<i>uraian</i>
<i>Work Integrated Learning</i>	<i>Integrasi /berorientasi budaya , lingkungan, dan cara kerja industri dalam pembelajaran</i>
Produk	Barang dan/atau Jasa yang dapat di komersialisasi
<i>Partner/networking</i>	Dunia Usaha dan industri, Pemerintah, Masyarakat
Jaminan Kualitas	Kualitas proses, produk dan layanan konsumen (Perijinan dan HAKI)
Capaian pembelajaran	Inovasi, Kompetensi kerja dan kewirausahaan
Keberlanjutan	<i>Life long learning. Penempatan kerja, pengembangan start up,</i>



Level Pembelajaran Berbasis Proyek



Membuat proyek berdasarkan pesanan konsumen (IDUKA) untuk menghasilkan produk dan mendirikan usaha yang dikomersialisasi berkelanjutan

1

Membuat proyek lebih kompleks untuk menghasilkan produk sesuai standar yang dibutuhkan oleh IDUKA tanpa komersialisasi

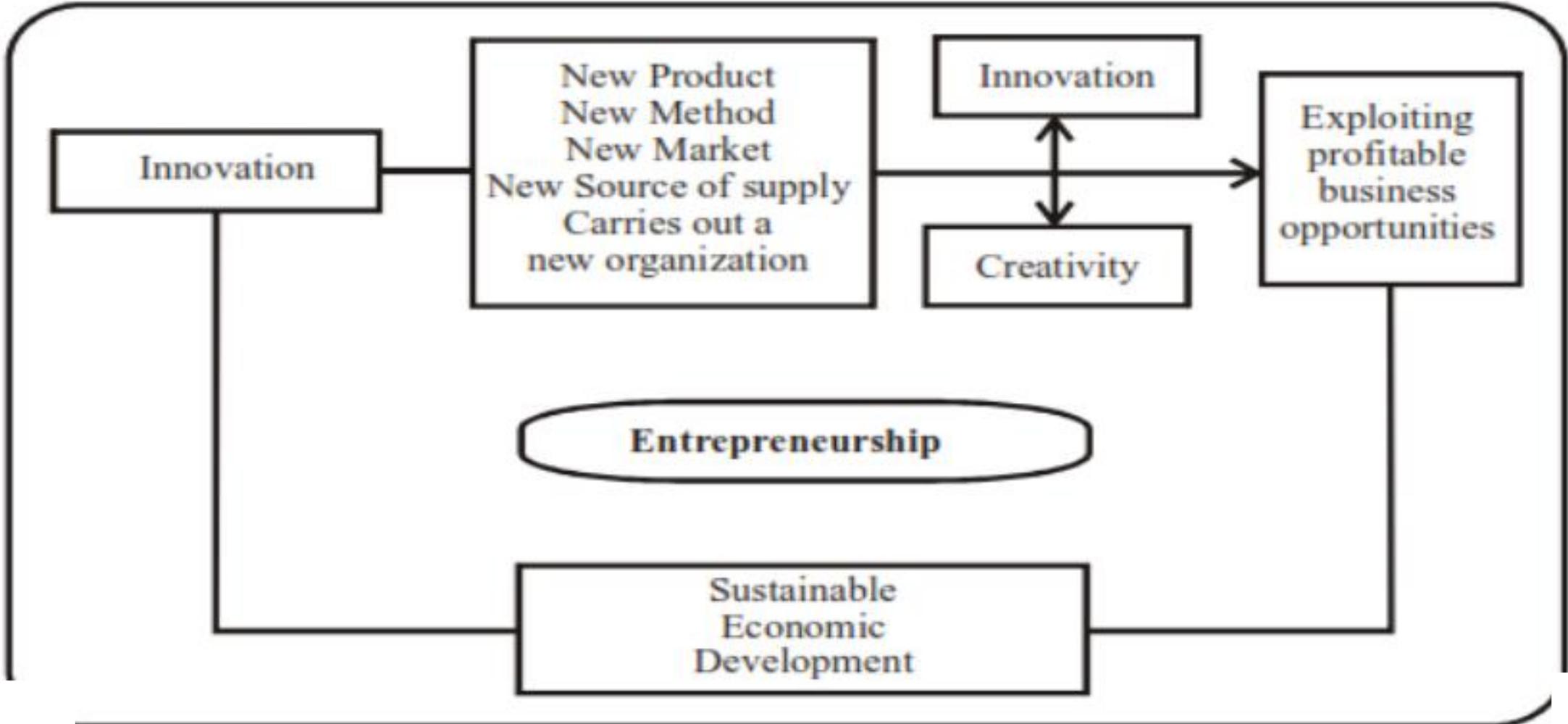
2

Membuat proyek sederhana untuk menghasilkan produk di kelas

3



Level Pembelajaran Berbasis Proyek



Perubahan cara Bisnis

Menurun



Meningkat



Perubahan cara transaksi



POPULAR MONEY-RELATED APPS

<small>Apple: #1 Overall Play: #13 Overall</small> Go-Jek	<small>Apple: #1 Finance Play: #3 Finance</small> OVO	<small>Apple: #17 Finance Play: #18 Finance</small> UangTeman
