



Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan
Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi
Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia



Panduan

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)

Tahun 2025

“ Mahasiswa Indonesia
Berkarakter, Berprestasi, Menginspirasi ”



Pengarah

Khairul Munadi

Berry Juliandi

Penyusun

Sukino

Jobih

Arwan Nur Ramadhan

Jacobus Wiwin

Munawir Nasir

Nur Laily

Nurul Safitri

Rumpoko Wicaksono

Uce Lestari

Wisnu Sakti Dewobroto

Alamul Huda

Andre Ramadhan

Arya Taruna Wiguna

Febri Rahman

Firda Arfiah

Harun Nasrullah

Hayfa Izzat Fariha

Kata Pengantar

Indonesia diproyeksikan menjadi salah satu dari sepuluh kekuatan ekonomi terbesar di dunia pada tahun 2030, dengan puncak kejayaan yang dikenal sebagai Indonesia Emas pada tahun 2045. Demi mewujudkan visi tersebut, tahun 2025 menjadi titik krusial dalam mempercepat pertumbuhan jumlah pengusaha di Indonesia. Target utamanya adalah mencapai minimal 8% populasi pengusaha pada tahun 2045. Upaya ini diharapkan mampu membawa perubahan besar yang mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi berkomitmen untuk terus mendukung pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang kewirausahaan. Hal ini dilakukan melalui pengembangan program kewirausahaan di perguruan tinggi dengan mengidentifikasi mahasiswa sebagai aset penting. Harapannya adalah agar mahasiswa dapat mengembangkan minat, bakat, kreativitas, dan inovasi dalam kewirausahaan sehingga menjadi pendorong utama peningkatan perekonomian nasional.

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) telah dirancang untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan di perguruan tinggi. Program ini mencakup serangkaian pembinaan, pendampingan, pelatihan usaha bagi mahasiswa dan menjadi bagian dari kegiatan pembelajaran yang fokus pada bidang kewirausahaan. Hal ini sangat penting dalam memberikan inspirasi kepada mahasiswa agar menjadi pengusaha yang sukses serta membantu membangun iklim ramah wirausaha di lingkungan perguruan tinggi.

Buku panduan P2MW 2025 ini disusun sebagai acuan bagi perguruan tinggi dan mahasiswa yang ingin berpartisipasi melalui keterlibatan aktif mahasiswa dan dukungan penuh dari perguruan tinggi, diharapkan P2MW mampu mencetak lulusan dengan semangat kewirausahaan serta memberikan dampak positif bagi perguruan tinggi, masyarakat, bangsa, dan negara. Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam kesuksesan program ini.

Jakarta, 2 Mei 2025
Plt. Direktur Pembelajaran dan
Kemahasiswaan,

Berry Juliandi

Daftar Isi

Kata Pengantar	1
Daftar Isi	2
Latar Belakang	3
Dasar Hukum	4
Tujuan dan Manfaat	4
Persyaratan	4
Tahapan Usaha	5
Kategori Usaha	6
Kriteria Penilaian	9
Luaran Program	12
Usulan dan Seleksi Proposal	12
Alokasi dan Pendanaan	12
Peningkatan Ekosistem Kewirausahaan di Perguruan Tinggi	14
Pendampingan	16
Rekomendasi Konversi sks	18
Pelaporan, Penilaian Kemajuan dan Seleksi KMI Expo	20
Pelaporan Akhir	21
KMI Expo	21
Jadwal Pelaksanaan	22
Penutup	23
Lampiran-Lampiran:	
Lampiran 1. Format Lembar Pengesahan Mahasiswa	24
Lampiran 2. Format Berita Acara Penilaian Proposal Internal P2MW Perguruan Tinggi	26
Lampiran 3. Format Isian Proposal Kelompok Usaha Mahasiswa (isian dalam sistem)	27
Lampiran 4. Format Laporan Arus Kas Tahapan Awal (Proyeksi) dan Tahapan Bertumbuh	29
Lampiran 5. Format Laporan Laba Rugi Tahapan Awal	30
Lampiran 6. Format Laporan Laba Rugi Tahapan Bertumbuh	31
Lampiran 7. Format Neraca Tahap Bertumbuh	32
Lampiran 8. Format Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran (RAB) Kelompok Usaha Mahasiswa	34
Lampiran 9. Rubrik Penilaian Kategori (a) Makanan dan Minuman, (b) Budidaya, (c) Industri Kreatif, Seni, dan Budaya (d) Jasa, Pariwisata dan Perdagangan, dan (e) Manufaktur dan Teknologi Terapan	36
Lampiran 10. Rubrik Penilaian Kategori Bisnis Digital	42
Lampiran 11. Rubrik Penilaian Pendampingan Kelompok Usaha	50
Lampiran 12. Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa kategori (a) Makanan dan Minuman, (b) Budidaya, (c) Industri Kreatif, Seni, dan Budaya, (d) Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan, dan (e) Manufaktur dan Teknologi Terapan	54
Lampiran 13. Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa Bisnis Digital (Tahapan Awal)	57
Lampiran 14. Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa Bisnis Digital (Tahapan Bertumbuh)	59
Lampiran 15. Format Laporan Akhir P2MW	61
Lampiran 16. Format Laporan Penggunaan Anggaran Kelompok Usaha Mahasiswa	69

Latar Belakang

Kewirausahaan memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan mendukung tercapainya visi Indonesia Emas pada tahun 2045. Selain itu, kewirausahaan berperan sebagai motor penggerak utama dalam upaya meningkatkan rasio wirausaha menjadi 8% pada tahun tersebut. Sesuai dengan Asta Cita ketiga Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia, dengan semakin bertambahnya wirausaha muda, diharapkan lahir potensi inovasi dan terbentuknya sektor-sektor ekonomi baru. Hal ini akan bermuara pada penciptaan lapangan kerja dan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional.

Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, berupaya mendukung capaian tersebut dengan mengimplementasikan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW). Program ini bertujuan untuk mendorong kemampuan wirausaha di kalangan mahasiswa dengan cara pemberian insentif berwirausaha serta sekaligus memperkuat ekosistem kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi. Pada tahun 2024 telah tercapai 5.515 mahasiswa yang mengikuti program P2MW dari target 5.000 mahasiswa menjalankan wirausaha. Berdasarkan hasil survei, lebih dari 90% mahasiswa merasakan manfaat yang signifikan, terutama dalam memperoleh pengalaman langsung berwirausaha. Manfaat tersebut meliputi proses pembelajaran dalam membuka usaha, mengatasi dan memecahkan berbagai masalah, serta meningkatkan ketanggahan mahasiswa dalam menghadapi tantangan usaha.

P2MW merupakan program yang mendukung kegiatan berwirausaha bagi mahasiswa yang telah memiliki prototipe produk atau sedang menjalankan bisnis. Selaras dengan fokus program Pemerintah, pada tahun 2025 P2MW menitikberatkan pada penerapan inovasi dalam bisnis dengan mengedepankan prinsip keberlanjutan sebagai orientasi utama. Dalam konteks ini, diharapkan agar perguruan tinggi dalam pelaksanaan P2MW 2025 tidak hanya fokus pada pembentukan karakter kewirausahaan yang inovatif, tetapi juga yang dapat memberikan dampak dan keberlanjutan. Guna mewujudkan hal tersebut, perguruan tinggi dapat ikut berperan dalam penguatan kewirausahaan di daerah melalui pengembangan jejaring kemitraan dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI). Hal tersebut diyakini dapat mempercepat pencapaian tujuan P2MW yang berlandaskan pembelajaran berbasis pengalaman berwirausaha secara nyata.

P2MW akan terus berkomitmen memberikan dampak nyata bagi keberlanjutan usaha mahasiswa serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Program ini sejalan dengan kebijakan dan tujuannya, yaitu melahirkan lulusan perguruan tinggi yang tidak hanya berorientasi mencari pekerjaan, tetapi juga mampu menciptakan peluang kerja baru dan berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran terdidik di Indonesia.

Dasar Hukum

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2024 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2025-2045;
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
4. Peraturan Presiden Nomor 189 Tahun 2024 tentang Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi;
5. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2025 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2025-2029; dan
6. Peraturan Menteri Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Nomor 1 Tahun 2024 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi.

Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Pelaksanaan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) bertujuan untuk:

- a. Peningkatan jumlah mahasiswa menjalankan wirausaha di perguruan tinggi;
- b. Penguatan pembinaan kewirausahaan di perguruan tinggi yang berprinsip pada pengembangan karakter inovatif dan usaha berkelanjutan; dan
- c. Penguatan ekosistem kewirausahaan perguruan tinggi dengan melibatkan Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI), komunitas, pemerintah, maupun pemangku kepentingan lainnya.

2. Manfaat

Pelaksanaan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) bermanfaat untuk:

- a. Meningkatkan jumlah mahasiswa menjalankan wirausaha;
- b. Meningkatkan kapasitas perguruan tinggi dalam pembinaan kewirausahaan mahasiswa yang berprinsip pada pengembangan karakter inovatif dan usaha berkelanjutan; dan
- c. Meningkatkan jejaring ekosistem kewirausahaan perguruan tinggi dengan melibatkan Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI), komunitas, pemerintah, maupun pemangku kepentingan lainnya.

Persyaratan

Persyaratan pelaksana P2MW adalah sebagai berikut:

1. Perguruan Tinggi

- a. Perguruan Tinggi Akademik dan Vokasi di lingkungan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kemdiktisaintek; dan
- b. Melaksanakan proses seleksi internal proposal usaha dan justifikasi RAB dari kelompok mahasiswa di perguruan tinggi (dibuktikan dengan berita acara).

2. Mahasiswa

- a. Mahasiswa aktif pada masa pelaksanaan program yang terdaftar pada PDDIKTI di lingkungan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kemdiktisaintek;
- b. Setiap mahasiswa hanya boleh terdaftar dalam satu kelompok usaha dan tidak sedang mengajukan pendanaan lainnya pada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan;
- c. Setiap mahasiswa dan usaha yang diusulkan hanya boleh mengikuti P2MW maksimal 2 (dua) kali pada tahun yang berbeda;
- d. Setiap kelompok terdiri dari ketua dan anggota dengan jumlah 3-5 mahasiswa;
- e. Setiap kelompok hanya boleh memilih satu tahapan usaha (tahap awal atau bertumbuh) dan satu kategori usaha (makanan-minuman/budidaya/industri kreatif, seni, dan budaya/jasa, pariwisata, dan perdagangan/manufaktur dan teknologi terapan/bisnis digital).

3. Produk Usaha

- a. Produk yang diusulkan diutamakan hasil riset perguruan tinggi asal mahasiswa;
- b. Produk yang diusulkan merupakan produk yang dikembangkan oleh mahasiswa pengusul (bukan waralaba, *reseller*, titip jual, usaha keluarga/orang lain); dan
- c. Proposal usaha yang diusulkan tidak menerima pendanaan sejenis dari sumber APBN pada tahun yang sama.

Tahapan Usaha

Tahapan Usaha dalam pelaksanaan P2MW 2025 merupakan klasifikasi tahapan usaha yang telah dilakukan oleh mahasiswa. Tahapan ini ditujukan bagi kelompok usaha mahasiswa dalam mengikuti P2MW. Tahapan usaha dalam program P2MW terdiri dua yaitu Tahapan Awal dan Tahapan Bertumbuh. Kelompok usaha harus bisa mengidentifikasi dan memilih satu tahapan pada satu kategori berdasarkan kriteria berikut:

Kriteria Usaha Tahapan Awal terdiri dari:

- a. Usaha belum berjalan atau berjalan kurang dari 6 bulan;
- b. Minimal memiliki prototipe produk yang terdokumentasi;
- c. Sudah melakukan survei/validasi masalah dan solusi (*problem solution fit*); dan
- d. Memiliki proyeksi laba rugi dan arus kas atau *traction*.

Kriteria Usaha Tahapan Bertumbuh terdiri dari:

- a. Usaha minimal sudah berjalan selama 6 bulan atau sudah mengikuti P2MW pada tahapan awal;
- b. Terdapat penjualan atau telah memiliki jejak usaha (*traction*);
- c. Sudah melakukan survei validasi pasar (*product market fit*); dan
- d. Memiliki laporan laba rugi dan arus kas atau *traction*.

