



CIRCLES

Laporan Akhir

Penelitian Masyarakat 2021



"Bagaimana perasaan saya tentang Circles Bali? Keren! Ini adalah sesuatu yang dapat dengan mudah disosialisasikan. Mari rencanakan pertemuan dengan pemerintah untuk mendapatkan izin pelaksanaannya."

**Ade Suarsa -
Denpasar**



DAFTAR ISI

Ringkasan Singkat

Latar Belakang

Temuan Utama

Penemuan Secara Detail

- Kondisi Ekonomi
- Kebutuhan harian
- Penggunaan Dompot Digital
- Rantai Pemasok Lokal
- Pembelanjaan Online
- Sudut Pandang Pengguna
- Sudut Pandang Pemasok
- Sudut Pandang Tokoh Masyarakat
- Permainan Simulasi Circles Bali
- Saran Implementasi Program
- Dukungan Tokoh Masyarakat
- Rantai Pemasok Lokal

Kesimpulan

Rekomendasi

Lampiran

- Simulasi Permainan Circles Bali
- Sarana Edukasi Publik
- Atribut Lapangan
- Dokumentasi



Pada bulan Juni hingga November 2021, mitra pelaksana Circles Bali melakukan penelitian secara langsung dengan 494 responden pada satu kawasan pertanian di pedesaan, satu daerah berbasis ekonomi pariwisata, dan satu daerah di pusat perkotaan multikultural.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan lokal, memetakan contoh rantai pasokan lokal dan menerima umpan balik dari pengguna maupun tokoh masyarakat secara terbuka tentang kelangsungan program. Data penelitian kuantitatif dan kualitatif berhasil dikumpulkan.

Respon Positif yang Luar Biasa



Lebih dari 97% responden di lokasi pedesaan dan perkotaan sangat mendukung Circles Bali dan bagi responden di lingkungan yang bergantung pada sektor pariwisata, sekitar sepertiga responden tidak yakin tentang implementasi Circles.

Meskipun daerah pedesaan memiliki kecepatan internet rendah dan mayoritas lansia memiliki literasi teknologi yang rendah, hasil masih menunjukkan bahwa manfaat Circles Bali jauh lebih besar daripada hambatanya. Responden tidak hanya tertarik menggunakan Circles untuk keuntungan pribadi, tetapi dengan cepat menemukan cara menggunakan Circles untuk kepentingan komunitasnya.

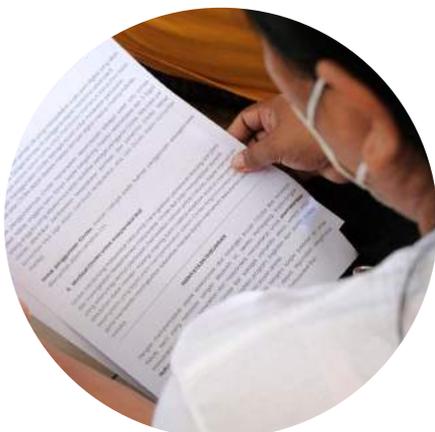
Temuan Utama

Sebagian besar responden melihat penggunaan Poin Circles untuk memenuhi kebutuhan harian seperti makanan, transportasi, perlengkapan pertanian dan perlengkapan upacara yang merupakan bagian yang sangat dekat dari kehidupan masyarakat Bali. Pemilik usaha dan pemasok yang disurvei menunjukkan ketersediaan tinggi untuk menerima Poin Circles untuk sebagian dari nilai barang mereka. Lebih dari 70 perwakilan dari pemerintah daerah dan pemimpin menandatangani surat dukungan untuk Circles Bali.



Rekomendasi Utama untuk Langkah Selanjutnya

Untuk menentukan lokasi yang tepat sebagai daerah uji coba Circles Bali, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memetakan aliran sumber daya antara daerah perkotaan dan pedesaan. Setelah memilih lokasi yang tepat, rencana implementasi selama 3 tahun harus dikembangkan. Ini mencakup syarat & ketentuan peserta program uji coba, strategi mitigasi, dan program yang potensial bagi pemasok untuk menetapkan nilai yang jelas atas Poin Circles yang mereka terima untuk ditukar dengan barang & layanan mereka.





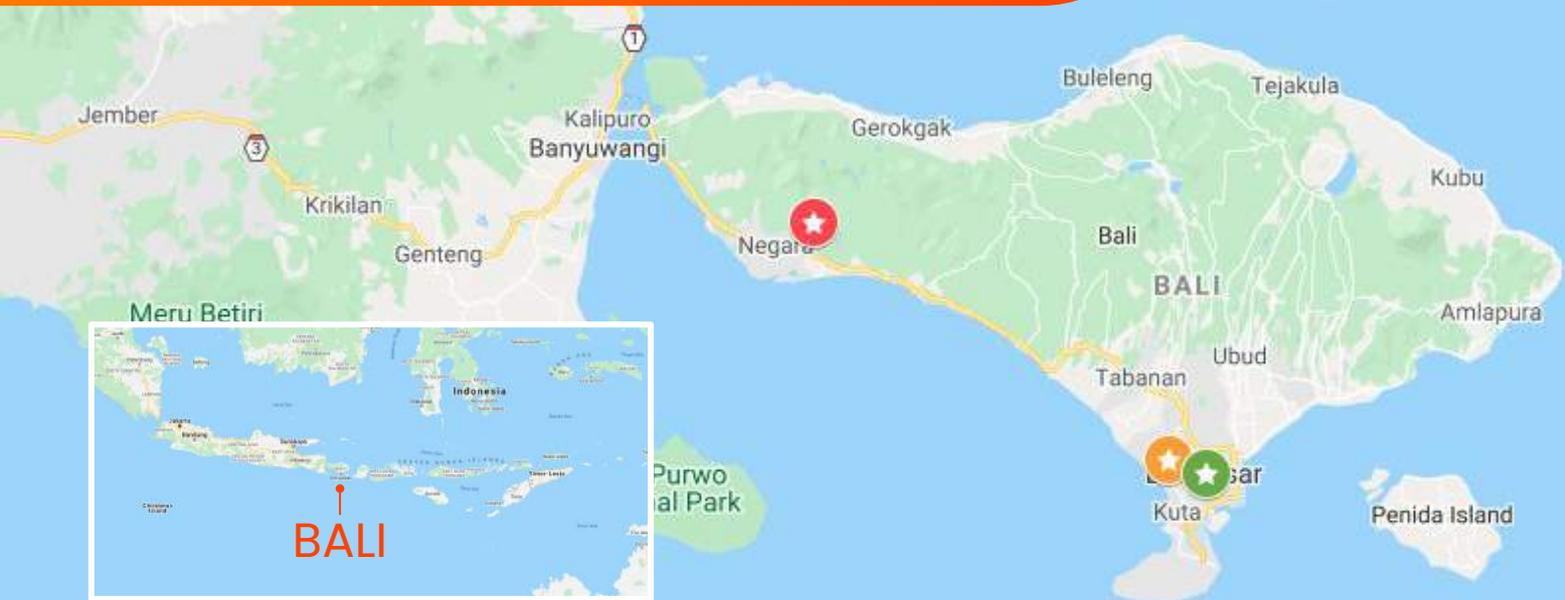
LATAR BELAKANG

goplay

CIRCLES

Setelah kebutuhan pangan, kebutuhan upakara umat Hindu di Bali menempati peringkat kedua untuk tipe kebutuhan yang akan ditukarkan dengan Poin Circles, hal ini menunjukkan pengaruh agama terhadap budaya berbelanja di Bali.

LOKASI PENELITIAN



Jembrana

Kerobokan

Denpasar

TIPE DAERAH

Lahan pertanian subur di daerah pedesaan. Penghasil kakao dan kelapa dalam jumlah besar.

Infrastruktur pariwisata & perumahan tingkat menengah. Daerah perkotaan dengan produksi kerajinan tangan skala kecil.

Berada di pusat ibu kota Bali, daerah padat lalu lintas dan polusi dengan ketergantungan yang tinggi pada pemasok eksternal.

POPULASI LOKAL & KARAKTERISTIK MATA PENCAHARIAN

Umumnya aktif di sektor pertanian, kehidupan berbasis masyarakat yang kuat. Tingkat literasi teknologi rendah.

Sebagian besar penduduk adalah pekerja sektor pariwisata atau sebagai pengrajin. Melek teknologi & tingkat pendidikan memadai.

Tempat meleburnya berbagai etnis dari seluruh Indonesia di Bali. Rentang tingkat pendapatan dan latar belakang yang luas. Tingkat literasi teknologi tinggi.

ALASAN MENGAPA LOKASI INI DIPILIH

Kriteria masyarakat pedesaan yang umumnya bertani & menghasilkan sebagian besar kebutuhan harian

Masyarakat perkotaan yang menggantungkan pendapatan dari sektor pariwisata, hal ini membuka wawasan bagaimana Circles

Daerah perkotaan multikultural padat penduduk, dengan mayoritas masyarakat berpengalaman dan berkecukupan dalam





Pengawasan dan Koordinator: Alam Santi Sustainable Living Design

Alam Santi bekerja sama dengan beberapa klien dalam menemukan solusi terbaru untuk perubahan yang berarti dan berkelanjutan. Kami percaya bahwa banyak tantangan yang dihadapi dunia dapat diatasi dengan cara memfasilitasi dan meningkatkan berbagai program yang mampu menciptakan nilai sosial, ekonomi, dan lingkungan yang baru. Tim Alam Santi unggul dalam pemecahan masalah yang kompleks melalui konsultasi & pelatihan, dengan menggabungkan ide-ide strategis dan praktis yang didukung oleh pengalaman selama puluhan tahun.



Tim Jember: Kalidjati

Yayasan Kalidjati adalah LSM lokal yang didirikan pada tahun 2002, dan telah melakukan penelitian dan pendampingan di seluruh Indonesia terkait dengan pengembangan pertanian dan strategi bisnis berkelanjutan, terutama kakao dan rumput laut. Kalidjati mendukung penuh pelaksanaan program Circles Bali sebagai wadah penguatan masyarakat akar rumput dalam pemenuhan kebutuhan harian.

Tim Kerobokan: Lentera Talenta

Tim bertalenta ini awalnya didirikan pada tahun 2006 sebagai Departemen Media Yayasan IDEP. Saat ini Lentera Talenta memproduksi berbagai macam media pendidikan dan dokumentasi program. Lentera Talenta telah bekerja sama dengan organisasi nasional dan internasional serta instansi pemerintah untuk menayangkan video, foto, dan media cetak yang berdampak besar, serta program sosialisasi dan pendidikan di berbagai tingkat masyarakat.



Tim Denpasar: Tegeh Sari Foundation

Yayasan ini menerapkan pengelolaan sampah berbasis masyarakat, bank sampah, taman kanak-kanak, dan komunitas seni untuk meningkatkan potensi lokal di kawasan Banjar Tegeh Sari. Visi dan misinya adalah "mewujudkan masyarakat Banjar Tegeh Sari yang mandiri dan berkembang". Misi Circles Bali sejalan dengan tujuan yayasan ini, maka dari itu Yayasan Tegeh Sari sangat mendukung aplikasi Circle sehingga dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan harian secara mandiri.

TUJUAN PENELITIAN



Pengguna

Survei pengguna bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan harian di masyarakat sasaran dan barang apa yang diproduksi secara lokal, serta mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman berbelanja menggunakan metode pembayaran digital.

Tujuan utama lainnya adalah mempelajari cara-cara efektif untuk mensosialisasikan Circles Bali ke masyarakat masing-masing daerah, dan menemukan apa yang mendorong terjadinya aktivitas jual beli di area sasaran.

Pemasok

Survei pemasok bertujuan untuk mengidentifikasi rantai pemasok kebutuhan harian di wilayah sasaran dan juga pemetaan rantai pemasok berbagai kebutuhan harian.

Kami berupaya menemukan apa yang mendorong keterlibatan ekonomi di wilayah sasaran dan mulai menelusuri jaringan pertukaran lokal.

Selain itu, survei pemasok bertujuan untuk mengetahui peluang implementasi Circles dan menemukan kemungkinan hambatan untuk digunakan oleh pemasok.

Tokoh Masyarakat

Keterlibatan tokoh masyarakat berfokus pada sosialisasi yang tepat tentang cara kerja Circles, dan manfaat yang diharapkan bagi masyarakat lokal.

Tokoh masyarakat juga diundang untuk memberikan saran tentang bagaimana cara menyebarkan dan mensosialisasikan Circles Bali di masyarakat masing-masing daerah.

Para tokoh adat dan tokoh masyarakat diundang untuk menandatangani surat dukungan implementasi Circles Bali.