<small>Apple: #6 Finance Play: #66 Finance</small> Doku	<small>Apple: #8 Finance Play: #16 Finance</small> Kredivo	

Source: AppRadar

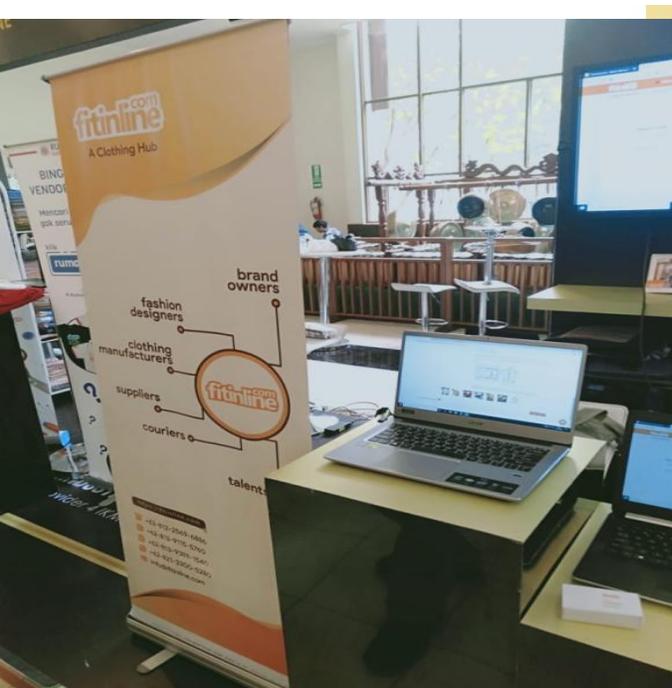
Perubahan Model Bisnis

Investasi asset



Sharing asset, BISNIS dan profit





+62-813-9115-5760 +62-813-9388-1540

Learning Sharing Shopping Abc

Fitinline

#1 Portal for Clothing Creation

Tempat kamu **belajar**, **berbagi** dan **belanja** apa saja tentang **pembuatan baju**

Fitinline

LEARNING

Sedang belajar membuat baju tapi bingung mencari bahan belajar?

Di Fitinline.com kamu akan menemukan berbagai fitur yang dapat membantu kamu dalam **belajar membuat baju**. kamu dapat melihat **VIDEO TUTORIAL**, mengunduh **EBOOK**, mendapatkan contoh-contoh **POLA BAJU**, berdiskusi di **FORUM** ataupun membaca berbagai **ARTIKEL**.

SHOPPING

Sedang mencari material atau butuh layanan untuk membuat baju?

Di Fitinline.com kamu dapat menemukan berbagai **MATERIALS** yang dibutuhkan untuk membuat baju, kamu juga dapat memesan **BAJU CUSTOMS** dan menemukan layanan-layanan pembuatan baju di bagian **SERVICES**.

SHARING

Ingin mencari sumber inspirasi tentang baju atau teman untuk berbagi berbagai hal tentang baju?

