



DINAS KEPEMUDAAN OLARAGA DAN PARIWISATA
PROVINSI JAWA TENGAH
PKKP TAHUN 2023



Nama Peserta : Fitri Lusiana Kurniasari
Kabupaten : KABUPATEN PURWOREJO
Jumlah Penduduk : 798175
Bulan/Tahun : April 2023
Dicetak pada 26 April 2023

Peluang Usaha	Rencana Usaha	Action / Eksekusi	Value Proposition	Customer Segment	Strategi Promosi	Strategi Distribusi	Jumlah Pembeli		Strategi Membina Hubungan Dengan Pelanggan	Pendapatan		Pengeluaran		Partner / Mitra		Aset		Keterangan (Jenis) usaha
							Pelanggan	Pembeli Baru		Pendapatan Tetap	Pendapatan Tidak Tetap	Pengeluaran Pengeluaran tetap	Pengeluaran tidak tetap	Partner / Mitra tetap	Partner / Mitra tidak tetap	Aset Berwujud	Tidak berwujud	

Kabupaten Purworejo merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Tengah yang mana terletak secara strategis berdasarkan batas wilayah yang ada. Wilayah Purworejo bagian timur berbatasan langsung dengan Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan wilayah sebelah utara berbatasan langsung dengan Wonosobo dan Magelang. Jumlah penduduk Kabupaten Purworejo mencapai 798.175 jiwa pada tahun 2021 dengan luas wilayah 1034,82 kilometer persegi. Jumlah pemuda di Kabupaten Purworejo cukup banyak yang berbanding lurus dengan akses media sosial dan internet yang cukup tinggi. Mengacu pada kondisi pemuda yang sedang dalam tahap eksplorasi dan pencarian jati diri sangat dibutuhkan berbagai akses informasi dalam bentuk penyediaan bahan bacaan, konten digital, hingga akses informasi lain yang memungkinkan pemuda bergerak ke arah positif, baik secara sosial maupun ekonomi. Sedangkan isu sosial yang saat ini sedang banyak dibahas di masyarakat terkait dengan pemuda adalah mengenai kesehatan mental.	Rencana usaha yang kami pilih untuk dikembangkan kondisi wilayah, sumber daya manusia, dan potensi lain sebagai faktor pendukung pengembangan sebuah usaha adalah usaha penyediaan bahan bacaan, khususnya novel. Novel yang sudah terbit dan berhasil dipasarkan berjudul Berlayar ke Muara. Terkait dengan karakteristik novelnnya kami memilih konsep penulisan, alur kisah, dan bahasa yang sesuai dengan kehidupan pemuda pada umumnya, seperti mengangkat kisah-kisah yang berkaitan dengan kesehatan mental, motivasi, manajemen diri, pendewasaan, dan terapan psikologi lainnya yang menginspirasi. Dengan demikian, buku ini diharapkan dapat menarik minat baca pemuda dan sedikit bastak dapat mempengaruhi pola pikirnya ke arah yang positif. Sedangkan model penyediaan akses baca yang kami pilih adalah melalui penyediaan buku fisik dan buku digital. Hal ini dikarenakan begitu dekatnya	Tindakan yang telah dilakukan dalam bidang usaha ini adalah menerbitkan dan menjual buku berbentuk novel. Buku yang sudah berhasil diterbitkan dan terjual adalah novel berjudul Berlayar ke Muara. Novel ini digital melalui berbagai media sosial penulis, penerbit, store marketplace beberapa distributor penerbit. Buku karya kami terjual dengan total 161 eksemplar. Action atau eksekusi yang telah kami lakukan dalam tahap promosi dan pemasaran juga melibatkan endorsement dan beberapa event yang menghadirkan penulis, seperti narasumber talk show, narasumber kuliah tamu, penulis sekaligus pengisi dalam lomba pembacaan cerpen, dan lain-lain. Hal ini diharapkan dapat menjadi nilai tersendiri yang dapat menarik pemuda untuk kami secara minat baca kepada masyarakat atau pembaca yang menjadi target pasar kami. Pengembangan usaha untuk buku kami akan terus dikembangkan melalui perluasan pemasaran. Buku pertama dan penulisan hingga penerbitan buku-buku selanjutnya. Saat ini buku	Value proposition dan produk atau hasil karya kami terkait dengan buku fisik berbentuk novel yang kami sediakan adalah mengangkat kisah-kisah yang dekat dengan pemuda. Pemilihan penulisan, alur kisah, dan bahasa kami sesuaikan dengan kondisi pemuda pada umumnya. Tulisan atau karya kami banyak mengangkat cerita-cerita inspiratif yang mengandung motivasi hidup bagi pembaca, khususnya pemuda yang sedang dalam tahap pencarian jati diri dan pendewasaan diri. Berdasarkan tipe atau model penulisan dan kisah-kisah yang diangkat tersebut diharapkan dapat menjadi nilai tersendiri yang dapat menarik pemuda untuk kami mempunyai minat baca yang lebih tinggi khususnya pada produk kami. Selain berkaitan dengan konsep penulisan, pembeda produk kami dari produk-produk buku yang lain adalah buku kami tidak hanya tersedia dalam bentuk fisik, tetapi juga tersedia	Karakteristik dari karya atau produk kami adalah berkaitan dengan kehidupan pemuda yang umumnya sedang ada dalam tahap eksplorasi dan pencarian jati diri. Kisah-kisah yang kami angkat lebih banyak terkait dengan motivasi, kesehatan mental, pencarian jati diri, manajemen diri, dan penyelesaian masalah atau konflik yang dialami oleh pemuda, seperti persoalan cinta, pekerjaan, penentuan pilihan hidup, dan lain-lain. Dengan demikian fokus utama kami dalam menentukan pelanggan atau target customer adalah pemuda, baik itu remaja hingga dewasa usia di bawah 30 tahun. Namun tidak menutup kemungkinan pembaca kami adalah orang dewasa dengan kategori usia yang lebih dari 30 tahun, sebagaimana hasil yang kami peroleh dari penulisan buku pertama. Pada awal penerbitan target pelanggan kami adalah wilayah kabupaten Purworejo dan sekitarnya. Namun	Strategi promosi yang kami pilih dalam pemasaran karya atau buku kami adalah melalui media sosial. Yang dimaksud dalam hal ini adalah penyebaran konten-konten positif terkait dengan buku atau karya kami, cuplikan quotes dan video pendek terkait buku kami, hingga pengunggahan konten lain yang menarik terkait dengan karya kami di media sosial penulis atau penerbit, seperti instagram, facebook, store penerbit, online marketplace, penerbit, web penerbit, youtube, dan lain-lain. Strategi promosi ini kami pilih berdasarkan pertimbangan bahwa pemuda saat ini sangat dekat dengan media sosial dan internet. Hal tersebut diharapkan dapat memudahkan pemuda untuk mendapatkan akses informasi terkait produk kami sehingga tertarik untuk membeli dan memiliki karya atau buku kami. Selain memanfaatkan media sosial yang ada, kami juga bekerja sama dengan mitra tetap maupun mitra tidak tetap. Mitra tetap yang kami maksud adalah Penerbit Deepublish Yogyakarta yang secara langsung ataupun tidak langsung (melalui distributor) ikut serta memusikan produk kami, menyebarkan	Strategi distribusi yang kami pilih juga tidak terlepas dari media sosial. Hal tersebut dilakukan dengan penyebaran konten kami atau hasil karya-karya kami melalui media sosial yang ada. Pendistribusian konten ataupun produk kami secara langsung dilakukan oleh mitra tetap, ataupun teman dan kerabat yang mempunyai hubungan baik dengan penulis dan usaha kami. Mitra tetap, seperti penerbit mendistribusikan konten ataupun karya fisik kami secara langsung kepada konsumen ataupun melalui distributor lagi. Sedangkan mitra tidak tetap seperti endorsement dan lain sebagainya umumnya ikut serta menyebarkan konten atau ikut serta mempromosikan hasil karya kami. Kemudian untuk kerabat atau pihak-pihak lain yang mempunyai hubungan dengan penulis dan usaha kami biasanya ikut serta mendistribusikan produk kami melalui promosi-promosi yang mereka lakukan di media sosial ataupun menjadi perantara antara konsumen kepada kami sebagai pelaku usaha.	78	16	Strategi untuk membina hubungan dengan pelanggan yang kami lakukan adalah dengan pemberian diskon, membuka giveaway buku, pemberian promo atau layanan spesial, menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan yang tergabung dalam followers media sosial kami, hingga penyediaan dan pengunggahan konten-konten positif yang menginspirasi dan memanjakan customer atau followers. Pemberian diskon yang dimaksud oleh penerbit dengan potongan harga buku atau karya pada momen-momen tertentu. Dengan nurutnya harga diharapkan dapat menarik minat pembeli atau pembaca untuk memiliki produk atau hasil karya kami. Membuka giveaway yang kami maksud di sini adalah pemberian buku secara gratis melalui pengadaan program tertentu oleh penulis ataupun penerbit dengan memberikan tantangan	96000	0	50000	0	Penerbit Deepublish Yogyakarta	Kampus, organisasi, kepedaanan, endorsement	Laptop, flashdisk, produk buku, dan alat tulis	Media sosial (email, instagram, facebook)	Hasil usaha dari buku pertama mencapai penjualan 161 eksemplar dan selanjutnya akan dilakukan pengembang penjualan tersebut melalui berbagai kesempatan yang ada. Penulisan karya-karya selanjutnya juga akan terdistribusi dalam bentuk fisik kedua dalam bentuk novel yang saat ini sudah mencapai 22 halaman dengan kerti ukuran novel pada umumnya.
--	--	---	---	---	---	--	----	----	--	-------	---	-------	---	--------------------------------	---	--	---	---