TENTANG KEGIATAN



Circles melakukan pendekatan yang sangat inovatif dan berpusat pada masyarakat terkait *Universal Basic Income* (UBI). Untuk mengetahui bagaimana konsep inovatif ini dapat diadaptasi dan diimplementasikan di Bali, penelitian yang berpusat pada masyarakat dan fasilitator lokal yang berpengalaman merupakan kunci keberhasilan dari penelitian yang efektif.

Melalui penelitian dan keterlibatan bertahap, tim kami dapat memberikan wawasan terperinci tentang aspek implementasi program di wilayah sasaran.



Penyesuaian Tim >

Kami mempresentasikan konsep, misi dan tujuan Circles Bali untuk memastikan bahwa tujuan penelitian dapat tercapai selama masa implementasi.



Survei Pengguna >

Circles Bali bertujuan untuk mendukung kolaborasi dalam memenuhi kebutuhan harian penggunanya. Penemuan tim berfokus pada identifikasi kebutuhan dan kebiasaan pengguna.



Survei Pemasok >

Tim kemudian mewawancarai sampel pemasok utama kebutuhan harian yang telah diidentifikasi dan memetakan rantai pasokan lokal.



Keterlibatan Tokoh Masyarakat >

Setelah mendapatkan informasi, tim menghubungi tokoh masyarakat untuk mendapatkan data dan dukungan lebih lanjut. Hal ini penting dalam budaya Bali serta membantu mempersiapkan langkah berikutnya.



Permainan Circles >

“Permainan Circles” yang dikembangkan oleh tim Alam Santi bertujuan sebagai alat edukasi dan umpan balik masyarakat. Banyak wawasan tambahan yang didapatkan melalui permainan interaktif ini.

PENGUMPULAN DATA



Masyarakat Bali hidup berdampingan satu sama lain dalam budaya tradisional. Untuk memastikan hasil penelitian yang akurat, semua wawancara untuk survei 1 dan 2 dilakukan secara langsung, dan setiap wawancara berlangsung kurang lebih 45 menit. Tanggapan dikumpulkan dalam database terpusat untuk penelitian dan analisis. Survei 3 dilakukan dalam format penelitian partisipatif dan diskusi bersama (FGD) untuk merangsang dialog dan tanggapan kualitatif.

Jembrana

Kerobokan

Denpasar

SURVEI 1

Opini publik untuk pengguna Circles

120

pengguna di survei

120

pengguna di survei

120

pengguna di survei

SURVEI 1

Pemasok barang & jasa yang paling dicari oleh pengguna

20

pemasok di survei

20

pemasok di survei

21

pemasok di survei

SURVEI 3

Diskusi (FGD) dengan tokoh masyarakat

27

tokoh masyarakat

21

tokoh masyarakat

25

tokoh masyarakat



 **CIRCLES**

"Secara pribadi program ini bagus ke depannya. Karena petani itu sewaktu-waktu bukan punya uang, tapi lebih banyak dia punya barang. Makanya kita bisa saling isi-mengisi dengan teman-teman lain."

I Ketut Sukarta - Jembrana



TEMUJAN UTAMA



Jembrana

UMPAN BALIK

Circles diterima dengan baik di wilayah pedesaan ini, dimana gotong royong, hubungan erat, & rasa kepedulian yang tinggi masih menjadi bagian penting dari budaya setempat. Ini menunjukkan bahwa Circles mampu menjadi solusi pemenuhan kebutuhan harian.

TANTANGAN

Literasi digital untuk generasi yang lebih tua masih terbatas. Akses internet tidak bisa diandalkan. Biaya paket internet tinggi (Rp. 10,000 per GB), serta banyak penduduk yang hidup di bawah upah minimum (lihat Lampiran 5).

PELUANG

Jaringan sosial yang erat antar masyarakat di daerah pertanian pedesaan. Keinginan untuk saling mendukung yang kuat. Terhubung dengan koperasi & organisasi yang lebih besar sehingga pertumbuhan bisa terjadi.

Kerobokan

Keraguan terhadap kelangsungan & legalitas program Circles Bali.

Dukungan moderat dari pengecer karena kebutuhan mereka untuk membayar pemasok secara tunai.

Keterbatasan produk yang dibuat dan didapatkan secara lokal. Masyarakat lebih tertutup & berhati-hati dalam merespon inisiatif yang terlihat seperti ditanggung oleh orang asing.

Mengenalkan kembali nilai-nilai tradisional seperti barter. Memotivasi jaringan masyarakat & merangsang potensi untuk komoditas & barang buatan lokal.

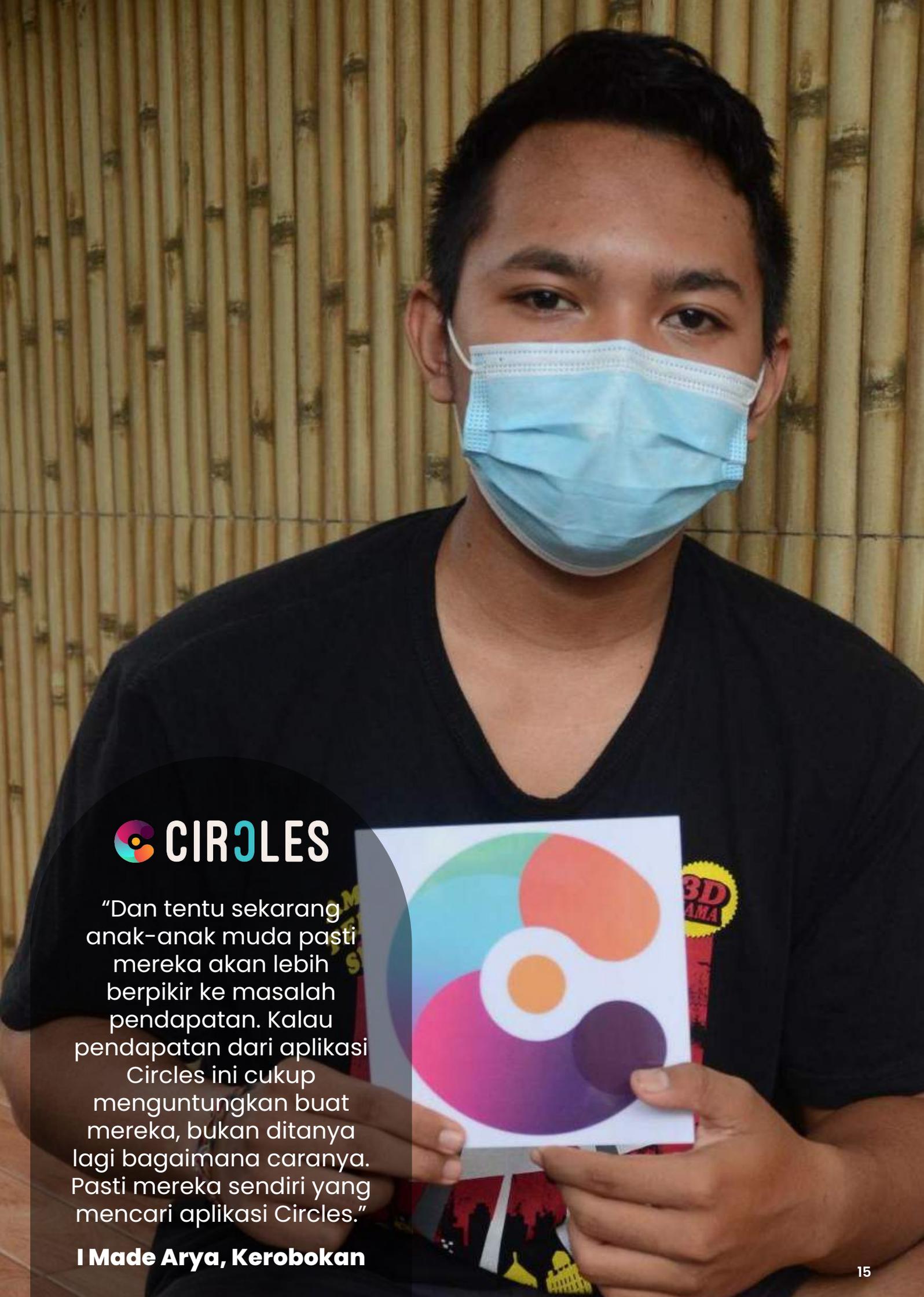
Denpasar

Dukungan yang kuat untuk Circles, selama misi sosial untuk melayani & mendukung bisnis lokal tetap terjamin.

Catatan: responden di area ini terbiasa dengan inisiatif di tingkat akar rumput yang inovatif & kreatif.

Karena para responden telah berpengalaman dalam inisiatif berbasis teknologi, perhatian & rekomendasi responden adalah untuk memastikan bahwa Circles Bali siap untuk menghadapi pasar sebelum diluncurkan.

Banyaknya dukungan & pertemuan sosial yang sering diadakan, membuka akses untuk sosialisasi & komunikasi tentang implementasi Circles Bali dalam skala besar lebih mudah terjadi.



 **CIRCLES**

“Dan tentu sekarang anak-anak muda pasti mereka akan lebih berpikir ke masalah pendapatan. Kalau pendapatan dari aplikasi Circles ini cukup menguntungkan buat mereka, bukan ditanya lagi bagaimana caranya. Pasti mereka sendiri yang mencari aplikasi Circles.”

I Made Arya, Kerobokan



TEMUAN SECARA RINCI



"Saya lihat bagus ini perkembangannya. Karena saya lihat rantai perputarannya. Uang akan berputar di seputar itu saja. Kalau situasi di luar anjlok atau harga di luar jelek dan sebagainya, kalau yang di lingkungan Circles ini, dia bisa terjaga."

**I Putu Adi Kusuma -
Mengwi**

KONDISI EKONOMI DAN KEBUTUHAN harian



KONDISI EKONOMI



Upah minimum Bali tahun 2021 berkisar IDR 2,4 juta - 2,9 juta (176 - 206 USD). Covid19 telah menyebabkan penurunan 89% pendapatan di bidang pariwisata. Lebih dari 75.000 pekerja di-PHK dan mereka yang masih bekerja sebagian besar mengalami penurunan gaji.

Pendapatan per Tahun

- Dibawah \$1,300/th
- \$1,400 - \$3,600/th
- \$3,600 - \$7,200/th
- Tanpa pendapatan

Dampak COVID19

- Tinggi
- Sedang
- Rendah

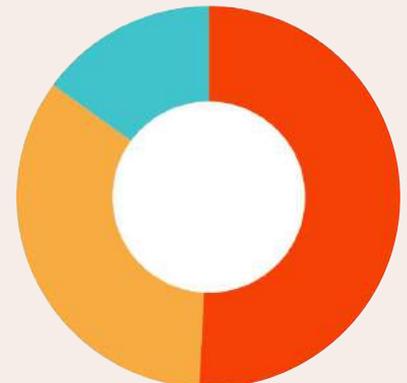
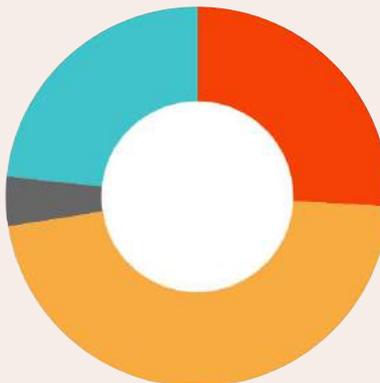
Jembrana

Survei di wilayah pedesaan ini menunjukkan banyaknya generasi muda Bali yang di-PHK dari pekerjaan di bidang pariwisata karena Covid19 dan telah kembali ke desa asalnya.



Kerobokan

Di wilayah yang berfokus pada sektor pariwisata ini, akumulasi aset & kekayaan yang dimiliki lebih tinggi, membuat banyak keluarga berhasil bertahan dan beradaptasi dengan kondisi Covid19.



Denpasar

Wilayah dengan tingkat pendatang tinggi dengan jaringan pengaman sosial rendah, Denpasar terdampak Covid19 dengan besar karena hubungan tidak langsung dengan ekonomi pariwisata seperti binatu, grosir makanan, kebersihan & jasa pemeliharaan yang juga terdampak.