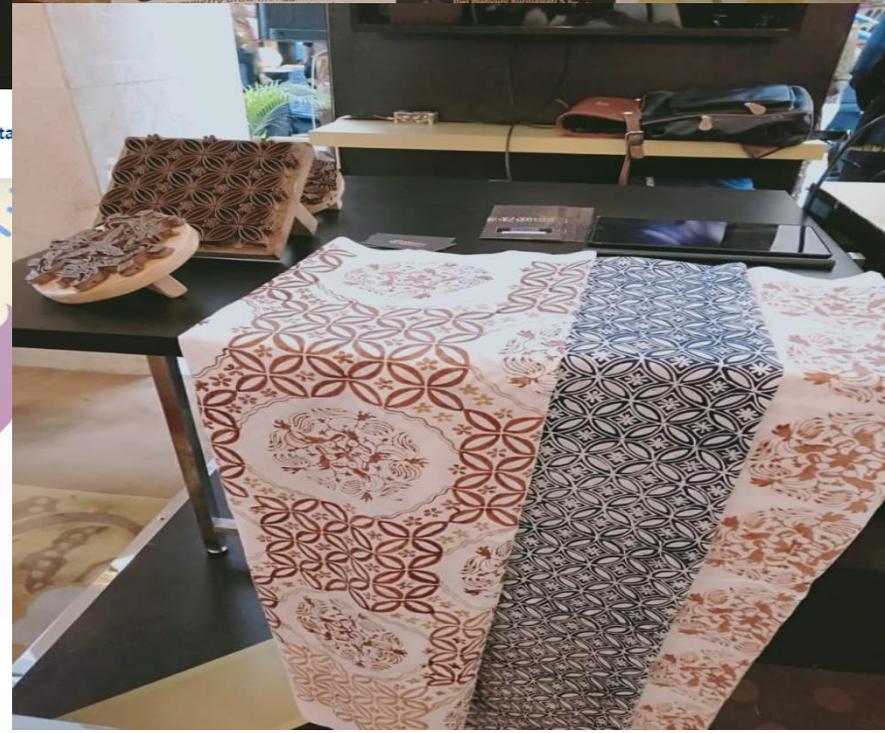
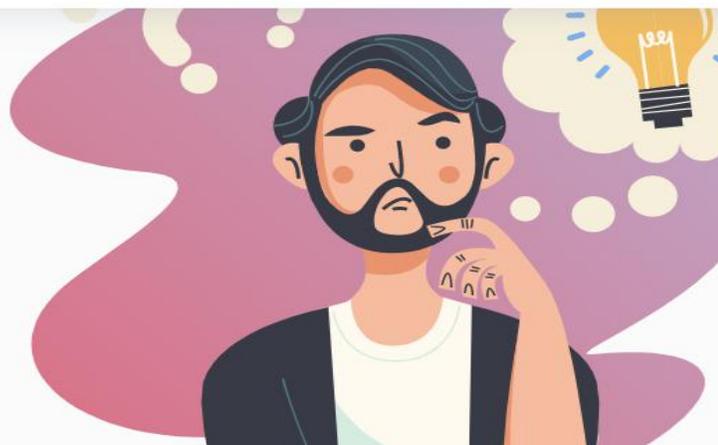
Dengan bergabung di Fitinline.com kamu akan mendapatkan berbagai fitur keren yang akan memudahkan kamu untuk terhubung, berinteraksi dan berekspresi. Di fitur **PORTFOLIO**, kamu dapat berkenalan dan belajar dengan para designer dan fitur **MOODBOARD** memungkinkan kamu untuk berekspresi dan berbagai semua ide tentang baju.



[Feedback](#)
[Home](#)
[Tentang Kami](#)
[Pesan sekarang](#)
[Masuk](#)
[Daftar](#)

Bingung cari Vendor Konveksi?