Kategori Usaha

Kategori usaha adalah jenis usaha mahasiswa berdasarkan bidang usaha yang dijalankan. Kelompok usaha mahasiswa wajib memilih salah satu kategori usaha yang telah ditentukan sebagai berikut:

1. Makanan dan Minuman

Usaha di bidang makanan dan minuman merupakan usaha produk makanan dan minuman siap saji. Produk makanan dan minuman yang diusulkan menerapkan **inovasi** baik dalam aspek produk maupun manajemen usaha (produksi, pemasaran, dsb), serta mengutamakan unsur bahan dari sumber pangan lokal Indonesia. Selain itu, usaha pada jenis makanan dan minuman ini juga harus layak dan sehat untuk dikonsumsi dan terjamin keamanannya. Usaha yang **tidak termasuk** kategori **Makanan dan Minuman** yaitu *cafe*, restoran, rumah makan dan sejenisnya.



Contoh usaha yang **termasuk** kategori **Makanan dan Minuman**: makanan olahan, makanan olahan beku/*frozen food*, makanan siap saji, minuman olahan, minuman siap saji, aneka cemilan/*snack*, kuliner kue tradisional.

2. Budidaya



Usaha di bidang budidaya merupakan usaha yang melibatkan kegiatan budidaya bidang agrokomples (tanaman pangan, hortikultura, kehutanan, perkebunan, peternakan, dan perikanan) atau usaha yang menghasilkan produk berupa sarana produksi pertanian, peternakan, dan perikanan, seperti pupuk organik, media tanam, suplemen kesehatan hewan, pestisida nabati, dan pakan. Produk budidaya yang diusulkan menerapkan **inovasi** baik dalam aspek produk maupun manajemen usaha (produksi, pemasaran, dsb).

Usaha yang **tidak termasuk** kategori **Budidaya** yaitu pestisida kimia dan sintetis, obat ternak sintetis dan kimiawi, makanan olahan hasil budidaya.

Contoh usaha yang **termasuk** kategori **Budidaya**: usaha budidaya tanaman (pembenihan tanaman, pembibitan, budidaya tanaman buah, sayuran, bunga, rempah-rempah, hidroponik, dsb), budidaya hewan ternak pedaging (unggas, kambing, domba, sapi, dsb), budidaya ternak petelur, budidaya ikan air tawar/laut atau hasil perairan, budidaya lebah madu, maggot, cacing, jangkrik, hewan kesayangan (kucing, anjing, kelinci, burung, reptil, dsb), usaha produksi pupuk/media tanam/pestisida nabati dan herbal, pakan, daging segar, hewan hidup.

3. Industri Kreatif, Seni, dan Budaya



Industri Kreatif, Seni, dan Budaya merupakan suatu kegiatan usaha baik produk maupun jasa yang menerapkan inovasi baik dalam aspek produk maupun manajemen usaha (produksi, pemasaran, dsb) dan nilai kreativitas yang tinggi serta memiliki sentuhan seni dan nuansa budaya yang kuat. Pada kategori ini pengusul harus memiliki lokalitas sumber daya yang kuat baik berupa bahan baku, maupun sumber daya lainnya.

Usaha yang **tidak termasuk** kategori **Industri Kreatif, Seni, dan Budaya** yaitu jasa pada industri kreatif, seni, dan budaya (*Event Organizer (EO)*, *Wedding Organizer (WO)*), persewaan baju seni, produk *fashion* (baju batik, sepatu kulit, dll), produk media pembelajaran.

Contoh usaha yang **termasuk** kategori **Industri Kreatif, Seni, dan Budaya**: kerajinan tangan, lukisan, kaligrafi, souvenir, kain tradisional (kain batik, kain tenun, kain songket, dll), kain *ecoprint*, kerajinan kulit, kerajinan kayu, wastra yang memiliki lokalitas nuansa seni dan budaya yang kuat. Jasa dibidang seni dan budaya berupa sanggar, menggambar, melukis, musik, tari, film, animasi, dan teater.

4. Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan

Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan merupakan usaha dalam bentuk layanan (jasa) atau produk barang (bahan baku, barang setengah jadi maupun barang jadi), dan usaha pengembangan pariwisata yang mengutamakan kreativitas, inovasi baik dalam aspek produk maupun manajemen usaha (produksi, pemasaran, dsb) serta mengedepankan potensi wisata Indonesia.



Contoh:

Jasa: jasa *cleaning service*, jasa bersih rumah, jasa konsultan (manajemen, keuangan, hukum, teknologi informasi), jasa pendidikan (les privat, kursus bahasa, bimbingan belajar), jasa pengembangan TIK, jasa desain grafis, jasa dokumentasi, jasa pemasaran digital, jasa desain ruang (arsitektur), jasa periklanan, jasa salon, jasa reparasi elektronik, bengkel, jasa sewa peralatan dan kendaraan, jasa ekspor-impor hasil bumi (kopi, rempah-rempah, minyak sawit) dll.

Perdagangan: cafe, restoran, warung makan, warung kopi, *food truck*, *coffee shop*, produk media pembelajaran, produk *fashion* (pakaian, sepatu, tas, dsb), produk souvenir.

Pariwisata: atraksi wisata, wisata *glamping*, wisata edukasi, dan berbagai jasa terkait pariwisata seperti *tour guide*, *travel agent*, konsultan pariwisata, *homestay*, pengelolaan hotel, *tour guide*, dan usaha pengembangan pariwisata lainnya.

Usaha yang **tidak termasuk** kategori **Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan** yaitu segala usaha yang bukan berbasis layanan dan usaha terkait pariwisata yang berbasis *web* dan aplikasi *mobile*.

5. Manufaktur dan Teknologi Terapan



Manufaktur dan Teknologi Terapan adalah aktivitas usaha yang menitikberatkan pada transformasi bahan baku menjadi barang setengah jadi atau produk akhir dengan menggunakan teknologi dalam tahap pengolahan, perakitan, dan produksi.

Produk yang diusulkan menerapkan inovasi baik dalam aspek produk maupun manajemen usaha (produksi, pemasaran, dsb). Produk yang dihasilkan berbeda dengan produk di pasaran. Keseluruhan rangkaian kegiatan usaha dilakukan pada tempat usaha sendiri yang memiliki legalitas usaha.

Usaha yang **tidak termasuk** kategori **Manufaktur dan Teknologi Terapan** yaitu produk curah dan produk yang dikemas ulang.

Contoh usaha yang **termasuk** pada kategori **Manufaktur dan Teknologi Terapan** adalah keseluruhan sektor mulai dari otomotif hingga elektronika dan kesehatan seperti otomasi, robotika, mesin/alat, elektronika, alat medis, produk kosmetika termasuk sabun dan pasta gigi, parfum dengan hasil sulingan minyak atsiri sendiri, produk herbal, tekstil/garmen, lilin dengan bahan baku sendiri, baterai lithium-ion, *drone*, sepeda/motor listrik dan lain-lain.

6. Bisnis Digital

Bisnis Digital merupakan usaha di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah, mengoptimalkan efisiensi & efektivitas proses bisnis, mengintegrasikan proses bisnis dan menyajikan serta mengolah informasi dalam suatu sistem. Produk yang diusulkan menerapkan inovasi baik dalam aspek produk maupun manajemen usaha (produksi, pemasaran, dsb).



Contoh:

- Aplikasi berbasis *web* maupun aplikasi berbasis *mobile* di bidang pendidikan, kesehatan, perdagangan, perindustrian, pariwisata, finansial, manajemen, produktivitas, sosial, budaya, dll.
- *Game*, aplikasi sosial media dan aplikasi hiburan berbasis *web/mobile*.
- *Platform marketplace* (pasar digital) yang mengintegrasikan proses perdagangan digital mulai dari mempertemukan berbagai *supplier* dengan pembeli, transaksi hingga proses pengirimannya.
- *Platform* digital berbasis sosial dan *green concept*.
- Perangkat digital cerdas (*smart device* dan *internet of things*) yang dilengkapi dengan aplikasi, sistem komunikasi dan pertukaran pesan.
- *Virtual Reality*, *Augmented Reality*, Kecerdasan Buatan (VR, AR dan AI).
- Sistem Penginderaan Jauh dan Sistem Informasi Geografis (GIS).

Usaha yang **tidak termasuk** kategori **Bisnis Digital** antara lain :

- Aplikasi *web/mobile* untuk katalog maupun transaksinya pada SATU toko fisik.
- *Website* pariwisata untuk SATU daerah/destinasi wisata yang tidak ada transaksi bisnisnya.
- Aplikasi *web/mobile* yang hanya digunakan untuk SATU perusahaan.
- Jasa pemasaran digital, pembuatan *website*, pengelolaan sosial media, desain grafis dan animasi.
- *Website reseller* produk digital.
- Produk *website statis/landing page*.
- Usaha yang transaksinya tidak dilakukan pada aplikasi, namun hanya dilakukan melalui pembayaran *cash, messenger/sosial media*.
- Penyewaan peralatan *Virtual Reality, Augmented Reality*, Kecerdasan Buatan (VR, AR dan AI).
- Jasa konsultan Sistem Penginderaan Jauh dan Sistem Informasi Geografis (GIS).

Jenis Usaha yang tidak diperkenankan pada seluruh kategori:

Jual beli barang/jasa yang bukan milik sendiri seperti waralaba, distributor, agen, *reseller, dropshipper*, jasa titip beli (*jastip*), jasa titip jual (*konsinyasi*), *rebranding, thrifting* luar negeri, judi *online*, pornografi, mengemas ulang barang curah (*repackaging*), dan barang dan jasa yang melanggar hukum untuk diperdagangkan.

Kriteria Penilaian

Proposal kelompok usaha yang memenuhi persyaratan administrasi akan dinilai pada tahapan seleksi substansi berdasarkan kriteria penilaian sesuai dengan tahapan usaha.

1. Penilaian Proposal untuk kategori Non Digital:

- Makanan dan Minuman;
- Budidaya;
- Industri Kreatif, Seni, dan Budaya;
- Jasa, Pariwisata dan Perdagangan; dan
- Manufaktur dan Teknologi Terapan.

A. Tujuan Mulia (*Noble Purpose*) (10%)

Kriteria ini menilai tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha. Pendirian usaha tidak hanya fokus untuk mendapatkan keuntungan namun juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan serta memiliki keberlanjutan dalam jangka waktu yang panjang yang dapat menjadi solusi dalam peningkatan lapangan pekerjaan.

B. Konsumen Potensial (20%)

Kriteria ini menilai segmentasi konsumen dan target pembeli potensial serta posisi produk di pasar (*Segmentation, Targeting, Positioning*), termasuk uraian tentang potensi pasar yang juga mencakup ukuran pasar dan pangsa pasar, analisis kompetitor di pasar.

C. Produk Inovatif (25%)

Kriteria ini menilai inovasi produk, kreativitas, keunikan produk yang memiliki daya saing pasar (*unique selling point*) dan telah tervalidasi (hasil survei, wawancara, observasi, dll). Inovasi produk diutamakan hasil hilirisasi riset perguruan tinggi dengan mempertimbangkan penggunaan bahan lokal, serta kemampuan produk dalam mengatasi permasalahan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

D. Pemasaran (20%)

Kriteria ini menilai strategi pemasaran usaha yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek, penjualan, pangsa pasar, serta loyalitas pelanggan. Strategi tersebut mencakup saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan. Optimalisasi saluran distribusi dan promosi melalui strategi berbasis data untuk menjangkau pasar potensial serta pemanfaatan bauran pemasaran sebagai kerangka kerja strategis agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara efektif.

E. Sumber Daya (15%)

Kriteria ini menilai kemampuan dan keterampilan anggota tim dalam mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha, meliputi sumber daya fisik dan non-fisik yang mendukung keberlanjutan usaha. Sumber daya fisik mencakup kelengkapan sarana dan prasarana produksi yang efisien penggunaan teknologi tepat guna, serta manajemen inventori bahan baku dan produk untuk memastikan kelancaran operasional. Sedangkan non-fisik melibatkan penguatan jejaring mitra strategis, kompetensi tim yang terus ditingkatkan melalui rencana pelatihan serta pelatihan terstruktur, evaluasi kinerja tim secara berkala dan dukungan dari mentor atau praktisi profesional.

F. Keuangan (10%)

Kriteria ini menilai kemampuan pengelolaan keuangan usaha yang dilihat dari:

- Tahap Awal: proyeksi laba rugi dan arus kas beserta analisisnya.
- Tahap Bertumbuh: laporan laba rugi, neraca, dan arus kas beserta analisisnya.