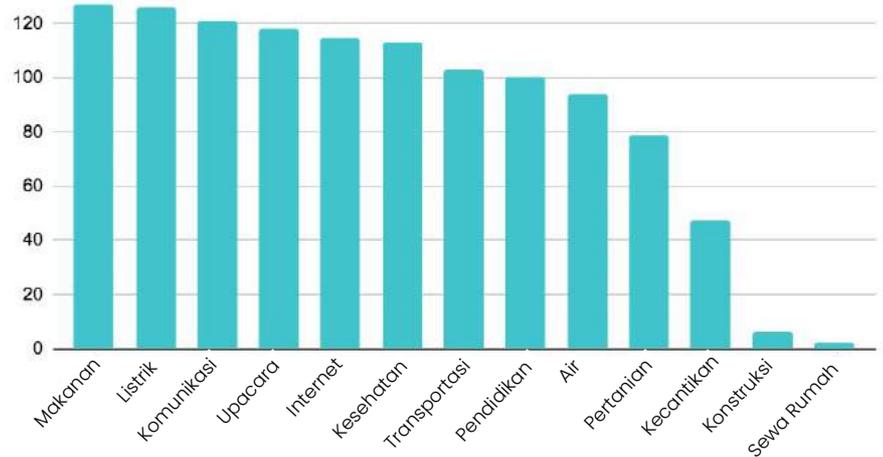
KEBUTUHAN HARIAN



Dengan tujuan Circles Bali untuk mendukung pengguna memenuhi kebutuhan harian mereka, mengidentifikasi kebutuhan harian merupakan langkah awal yang penting. Penelitian yang dilakukan menghasilkan daftar awal kebutuhan utama dan pemasok serta produsen lokal yang membantu membuat peta dasar rantai pasokan dengan contoh arus barang dan jasa.

Grafik dari kiri ke kanan adalah kebutuhan harian utama yang ditemukan:

Makanan; Listrik; Komunikasi; Upacara; Internet; Kesehatan; Transportasi; Pendidikan; Air; Pertanian; Kecantikan; Konstruksi; Penyewaan Rumah

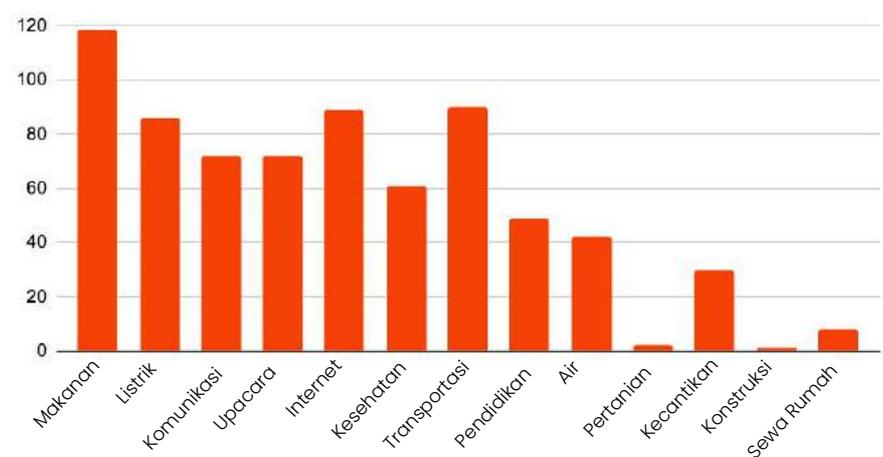


Jembrana

Mayoritas responden menyatakan bahwa berbagai barang dan jasa sebagai kebutuhan harian. Standar hidup di daerah ini relatif mendasar, dan masyarakat pertanian tradisional menunjukkan ketergantungan yang tinggi pada kebutuhan upacara dan pertanian.

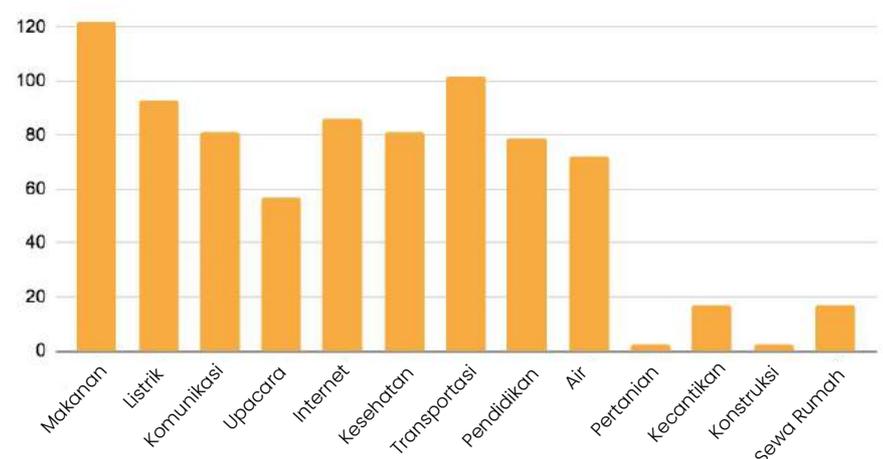
Kerobokan

Makanan, transportasi, dan internet dipandang sebagai kebutuhan harian yang paling penting di perkotaan kelas menengah yang lebih modern.



Denpasar

Karena sebagian besar penduduk lokal di sini berasal dari luar daerah, sewa rumah tergolong sebagai kebutuhan harian oleh seperlima responden, jauh berbeda dengan daerah lain yang lebih makmur dan di daerah pedesaan.



LITERASI

DIGITAL



MEMENUHI KEBUTUHAN DASAR

PROSES DASAR PENGUNTAHAN CIRCLES:

- 1. MENYERANG
- 2. MENYERANG
- 3. MENYERANG
- 4. MENYERANG
- 5. MENYERANG
- 6. MENYERANG
- 7. MENYERANG
- 8. MENYERANG
- 9. MENYERANG
- 10. MENYERANG

CIRCLES ADALAH PROGRAM LSI

CIRCLES GRATIS

CIRCLES DAPAT MEMBANTU URAHANNYA KEBUTUHAN DASAR DALAM MASA PANDEMI INI





Dengan adanya pembatasan akibat COVID-19, Indonesia mengalami lonjakan penggunaan dan kenaikan metode pembayaran digital. Menurut Bank Indonesia (BI), total nilai transaksi digital berkembang sebesar 38,62% dari tahun 2019. Per Januari 2020, penggerak transaksi pembayaran digital terbesar adalah pengecer (28%), diikuti transportasi (27%), pemesanan makanan (20%), penjualan online (15%), dan pembayaran tagihan (7%).

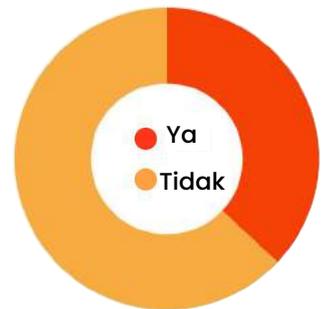
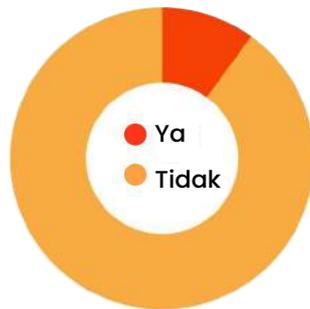
Di lokasi survei di Bali, kami menemukan tanggapan sebagai berikut:

Jembrana

Kerobokan

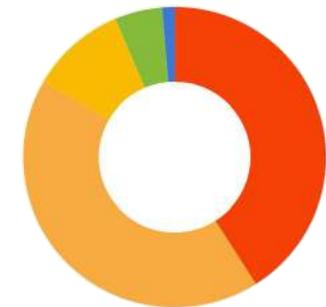
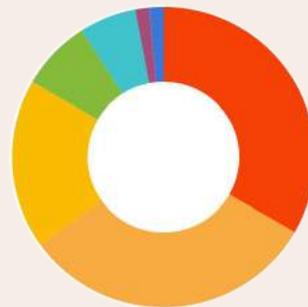
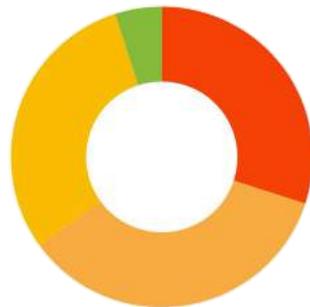
Denpasar

Apakah Anda menggunakan metode pembayaran digital?



Kalau iya, aplikasi apa yang Anda gunakan?

- OVO
- GoPay
- DANA
- Linkaja
- Shopee Pay
- Kredivo
- Isaku



Meningkatnya transaksi pembayaran digital mencerminkan berkembangnya pengetahuan keuangan digital penduduk Indonesia, serta meningkatnya penerimaan keuangan digital & penjualan online. BI memperkirakan penggunaan transaksi digital akan terus berlanjut dengan berkembangnya penjualan online dan pembayaran digital masing-masing sebesar 33,2% dan 32,3% pada tahun 2021. [SUMBER](#).

PEMBELANJAAN ONLINE



Berdasarkan informasi dari UX/UI dan strategi kemitraan, hasil temuan lokal dan data penjualan online nasional cocok dengan tokopedia.com sebagai situs penjualan online yang paling banyak dikunjungi per Oktober 2021, diikuti oleh shopee.co.id dan lazada.co.id. [SUMBER.](#)

[Mapan.id](#) memberikan tolak ukur yang baik untuk aplikasi yang berfokus pada masyarakat yang bertujuan membangun daya beli lokal. Kunjungi [Mapan.id tinjauan aplikasi](#) untuk detailnya.

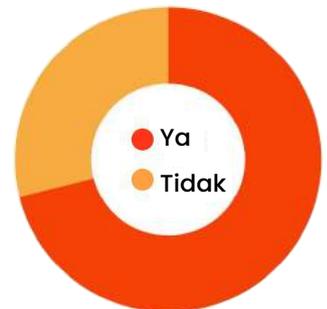
Di lokasi survei di Bali, kami menemukan tanggapan lokal sebagai berikut:

Jembrana

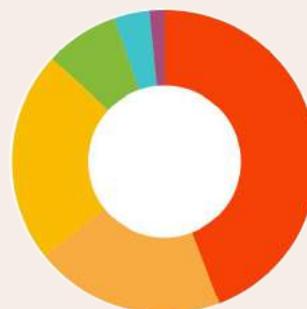
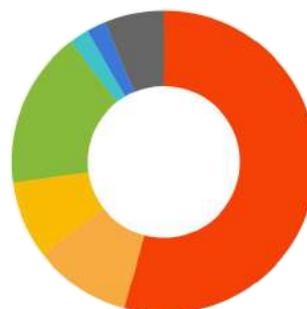
Kerobokan

Denpasar

Apakah Anda berbelanja online?



Kalau iya, aplikasi apa yang Anda gunakan?

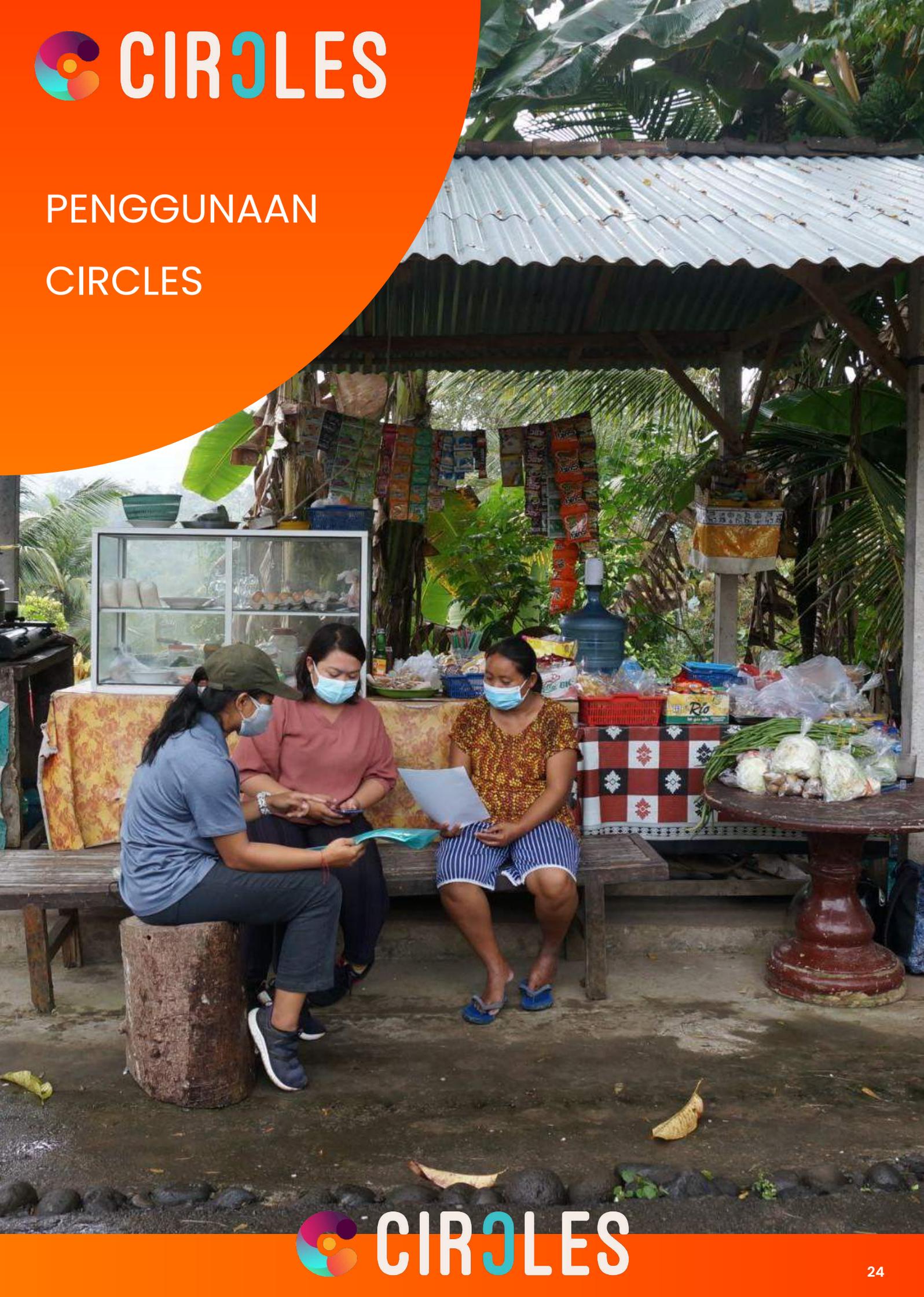


- Shopee
- Tokopedia
- Lazada
- FB Marketplace
- Instagram
- Bukalapak
- Tokobagus
- Whatsapp