Di Rumah Kapas, mencari Vendor gak seribet itu





Proyek Kewirausahaan



MENDIRIKAN DAN MENGELOLA USAHA

- Membuat produk dengan *brand* sendiri kolaborasi produksi dengan UMKM
- Meningkatkan *value, repacking dan* rebranding dari produk orang lain kolaborasi dengan UMKM
- Reseller/Dropshiper kolaborasi dengan UMKM

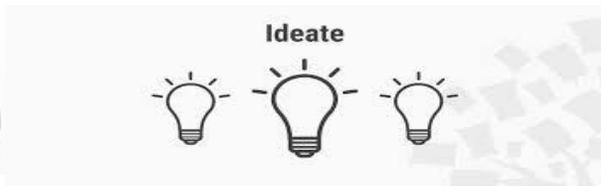


PRODUCT DEVELOPMENT



Riset Pasar

- Problem Yang akan diselesaikan
- Kompetitor
- Potensi *Scale Up*



Pengembangan Ide

- Penyusunan Konsep
- Swot DAN Positioning produk



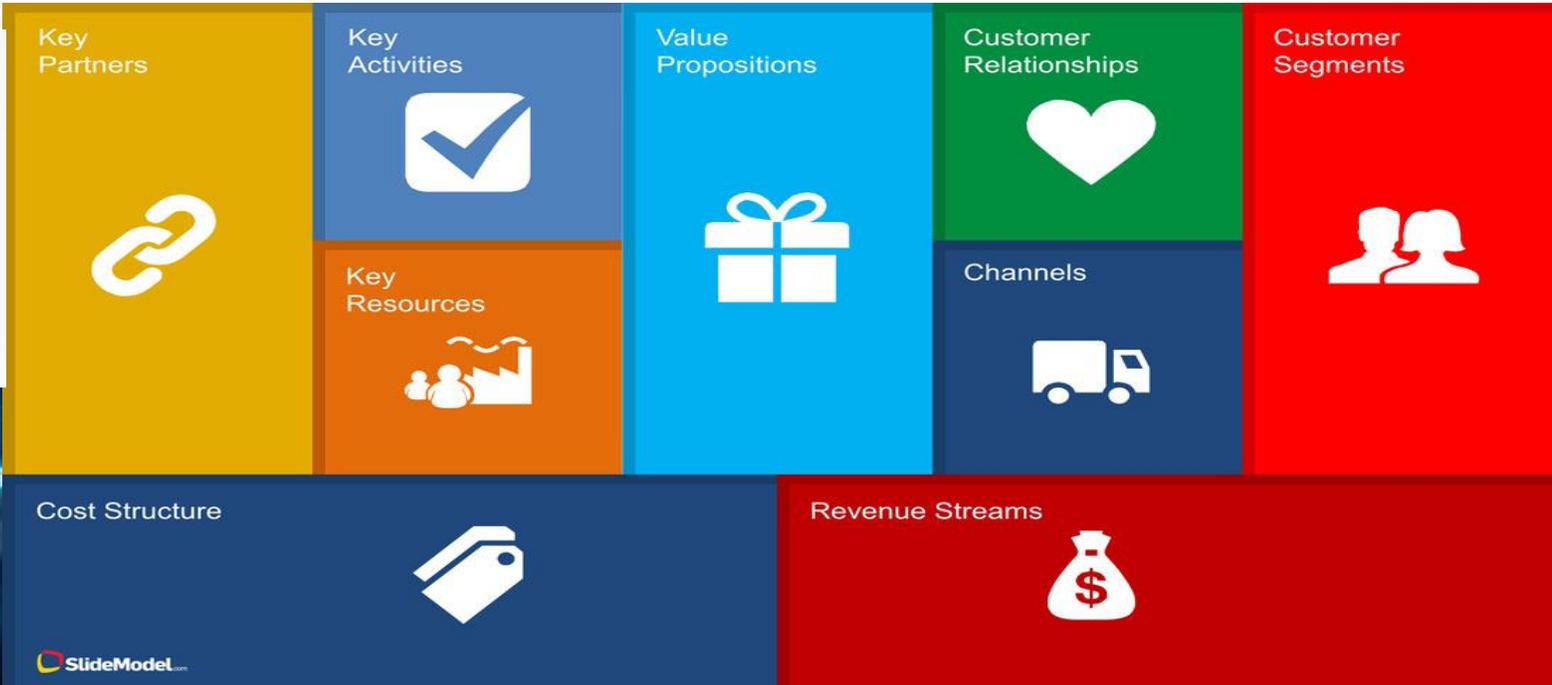
Prototyping/Sample

- Sample
- Kalkulasi Biaya Produksi



Sample Test

- Desain
- Spesifikasi
- Workamnship
- Live model





Maker
Spaces



Pembelajaran Berbasis Produk/Projek yang dapat dikompetisikan dan atau dikomersialisasikan di masyarakat