2. Penilaian Proposal untuk Kategori Bisnis Digital

A. Permasalahan dan Solusi (*Problems and Solution Fit*) (25%)

Kriteria ini menilai aspek keselarasan antara permasalahan dan solusi, yang menguraikan tentang identifikasi permasalahan dan harapan yang dihadapi oleh konsumen maupun pengguna dan keselarasannya dengan solusi inovatif yang ditawarkan.

Kriteria ini juga menilai deskripsi produk berupa prototipe (untuk usaha Tahap Awal) atau MVP (untuk usaha Tahap Bertumbuh) yang sudah ada, deskripsi produk yang akan dihasilkan, cara kerja/alur serta spesifikasi fitur melalui inovasi dan keunikan produk yang memiliki daya saing pasar (*unique selling point*). Inovasi produk diutamakan dari hasil hilirisasi riset perguruan tinggi dan kemampuan produk dalam mengatasi permasalahan, serta memenuhi kebutuhan konsumen.

B. Analisis Pasar (*Market Analysis*) (15%)

Kriteria ini menilai tentang analisis pasar terhadap permasalahan yang dihadapi, dengan menggunakan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) atau pendekatan analisis pasar yang lain.

Penjelasan meliputi karakteristik segmen pasar, ukuran pasar yang ditargetkan dan perluasan aspek STP lainnya serta dilengkapi data pendukung dan referensi untuk memperkuat hasil analisis.

Kriteria ini juga menilai tentang analisis terhadap kompetitor yang sudah ada, baik berupa kompetitor langsung maupun tidak langsung, termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan dan peta potensi persaingan dengan kompetitor.

C. Pemasaran (15%)

Kriteria ini menilai strategi pemasaran usaha yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek, penjualan, pangsa pasar, serta loyalitas pelanggan. Strategi tersebut mencakup saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan. Optimalisasi saluran distribusi dan promosi melalui strategi berbasis data untuk menjangkau pasar potensial serta pemanfaatan bauran pemasaran sebagai kerangka kerja strategis agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara efektif. Strategi bersaing dengan kompetitor yang dapat berupa strategi komunikasi pemasaran, strategi *branding*, strategi penetrasi pasar, strategi inovasi, strategi *pricing*, dll.

D. Monetisasi (15%)

Kriteria ini menilai tentang uraian strategi dan metode yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan.

- Pada usaha Tahap Awal berfokus pada strategi untuk memperoleh pendapatan (*income generating*), mencakup model bisnis yang akan diterapkan serta rencana sumber pendapatan (*revenue stream*).
- Pada usaha Tahap Bertumbuh dilengkapi dengan uraian strategi dan pendapatan yang telah berjalan, serta strategi pengembangan monetisasi kedepan.

E. Profil Tim (10%)

Kriteria ini menilai kelayakan tim yang diuraikan pada komposisi tim, deskripsi kerja, keahlian/kompetensi anggota tim dan pengalaman. Uraian ini dapat dilengkapi dengan data pendukung yang membuktikan kompetensi dan pengalaman anggota tim (contoh: sertifikat, surat keterangan, dll).

F. *Traction* (20%)

Traction adalah indikator pertumbuhan bisnis digital yang dapat berupa penghasilan dalam bentuk uang/*revenue*, jumlah pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra, jumlah *review*, dan *metrics* lain yang relevan.

- Pada usaha Tahap Awal: hasil survei/*feedback problem solution fit* (uji coba prototipe) dan target/proyeksi *traction* pada *roadmap* bisnis 3 tahun kedepan.
- Pada usaha Tahap Bertumbuh: hasil survei/*feedback product market fit* dan *traction* yang telah diperoleh serta proyeksi *traction* pada *roadmap* bisnis 3 tahun ke depan.

Luaran Program

Luaran P2MW diharapkan tidak hanya sebatas konsep atau perencanaan usaha, tetapi juga mencakup aspek nyata yang dapat mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis mahasiswa. Luaran dari program ini antara lain:

1. Produk atau jasa inovatif yang telah teruji di pasar (siap diproduksi secara massal);
2. Akun media sosial usaha yang menggambarkan aktivitas usaha, pemasaran, dll; dan
3. Legalitas usaha (minimal memiliki Nomor Induk Berusaha-NIB).

Luaran ini diharapkan dapat menjadi langkah awal bagi mahasiswa dalam mengembangkan usahanya secara lebih serius dan berkelanjutan, sekaligus berkontribusi dalam memperkuat ekosistem kewirausahaan di Indonesia.

Usulan dan Seleksi Proposal

Usulan dan seleksi proposal P2MW 2025 meliputi dua (2) tahapan yaitu Seleksi Internal Perguruan Tinggi dan Seleksi Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan (Belmawa). Berikut tahapan usulan dan seleksi proposal P2MW 2025:

1. Seleksi Internal Perguruan Tinggi

- a. Perguruan tinggi melakukan seleksi internal proposal mahasiswa yang meliputi justifikasi RAB dan substansi proposal yang dilaksanakan secara mandiri dan **tidak** melalui laman SIM P2MW;
- b. Menyampaikan berita acara seleksi internal pada SIM P2MW; dan
- c. Maksimal 2 kelompok usaha pada setiap kategori yang diusulkan ke Direktorat Belmawa.

2. Seleksi Direktorat Belmawa

- a. Seleksi administratif sesuai format yang terlampir pada panduan berupa:
 - 1) Berita acara penilaian proposal internal perguruan tinggi;
 - 2) Lembar pengesahan mahasiswa;
- b. Seleksi proposal usaha mahasiswa; dan
- c. Mengumumkan dan menetapkan hasil seleksi penerima bantuan melalui SK Penerima Bantuan.

Alokasi dan Pendanaan



Bantuan pendanaan P2MW 2025 hanya ditujukan kepada Kelompok Usaha Mahasiswa yang dinyatakan lolos penilaian seleksi baik administrasi dan substansi. Pendanaan kelompok mahasiswa untuk Tahapan Usaha Awal maksimal sebesar Rp 15.000.000,- (lima belas juta rupiah) dan Tahapan Usaha Bertumbuh maksimal sebesar Rp 20.000.000,- (dua puluh juta rupiah).

Bantuan untuk kelompok usaha mahasiswa dibagi sesuai dengan kategori dan tahapan usaha mahasiswa yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Kategori Tahapan Usaha Mahasiswa

No	Kategori Usaha	Tahapan Usaha	Bantuan Maksimal
1.	a. Makanan dan Minuman; b. Budidaya; c. Industri Kreatif, Seni, dan Budaya; d. Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan; e. Manufaktur dan Teknologi Terapan; dan f. Bisnis Digital	Awal	Rp 15.000.000,-
2.	a. Makanan dan Minuman; b. Budidaya; c. Industri Kreatif, Seni, dan Budaya; d. Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan; e. Manufaktur dan Teknologi Terapan; dan f. Bisnis Digital	Bertumbuh	Rp 20.000.000,-

Bantuan untuk kelompok usaha mahasiswa dapat digunakan untuk komponen di bawah ini:

A. Tahapan Usaha Awal

No.	Kegunaan	Persentase Maksimal
1.	Pengembangan Produk/Riset	50%
2.	Produksi	50%
3.	Legalitas, Perizinan, Sertifikasi, Pengujian Produk, dan Standarisasi	30%
4.	Belanja ATK dan Penunjang	5%

B. Tahapan Usaha Bertumbuh

No.	Kegunaan	Persentase Maksimal
1.	Pengembangan Pasar dan Saluran Distribusi	40%
2.	Pengembangan Produk	30%

3.	Produksi	40%
4.	Legalitas, Perizinan, Sertifikasi, dan Standarisasi	15%
5.	Belanja ATK dan Penunjang	5%

Mekanisme Penyaluran Bantuan

Mekanisme penyaluran bantuan P2MW 2025, akan disalurkan melalui rekening perguruan tinggi, kemudian perguruan tinggi menyalurkan dana bantuan usaha mahasiswa pada kelompok usaha mahasiswa penerima bantuan P2MW sesuai dengan Surat Keputusan. Seluruh kegiatan penyaluran dana bantuan usaha mahasiswa harus dapat dibuktikan melalui bukti transfer atau tanda terima yang dilaporkan pada Laporan Kemajuan maupun Laporan Akhir yang disampaikan oleh perguruan tinggi.



Pencairan dana bantuan akan dilakukan dua tahap, tahap pertama 90% dari keseluruhan dana, tahap kedua 10% setelah mahasiswa mengirimkan laporan kemajuan sesuai dengan kontrak antara pimpinan perguruan tinggi dan Direktorat Belmawa. Penyaluran melalui perguruan tinggi ditujukan agar penyaluran, belanja, dan pengawasan pelaksanaan P2MW dilakukan oleh perguruan tinggi.

Penggunaan Dana Bantuan yang Tidak Diperbolehkan

Penggunaan bantuan dana harus mengacu pada ketentuan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 39 Tahun 2024 Tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2025. Perguruan tinggi dan kelompok usaha mahasiswa harus memperhatikan hal-hal yang tidak dapat dibelanjakan pada bantuan P2MW 2025 sebagai berikut:

- a. Belanja modal (peralatan dan mesin atau aset tetap renovasi berupa peralatan dan mesin) lebih dari Rp. 1.000.000,- per *item*;
- b. Barang inventaris seperti laptop, *handphone*, kamera dll;
- c. Honor kepanitian orang/bulan;
- d. Utilitas (Bayar tagihan air, listrik, gas, bahan bakar dan sejenisnya);
- e. Biaya komunikasi dan paket data atau *wifi* (internet);
- f. Honor dan konsumsi kelompok usaha;
- g. Gaji karyawan;
- h. Transportasi luar dan dalam kota; dan
- i. Sewa tempat usaha, Ruang kantor dan Gudang.

DON'T FORGET

Peningkatan Ekosistem Kewirausahaan di Perguruan Tinggi

Penguatan ekosistem kewirausahaan yang dilakukan perguruan tinggi diharapkan dapat memperkuat ekosistem kewirausahaan bagi mahasiswa. Ekosistem kewirausahaan adalah interaksi semua sistem yang mempengaruhi pengembangan dan pembangunan Kewirausahaan. Ekosistem kewirausahaan terdiri dari :

1. Budaya yang kondusif dalam berwirausaha, diantaranya adalah kebiasaan untuk menerima atau memberikan toleransi terhadap kegagalan, risiko kesalahan, serta kebiasaan untuk berinovasi dan berkreasi;
2. Sumber Daya Manusia (SDM) yang mencakup individu yang memiliki jiwa kewirausahaan;
3. Pendidikan yang mencakup komponen pendidikan dan pelatihan kewirausahaan;
4. Pembiayaan yang berasal dari institusi pemerintah pusat, pemerintah daerah, pemangku kepentingan dan sumber lain;
5. Pasar dan konsumen yang ramah dalam menerima produk baru, jaringan produksi dan pemasaran yang terintegrasi dan luas untuk keberlanjutan usaha;
6. Kebijakan pemerintah melalui melalui kelembagaannya, peraturan perundang undangan, kebijakan dan program, anggaran, kemudahan, insentif serta pemulihan dapat membentuk daya dukung eksternal yang memungkinkan pengembangan dan penguatan ekosistem kewirausahaan; dan
7. Penunjang yang mencakup komponen yang terkait dengan pemangku kepentingan dan infrastruktur. Peran pemangku kepentingan dibutuhkan dalam hal, antara lain promosi kewirausahaan, transfer pengetahuan, pendampingan, penguatan jejaring, advokasi dan bantuan hukum, akuntansi, perbankan, serta hal lain yang terkait dengan pengembangan dan penguatan ekosistem kewirausahaan.

Guna mendukung ekosistem kewirausahaan yang dimaksud maka perguruan tinggi didorong untuk membuat program pengembangan ekosistem kewirausahaan dengan skema pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Skema Program Penguatan Ekosistem Kewirausahaan di Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi dapat menjalin kemitraan dengan alternatif pemangku kepentingan sebagai berikut:

1. Lembaga internal perguruan tinggi seperti inkubator bisnis, UKM mahasiswa, HIPMI perguruan tinggi, dll;
2. Pemerintah Daerah dengan Dinas terkait, rumah BUMN (Badan Usaha Milik Negara), PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu), dll;

3. Asosiasi, organisasi, komunitas wirausaha di lingkungan sekitar perguruan tinggi dengan skala lokal, nasional hingga internasional antara lain HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia), Komunitas TDA (Tangan Di Atas) dan sebagainya;
4. Media dengan skala lokal atau nasional; dan
5. Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI), perusahaan swasta, BUMN, dan sebagainya.