Beberapa temuan penting: Banyak responden mencantumkan aplikasi media sosial sebagai sumber terpercaya untuk pembelian online. Banyak responden mengharapkan pasar online dalam aplikasi Circles untuk memungkinkan mereka menukar barang dan jasa secara langsung atau menggunakan Poin Circles. Responden juga menyarankan bahwa dengan menawarkan produk dan layanan mereka untuk Poin Circles juga dapat menambah nilai usaha.

PENGGUNAAN
CIRCLES



SUDUT PANDANG PENGGUNA

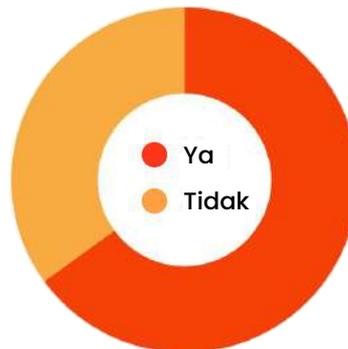


Jembrana

Kerobokan

Denpasar

**APAKAH
ANDA AKAN
MAKAI
CIRCLES?**



TANTANGAN

Pedesaan terpencil yang kesulitan dengan jangkauan internet seluler.

Orang tua di masyarakat pertanian pedesaan memiliki literasi teknologi yang rendah.

Masyarakat lebih dekat dengan pembayaran tunai.

Kurangnya tingkat kepercayaan masyarakat perkotaan.

Keragu-raguan jika Poin Circles memiliki nilai tukar IDR yang tidak jelas.

Ragu-ragu terhadap produk & layanan teknologi digital baru yang kompleks.

Kebutuhan akan data seluler, dan kerumitan proses pendaftaran.

PELUANG

Manfaat Circles yang memungkinkan untuk meningkatkan literasi teknologi.

Circles memiliki potensi untuk memperkuat rasa saling percaya antar masyarakat.

Kelompok tradisional menyatakan beberapa kendala bagi pengguna baru.

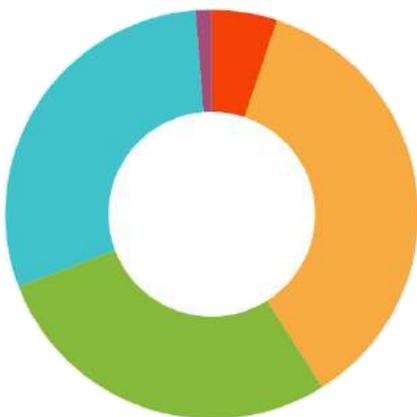
Kami berupaya menyederhanakan proses pendaftaran saat ini.

BAGAIMANA CIRCLES BEKERJA



Mayoritas responden menyatakan jika Circles menyediakan cara yang sederhana dan jelas untuk memungkinkan masyarakat saling mendukung, mereka bersedia mengadaptasi Circles ke dalam kehidupan sehari-hari dan mempromosikannya secara terbuka.

Jemberana



Kerobokan



Denpasar



Mayoritas responden melihat Circles sebagai sarana untuk bersama-sama memenuhi kebutuhan harian mereka secara keseluruhan atau sebagian.

Tanggapan secara umum lainnya mengacu pada keinginan untuk menggunakan Poin Circles sebagai sarana untuk membantu orang lain atau masyarakat yang lebih luas.

Responden juga menginginkan pasar online yang dapat digunakan untuk menawarkan dan menemukan barang yang dapat ditukarkan dengan Poin Circles.

Apa yang Anda lihat sebagai manfaat utama Circles?

-  Untuk memenuhi kebutuhan harian
-  Untuk memenuhi sebagian kebutuhan harian
-  Tidak perlu menggunakan tunai
-  Untuk mendapatkan barang langka
-  Lain-lain

SUDUT PANDANG PEMASOK



APAKAH ANDA INGIN MENERIMA CIRCLES UNTUK ANDA BARANG ATAU JASA?

JIKA YA, BERAPA NILAINYA?

Apakah Anda ingin menerima Poin Circles?

- Ya untuk sebagian barang/jasa
- Ya untuk seluruh barang/jasa
- Tidak

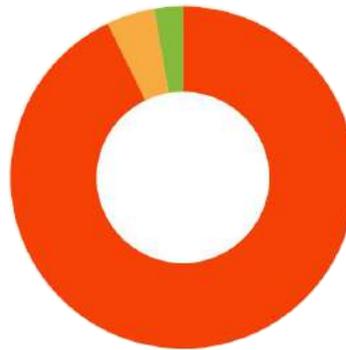
Berapa nilainya?

- Untuk keseluruhan nilai barang/jasa
- Untuk sebagian nilai barana/iasa
- Saya tidak ingin menerima Circles

Grafik di bagian kiri adalah tanggapan dari pengguna yang juga memiliki barang untuk dijual (Survei 1). Grafik di bagian kanan adalah tanggapan dari pemilik usaha yang sudah stabil (Survei 2). Kesimpulan utama yang didapatkan adalah fakta bahwa di Bali dan daerah berkembang lainnya sebagian besar pengguna juga menjalankan semacam usaha industri rumah tangga skala kecil yang menjadikan dasar pertimbangan utama untuk mengembangkan produk.

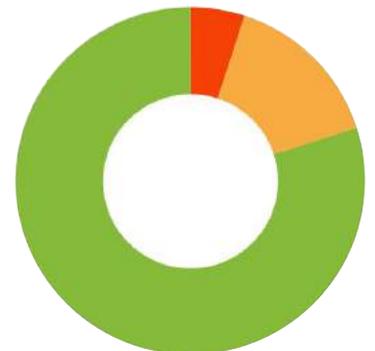
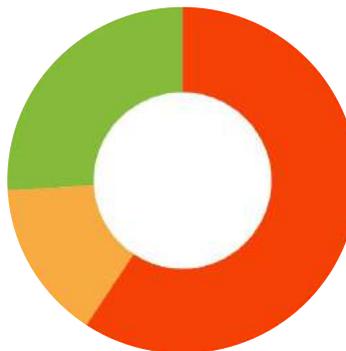
Jembrana

Sebagian besar pemasok akan menerima Poin Circles untuk ditukar dengan sebagian dari barang atau jasa, akan tetapi tidak termasuk barang bernilai tinggi karena potensi risiko, hal ini bertujuan untuk membantu masyarakat mereka memenuhi kebutuhan harian. Lebih dari 50% pemasok yang diwawancarai juga optimis bahwa pemasok mereka akan menerima Poin Circles.



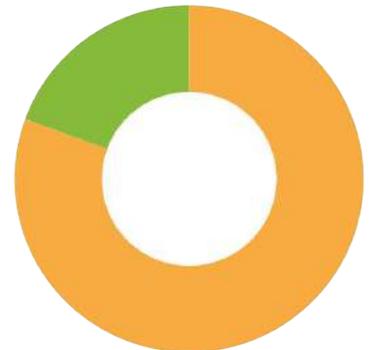
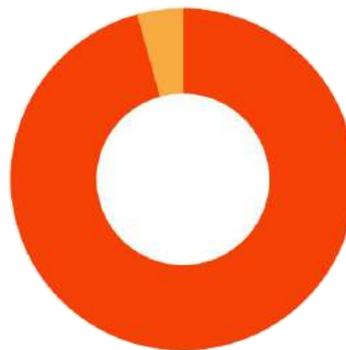
Kerobokan

Bagi para pemasok yang mendukung, mereka melihat Circles sebagai peluang untuk menjangkau pelanggan baru yang tertarik dengan perdagangan digital. Mereka bersedia menerima Poin Circles untuk produk yang bersumber secara lokal, dan produk yang tahan lama untuk mengurangi risiko kehilangan modal.



Denpasar

Pemasok menyarankan sosialisasi lebih lanjut untuk membangun kepercayaan dengan sebagian nilai barang yang diterima dengan Poin Circles, kemudian setelah rantai pasokan telah dimulai, mereka akan mendapatkan Poin Circles secara penuh. Pemasok dengan bahan baku dari distributor besar sangat ragu-ragu. Sedangkan badan usaha dengan tujuan sosial sangat bersedia menerima Poin Circles pada tahap awal.





Pemasok di ketiga lokasi survei melihat Poin Circles sebagai sarana untuk menarik pelanggan baru bagi usaha mereka. Mereka juga yakin bahwa Circles akan memberi dukungan kepada produsen lokal dan pemasok lokal bahan baku mentah.



SUDUT PANDANG TOKOH MASYARAKAT

DISKUSI KELOMPOK TERARAH (FGD)



Proses: Diskusi kelompok terarah (FGD) adalah suatu bentuk survei partisipatif bertujuan untuk menciptakan dialog yang menarik dengan pertanyaan terbuka dan pertanyaan lanjutan. Semua peserta menjawab secara anonim dan jawaban yang terkumpul didiskusikan bersama. Metode ini menangkap perspektif masyarakat dengan mendengar pendapat satu sama lain dan diskusi lebih lanjut setelah kegiatan.

Pertanyaan yang diinvestigasi: 1) Apakah Anda memahami cara kerja Circles? 2) Manfaat utama apa yang dapat diberikan oleh Circles bagi Anda dan komunitas Anda? 3) Bagaimana saran Anda untuk mempromosikan Circles di komunitas Anda? 4) Menurut Anda, apakah masyarakat di komunitas Anda akan menggunakan Circles? 5) Menurut Anda, apa hambatan utama bagi masyarakat di komunitas Anda dalam menggunakan Circles? 6) Rekomendasi apa yang Anda miliki untuk Circles?

Beberapa tokoh masyarakat yang terlibat:



Jembrana

Kepala Pertanian (Kelian Subak)

Direktur Koperasi pengeksport kakao, pemenang penghargaan lokal dengan lebih dari 900 anggota petani (KSS)



Kerobokan

Kepala Desa Adat (Kelian Adat)

Kepala Pemerintahan Desa (Kelian Dinas)

Pemimpin Program Wanita & Pemuda



Denpasar

Ketua Program Kesejahteraan

Kepala Banjar Adat (Kelian Banjar)

Ketua Lingkungan, & Ketua Yayasan Desa

SIMULASI PERMAINAN CIRCLES



Jembrana

Dengan bermain, peserta sangat antusias untuk mencari tahu bagaimana Poin Circles bekerja. Beberapa peserta meminta permainan tambahan untuk diproduksi sebagai metode sosialisasi dan edukasi masyarakat. Kesimpulan utamanya adalah bagaimana Poin Circles dapat membantu memenuhi kebutuhan harian bahkan ketika uang tunai terbatas.

Terkadang, sepanjang permainan, karena semua barang dan jasa tersedia untuk ditukar atau dinegosiasikan, kesepakatan tentang nilai IDR dari Poin Circles menjadi diskusi yang menarik di antara para pemain.

Beberapa peserta bertanya tentang pembuatan dan kepemilikan Poin Circles. Menyikapi hal tersebut, tim Circles Bali akan mengembangkan materi edukasi lebih lanjut.