REALISASI BISNIS

BUSINESS MODEL CANVAS ASTOETIK (Auto-Electric Stove for Batik)

8. Key Partners



- Penjualan: langsung ke end user, agen, distributor, toko-toko alat batik, menjalin kerjasama dengan kelompok dan asosiasi batik, sanggar batik
- Produksi sebagian besar produksi sendiri, ada beberapa yang disubkan seperti tungku dan bodi kompor
- Penyedia bahan baku: Jogja PCB Express, Toyo Craft, G-Maxi, Proton Elektronik

7. Key Activities



- Produksi
- Riset pengembangan
- Pelayanan
- Pengembangan jaringan
- Konsultasi
- Pemasaran

6. Key Resources



- Bengkel alat
- Brand
- HKI (Paten&Merk dagang)
- Staff handal
- Daftar dan informasi kontak anggota komunitas pecinta batik dan industri batik tulis
- Launching kegiatan dengan mengundang instansi terkait

2. Value Propositions



- Otomatis & Stabil
Kompor akan otomatis turun ke suhu minimal dan akan tetap stabil sehingga panas yang dihasilkan tetap konsisten
- Hemat malam
Dengan suhu yang tepat dan stabil, maka konsumsi malam lebih hemat
- Daya rendah
Alat mencegah terjadinya panas berlebih karena sesuai standar, sehingga konsumsi daya lebih rendah
- Produk berkualitas & siap ekspor
Teknologi zero crossing, sehingga bisa digunakan semua frekuensi dan pemanasan lebih sempurna. Juga menggunakan cat powder coating sehingga lebih awet dan elegan
- Teknologi untuk pelestarian budaya
Memberikan nilai tambah di bidang budaya dengan penerapan teknologi ramah lingkungan dan tepat guna

4. Customer Relationship



- Customer service
- Garansi 6 bulan
- Pemesanan online
- Komunitas pecinta batik
- Maintenance

3. Channels



- Memanfaatkan website, blog, social media untuk promosi produk
- Menyebarkan proposal, brosur, leaflet, dll. Di kampus, komunitas, industri batik tulis dan instansi pemerintah terkait
- mengundang guru, dosen dan pihak industri untuk mengadakan tutorial, kuliah tamu, diskusi, atau demonstrasi

1. Customer Segment



- Individu (masyarakat hobi/ belajar batik)
- Industri batik tulis
- Instansi pendidikan