Dengan kemitraan tersebut perguruan tinggi dapat membuat program dengan bentuk kegiatan dan tahapan usaha yang sesuai dengan kebutuhan wirausaha di perguruan tinggi.

1. Usaha Tahap Awal (Fase Calon Wirausaha): fasilitasi ide usaha melalui program pelatihan, pendidikan, bimbingan teknis, lokakarya, sertifikasi, dll;
2. Usaha Tahap Bertumbuh (Fase Wirausaha Pemula - Wirausaha Mapan): Peningkatan skala usaha melalui proses inkubasi, akselerasi, pembinaan, pelatihan, pendampingan, akses pemasaran, akses ekspor, standarisasi dan sertifikasi nasional maupun internasional, pelatihan untuk menjadi pemasok bagi lembaga pemerintah/BUMN/BUMD, investor *matchmaking*, dll.

Dalam menjalankan P2MW, perguruan tinggi diharapkan membentuk wadah khusus, seperti komunitas, unit kegiatan mahasiswa (UKM), atau kelompok peminatan berbasis kewirausahaan yang dapat memberikan dampak berkelanjutan. Wadah ini berfungsi tidak hanya untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan dan meningkatkan jumlah wirausaha di lingkungan kampus, tetapi juga untuk menciptakan ekosistem wirausaha yang kondusif.

Dengan adanya ekosistem yang baik, ide-ide bisnis dapat berkembang melalui kolaborasi dan dukungan yang diperlukan untuk sukses dalam dunia kewirausahaan sehingga penguatan ekosistem kewirausahaan ini tidak hanya mendukung inovasi dan kreativitas mahasiswa wirausaha di perguruan tinggi, tetapi juga mendorong peningkatan daya kreasi serta implementasi cara-cara baru dalam menciptakan produk inovatif yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

Pendampingan

Perguruan tinggi diharapkan dapat menyediakan pendamping wirausaha bagi kelompok usaha mahasiswa peserta P2MW 2025. Berdasarkan hasil laporan pelaksanaan P2MW tahun 2024, keberhasilan usaha mahasiswa sangat dipengaruhi oleh kualitas proses pendampingan.

Tercatat peningkatan performa usaha mahasiswa rata-rata lebih dari 75% sebagai hasil dari pendampingan yang efektif. Selain itu peran pendamping merupakan perpanjangan tangan dari Direktorat Belmawa dalam melakukan layanan konsultasi bisnis dan pendampingan kelompok usaha mahasiswa agar proses kemajuan usaha mahasiswa dapat terkontrol dan terarah.



Adapun definisi dari Dosen Pendamping adalah dosen yang bertanggung jawab mendampingi dan melakukan supervisi (mengawasi, membimbing, dan memberikan penilaian) kelompok usaha mahasiswa yang berasal dari perguruan tinggi pengusul.

Berikut adalah ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan aktivitas pendampingan :

A. Ketentuan Pendampingan

1. Kelompok usaha wajib didampingi dosen pendamping;
2. Dosen pendamping maksimal dapat mendampingi 2 kelompok usaha yang didanai;
3. Dosen memiliki NUPTK pada perguruan tinggi pengusul;
4. Dosen mendapat Rekomendasi dari Pimpinan Perguruan Tinggi (Rektor/Wakil Rektor/Ketua/Wakil Ketua/Direktur Politeknik/Wakil Direktur Politeknik); dan
5. Dosen pendamping harus terdaftar dalam sistem informasi P2MW (p2mw.kemdiktisaintek.go.id).

B. Pelaporan Pendampingan

1. Dosen pendamping melaporkan secara jelas dan sistematis kemajuan usaha dari setiap tim meliputi :
 - a. Fondasi bisnis: kondisi awal dan kemajuan kelompok usaha mahasiswa dalam aspek: jiwa wirausaha, pengetahuan dasar kewirausahaan dsb;
 - b. Pelanggan: kemampuan tim membidik pelanggan yang tepat;
 - c. Produk/jasa: kondisi awal dan kemajuan kelompok usaha mahasiswa dalam pengembangan produk/jasa untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan;
 - d. Pemasaran: kondisi awal dan kemajuan dalam merencanakan dan mengimplementasikan strategi pemasaran;
 - e. Penjualan: kondisi awal dan kemajuan kelompok usaha mahasiswa dalam merencanakan serta mengimplementasikan strategi untuk meningkatkan penjualan;
 - f. Keuntungan: kondisi awal dan kemajuan kelompok usaha mahasiswa dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran sehingga mendapatkan keuntungan yang optimum;
 - g. Sumber Daya Manusia: kondisi awal dan kemajuan kelompok usaha mahasiswa dalam merencanakan, mengelola dan meningkatkan potensi sumber daya manusia; dan
 - h. Sistem bisnis: kondisi awal dan kemajuan kelompok usaha mahasiswa dalam dalam mengoptimalkan sumber daya dengan sistem berbasis teknologi untuk efektivitas dan efisiensi operasional.
2. Pendampingan dimulai terlebih dahulu dengan menilai kondisi awal tim (pendampingan pertama) dan dilanjutkan dengan menilai kemajuan tim di bulan berikutnya.
3. Penilaian kemajuan dinilai dengan dari angka 1 (sangat tidak mampu) hingga 10 (sangat mampu). Rubrik terdapat pada lampiran 11.
4. Penilaian kemajuan dibuat untuk mengukur kemampuan mahasiswa dalam menjalankan usaha dan sebagai dasar tindak lanjut perguruan tinggi dalam menguatkan ekosistem kewirausahaan di perguruan tinggi.

C. Mekanisme dan Periode Pelaporan

Kelompok usaha mahasiswa pada pelaksanaannya didampingi oleh seorang dosen pendamping melekat yang bertugas memberi rekomendasi, mensupervisi administrasi & kemajuan kegiatan serta memotivasi tim dalam menyelesaikan program P2MW. Jika dibutuhkan pendampingan untuk materi yang lebih spesifik, kelompok usaha mahasiswa diperkenankan mendapatkan pendampingan dari mentor praktisi yang sesuai bidang kompetensinya dengan pembiayaan dari perguruan tinggi. Semua kegiatan pendampingan tercatat dalam log pendampingan/laporan kemajuan pendamping. Catatan pendampingan dan bukti pendukung ditulis dan diunggah melalui sistem informasi P2MW (p2mw.kemdiktisaintek.go.id).

Kelompok usaha didampingi oleh dosen pendamping minimal 1 kali pertemuan per bulan. Pelaksanaan pelaporan oleh dosen pendamping dilakukan secara berkala setiap bulannya pada periode Juli - November sesuai dengan pelaksanaan P2MW 2025. Jadwal pelaporan secara rinci dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jadwal Pelaporan Pendampingan Kelompok Usaha P2MW 2025

No.	Tahap Pelaporan	Periode Waktu
1.	Tahap 1	16 - 31 Juli
2.	Tahap 2	10 - 15 Agustus
3.	Tahap 3	10 - 15 September
4.	Tahap 4	10 - 15 Oktober
5.	Tahap 5	10 - 15 November

Rekomendasi Konversi sks

Mahasiswa dalam mengikuti P2MW 2025 dapat memperoleh hak untuk mengkonversi kegiatan pada mata kuliah yang relevan sesuai dengan kebijakan program studi masing-masing. Konversi ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk pembelajaran lain dengan tetap harus memenuhi persyaratan umum yang diantaranya adalah mahasiswa berasal dari program studi yang terakreditasi dan merupakan mahasiswa aktif yang terdaftar pada PDDikti. Kebijakan ini juga memberi keleluasaan mahasiswa untuk mengambil bentuk pembelajaran selain yang dilakukan dalam bentuk kuliah dan atau praktikum/responsi di kelas.

Direktorat Belmawa memberikan masukan kepada perguruan tinggi yang mengikuti P2MW mengenai bentuk-bentuk pembelajaran wirausaha yang dilakukan mahasiswa ke dalam bentuk pembelajaran yang diakui dalam kurikulum belajar yang dijalankan dalam bentuk sks. Bentuk pembelajaran wirausaha tersebut bersumber di luar program studi maupun dalam praktik langsung berwirausaha yang dilakukan secara terencana dan terprogram yang meliputi tahapan workshop usaha, perencanaan usaha, kegiatan usaha, pembinaan dan pendampingan, monitoring dan evaluasi usaha serta *pitching* dan *awarding*.

Berikut adalah rekomendasi yang dapat digunakan sebagai perhitungan ekuivalensi:

Tabel 3. Rekomendasi Konversi sks

Tahapan	Grup/ Individu	Jumlah Menit (AH/LH)	Bobot	Penyetaraan (sks)*
A. PEMBEKALAN PEMBUATAN PROPOSAL P2MW OLEH PERGURUAN TINGGI				
<i>Noble purpose</i>	Individu	300	1	0.11
Produk dan inovasi hasil riset	Individu	300	1	0.11
Pasar potensial	Individu	300	1	0.11
Sumber daya usaha	Individu	300	1	0.11
Model bisnis dan keuangan	Individu	300	1	0.11
JUMLAH sks		1500		0.56
B. PERENCANAAN USAHA				
Penyusunan proposal	Group	960	0.5	0.18
JUMLAH sks		960		0.18
C. KEGIATAN USAHA				
Melakukan validasi calon konsumen potensial	Group	2400	0.5	0.44
Melakukan validasi permasalahan dan kebutuhan konsumen potensial	Group	2400	0.5	0.44
Menganalisis potensi pasar	Group	2400	0.5	0.44
Melakukan kegiatan produksi	Group	2400	0.5	0.44
Melakukan validasi dan pengembangan produk	Group	2400	0.5	0.44
Melakukan kegiatan pemasaran	Group	2400	0.5	0.44
Memperluas jejaring dengan mitra kerja	Group	2400	0.5	0.44
Pembuatan laporan keuangan	Group	2400	0.5	0.44
JUMLAH sks		19200		3.56
D. PENDAMPINGAN DAN PEMBINAAN				
PENDAMPINGAN OLEH DOSEN PENDAMPING / MENTOR				
Fondasi bisnis	Group	600	0.5	0.11
Pelanggan	Group	600	0.5	0.11
Produk / Jasa	Group	600	0.5	0.11
Pemasaran	Group	600	0.5	0.11
Penjualan	Group	600	0.5	0.11
Keuntungan	Group	600	0.5	0.11
Sumber daya manusia	Group	600	0.5	0.11

Sistem	<i>Group</i>	600	0.5	0.11
PEMBINAAN OLEH PERGURUAN TINGGI				
<i>Workshop</i>	<i>Group</i>	300	0.5	0.06
Seminar	<i>Group</i>	300	0.5	0.06
JUMLAH sks		5400		1.00
E. MONITORING DAN EVALUASI				
Menyusun laporan bantuan (kemajuan dan akhir)	<i>Group</i>	960	0.5	0.18
Membuat <i>logbook</i> melalui sistem per minggu	<i>Group</i>	960	0.5	0.18
Mengikuti <i>monitoring</i> dan evaluasi PT & Belmawa	<i>Group</i>	960	0.5	0.18
JUMLAH sks		2880		0.53
F. PITCHING DAN AWARDING				
Mengikuti Festival Inovasi Usaha Mahasiswa	<i>Group</i>	1200	0.5	0.22
JUMLAH sks		1200		0.22
TOTAL (A+B+C+D+E+F)		31140		6.00

Perhitungan ekuivalensi merupakan sebuah rekomendasi dan fleksibel untuk dimodifikasi menyesuaikan dengan kebutuhan perguruan tinggi. Modifikasi yang dapat dilakukan termasuk di dalamnya adalah jenis kegiatan, jumlah kegiatan, jam kegiatan, dll tergantung tahapan usaha (tahapan usaha awal dan bertumbuh) dan kategori usaha (makanan dan minuman, dll).