Kerobokan

Pada saat bermain, terlihat antusiasme tentang bagaimana rantai pasokan, pasar, dan produk lokal dapat bermanfaat bagi komunitas mereka. Saling bertukar sumber daya antar masyarakat daripada membeli barang dari pemasok besar dianggap sebagai bentuk bisnis paling populer di masa depan, dan aplikasi digital seperti Circles adalah cara yang adil untuk melakukannya.

Permainan ini juga menginspirasi masyarakat untuk lebih memilih produk buatan dalam negeri dengan tujuan memperkuat masyarakat dari dampak bencana seperti pandemi COVID-19.



Denpasar

Pemain di daerah ini menggali topik tentang jaringan kepercayaan secara lebih dalam dan bagaimana pengaruhnya terhadap pertukaran mereka.

Warna yang digunakan dalam pion permainan membantu pemain memahami bagaimana Poin Circles dapat berpindah dari satu pengguna ke pengguna lainnya dan bagaimana hubungan kepercayaan menjadi kunci utama.

Pemain juga antusias tentang bagaimana pendapatan non-digital dan digital membantu memenuhi kebutuhan harian dan merangsang pertumbuhan ekonomi. Mereka mengambil keputusan secara kolektif untuk menetapkan nilai IDR dari Poin Circle pada awal permainan.



Pemahaman dan dukungan yang besar terhadap Circles

Peserta di semua lokasi menunjukkan pemahaman yang baik tentang fungsi dan manfaat Circles bagi komunitas mereka. Sebagian besar mengatakan komunitas mereka kemungkinan besar akan menggunakan Circles.

Masalah pengembangan Circles antar wilayah

Khususnya di Kerobokan, peserta memiliki perhatian terhadap verifikasi pengguna dan bagaimana hal ini dapat difasilitasi di komunitas dan wilayah yang terpisah.

Circles untuk mendorong layanan masyarakat

Peserta melihat Poin Circles sebagai sarana pendukung pemenuhan kebutuhan harian, dan membantu memecahkan masalah sosial di komunitas mereka, seperti bagaimana Poin Circles dapat memfasilitasi pembagian sumber daya lokal. Mereka ingin menggunakan Poin Circles untuk mempraktekkan “Dharma” (kebaikan) yang didorong oleh “Karma”, bagian yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat Bali.



Permintaan representatif lokal & pusat layanan

Sebagian besar masyarakat di Bali memiliki perwakilan atau juru bicara lokal yang dapat ditemui oleh semua masyarakat untuk mendapatkan dukungan. Peserta setuju bahwa menugaskan “Ambasador Circles” dan pusat layanan untuk sosialisasi akan meningkatkan kepercayaan dan kemudahan implementasi Circles.

Penjelasan misi & fungsi Circles

Khususnya di Denpasar, peserta memiliki banyak pertanyaan seputar sistem teknologi, kepemilikan, dan bagaimana Poin Circles dibuat. Saat penjelasan tentang tujuan sosial Circles diberikan, peserta meminta penjelasan lebih lanjut terkait poin-poin ini dalam sosialisasi.



Persetujuan nilai tukar untuk Poin Circles

Salah satu hambatan yang teridentifikasi bagi peserta untuk menggunakan Poin Circles adalah ketidakpastian nilai tukar. Pengguna dan pemasok khawatir tentang daya beli yang akan diberikan Poin Circles kepada mereka. Ketiga lokasi yang disurvei menyatakan perlunya Circles Bali untuk menentukan atau setidaknya memberikan pedoman yang jelas seputar nilai tukar.



“Kami berharap Denpasar bisa menjadi daerah uji coba untuk mempresentasikan bagaimana cara kerja sistem Circles.”

I PUTU GEDE HIMAWAN SAPUTRA
Kepala Administrasi, Banjar Tegeh Sari
Tegeh Sari, Denpasar

“Menurut saya, Circles adalah cara terbaik untuk membangun koneksi, memperkuat, membantu dan melengkapi satu sama lain dalam komunitas kita.”

I KOMANG MUDIANA
Kepala Subak Amerta Taman Sari
Taman Sari, Jembrana



“Saya yakin bahwa aplikasi ini sangat bermanfaat bagi mereka yang kurang beruntung serta dapat meningkatkan kesadaran tentang barang-barang yang tersedia secara lokal.”

I NYOMAN MADRA
Kepala Banjar
Pengubengan Kauh, Badung





CIRCLES

Setelah mengikuti simulasi permainan Circles, masyarakat perempuan di Kerobokan memulai komunitas baru untuk bekerja sama membeli pasokan dalam jumlah besar dengan harga barang yang lebih baik & biaya transportasi yang lebih sedikit.



Saran Implementasi Program



Peran pengguna dan pemasok

Survei pertama menunjukkan hampir 50% responden adalah pengguna dan pemasok. Mereka akan menggunakan Poin Circles untuk memenuhi kebutuhan harian serta untuk menghasilkan barang dan jasa dari usaha mereka – sudut pandang yang berbeda dengan sebagian besar negara barat di mana masyarakat jarang bekerja dan menjalankan usaha pada saat yang bersamaan. Pertimbangan ini harus dimasukkan ke dalam perancangan dompet pribadi, dompet bersama, dan dompet usaha.

Nilai Penggerak dalam Kebudayaan Bali

Filosofi “Tri Hita Karana” dan “Tat Twam Asi” merupakan keyakinan masyarakat Bali yang menjunjung tinggi dukungan kepada keluarga, teman, tetangga, serta komunitas yang lebih luas. Keyakinan pada Karma dan pengabdian masyarakat menunjukkan bagaimana masyarakat Bali ingin menggunakan Circles. Mempertimbangkan nilai ini dalam rancangan produk akan sangat bermanfaat.



Pengaruh & kekuatan relasi

Tata kelola masyarakat Bali yang dikenal sebagai “Banjar” memiliki kekuatan politik resmi dan tidak resmi. Seperti para pemimpin lokal, program kesejahteraan keluarga dan pemuda. Setiap pemimpin memiliki jaringan ratusan masyarakat. Dukungan untuk kebutuhan harian mereka sangat penting untuk mengimplementasikan dan memperluas Circles Bali.



Kepercayaan & sarana komunikasi

Masyarakat Bali menggunakan teknologi sebagai sarana komunikasi untuk menyebarkan informasi antar masyarakat secara pribadi atau komunikasi tatap muka pada upacara keagamaan dan kegiatan komunitas. Kegiatan ini biasanya dibentuk untuk kepentingan bersama atau “arisan” yang sering menggilir tabungan dan aktif menggunakan grup-grup WhatsApp.



Ketiga survei yang dilakukan juga mengidentifikasi metode paling efektif untuk mensosialisasikan Circles. Para tokoh masyarakat menawarkan berbagai sarana untuk berinteraksi dan melibatkan kelompok-kelompok kecil serta masyarakat luas. Tabel dibawah ini meringkas strategi yang paling sering disebutkan per wilayah.

| | Jembrana | Kerobokan | Denpasar |
|----------------------------------|----------|-----------|----------|
| Sosialisasi Tatap Muka | YA | YA | YA |
| Antar Individu | YA | YA | YA |
| Pertemuan Banjar | YA | YA | YA |
| Sosialisasi Langsung | YA | YA | YA |
| Grup-grup Whatsapp | YA | YA | YA |
| Kelompok hobi / Arisan* | YA | - | YA |
| Aplikasi Sosial Media | YA | YA | YA |
| Program Tambahan | - | YA | - |
| Tokoh Masyarakat Setempat | - | YA | - |
| Iklan Berbayar | - | YA | YA |

*Arisan adalah Perhimpunan Simpan Pinjam Bergilir secara bersama-sama yang umum dalam budaya Indonesia, mirip dengan Keuangan Mikro atas dasar rasa saling percaya.

TOKOH MASYARAKAT



Berikut adalah beberapa tokoh adat yang berpartisipasi dalam diskusi kelompok (FGD) yang akan berperan penting dalam implementasi program. Catatan: semua tokoh adat berikut telah menandatangani dukungan terhadap Circles Bali.

Kepala Desa Adat

Bendesa adalah sebutan untuk pemimpin desa adat Bali yang bertanggung jawab atas kegiatan adat dan budaya di banjar-banjar di desa.

Kepala Administrasi Banjar

Setingkat dengan Kelian Adat, atau dikenal sebagai Kelian Dinas, bertanggung jawab untuk mengelola administrasi pemerintahan.

Kepala Bidang Pertanian (Subak)

Bertanggung jawab memimpin organisasi masyarakat untuk mengatur sistem perairan pada sektor pertanian di Bali.

Kepala Banjar Adat

Kelian Adat adalah kepala banjar adat berdasarkan wilayah untuk kepentingan budaya, hukum adat, & agama.

Ketua Program Kesejahteraan Keluarga (PKK)

PKK adalah organisasi masyarakat yang memberdayakan perempuan untuk berpartisipasi dalam pembangunan komunitasnya di lingkungan sekitar Banjar.

Koperasi

Organisasi bisnis yang bertujuan untuk mencapai tujuan bersama. Koperasi dapat dibentuk oleh masyarakat atau pemerintah untuk mendukung UKM, industri, & perdagangan.

Pengelola Banjar Adat

Struktur organisasi ini terdiri dari masyarakat yang membantu Kepala Banjar Adat mengatur pelaksanaan kegiatan agama, sosial, & lingkungan.

Kepala Petugas Keamanan Adat (Pecalang)

Bertugas memimpin kelompok-kelompok aparat keamanan untuk menjaga ketentraman dan ketertiban di lingkungannya.

Yayasan, LSM, dan Ambassador Lokal

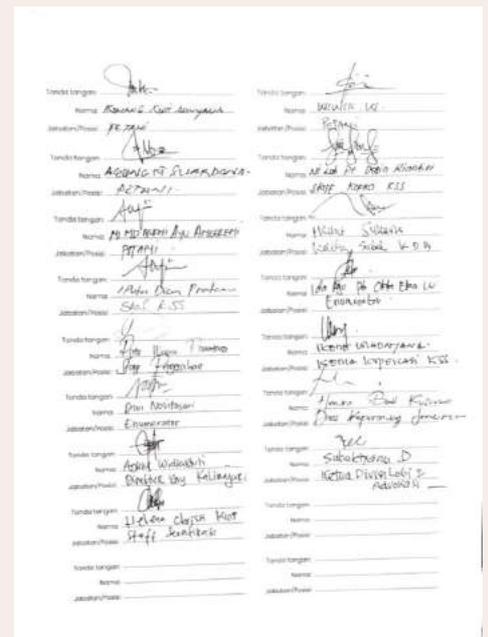
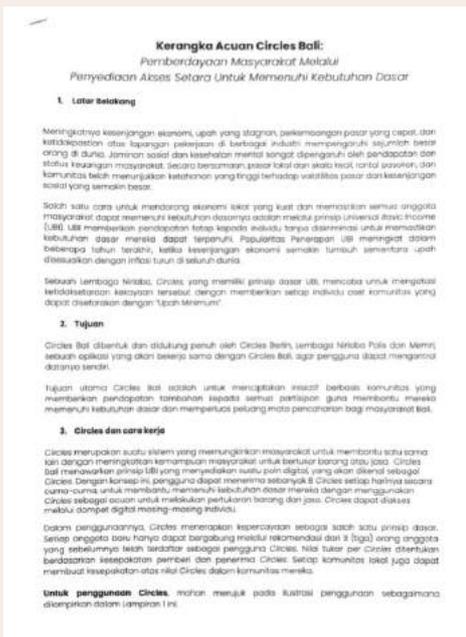
Individu & Organisasi Masyarakat yang mendukung kesejahteraan & pengembangan masyarakat untuk tujuan tertentu.

DUKUNGAN YANG DIDAPATKAN



Kegiatan FGD ditutup dengan mengajak tokoh masyarakat yang hadir untuk menandatangani surat dukungan. Surat ini menggarisbawahi dukungan penuh terhadap misi dan implementasi Circles Bali dari pihak yang menandatangani surat untuk komunitasnya masing-masing. 71 dari total 73 peserta yang hadir menandatangani surat dukungan, hal ini merupakan pencapaian luar biasa mengingat Circles merupakan suatu inovasi yang sangat baru dan kompleks. Dengan surat ini, izin implementasi dan dukungan pemerintah akan lebih mudah didapatkan.