9. COST STRUCTURE (\$)



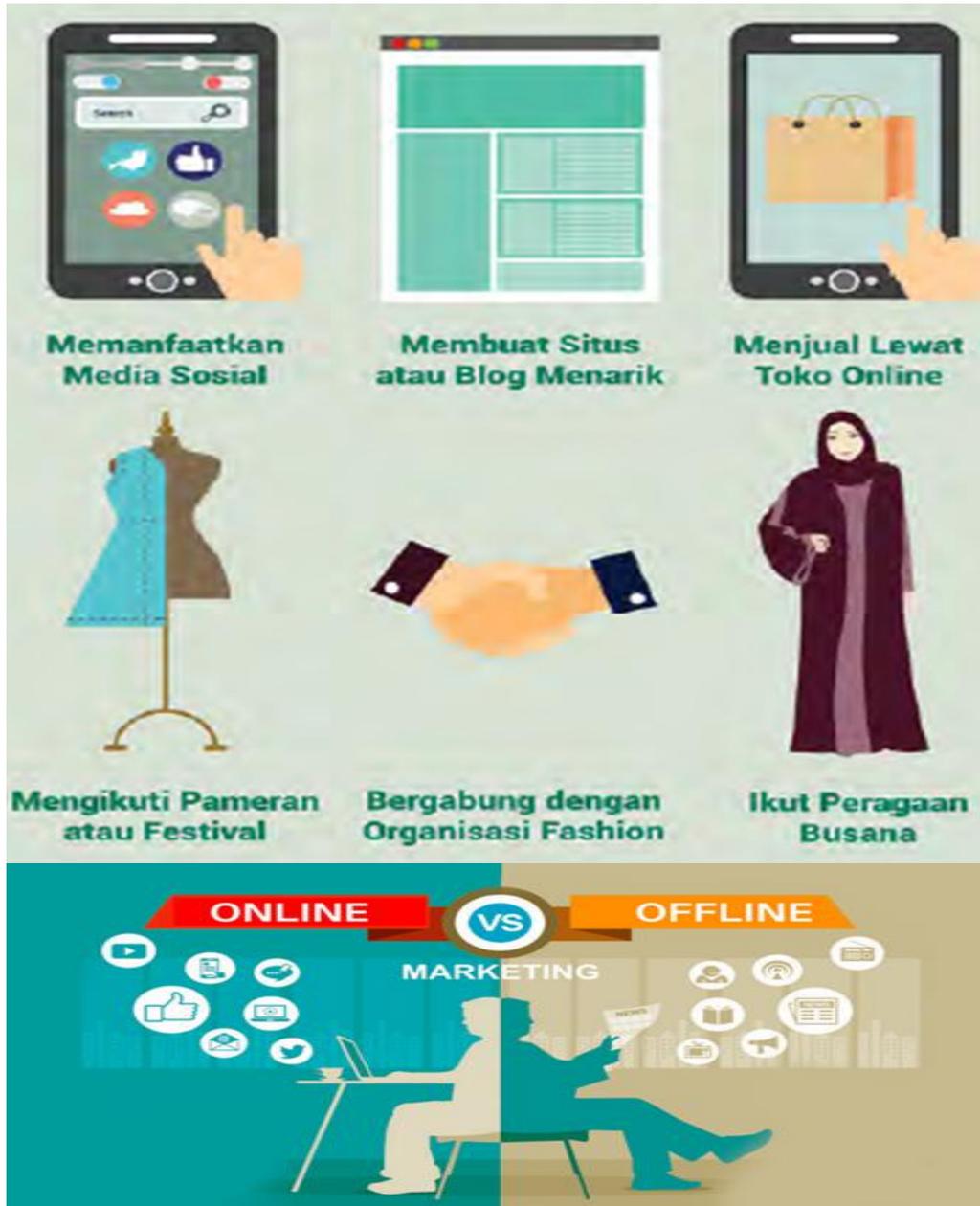
Biaya Operasional			
- Biaya Investasi	75,300,000	23,479,167	23,479,167
- Biaya Variabel	90,000,000	63,500,000	63,500,000
- Biaya Tetap	120,800,000	125,800,000	125,800,000
- Lainnya	38,572,917	-	-
Total	324,672,917	284,279,167	374,279,167
Tax	27,900,000	27,200,000	42,900,000
Laba Bersih	-73,572,917	-39,479,167	11,820,833

5. REVENUE STREAM \$



Penjualan	350,000x20x12= 84,000,000	350,000x50x12= 210,000,000	350,000x90x12 = 378,000,000
Penyewaan kompor	1,000,000	2,000,000	3,000,000
Pelatihan membatik	12,000,000	24,000,000	48,000,000
Peralatan membatik	18,000,000	36,000,000	36,000,000
Hibah	122,000,000		
Total Pemasukan	279,000,000	272,000,000	429,000,000

TARGET OMZET DAN PEMASARAN





STADIUM HAPAN IDE – REALISASI PRODUK- START UP

- 1) KREASI
- 2) PRODUKSI
- 3) DISTRIBUSI
- 4) KONSUMSI
- 5) KONSERVASI

Challenge - Berani Mencoba hal-hal baru .