Pelaporan, Penilaian Kemajuan dan Seleksi KMI Expo

Pelaporan, penilaian kemajuan, dan seleksi Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (KMI) Expo merupakan salah satu rangkaian pelaksanaan P2MW 2025 yang bertujuan untuk pemantauan dan evaluasi pelaksanaan bagi penerima bantuan P2MW 2025. Bentuk pelaksanaan kegiatan ini berupa pelaporan kemajuan dan penilaian terhadap kelompok usaha mahasiswa dalam melaksanakan kegiatan sesuai dengan rancangan yang telah diajukan dalam proposal usulan (Lampiran 12, Lampiran 13 dan Lampiran 14) beserta perkembangan (*progress*) luaran program. Selain penilaian terhadap kegiatan, Direktorat Belmawa akan memantau laporan belanja bantuan dan keterserapan anggaran mahasiswa sesuai dengan kontrak antara perguruan tinggi dan Direktorat Belmawa.

Pelaksanaan kegiatan ini juga sebagai salah satu sarana Direktorat Belmawa dalam menyeleksi kelompok usaha mahasiswa untuk mengikuti kegiatan KMI Expo XVI 2025. Mekanisme seleksi, format, dan jadwal pelaksanaan akan diinformasikan lebih lanjut melalui surat dan petunjuk teknis pelaksanaan Pelaporan dan Penilaian Kemajuan P2MW 2025. Kelompok usaha mahasiswa harus mengikuti kegiatan pelaporan dan penilaian kemajuan P2MW sebagai salah satu bentuk komitmen dan kewajiban bagi penerima bantuan P2MW.

Pelaporan Akhir

Kelompok usaha mahasiswa melalui perguruan tinggi wajib menyampaikan laporan akhir pelaksanaan P2MW 2025. Penyampaian laporan akhir dilakukan melalui SIM P2MW yang terdiri dari :

1. Laporan Akhir Pelaksanaan (gabungan seluruh kelompok usaha didanai yang dikoordinasikan oleh perguruan tinggi dengan format terlampir);
2. Luaran Program;
3. *Executive Summary* Kelompok Usaha Mahasiswa pada sistem; dan
4. Laporan penggunaan anggaran kelompok usaha mahasiswa yang dilaporkan pada akun mahasiswa dengan mengunggah bukti-bukti pembelanjaan (format terlampir).

Kelengkapan laporan menjadi bentuk tertib administrasi yang wajib dilengkapi oleh seluruh pelaksana P2MW 2025. Bagi perguruan tinggi yang tidak menyampaikan laporan akhir maka tidak direkomendasikan mengikuti P2MW di tahun berikutnya.

KMI Expo

Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (KMI) Expo merupakan ajang apresiasi dan pagelaran produk usaha mahasiswa pelaksana P2MW 2025. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan ragam produk mahasiswa dan menyediakan ruang kolaborasi serta sinergi untuk mahasiswa agar saling berinteraksi, bekerjasama, dan berinovasi. Sebagai salah satu rangkaian kegiatan P2MW 2025 KMI Expo adalah puncak kegiatan yang dapat diikuti oleh pimpinan perguruan tinggi, dosen pendamping, pengelola, mahasiswa, pelaku industri dan *stakeholder* lainnya. Ketentuan pelaksanaan KMI Expo akan diinformasikan melalui buku panduan yang diterbitkan oleh Direktorat Belmawa beserta dengan perguruan tinggi pelaksana KMI Expo.

Jadwal Pelaksanaan P2MW 2025

Tabel 3. Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan	Waktu
Sosialisasi	6 Mei
Penerimaan Proposal	5 Mei
Batas Akhir Unggah Proposal	6 Juni
Seleksi Direktorat Belmawa	M2 Juni – M4 Juni
Pengumuman perguruan tinggi pelaksana dan peserta yang diterima	M1 Juli
Pelaksanaan program oleh Direktorat Belmawa	Juli - November
Bimbingan Teknis Pelaksana P2MW	M2 Juli
<i>Workshop</i> pendamping untuk dosen/praktisi pendamping	M3 Juli
Batas Akhir Pelaporan Kemajuan	30 September
Pelaksanaan Penilaian Kemajuan	M1 Oktober
Pelaporan akhir perguruan tinggi ke Direktorat Belmawa	30 November
KMI Expo	M3 November

Penutup

Demikian buku panduan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) tahun 2025 disusun sebagai pedoman bagi perguruan tinggi dan mahasiswa dalam mengembangkan wirausaha yang inovatif, mandiri dan berdaya saing. Program ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah mahasiswa wirausaha dan memperkuat ekosistem kewirausahaan di perguruan tinggi dengan membangun semangat kolaborasi antara akademisi, dunia usaha dan industri guna menciptakan lapangan kerja serta mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional. Melalui P2MW, diharapkan lahir generasi muda yang unggul, memiliki semangat kemandirian, serta mampu berkontribusi dalam penguatan industri nasional dan kesejahteraan rakyat, menjadikan Indonesia sebagai bangsa berdikari dan berorientasi pada kemajuan.

Mari bersama membangun Indonesia yang lebih mandiri, inovatif, dan sejahtera melalui semangat kewirausahaan!!

Lampiran 1. Format Lembar Pengesahan Mahasiswa

KOP PERGURUAN TINGGI

LEMBAR PENGESAHAN

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) 2025

Nama Usaha :

Merek Usaha :

Tahapan Usaha : Tahapan Awal/Tahapan Bertumbuh*

Kategori Usaha :

Ketua Pengusul :

a. Nama Lengkap :

b. NIM/NPM :

c. Fakultas :

d. Nomor HP :

e. Alamat surel (*email*) :

Anggota Pengusul (1,2,dst) :

a. Nama Lengkap :

b. NIM/NPM :

c. Fakultas :

Dana yang diusulkan :

Kota/Kabupaten, Mei 2025

Menyetujui
**Rektor/Wakil Rektor/Ketua/Wakil
 Ketua/Direktur**/Wakil Direktur**,**

Ketua Pengusul,

ttd dan stempel

(_____)
 NIP/NIDN

(_____)
 NIM

*Hapus yang tidak perlu

**Pimpinan Politeknik

Catatan:

- Jika tanda tangan pimpinan menggunakan Tanda Tangan Elektronik berupa *barcode* tidak perlu ditambahkan stempel.
- Penggunaan tanda tangan selain elektronik menggunakan cap basah (pada tanda tangan pimpinan).
- Tidak boleh menggunakan *cropping* lokal (tanda tangan tempel).

Lampiran 3. Format Isian Proposal Kelompok Usaha Mahasiswa (isian dalam sistem)

I. Latar Belakang

Bagian ini menjelaskan secara detail tentang profil singkat usaha dan latar belakang berupa penjelasan mengapa bisnis tersebut didirikan, meliputi tahapan usaha, kategori usaha, kondisi perkembangan usaha saat ini, struktur organisasi usaha, dan sejarah, serta harus mengisi lokasi usaha.

II. Deskripsi Usaha

A. Kategori (a) Makanan dan Minuman, (b) Budidaya, (c) Industri Kreatif, Seni, dan Budaya (d) Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan, dan (e) Manufaktur dan Teknologi Terapan

1. Tujuan Mulia (*Noble Purpose*)
2. Konsumen Potensial
3. Produk Inovatif
4. Pemasaran
5. Sumber Daya
6. Keuangan

Keterangan: Indikator penilaian dapat dilihat pada bagian Kriteria Penilaian dalam panduan ini.

B. Kategori Bisnis Digital

1. Permasalahan dan Solusi (*Problem and Solution Fit*)
2. Analisis Pasar (*Market Analysis*)
3. Pemasaran
4. Monetisasi
5. Profil Tim
6. *Traction*

Keterangan: Indikator penilaian dapat dilihat pada bagian Kriteria Penilaian dalam panduan ini.

III. Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran

Pada bagian ini menjelaskan kegiatan yang akan dilakukan selama program dan rencana penggunaan anggaran. Rencana kegiatan yang disusun harus mengacu pada penjelasan pada Bab II Deskripsi Usaha.

Penggunaan dana harus mengacu pada komponen pendanaan dan persentase maksimal yang ditentukan pada tabel dibawah ini:

Tahapan Usaha	Kegunaan	Persentase Maksimal
Awal	Pengembangan Produk/Riset	50%
	Produksi	50%
	Legalitas, perizinan, sertifikasi, pengujian produk, dan standarisasi	30%
	Belanja ATK dan Penunjang	5%
Bertumbuh	Pengembangan pasar dan saluran distribusi	40%

	Pengembangan Produk	30%
	Produksi	40%
	Legalitas, perizinan, sertifikasi, dan standarisasi	15%
	Belanja ATK dan Penunjang	5%

Kelompok usaha mahasiswa harus memperhatikan hal-hal yang tidak dapat dibelanjakan berupa:

1. Belanja modal (peralatan dan mesin atau aset tetap renovasi berupa peralatan dan mesin) lebih dari Rp. 1.000.000,- per item;
2. Barang inventaris seperti laptop, *handphone*, kamera dll;
3. Honor kepanitian orang/bulan;
4. Utilitas (Bayar tagihan Air, Listrik, Gas, bahan bakar dan sejenisnya);
5. Biaya komunikasi dan paket data atau *wifi* (internet);
6. Honor dan konsumsi kelompok usaha;
7. Gaji karyawan;
8. Transportasi luar dan dalam kota; dan
9. Sewa Tempat Usaha, Ruang Kantor dan Gudang.

IV. Penutup

Disampaikan kata penutup

Lampiran

1. Laporan Keuangan
 - Laporan arus kas (format dapat dilihat pada lampiran 4)
 - Laporan laba rugi (format dapat dilihat pada lampiran 5 dan 6 menyesuaikan tahapan usaha)
 - Laporan neraca tahap bertumbuh (format dapat dilihat pada lampiran 7)
2. Kategori (a) Makanan dan Minuman, (b) Budidaya, (c) Industri Kreatif, Seni, Budaya, dan Pariwisata, (d) Jasa dan Perdagangan, dan (e) Manufaktur dan Teknologi Terapan
 - *Business Model Canvas* (Isi BMC meliputi: *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relation*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partners*, dan *cost structure*).
3. Kategori Bisnis Digital
 - *Pitch Deck* (Isi *pitch deck* meliputi: Permasalahan dan Solusi (*Problem and Solution Fit*), Analisis Pasar (*Market Analysis*), Pemasaran (*Marketing*), Monetisasi, Profil Tim, *Traction*).

Lampiran 4. Format Laporan Arus Kas Tahapan Awal (Proyeksi) dan Tahapan Bertumbuh

Nama Usaha		
Laporan Arus Kas		
Per [tanggal]		
Kas dari Kegiatan Operasional		
a. Penerimaan Kas dari penjualan	Rp0	
b. Pengeluaran Kas untuk Supplier	Rp0	
c. Pengeluaran Kas untuk Operasional Lainnya	Rp0	
d. Pengeluaran Lainnya	Rp0	
Kas bersih dari Kegiatan Operasional		Rp0
Kas dari Kegiatan Investasi (JIKA ADA)		
a. Penerimaan Kas dari penjualan harta tetap	Rp0	
b. Pengeluaran Kas dari pembelian harta tetap	Rp0	
Kas bersih dari Kegiatan Investasi		Rp0
Kas dari Kegiatan Pembiayaan (JIKA ADA)		
a. Penerimaan Kas dari Penerbitan Saham	Rp0	
b. Pengeluaran Kas untuk Pembayaran Cicilan Hutang Bank	Rp0	
c. Penerimaan Kas dari Pinjaman Bank	Rp0	
Kas bersih dari Kegiatan Pembiayaan		Rp0
Total Kas Bersih		Rp0

Lampiran 5. Format Laporan Laba Rugi Tahapan Awal

Namal Usaha	
Proyeksi Laporan Rugi Laba	
Untuk Periode Yang Berakhir [waktu]	
Proyeksi Pendapatan	
Proyeksi Penjualan	Rp0
Proyeksi Pendapatan non penjualan (jika ada)	Rp0
Total proyeksi Pendapatan	Rp0
 Proyeksi Harga Pokok Penjualan (HPP)	
Proyeksi Harga Pokok Penjualan	Rp0
Total Proyeksi Harga Pokok Penjualan (HPP)	Rp0
Total Proyeksi Laba Kotor	Rp0
 Proyeksi Beban-beban:	
Beban Pemakaian Perlengkapan	Rp0
Beban Penyusutan Harta Tetap	Rp0
Beban XXXX	Rp0
Total Proyeksi Beban	Rp0
Proyeksi Laba/Rugi Bersih	Rp0

Lampiran 6. Format Laporan Laba Rugi Tahapan Bertumbuh

Nama Usaha	
Laporan Rugi Laba	
Untuk Periode Yang Berakhir [waktu]	
Pendapatan	
Penjualan	Rp0
Pendapatan non penjualan (jika ada)	Rp0
Total Pendapatan	Rp0
 Harga Pokok Penjualan (HPP)	
Harga Pokok Penjualan	Rp0
Total Harga Pokok Penjualan (HPP)	Rp0
Total Laba Kotor	Rp0
 Beban-beban:	
Beban Pemakaian Perlengkapan	Rp0
Beban Penyusutan Harta Tetap	Rp0
Beban XXXX	Rp0
Total Beban	Rp0
Laba/Rugi Bersih	Rp0

Lampiran 7. Format Neraca Tahap Bertumbuh

LAPORAN NERACA
Perusahaan XYZ
Per Tanggal: [Tanggal Laporan]

NAMA AKUN	NOMINAL	
	DEBIT	KREDIT
A. ASET		
1. Aset Lancar		
Kas dan Setara Kas	Rp.	
Piutang Usaha	Rp.	
Persediaan	Rp.	
Beban Dibayar di Muka	Rp.	
dst.	Rp.	
Total Aset Lancar:	Rp.	
2. Aset Tetap		
Tanah	Rp.	
Bangunan	Rp.	
Kendaraan	Rp.	
Peralatan dan Mesin	Rp.	
Akumulasi Penyusutan	Rp.	
Total Aset Tetap (Setelah Penyusutan)	Rp.	
3. Aset Lain-lain		
Investasi Jangka Panjang	Rp.	
Hak Paten dan Merek Dagang	Rp.	
dst.	Rp.	
Total Aset Lain-lain	Rp.	
Total Aset Keseluruhan	Rp.	
B. LIABILITAS (KEWAJIBAN)		
1. Liabilitas Jangka Pendek		
Utang Usaha		Rp.
Beban yang Masih Harus Dibayar		Rp.