Contoh pernyataan dukungan:



Anda dapat mengunduh pernyataan dukungan disini:

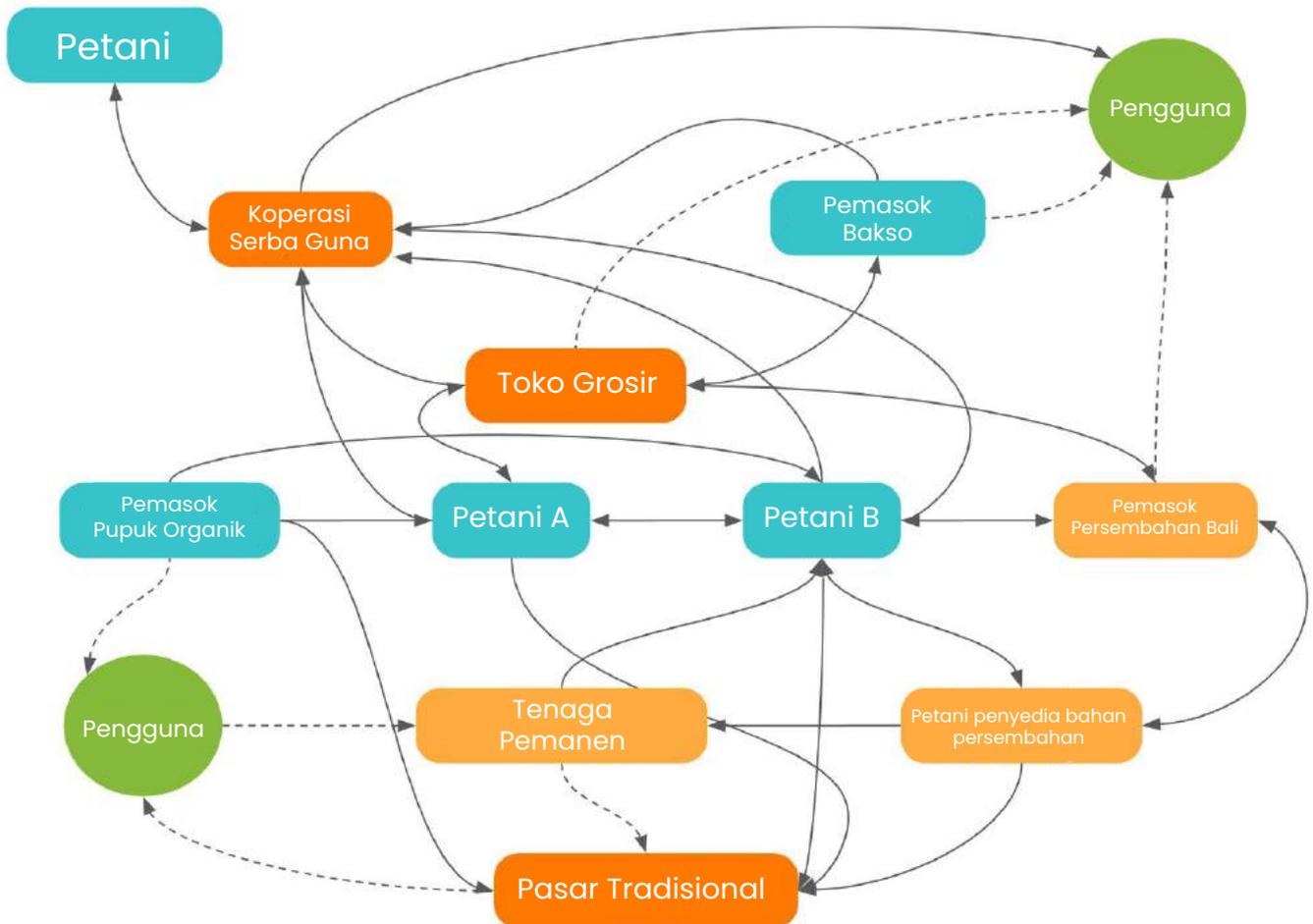
Pernyataan Dukungan
[JEMBRANA](#)

Pernyataan Dukungan
[KEROBOKAN](#)

Pernyataan Dukungan
[DENPASAR](#)



Contoh Rantai Pemasok Lokal di Jembrana (1)



- Pengguna
- Pengecer
- Nilai Tambah
- Pemasok Bahan Baku
- Transportasi
- Hubungan Dekat
- - Hubungan Lemah
- ➔ Pasok

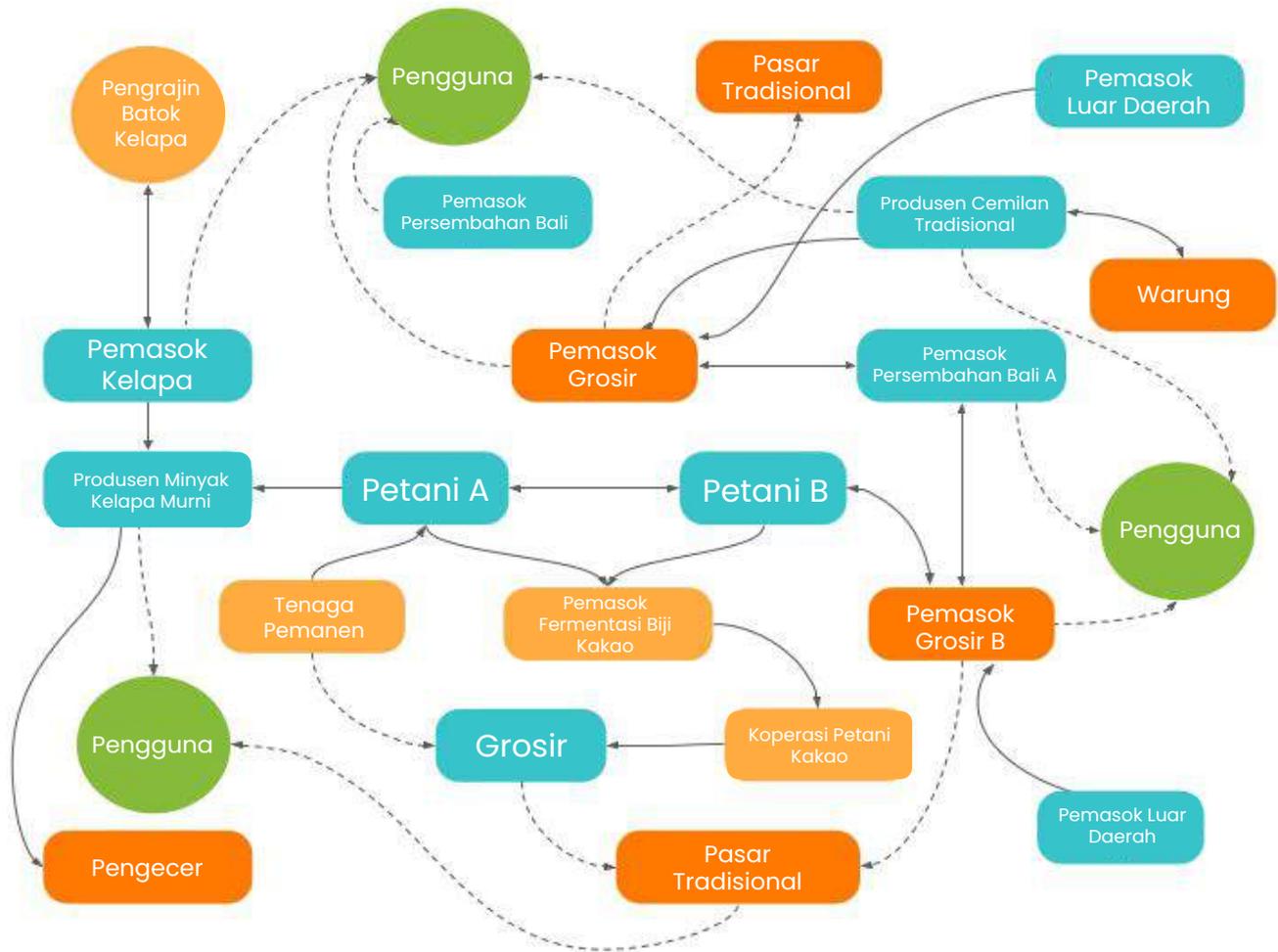
Peta rantai pasokan ini menampilkan skema umum komunitas pertanian pedesaan. Melibatkan beberapa produsen utama, petani, koperasi serba usaha, pasar tradisional, dan grosir yang menyediakan sebagian besar kebutuhan harian. Grafik ini juga menunjukkan beberapa aliran sumber daya.

Lebih dari 50% pemasok menunjukkan bahwa antara 75-100% bahan baku yang digunakan dibuat di desa mereka, dengan tambahan bahan lain dari Kabupaten Jembrana.

Hubungan dekat mengacu pada pertukaran yang terjadi secara rutin dan melalui interaksi individu. Sedangkan hubungan lemah adalah pertukaran yang sporadis dan tidak bersifat pribadi.



Contoh Rantai Pemasok Lokal di Jembrana (2)



- Pengguna
- Pengecer
- Nilai Tambah
- Pemasok Bahan Baku
- Transportasi
- Hubungan Dekat
- - Hubungan Lemah
- ➔ Pasok

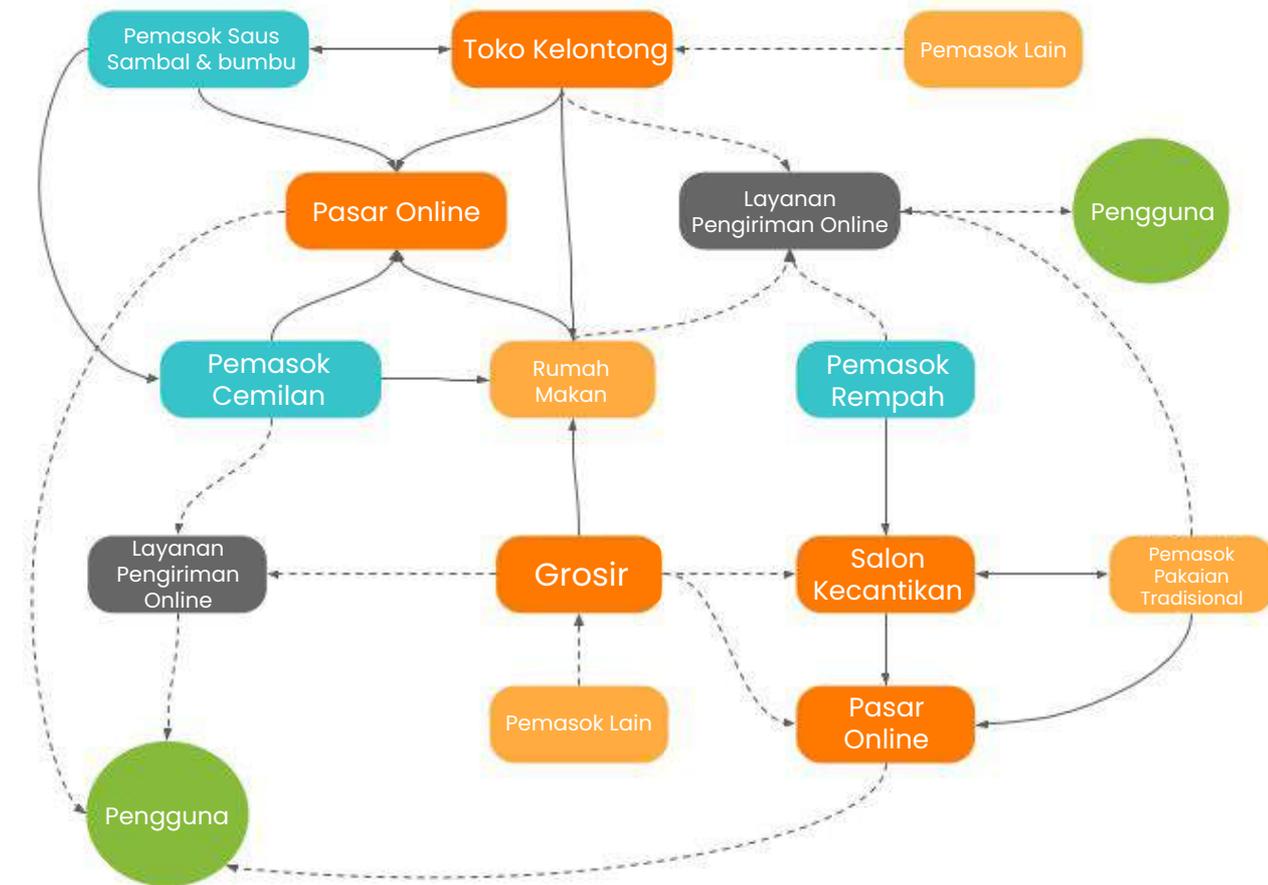
Pemetaan rantai pasokan diatas menunjukkan jaringan pemasok dan pengguna yang lebih luas dan interaksi dengan wilayah lain. Skema yang lebih luas ini perlu dipertimbangkan dalam uji coba Circles di beberapa lokasi utama.