Change – Mampu membuat perubahan yang lebih baik, lebih murah, lebih sederhana

Choices – Memiliki banyak alternatif pilihan untuk menyelesaikan masalah

Continuous Improvement Melakukan peningkatan secara berkelanjutan



Leadership

- Unequivocal support
- Social legitimacy
- Open door for advocate
- Entrepreneurship strategy
- Urgency, crisis and challenge

Government

- Institutions (e.g. Investment, support)
- Financial support (e.g. for R&D, jump start funds)
- Regulatory framework Incentives (e.g. Tax benefits)
- Research institutions
- Venture-friendly legislation (e.g. Bankruptcy, contract enforcement, property rights and labor)

Markets

- Reference customer
- Distribution channels
- Local business networks
- Diaspora networks
- Multinational corporations

Networks

- Entrepreneur's networks
- Diaspora networks
- Multinational corporations

Labor

- Skilled and unskilled
- Serial entrepreneurs
- Later generation family

Educational Institutions

- General degrees (professional and academic)
- Specific entrepreneurship training

Infrastructures

- Telecommunications
- Transportation and logistics
- Energy
- Zones, incubation, centers, clusters

Support Professions

- Legal
- Accounting
- Investment bankers
- Technical experts, advisors

Non Government Institutions

- Entrepreneurship promotion in nonprofits
- Business plan contests
- Conferences
- Entrepreneur-friendly associations

Financial Capital

- Micro-loans
- Angel investors, friends and family
- Zero-stage venture capital
- Venture capital funds
- Private equity
- Public capital markets
- Debt

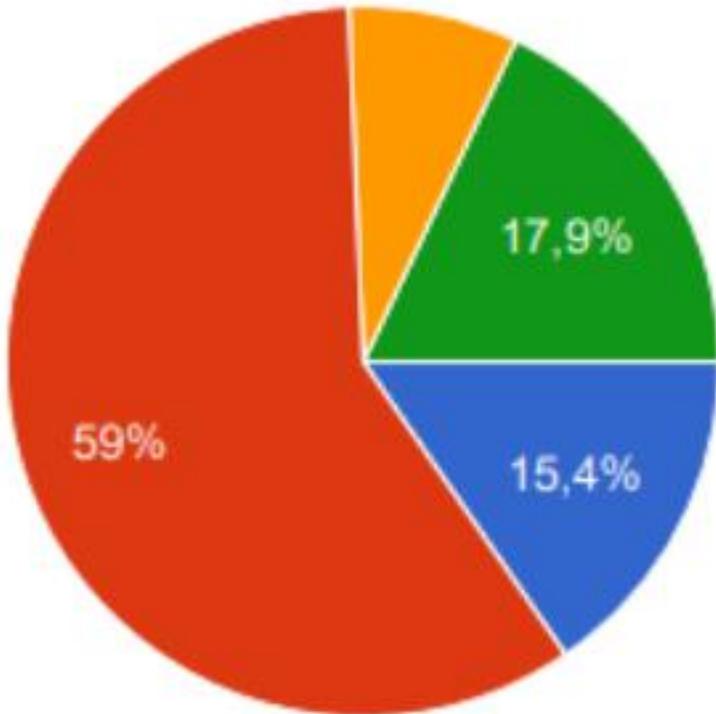
Success stories

- Visible successes
- Wealth generation for founders
- International reputation
- Tolerance of risk, mistakes, failure
- Innovation, creativity, experimentation
- Social status of entrepreneur
- Wealth creation
- Ambition, drive, hunger



(Entrepreneurship ecosystem Daniel Isenberg, 2011)

Eksosistem Kewirausahaan di SMK



- Kepala Sekolah
- Guru Produktif
- Guru Kewirausahaan
- Guru Adaptif/Normatif

78
Responden

1	Policy	80%
2	Financial	30%
3	Culture	50%
4	Infrastruktur	60%
5	SDM	40%
6	Pasar	40%

(Noor Fitrihana, 2020)



Noor Fitrihana, M.Eng
081578704270
noor_fitrihana@uny.ac.id

TERIMA KASIH