Utang Pajak		Rp.
Utang Jangka Pendek Lainnya		Rp.
Total Liabilitas Jangka Pendek		Rp.
2. Liabilitas Jangka Panjang		
Utang Bank		Rp.
Obligasi yang Diterbitkan		Rp.
dst.		Rp.
Total Liabilitas Jangka Panjang		Rp.
Total Liabilitas		Rp.
C. EKUITAS		
Modal Saham		Rp.
Laba Ditahan		Rp.
dst.		Rp.
Total Ekuitas		Rp.
Total Liabilitas dan Ekuitas		Rp.

Lampiran 8. Format Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran (RAB) Kelompok Usaha Mahasiswa (isian dalam sistem)

RENCANA KEGIATAN DAN PENGGUNAAN ANGGARAN

1. Tahapan Usaha Awal

Kegiatan Utama	Rencana								Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Keterangan/ Referensi Harga	Target Capaian	
	A	B	C	D	E	F= C x E	G	H= Output A	
Pengembangan Produk/Riset	a. b. c.								
Produksi	a. b. c.								
Legalitas, Perijinan, Sertifikasi, Pengujian Produk, dan Standarisasi	a. b. c.								
Belanja ATK dan Penunjang	a. b. c.								
Total									

2. Tahapan Usaha Bertumbuh

Kegiatan Utama	Rencana								Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Keterangan/ Referensi Harga	Target Capaian	
	A	B	C	D	E	F= C x E	G	H= Output A	
Pengembangan Pasar dan Saluran Distribusi	a. b. c.								

Pengembangan Produk/Riset	a. b. c.								
Produksi									
Legalitas, Perijinan, Sertifikasi, dan Standarisasi	a. b. c.								
Belanja ATK dan Penunjang	a. b. c.								
Total									

Lampiran 9. Rubrik Penilaian Kategori (a) Makanan dan Minuman, (b) Budidaya, (c) Industri Kreatif, Seni, dan Budaya(d) Jasa, Pariwisata dan Perdagangan, dan (e) Manufaktur dan Teknologi Terapan

Rubrik Penilaian untuk Kategori

1. Makanan dan Minuman;
2. Budidaya;
3. Industri Kreatif, Seni, dan Budaya;
4. Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan; dan
5. Manufaktur dan Teknologi Terapan.

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
1.	<i>Noble Purpose</i> /Tujuan Mulia	1 Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha tidak ada, tidak terlihat tujuan pendirian usaha selain untuk mendapatkan keuntungan dan tidak ada dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan, serta tidak ada peluang keberlanjutan.
		2 Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha sangat kurang jelas, sangat kurang terlihat tujuan pendirian usaha selain untuk mendapatkan keuntungan dan sangat kurang terlihat dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan, serta peluang keberlanjutan usaha sangat rendah.
		3 Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha kurang jelas, kurang terlihat tujuan pendirian usaha selain untuk mendapatkan keuntungan dan kurang terlihat dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan, serta peluang keberlanjutan usaha rendah.
		4 Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha cukup jelas, cukup terlihat tujuan pendirian usaha selain untuk mendapatkan keuntungan juga cukup terlihat dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan, terdapat data pendukung yang cukup memadai dan peluang keberlanjutan usaha cukup baik.
		5 Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha jelas, terlihat jelas tujuan pendirian usaha selain untuk mendapatkan keuntungan dan jelas terlihat dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan, terdapat data pendukung yang memadai, serta peluang keberlanjutan usaha baik.

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		6 Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha sangat jelas. Terlihat sangat jelas tujuan pendirian usaha selain untuk mendapatkan keuntungan dan sangat jelas terlihat dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan, terdapat data pendukung yang sangat memadai dan terlihat peluang keberlanjutan usaha yang sangat baik.
2.	Konsumen Potensial	<p>1 Segmen pasar dan target pembeli potensial tidak didefinisikan dengan jelas, tidak ada ukuran pasar, tidak ada estimasi pangsa pasar, tidak dijelaskan <i>segmentation, targeting, positioning (STP)</i>, serta tidak ada analisis kompetitor di pasar.</p> <p>2 Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan sangat kurang jelas, sangat kurang mengetahui ukuran pasar dan estimasi pangsa pasar tidak dihitung dengan tepat dan tidak didukung oleh data yang valid, sangat kurang dijelaskan <i>segmentation, targeting</i> dan <i>positioning (STP)</i>, serta sangat kurang menganalisis kompetitor di pasar.</p> <p>3 Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan kurang jelas, kurang mengetahui ukuran pasar, estimasi pangsa pasar kurang dihitung dengan tepat dan kurang didukung oleh data yang valid, kurang dijelaskan <i>segmentation, targeting</i> dan <i>positioning (STP)</i>, serta kurang mampu menganalisis kompetitor di pasar.</p> <p>4 Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan cukup jelas, cukup mengetahui ukuran pasar dan estimasi pangsa pasar namun tidak dihitung dengan tepat dan tidak didukung dengan data yang valid, cukup menjelaskan <i>segmentation, targeting</i> dan <i>positioning (STP)</i>, cukup mampu menganalisis kompetitor di pasar.</p> <p>5 Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan dengan jelas, mengetahui ukuran pasar dengan jelas, estimasi pangsa pasar dihitung dengan tepat dan cukup didukung oleh data-data yang valid, menjelaskan <i>segmentation, targeting</i> dan <i>positioning (STP)</i> secara terperinci, serta menganalisis kompetitor dengan jelas.</p>

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		6 Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan dengan sangat jelas, mengetahui ukuran pasar dengan sangat jelas, estimasi pangsa pasar dihitung dengan tepat dan didukung oleh data-data yang valid, menjelaskan <i>segmentation</i> , <i>targeting</i> dan <i>positioning (STP)</i> dengan sangat terperinci, serta menganalisis kompetitor di pasar dengan sangat jelas.
3.	Produk Inovatif	<p>1 Produk tidak inovatif, tidak memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), tidak menyebutkan penggunaan bahan lokal, produk tidak mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen, serta tidak terdapat data survei <i>problem solution fit (PSF)/product market fit (PMF)</i>.</p> <p>2 Produk sangat kurang inovatif, sangat kurang memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), tidak menyebutkan penggunaan bahan lokal, produk sangat kurang mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen, serta data survei <i>problem solution fit (PSF)/product market fit (PMF)</i> sangat kurang.</p> <p>3 Produk kurang inovatif, kurang memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), kurang menyebutkan penggunaan bahan lokal, produk kurang mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen dan data survei <i>problem solution fit (PSF)/product market fit (PMF)</i> kurang jelas.</p> <p>4 Produk cukup inovatif, cukup memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), cukup menyebutkan penggunaan bahan lokal, produk cukup mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen, serta data survei <i>problem solution fit (PSF)/product market fit (PMF)</i> cukup jelas.</p> <p>5 Produk inovatif, memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), penggunaan bahan lokal diuraikan secara jelas, serta produk mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen dan data survei <i>problem solution fit (PSF)/product market fit (PMF)</i> disampaikan dengan jelas.</p> <p>6 Produk sangat inovatif, merupakan hasil hilirasi riset perguruan tinggi, memiliki keunikan yang</p>

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		berdaya saing (<i>unique selling point</i>) yang kuat, penggunaan bahan lokal diuraikan dengan sangat jelas, serta produk terbukti mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen dan data survei <i>problem solution fit</i> (PSF)/ <i>product market fit</i> (PMF) disampaikan dengan sangat jelas.
4.	Pemasaran	1 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha tidak dideskripsikan, tidak ada penjelasan bauran pemasaran dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.
		2 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan sangat kurang, penjelasan bauran pemasaran sangat kurang dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.
		3 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan kurang jelas, bauran pemasaran dijelaskan kurang terperinci dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.
		4 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan cukup jelas, bauran pemasaran dijelaskan cukup terperinci namun tidak dilengkapi dengan data pendukung.
		5 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha di deskripsikan dengan jelas, bauran pemasaran dijelaskan terperinci dan dilengkapi dengan data pendukung.
		6 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan sangat jelas, bauran pemasaran dijelaskan sangat terperinci dan dilengkapi dengan data pendukung.
5.	Sumber Daya	1 Anggota tim tidak memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, tidak memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi), serta tidak memiliki sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang memadai dan mendukung usaha.

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		2 Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan yang sangat kurang dalam menjalankan usahanya, memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan sangat kurang, penjelasan sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang dimiliki dan dibutuhkan sangat kurang memadai dan sangat kurang mendukung usaha.
		3 Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, penjelasan sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan kurang, serta penjelasan tentang sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang dimiliki dan dibutuhkan kurang memadai dan kurang mendukung usaha.
		4 Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, penjelasan tentang sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan cukup memadai, serta penjelasan tentang sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang dimiliki dan dibutuhkan cukup memadai dan cukup mendukung usaha.
		5 Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, penjelasan tentang sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan sudah memadai, serta penjelasan tentang sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) memadai dan mendukung usaha serta terdapat data pendukung yang relevan.
		6 Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, penjelasan tentang sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan sangat memadai, serta penjelasan tentang sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) sangat memadai dan sangat mendukung usaha serta terdapat data pendukung yang relevan.

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
6.	Keuangan	1 Tim tidak mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari tidak adanya proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha atau sudah ada laporan keuangan namun tidak sesuai format laporan keuangan yang berlaku.
		2 Tim kurang mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari sudah adanya proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format yang berlaku namun tidak dianalisis.
		3 Tim agak kurang mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari sudah adanya proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format yang berlaku namun kurang dianalisis .
		4 Tim cukup mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format berlaku dan sudah cukup dianalisis.
		5 Tim mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format berlaku, dan sudah dianalisis dengan terperinci.
		6 Tim sangat mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format berlaku sudah dianalisis dengan sangat terperinci.