Mengetahui,
Pembina Desa



Pembina Kabupaten

Kepala Bidang Kepemudaan dan Kepramukaan
Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
Kabupaten Purworejo

SRI ANTENG, S Pd., M M
NIP. 196703071988102001

Disporapar Provinsi
Jawa Tengah

RAY AZIS, S IP., M Si
NIP. 198407062008011001

Peserta FKPP 2023

Feni Lestari Kurniasari

Tim Teknis FKPP 2023

Daud Samudewa



KALENDER ABSENSI

Nama :

Fitri Luslana Kurniasari

NIK :

3306085103960002

April 2023

1
BELUM ABSEN

2
BELUM ABSEN

3
HADIR

4
HADIR

5
HADIR

6
HADIR

7
BELUM ABSEN

8
BELUM ABSEN

9
BELUM ABSEN

10
HADIR

11
HADIR

12
HADIR

13
HADIR

14
HADIR

15
BELUM ABSEN

16
BELUM ABSEN

17
HADIR

18
HADIR

19
BELUM ABSEN

20
BELUM ABSEN

21
BELUM ABSEN

22
BELUM ABSEN
23
BELUM ABSEN
24
BELUM ABSEN
25
BELUM ABSEN
26
HADIR
27
HADIR
28
BELUM ABSEN
29
BELUM ABSEN
30
BELUM ABSEN

HADIR

28
BELUM ABSEN
29
BELUM ABSEN
30
BELUM ABSEN

Hadir :

13

Izin :

0

Terlambat :

0

Tidak Hadir :

0