Peta ini menunjukkan kondisi dimana masyarakat dalam wilayah pedesaan yang sama berinteraksi dengan masyarakat luar untuk menjual produknya dan mengimpor barang bernilai tinggi. Hal ini mengakibatkan semakin melemahnya koneksi antar pemasok.

Hubungan dekat mengacu pada pertukaran yang terjadi secara rutin dan melalui interaksi individu. Sedangkan hubungan lemah adalah pertukaran yang sporadis dan tidak bersifat pribadi.



Contoh Rantai Pemasok Lokal di Denpasar



- Pengguna
- Pengecer
- Nilai Tambah
- Pemasok Bahan Baku
- Transportasi
- Hubungan Dekat
- - - Hubungan Lemah
- ➔ Pasok

Berdasarkan hasil pemetaan, Denpasar memiliki hubungan yang relatif lemah di antara para pemasok.

Tidak banyak bahan baku yang dapat diperoleh di daerah perkotaan ini, oleh sebab itu, banyak pengecer mendapatkan barang bernilai lebih tinggi dari pemasok luar Denpasar. Pengemudi transportasi online yang juga disurvei merupakan bagian yang sangat dekat dengan rantai pasokan dan menyatakan ketertarikannya pada Circles.

Sebagian besar pemasok menyatakan bahwa kurang dari 50% bahan baku yang dibutuhkan tersedia di wilayah mereka, tetapi tersedia di kabupaten lain di provinsi Bali.



"Saya berharap Circles dapat berkembang menjadi sesuatu yang membantu dan menghubungkan produsen dengan pengusaha muda yang ingin mengembangkan bisnis mereka."

**Komang Ari Pernata -
Jembrana**





KESIMPULAN

KESIMPULAN UTAMA



Rasa kepercayaan yang tinggi sangat mempengaruhi implementasi Circles



Circles dapat mendorong transaksi pertukaran tradisional & masyarakat yang saling mendukung



Bagaimana cara efektif mengkomunikasikan misi & latar belakang Circles secara lokal



Sosialisasi massal & pusat layanan Circles di setiap daerah akan sangat bermanfaat



Dukungan tokoh masyarakat untuk menjalankan misi Circles telah didapatkan.

Tingginya rasa saling percaya mempengaruhi implementasi Circles

Karena penelitian dilakukan di 3 wilayah Bali dengan karakteristik sosial dan ekonomi yang berbeda, hasilnya memberikan gambaran jelas tentang implementasi Circles secara luas.

Masyarakat pedesaan Jembrana dan perkotaan Denpasar yang padat menunjukkan dukungan yang tinggi terhadap Circles, sedangkan dukungan dari masyarakat di Kerobokan masih kurang.

Circles dapat mendorong transaksi pertukaran tradisional & masyarakat yang saling mendukung

Dengan melihat fungsi dan manfaat Circles banyak responden menyatakan minat dan dukungan mereka pada metode transaksi pertukaran tradisional.

Beberapa responden merespon bagaimana Circles digerakkan oleh komunitas, dan melihat ini sebagai sarana yang bagus untuk mendukung dan memodernisasi layanan komunitas.

KESIMPULAN UTAMA (2)



Bagaimana cara efektif mengkomunikasikan misi & latar belakang Circles secara lokal

Rasa tidak percaya terhadap 'pengaruh orang luar' oleh beberapa responden yang tergabung ke penelitian sering ditemukan. Baik responden survei maupun peserta FGD mengatakan bahwa susunan organisasi Circles kurang dikomunikasikan. Presentasi yang membahas seputar misi sosial dan usaha Circles Bali telah dibuat dan siap digunakan selama penelitian, sosialisasi, dan acara di masa mendatang.

Sosialisasi massal & pusat layanan Circles di setiap daerah akan sangat bermanfaat

Sosialisasi di kegiatan masyarakat, dukungan pemerintah daerah dan kampanye online harus bisa menjangkau jumlah peserta yang cukup untuk merangsang dukungan publik.

Namun, karena Circles adalah sistem yang inovatif, para peserta dengan tegas meminta 'perwakilan lokal' dan pusat layanan di komunitas mereka untuk membantu menyelesaikan masalah atau menjawab pertanyaan teknis.



Dukungan tokoh masyarakat untuk menjalankan misi Circles telah didapatkan.

Karena adanya ketidakpercayaan terhadap pergerakan baru, dukungan tokoh masyarakat sangat penting untuk keberhasilan implementasi Circles. Setelah dukungan lokal dari tokoh masyarakat yang terpercaya berhasil didapatkan, kemampuan untuk mengintegrasikan wilayah lain akan tumbuh dengan pesat. Memperkuat ekonomi masyarakat akar rumput tidak mudah tanpa dukungan dari para pemimpin agama, budaya dan politik.

Oleh karena itu, penandatanganan surat dukungan menjadi kunci utama untuk diajukan kepada para pemimpin dan komunitas mereka.





“Kalau Circles sendiri saya lihat value yang mau ditumbuhkan adalah bagaimana connecting people, menyambung rasa, bergotong royong, membangun rasa saling percaya.”

**I Made Suarnatha -
Kerobokan**

MPOK 2 FGD Circle



REKOMENDASI



Identifikasi aliran sumber daya untuk menentukan daerah uji coba

Mengidentifikasi aliran sumber daya antara pedesaan dan perkotaan di daerah terpilih. Fokus penelitian harus pada barang dan jasa yang paling banyak digunakan, dan menentukan lokasi dimana siklus rantai pasokan dapat terpenuhi dengan lengkap. Daerah dengan hasil yang paling menarik perlu diteliti lebih lanjut untuk mengidentifikasi distributor utama dan pedagang grosir di daerah pedesaan harus diutamakan.

Menyusun rencana implementasi & pemantauan berjangka 3 tahun

Menetapkan ruang lingkup dan jangka waktu uji coba berdasarkan pengetahuan yang didapat hingga saat ini, dengan kesiapan hukum & teknologi, serta strategi pemantauan dan evaluasi. Para peserta harus diberikan pemahaman yang jelas tentang gambaran uji coba, strategi mitigasi, dan bagaimana memperkuat ekonomi lokal untuk meningkatkan kesejahteraan.

Kemampuan para pemasok di wilayah pedesaan untuk menyerap Poin Circles dari lingkungan mikro mereka ke dalam dompet usaha masing-masing harus menjadi fokus awal dikarenakan sebagian besar Poin Circles akan mengalir dari wilayah perkotaan ke wilayah ini. Sebuah program yang menjamin para pelaku utama dalam rantai pasokan dapat menukar Circles Points dengan Circles Bali perlu dipertimbangkan pada pengembangan program lebih lanjut. Hal ini dapat mengurangi kerugian bagi pemasok yang menerima Poin Circles pada tahap uji coba.

Bekerja sama dengan ahli antropologi & pakar UBI Julio Linares untuk dasar strategi

Tim implementasi mendapatkan pengetahuan dari percakapan yang belum lama ini dilakukan bersama Julio Linares seorang ahli UBI dari Circles Berlin. Lebih banyak data dan laporan dari proyek UBI lainnya yang harus dievaluasi dan digunakan untuk mengembangkan rencana implementasi Circles Bali.



Membuat laporan rekomendasi program

Berdasarkan hasil penelitian hingga saat ini, aplikasi Circles Bali perlu memenuhi persyaratan untuk pertimbangan sosial dan logistik. Analisis ini dilakukan berdasarkan aplikasi yang paling umum digunakan di Bali, dan membuat laporan rekomendasi dengan standar UX/UI.

Fokus pada tokoh masyarakat & pemasok utama

Peluncuran program uji coba perlu dilaksanakan dengan dukungan penuh dari pemerintah kota/kabupaten setempat untuk memastikan penggunaan Point Circles dapat diperluas. Orientasi awal pemasok utama di daerah pedesaan sangat penting. Selama uji coba, ketentuan nilai yang ditukarkan dengan Poin Circle harus diberikan kepada bisnis dan pengguna untuk memudahkan pertukaran. Pada akhirnya, ketentuan tersebut disetujui oleh kedua pihak yang melakukan pertukaran.



 **CIRCLES**

“Tokoh masyarakat harus bisa meningkatkan dan terus mensosialisasikan Circles dalam komunitas mereka untuk menciptakan kesadaran dan pemahaman.”

**I Nyoman Madra –
Kerobokan**

LAMPIRAN



 **CIRCLES**

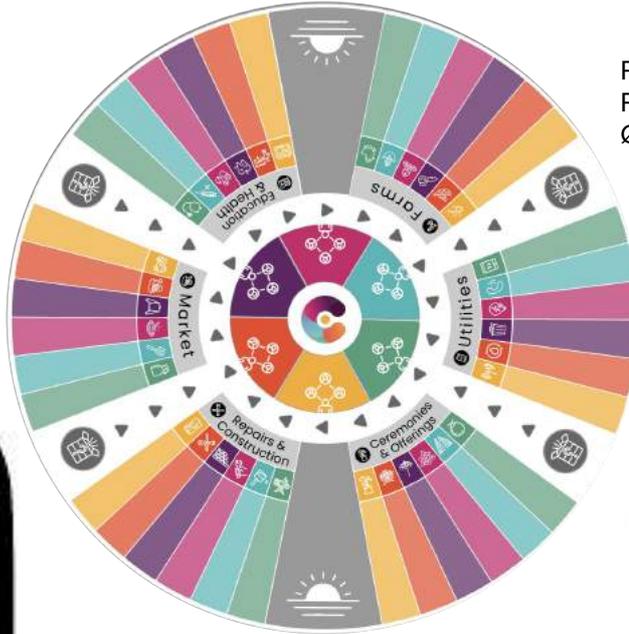
Laporan Akhir Penelitian
Masyarakat 2021

SPEKIFIKASI PERMAINAN CIRCLES



[UNDUH FILE](#)
[SIAP CETAK](#)
[DISINI](#)

Papan Permainan
Ø120cm



Peraturan Permainan
22 x 22cm



32 Kartu Keberuntungan
9.5 x 6.3cm



288 Circles
Ø2.7cm



48 Token
Ø3.7cm



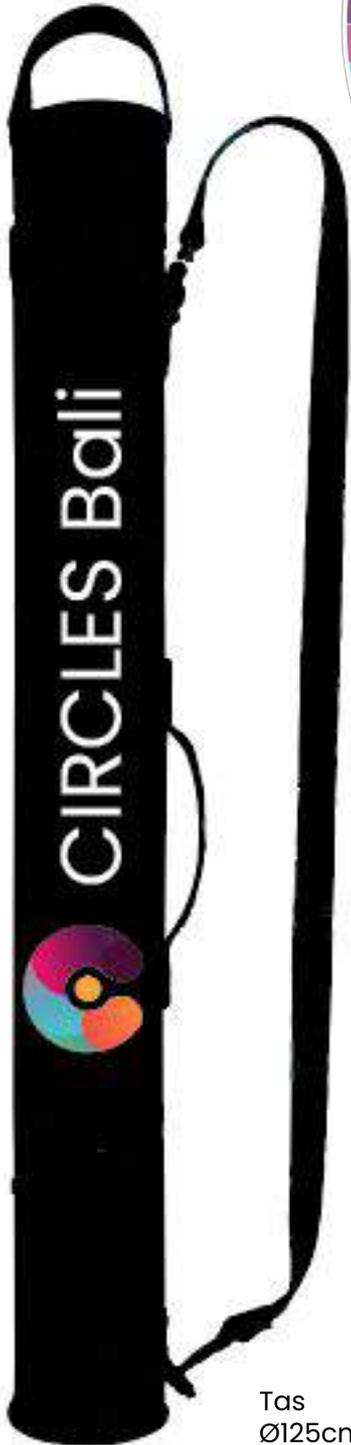
6 Kartu
Kebutuhan
Harian Saya
15 x 15cm



180 Rupiah
60 per pemain
10 x 4.5cm



6 Token Pemain
dengan dasar pion bertumpuk
Ø4.8cm



Tas
Ø125cm



6 Tas Jaringan Circles
Token Circles



Tas serut, masing-masing satu untuk:

Token
Rupiah
Kartu Keberuntungan
Token Pemain

ALAT EDUKASI MASYARAKAT



Alat edukasi ini mendukung tim peneliti dalam menyampaikan nilai-nilai dan misi Circles Bali untuk menyediakan UBI sebagai sarana masyarakat Bali dalam memenuhi kebutuhan harian. Alat-alat ini juga membantu perwakilan lokal untuk lebih efektif menjelaskan bagaimana Poin Circles dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan harian kepada peserta survei dan diskusi (FGD).