Lampiran 10. Rubrik Penilaian Kategori Bisnis Digital

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
1.	Permasalahan dan solusi (<i>Problems and Solution Fit</i>)	1 Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna tidak dijelaskan dan solusi (produk) yang ditawarkan tidak inovatif dan tidak mengatasi masalah pengguna, serta tidak memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition</i>), dan data survei <i>Problem Solution Fit</i> (PSF)/ <i>Product Market Fit</i> (PMF) tidak disampaikan. Penjelasan tentang prototipe, fitur dan alur produk tidak ada.
		2 Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna sangat kurang jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan tidak inovatif dan tidak mengatasi masalah pengguna, serta sangat kurang memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition</i> sangat kurang jelas), dan data survei <i>Problem Solution Fit</i> (PSF)/ <i>Product Market Fit</i> (PMF) disampaikan dengan sangat kurang jelas. Penjelasan tentang prototipe, fitur dan alur produk sangat kurang jelas.
		3 Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna kurang jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan kurang inovatif dan kurang mengatasi masalah pengguna, serta kurang memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition</i> kurang jelas), dan data survei <i>Problem Solution Fit</i> (PSF)/ <i>Product Market Fit</i> (PMF) disampaikan dengan kurang jelas. Penjelasan tentang prototipe, fitur dan alur produk kurang jelas.
		4 Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna cukup jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan cukup inovatif dan cukup mengatasi masalah pengguna, serta cukup memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition</i> cukup jelas), dan data survei <i>Problem Solution</i>

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		<p><i>Fit (PSF)/Product Market Fit (PMF)</i> disampaikan dengan cukup jelas. Penjelasan tentang prototipe, fitur dan alur produk cukup jelas.</p> <p>5 Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan inovatif dan dapat mengatasi masalah pengguna serta memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition</i> jelas), dan data survei <i>Problem Solution Fit (PSF)/Product Market Fit (PMF)</i> disampaikan dengan jelas. Penjelasan tentang prototipe, fitur dan alur produk cukup jelas.</p> <p>6 Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna sangat inovatif, sangat jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan terbukti dapat mengatasi masalah pengguna dan memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition</i> sangat jelas), dan data survei <i>Problem Solution Fit (PSF)/Product Market Fit (PMF)</i> disampaikan dengan sangat jelas. Penjelasan tentang prototipe, fitur dan alur produk sangat jelas. Terdapat uraian tentang riset yang melatarbelakangi.</p>
2.	Analisis Pasar (<i>Market Analysis</i>)	<p>1 Analisis pasar tidak dijelaskan dengan rinci, tidak ada penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain. Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk didalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor tidak dijelaskan.</p> <p>2 Analisis pasar diuraikan dengan sangat kurang jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain. Analisis terhadap kompetitor (kompetitor</p>

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		<p>langsung maupun tidak langsung) termasuk didalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan sangat kurang jelas tanpa data pendukung dan referensi untuk memperkuat hasil analisis.</p>
		<p>3 Analisis pasar diuraikan dengan kurang jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain. Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk didalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan kurang jelas dan disertai data pendukung dan referensi yang kurang valid dan relevan untuk memperkuat hasil analisis.</p>
		<p>4 Analisis pasar diuraikan dengan cukup jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain. Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk didalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan cukup jelas disertai data pendukung dan referensi yang cukup valid dan/atau relevan untuk memperkuat hasil analisis.</p>
		<p>5 Analisis pasar diuraikan dengan jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain. Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk didalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi</p>

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		<p>bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan jelas disertai data pendukung dan referensi yang valid, relevan dan lengkap untuk memperkuat hasil analisis.</p> <p>6 Analisis pasar diuraikan dengan sangat jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain. Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk didalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan sangat jelas dan didukung dengan data yang valid, relevan dan sangat lengkap disertai data pendukung dan referensi yang valid, relevan dan sangat lengkap untuk memperkuat hasil analisis.</p>
3.	Pemasaran (<i>Marketing</i>)	<p>1 Analisis terhadap Strategi Pemasaran, Saluran Distribusi, Strategi Promosi dan Strategi Hubungan Pelanggan (CRM) tidak dijelaskan.</p> <p>2 Analisis terhadap Strategi Pemasaran, Saluran Distribusi, Strategi Promosi dan Strategi Hubungan Pelanggan (CRM), diuraikan dengan sangat kurang jelas dan tidak didukung dengan data yang valid.</p> <p>3 Analisis terhadap Strategi Pemasaran, Saluran Distribusi, Strategi Promosi dan Strategi Hubungan Pelanggan (CRM) diuraikan dengan kurang jelas dan didukung dengan data yang kurang valid dan relevan.</p> <p>4 Analisis terhadap Strategi Pemasaran, Saluran Distribusi, Strategi Promosi dan Strategi Hubungan Pelanggan (CRM), diuraikan dengan cukup jelas dan didukung dengan data yang cukup valid dan/atau relevan.</p> <p>5 Analisis terhadap Strategi Pemasaran, Saluran Distribusi, Strategi Promosi dan Strategi Hubungan Pelanggan (CRM), diuraikan dengan jelas dan didukung dengan data yang valid, relevan dan lengkap.</p>

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		6 Analisis terhadap Strategi Pemasaran, Saluran Distribusi, Strategi Promosi dan Strategi Hubungan Pelanggan (CRM) diuraikan dengan sangat jelas dan didukung dengan data yang valid, relevan dan sangat lengkap.
4.	Monetisasi	<p>1 Tidak ada uraian tentang strategi usaha untuk memperoleh pendapatan (<i>generating income</i>) yang meliputi penjelasan tentang besaran pendapatan yang ditargetkan atau sumber-sumber pendapatan (<i>revenue stream</i>) baik melalui penjualan, pendapatan jasa dan sumber pendapatan lainnya.</p> <p>2 Uraian tentang strategi usaha untuk memperoleh pendapatan (<i>generating income</i>) yang meliputi penjelasan tentang besaran pendapatan yang ditargetkan serta sumber-sumber pendapatan (<i>revenue stream</i>) baik melalui penjualan, pendapatan jasa dan sumber pendapatan lainnya masih sangat kurang jelas.</p> <p>3 Uraian tentang strategi usaha untuk memperoleh pendapatan (<i>generating income</i>) yang meliputi penjelasan tentang besaran pendapatan yang ditargetkan serta sumber-sumber pendapatan (<i>revenue stream</i>) baik melalui penjualan, pendapatan jasa dan sumber pendapatan lainnya masih kurang jelas.</p> <p>4 Strategi usaha untuk memperoleh pendapatan (<i>generating income</i>) yang meliputi penjelasan tentang besaran pendapatan yang ditargetkan serta sumber-sumber pendapatan (<i>revenue stream</i>) baik melalui penjualan, pendapatan jasa dan sumber pendapatan lainnya diuraikan dengan cukup jelas.</p> <p>5 Strategi usaha untuk memperoleh pendapatan (<i>generating income</i>) yang meliputi penjelasan tentang besaran pendapatan yang ditargetkan serta sumber-sumber pendapatan (<i>revenue stream</i>) baik melalui penjualan, pendapatan jasa dan sumber pendapatan lainnya diuraikan dengan jelas.</p>

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		6 Strategi usaha untuk memperoleh pendapatan (<i>generating income</i>) yang meliputi penjelasan tentang besaran pendapatan yang ditargetkan serta sumber-sumber pendapatan (<i>revenue stream</i>) baik melalui penjualan, pendapatan jasa dan sumber pendapatan lainnya diuraikan dengan sangat jelas.
5.	Profil Tim	<p>1 Kelayakan tim tidak dapat terlihat dari uraian keahlian/kompetensi, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>).</p> <p>2 Kelayakan tim sangat kurang jelas terlihat dari uraian keahlian/kompetensi, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>).</p> <p>3 Kelayakan tim kurang jelas terlihat dari uraian keahlian/kompetensi, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>).</p> <p>4 Kelayakan tim cukup jelas terlihat dari uraian keahlian/kompetensi, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>).</p> <p>5 Kelayakan tim jelas terlihat dari uraian keahlian/kompetensi, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>), disertai dengan data pendukung.</p> <p>6 Kelayakan tim sangat jelas terlihat dari uraian keahlian/kompetensi, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>), disertai dengan data pendukung yang valid dan relevan.</p>
6.	<i>Traction</i>	1 Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (<i>partner</i>) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi <i>traction</i> tidak dijelaskan dan

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		tidak terdapat <i>roadmap</i> bisnis.
		2 Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (<i>partner</i>) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi <i>traction</i> diuraikan dengan sangat kurang jelas. Penjelasan tentang <i>roadmap</i> bisnis juga sangat kurang jelas.
		3 Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (<i>partner</i>) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi <i>traction</i> diuraikan dengan kurang jelas. Penjelasan tentang <i>roadmap</i> bisnis juga kurang jelas.
		4 Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (<i>partner</i>) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi <i>traction</i> diuraikan dengan cukup jelas. Penjelasan tentang <i>roadmap</i> bisnis cukup jelas.
		5 Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (<i>partner</i>) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi <i>traction</i> diuraikan dengan jelas dan penjelasan tentang <i>roadmap</i> bisnis dideskripsikan dengan jelas, serta dilengkapi dengan data pendukung.
		6 Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (<i>partner</i>) dan untuk tahap

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		<p>awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feedback</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi <i>traction</i> diuraikan dengan sangat jelas dan Penjelasan tentang <i>roadmap</i> bisnis sangat jelas, serta dilengkapi dengan data pendukung yang valid dan relevan.</p>

Lampiran 11. Rubrik Penilaian Pendampingan Kelompok Usaha

Tahapan	Skor		
	1 - 4	5 - 7	8 - 10
Fondasi Bisnis	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang konsep-konsep wirausaha. Sudah memiliki kesadaran tentang pentingnya wirausaha tetapi masih tahap awal dalam mengembangkan sikap dan perilaku kewirausahaan.	Kelompok usaha mampu menerapkan pengetahuan dasar kewirausahaan dalam kegiatan usaha. Sudah menunjukkan inisiatif dan keterampilan dalam mengatasi tantangan awal dan mengimplementasikan ide-ide pengembangan usaha.	Kelompok usaha menunjukkan kemampuan untuk menganalisis dan mengkritik hasil dari penerapan pengetahuan dasar wirausaha. Sudah dapat mengidentifikasi keberhasilan, kegagalan, dan area untuk perbaikan dalam usaha, serta merencanakan strategi untuk peningkatan berkelanjutan.
Pelanggan	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar mengenai pentingnya mengidentifikasi dan menargetkan pelanggan yang tepat. Sudah memiliki kesadaran awal mengenai target pasar namun belum mampu menerapkan strategi yang efektif untuk menjangkaunya.	Kelompok usaha mampu menerapkan strategi dalam mengidentifikasi dan menargetkan pelanggan yang tepat dengan penggunaan alat dan teknik dasar. Sudah menunjukkan upaya untuk menjangkau target pasar, meskipun mungkin belum sepenuhnya efektif atau konsisten.	Kelompok usaha menunjukkan keahlian dalam mengidentifikasi, menargetkan, dan menjangkau pelanggan yang tepat. Sudah mampu menganalisis umpan balik pasar, mengidentifikasi tren, dan menyesuaikan strategi secara efektif untuk meningkatkan hasil.
Produk/jasa	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar dalam pengembangan	Kelompok usaha telah menerapkan pengetahuan / teori dalam pengembangan	Kelompok usaha menunjukkan keahlian dalam mengembangkan produk atau jasa