Bagaimana Circles Bekerja?

Memperkenalkan Circles, menjelaskan misi Circles Bali dan bagaimana Poin Circles dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan harian dari sudut pandang pengguna, serta prinsip dasar penggunaan Poin Circles.

[UNDUH DISINI](#)

Komunitas Circles

Menjelaskan bagaimana Poin Circles dapat ditukar dengan barang/jasa, atau beberapa Poin Circles + fiat dan bagaimana Poin Circles juga dapat dihadiahkan. Serta menjelaskan bagaimana komunitas Circles berkembang.

[UNDUH DISINI](#)

Tentang Circles & FAQ

Sebuah kisah Bali yang menceritakan bagaimana Poin Circles dapat digunakan oleh pengguna dan pemasok, dengan daftar FAQ Circles yang menjawab permasalahan umum, serta Circles untuk pengguna & pemasok.

[UNDUH DISINI](#)

ATRIBUT LAPANGAN



Saat terlibat dalam kegiatan masyarakat, tim peneliti serta tim Alam Santi mengenakan pakaian dan masker bertuliskan Circles Bali. Sebuah spanduk juga digunakan di beberapa kegiatan untuk mengenalkan serta mengkomunikasikan visi dan misi program.

Bergandeng tangan penuh kebutuhan = Fulfilling needs, hand in hand.



Tersedia dalam ukuran S, M, L, & XL
 Ukuran masker wajah yang dapat disesuaikan
 Ukuran spanduk 3m x 1.5m



[Anda dapat mengunduh dokumen siap cetak disini](#)

DOKUMENTASI



Tim Alam Santi bertugas untuk memastikan semua kegiatan lapangan terdokumentasikan dengan baik. Pendukung Circles ada di seluruh dunia, dan dokumentasi ini sebagai laporan tugas lapangan, media mengenalkan masyarakat Bali dan reaksi mereka terhadap program secara detail. Semua gambar yang digunakan dalam laporan ini adalah foto yang diambil selama kegiatan lapangan. Dokumen lainnya untuk digunakan sebagai materi lebih lanjut dapat diunduh melalui tautan berikut.

Gambar Kualitas Tinggi **Jembrana** **Kerobokan** **Denpasar**

Survei Pengguna

[UNDUH](#)

[UNDUH](#)

[UNDUH](#)

Survei Pemasok

[UNDUH](#)

[UNDUH](#)

[UNDUH](#)

Diskusi grup (FGD) Tokoh Masyarakat

[UNDUH](#)

[UNDUH](#)

[UNDUH](#)

Uji Coba Permainan

[UNDUH](#)

Tim Peneliti

[UNDUH](#)

Video Testimoni

Tonton cuplikan survei lapangan dan masyarakatnya dalam video pendek ini. Menampilkan respon terhadap Circles Bali di semua lokasi survei.

[TONTON VIDEO DISINI](#)





Upah minimum Bali ditetapkan per Kabupaten.

Saat ini (per 2021) upah minimum Kabupaten di Bali, berada diantara

IDR 2,930,000

(USD \$206)

and

IDR 2,495,000

(USD \$176)

Namun, mayoritas dewasa muda Bali kehilangan pekerjaan karena COVID-19.



**PEMERINTAH PROVINSI BALI
DINAS KETENAGAKERJAAN DAN ENERGI
SUMBER DAYA MINERAL**

JALAN RAYA PUPUTAN – NITI MANDALA DENPASAR - BALI
TELP. : 0361-223963, 223964 / FAX. : 0361-225596
<https://disnakeresdm.baliprov.go.id/#> – email : disnakeresdm.provball19@gmail.com

PENGUMUMAN
NOMOR : 560/8383/IV/DISNAKERESDM

TENTANG
UPAH MINIMUM KABUPATEN/KOTA TAHUN 2021

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bali Nomor 532/03-M/HK/2020 tanggal 19 Nopember 2020 tentang Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) Tahun 2021, bersama ini diumumkan bahwa :

1. Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) Tahun 2021 sebagai berikut :

| No. | Kabupaten/Kota | Rp./Bulan |
|-----|----------------------|--------------|
| 1. | Kabupaten Badung | 2.930.092,64 |
| 2. | Kota Denpasar | 2.770.300,00 |
| 3. | Kabupaten Gianyar | 2.627.000,00 |
| 4. | Kabupaten Karangasem | 2.555.469,09 |
| 5. | Kabupaten Jembrana | 2.557.102,17 |
| 6. | Kabupaten Tabanan | 2.625.216,99 |
| 7. | Kabupaten Klungkung | 2.538.000,00 |
| 8. | Kabupaten Buleleng | 2.538.000,00 |
| 9. | Kabupaten Bangli | 2.494.810,00 |

2. Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) Tahun 2021 sebagaimana dimaksud pada angka 1 di atas berlaku terhitung mulai tanggal 1 Januari 2021.

Demikian untuk diketahui dan menjadikan perhatian.

Ditetapkan di Bali
Pada tanggal 19 Nopember 2020.

a.n. GUBERNUR BALI
KEPALA DINAS,
IDA BAGUS NGURAH ARDA
NIP. 19621231 198512 1 068



Dengan ekonomi yang mengandalkan sektor pariwisata, dampak COVID-19 terhadap masyarakat Bali sangat besar.

Kebutuhan harian rumah tangga saat ini melebihi kemampuan orang untuk menghasilkan pendapatan.

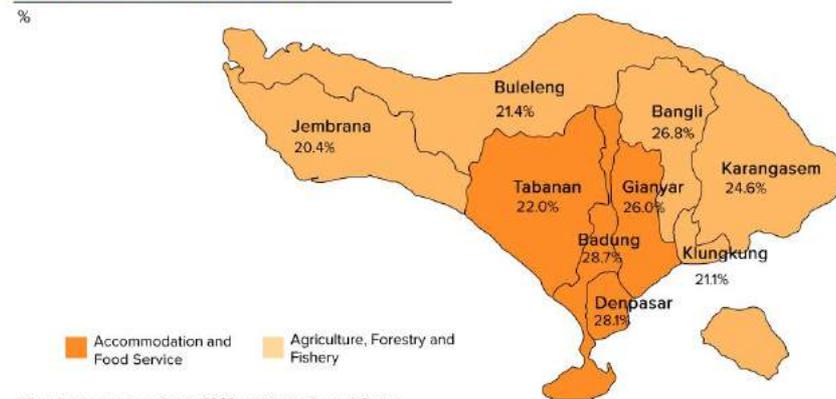
Ada peluang besar untuk misi Circles Bali dalam keadaan saat ini.

SUMBER

PRIOR TO COVID-19

Accommodation and food services are the largest contributor to the economy in the south and central areas of Bali, while the same is true for agriculture in other parts of the island.

Most dominant sector* by region (2019)



*Most dominant sector refers to GDP contribution for each Region. Source: BPS 2019

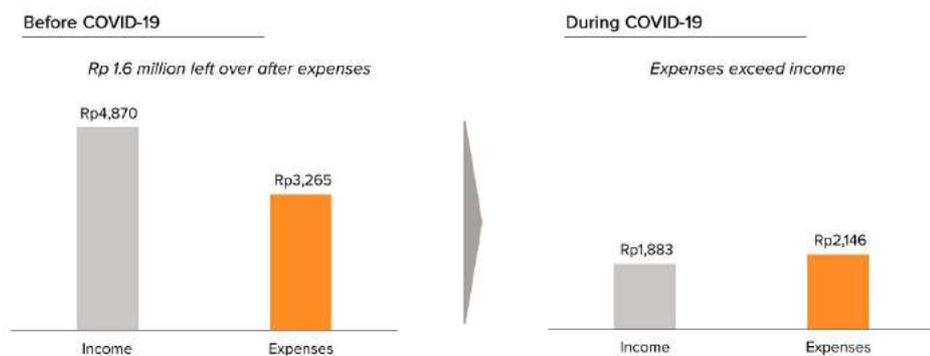


COVID-19 IMPACT

During COVID-19, expenses exceed household income.

Average income and expenditure of HHs before and during COVID-19 in Bali

(Thousand Rp, N= 77 HHs)



28

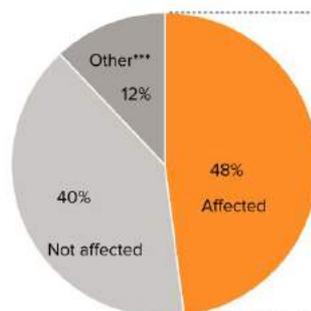


POLL 2 RESULTS – IMPACT ON INCOME

48% of poll respondents' income* has been affected by the COVID-19 situation, of whom, 47% have lost their job.

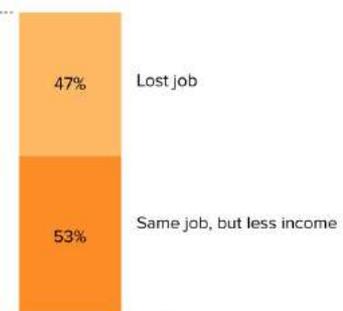
Impact of COVID-19 on income

(%, N=98*)



How COVID-19 impacted source of income

(%, N= 47)



*47 people (98 people responded to the poll). **The median age of poll respondents' = 28; mean age = 31. ***'Other' category includes housewives (5%), students (5%), and unclear responses (2%).

9

Screenshot





| Workplan Q4 2021 - Q4 2023 | PIC/Notes | 2021 | | Q1 2022 | | | Q2 2022 | | | Q3 2022 | | | Q4 2022 | | Q1 2023 | | Q2 2023 | | Q3 2023 | | Q4 2023 | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------|------|-----|---------|-----|-----|---------|-----|-----|---------|-----|-----|---------|-----|---------|-----|---------|-----|---------|-----|---------|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | Nov | Dec | Jan | Feb | Mar | Apr | May | Jun | Jul | Aug | Sep | Oct | Nov | Dec | Jan | Feb | Mar | Apr | May | Jun | Jul | Aug | Sep | Oct | Nov |
| Product Testing & Launch (to be confirmed with Senior Architect) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Establish strategy & TOR for Product Testing | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Test current version of the app | 2 Workshops | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Test & Feedback on wireframes | 2 Workshops | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MVP internal test > ready for public test/launch | 2 Workshops | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Field Research (to discuss with Julio) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Surveys | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Survey 1: Preliminary Public Feedback | DONE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Survey 2: Consumer feedback | DONE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Survey 3: Seller feedback | DONE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Survey 4: Community Leader feedback (FGD) | DONE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Study: Resources Flow Identification | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Prepare survey 5 objectives | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Establish / sign TORs for survey 5 outreach teams | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Prepare survey 5 outline | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Prepare survey 5 report template | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Target Locations Determination | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Socialization with local leadership | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Survey implementation | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reporting | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Product Recommendations | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Research & integration UBI within local context | AS + Julio | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Circles FIAT valuation determination | AS + Julio | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Define User Personas based on all research | AS team | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Product Brief from Circles Bali Team | AS team | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Legal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Review deck for BI Presentation | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ABNR 1st Meeting / Presentation with BI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2nd BI Presentation by Circles Bali | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Receive decision by BI and next steps | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Follow up with recommended agencies | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Define follow up needs for local endorsement by legal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Establish TOR for local legal outreach needs/lobby | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Engage with local leadership to fulfill needs | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Product legally ready for public roll out | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Roll-out | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Create detailed plan for roll-out strategy | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Create Marketing & education Brief / Proposal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sign off on roll out strategy & budget | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Create roll-out facilitation TOR | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Controlled area roll-out trial (pilot) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| NGO & Academic outreach | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Outreach to Kabupaten Regency (2) Leaders* | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Expansion across 1 or 2 Kabupaten (soft launch) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Media Press event & roll out w/ All | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Regency (9), District (57) & Sub-District (80) Leaders* | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Expansion across Province (launch) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Product Development (to be developed with Senior Architect) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tech recruitment | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Product Definition: UX for MVP by Bali Team | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Product research for market product fit | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Create wireframes for the MVP | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Product Definition by Tech Developer Team | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Integration of designs with Memri | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Strategic Planning Retreats | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Team retreats for review + next steps | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preparation for Expansion beyond Bali | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Define target areas / conditions for expansion | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Create 'How To' guideline for Cicles Pilots | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Establish strategic partnerships for testing | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Translate mech & game for international use | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Translate pilot materials into local languages | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Implement new pilots in dedicated locations | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Notes

Please note: All implementation timelines are fully dependant on legal & product deliverables

Bali has 8 Kabupaten (Regencies), 1 Kota (City), 57 Kecamatan (Districts), 80 Kelurahan (Urban Communities), and 636 Desa (Villages)



CIRCLES

BALI