	<p>produk atau jasa yang bertujuan menyelesaikan permasalahan pelanggan. Sudah memahami kebutuhan dasar pelanggan tetapi belum menerapkan solusi yang efektif atau inovatif.</p>	<p>produk atau jasa. Sudah mencoba menciptakan solusi untuk permasalahan pelanggan, meskipun mungkin solusinya belum optimal atau belum sepenuhnya efektif.</p>	<p>yang efektif dan inovatif untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan. Dapat menganalisis umpan balik, melakukan penyesuaian berdasarkan hasil, dan terus memperbaiki solusi yang ditawarkan.</p>
Pemasaran	<p>Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang konsep dan pentingnya strategi pemasaran. Mampu mengenal berbagai elemen strategi pemasaran namun belum mampu mengimplementasikan secara efektif.</p>	<p>Kelompok usaha telah menerapkan strategi pemasaran dalam aktivitas usaha. Mampu menunjukkan kemampuan untuk menggunakan beberapa teknik pemasaran secara praktis, meskipun mungkin belum sepenuhnya efisien atau efektif.</p>	<p>Kelompok usaha menunjukkan kemahiran tinggi dalam merencanakan dan mengimplementasikan strategi pemasaran. Mampu menganalisis hasil dari strategi yang diterapkan, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian strategis berdasarkan analisis tersebut.</p>
Penjualan	<p>Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang pentingnya strategi penjualan dan konsep-konsep utamanya. Sudah memahami teori di balik peningkatan penjualan tetapi belum mampu mengimplementasikan strategi tersebut secara efektif.</p>	<p>Kelompok usaha telah menerapkan strategi penjualan dalam operasional usaha. Sudah menunjukkan kemampuan untuk menggunakan beberapa teknik penjualan secara praktis, meskipun mungkin masih ada kekurangan dalam efisiensi atau efektivitas.</p>	<p>Kelompok usaha menunjukkan keahlian tinggi dalam merencanakan dan mengimplementasikan strategi penjualan. Mampu menganalisis hasil dari strategi yang diterapkan, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian</p>

			strategis berdasarkan analisis tersebut.
Keuntungan	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar mengenai pengelolaan pendapatan dan pengeluaran. Mampu memahami teori pengelolaan keuangan tetapi belum menerapkannya secara efektif untuk mencapai keuntungan optimal.	Kelompok usaha telah menerapkan praktik pengelolaan pendapatan dan pengeluaran. Mampu menggunakan teknik pengelolaan keuangan secara praktis, meskipun mungkin masih ada kekurangan dalam mengoptimalkan keuntungan.	Kelompok usaha menunjukkan kemahiran tinggi dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran. Mampu menganalisis keuangan, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian strategis untuk meningkatkan keuntungan.
Sumber daya manusia	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang pentingnya perencanaan, pengelolaan, dan peningkatan potensi sumber daya manusia. Sudah memahami teori dasar manajemen SDM tetapi belum mampu menerapkannya secara efektif.	Kelompok usaha telah menerapkan praktik manajemen SDM dalam operasional usaha. Mampu menggunakan beberapa teknik pengelolaan SDM secara praktis, meskipun mungkin belum sepenuhnya efisien atau efektif.	Kelompok usaha menunjukkan kemahiran tinggi dalam merencanakan, mengelola, dan meningkatkan potensi SDM. Mampu menganalisis hasil dari praktik manajemen SDM yang diterapkan, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian strategis berdasarkan analisis tersebut.
Sistem	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang pentingnya menggunakan	Kelompok usaha telah menerapkan sistem berbasis teknologi untuk mengelola sumber	Kelompok usaha menunjukkan keahlian tinggi dalam menggunakan sistem berbasis

	<p>sistem berbasis teknologi untuk mengoptimalkan sumber daya dalam operasional bisnis. Sudah memahami teori dasar sistem manajemen operasional tetapi belum mampu menerapkannya secara efektif.</p>	<p>daya dalam operasional bisnis. Mampu menggunakan beberapa teknik manajemen operasional secara praktis, meskipun mungkin masih ada kekurangan dalam efisiensi atau efektivitas.</p>	<p>teknologi untuk mengoptimalkan sumber daya. Mampu menganalisis hasil dari penerapan sistem, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian strategis untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional.</p>
--	--	---	---

Lampiran 12. Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa kategori (a) Makanan dan Minuman, (b) Budidaya, (c) Industri Kreatif, Seni, dan Budaya, (d) Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan, dan (e) Manufaktur dan Teknologi Terapan

A. KONSUMEN POTENSIAL (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. Jumlah konsumen potensial

Jumlah konsumen potensial: Uraikan jumlah konsumen potensial sebelum dan sesudah mengikuti pembinaan dan pendanaan P2MW, apakah terdapat peningkatan jumlah konsumen potensial?

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

2. Ukuran pangsa pasar

Ukuran pangsa pasar: Uraikan strategi yang digunakan untuk bersaing dengan kompetitor dan memperluas pangsa pasar sebelum dan sesudah mengikuti pembinaan dan pendanaan P2MW, apakah terdapat peningkatan pangsa pasar?

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

B. PRODUK (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. Prototipe/Produk Final (Produk yang Siap Jual)

Prototipe (khusus pada saat pengusulan yang masih ide), disampaikan progressnya sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan P2MW, dapat dijelaskan dari sisi produk, pemasaran, investor, konsumen dll.

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

2. Legalitas (BPOM, Sertifikasi, NIB, PIRT, dll)

Legalitas: Capaian tim dalam hal legalitas produk contohnya berupa NIB, BPOM, Sertifikasi Halal, dll, sertakan nomor legalitas yang telah diperoleh dan scan dokumen dapat dilampirkan.

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

3. Pengembangan Produk (Diversifikasi, Pivot (Perubahan Strategi Bisnis), dll)

Pengembangan Produk: Uraikan pengembangan produk yang telah dicapai sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan dan pembinaan P2MW. (Bukti capaian dapat dilampirkan).

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

C. PEMASARAN (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. Omset/*Sales*

Omset/ *Sales*: Uraikan omset yang diperoleh, penjualan per unit yang diperoleh juga cara/strategi yang digunakan untuk mencapai omset. Unit penjualan tersebut sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan dan pembinaan P2MW. (Bukti capaian dapat dilampirkan).

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran: Uraikan strategi pemasaran saat pengusulan dan terkini, sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan dan pembinaan P2MW. (Bukti capaian dapat dilampirkan).

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

3. Instrumen Pemasaran (*Offline* dan *Online*)

Instrumen Pemasaran: Uraikan instrumen pemasaran yang digunakan baik secara daring/luring saat pengusulan dan terkini atau sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan dan pembinaan P2MW. (Bukti capaian dapat dilampirkan).

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

D. SUMBER DAYA (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. Peningkatan Kompetensi

Peningkatan Kompetensi: Uraikan peningkatan kompetensi apa yang anda dan tim dapatkan baik secara mandiri maupun setelah mendapatkan pendanaan/pembinaan P2MW.

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

2. Pengembangan Jejaring, Mitra, dan Strategi Tenaga Kerja

Pengembangan Jejaring, Mitra, dan Strategi Tenaga Kerja: Uraikan pengembangan jejaring/kemitraan apa yang anda dan tim dapatkan baik secara mandiri maupun setelah mendapatkan pendanaan/pembinaan P2MW. Uraikan pula strategi pengelolaan tenaga kerja yang anda dan tim lakukan baik sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan/pembinaan P2MW.

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

3. Kerjasama Tim

Kerjasama tim: Uraikan bagaimana anda atau tim anda menjalankan usaha ini secara tim, apakah pembagian pekerjaan yang ditentukan di awal sudah sesuai dengan yang direncanakan? kendala - kendala kerja tim apa saja yang ditemui dan menghambat usaha? bagaimana anda menyelesaikannya?

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

E. KEUANGAN (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. Cash Flow

Berikan penjelasan tentang *cash flow* usaha berbasiskan *cash inflow* dan *cash outflow* operasional usaha terhitung dari mendapatkan pendanaan P2MW dan penjelasan bagaimana dampak pendanaan P2MW terhadap pertumbuhan *cash flow* operasional usaha.

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

2. Pendapatan

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

3. Laba Bersih

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

Lampiran 13. Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa Bisnis Digital (Tahapan Awal)

A. PRODUK (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. Prototipe: Sudah bisa dioperasikan dan ditesting oleh pengguna, dan bisa diakses/diunduh secara online.

Prototipe: Disampaikan capaian sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan P2MW, produk sudah bisa diakses/diunduh dan dioperasikan untuk diuji oleh konsumen.

Sebelum	Sesudah

2. Legalitas: Memiliki pengusulan merk/HAKI

Legalitas: Disampaikan capaian tim dalam hal legalitas produk, contohnya berupa pendaftaran merk/HAKI.

Sebelum	Sesudah

B. BUSINESS DEVELOPMENT (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. Proses Validasi (*problem-solution fit*)

Proses Validasi (*problem-solution fit*): Disampaikan hasil proses validasi beserta bukti pendukungnya (*feedback* dapat berupa hasil survey, wawancara, uji coba produk kepada konsumen dalam rangka *problem-solution fit*).

Sebelum	Sesudah

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran: Disampaikan strategi pemasaran dan capaian hasil pelaksanaan strategi tersebut sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan dan pembinaan P2MW.

Sebelum	Sesudah

3. Channel & CRM

Channel & CRM: Disampaikan *channel* pemasaran dan capaian dalam pengelolaan pelanggan yang dirancang serta bukti pendukungnya, baik sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan dan pembinaan P2MW.

Sebelum	Sesudah

C. SUMBER DAYA (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. Peningkatan kompetensi bisnis & teknis

Peningkatan kompetensi bisnis dan teknis: Disampaikan capaian peningkatan kompetensi bisnis dan teknis apa yang telah dilakukan dan bagaimana implementasinya beserta bukti pendukungnya setelah mendapatkan pembinaan perguruan tinggi melalui program P2MW.

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

2. Pengembangan Jejaring

Pengembangan Jejaring: Disampaikan capaian pengembangan jejaring/kemitraan yang dilakukan beserta bukti pendukungnya setelah mendapatkan pembinaan P2MW.

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

3. Komposisi Tim

Komposisi Tim: Disampaikan tentang penguatan komposisi tim yang dilakukan setelah mendapatkan pembinaan P2MW.

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

Lampiran 14. Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa Bisnis Digital (Tahapan Bertumbuh)

A. PRODUK (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. MVP: Fitur-fitur yang dikembangkan telah dapat dioperasikan dan menjadi solusi bagi pengguna.

MVP: Disampaikan progresnya sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan P2MW, produk sudah bisa diakses/diunduh dan dioperasikan untuk diuji oleh konsumen.

Sebelum	Sesudah

2. Legalitas : Telah melakukan pengusulan/telah mendapatkan merk/HAKI, NIB/Badan Usaha

Legalitas : Disampaikan capaian tim dalam hal legalitas produk contohnya berupa pendaftaran merk/HAKI dan NIB/badan usaha lain

Sebelum	Sesudah

B. BUSINESS DEVELOPMENT (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. Proses Validasi (*Product Market Fit*)

Disampaikan capaian hasil proses validasi dan bukti pendukung bahwa produk yang dikembangkan telah sesuai dengan kebutuhan dan daya beli pasar (feedback dapat berupa hasil survey, wawancara, uji coba *product* kepada konsumen dalam rangka *product market fit*).

Sebelum	Sesudah

2. Pencapaian Indikator Kinerja: peningkatan capaian indikator kinerja (*traction, revenue,dll*).

Pencapaian Indikator Kinerja: Disampaikan data capaian indikator-indikator kinerja (penetrasi pasar, *early adopter, engagement,dll*) sebelum dan sesudah mendapatkan pembinaan P2MW dari pengelola PT.

Sebelum	Sesudah

3. Rencana Pengembangan

Rencana Pengembangan: Strategi pengembangan produk dan bisnis dalam 3 tahun tahun kedepan

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

C. SUMBER DAYA (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. Peningkatan Kompetensi: kompetensi *hustler, hacker, hipster*

Peningkatan Kompetensi: Disampaikan peningkatan kompetensi apa yang telah dilakukan dan bagaimana implementasinya setelah mendapatkan pembinaan PT melalui program P2MW

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

2. Pengembangan Jejaring: *supply chain, komunitas, business support, market*

Pengembangan Jejaring: Disampaikan pengembangan jejaring/ kemitraan yang dilakukan dan bagaimana impactnya terhadap kinerja *startup* setelah mendapatkan pembinaan P2MW.

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

3. Komposisi Tim: optimasi komposisi tim

Komposisi Tim: Disampaikan tentang penguatan komposisi tim yang dilakukan setelah mendapatkan pembinaan P2MW.

<i>Sebelum</i>	<i>Sesudah</i>

Lampiran 15. Format Laporan Akhir P2MW

Cover

**LAPORAN AKHIR
PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA WIRAUSAHA (P2MW)**

<<Logo Institusi>>

**OLEH:
NAMA PERGURUAN TINGGI
NAMA-NAMA KELOMPOK DIDANAI
TAHUN**

**DIREKTORAT PEMBELAJARAN DAN KEMAHASISWAAN
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI**

Kop Lembaga

Lembar Pengesahan

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)

1.	Kode Perguruan Tinggi	:	
2.	Perguruan Tinggi	:	
3.	Alamat Perguruan Tinggi	:	
4.	Email Perguruan Tinggi	:	
5.	Nama Unit Pelaksana	:	
6.	Nama Penanggung Jawab/Pengelola	:	
7.	Nomor HP Kontak Penanggung Jawab/Pengelola	:	
8.	Email Penanggung Jawab/Pengelola	:	
9.	Jumlah Kelompok yang Didanai	:	
10.	Uraian Usaha Didanai	:	
	A. Nama Usaha	:	
	Merek Usaha	:	
	Tahapan Usaha	:	
	Kategori	:	
	Ketua	:	
	NIM	:	
	Dosen Pendamping	:	
	NIP/NUPTK/NIK	:	
	Jumlah Anggota	:	
	B. Nama Usaha	:	
	Merek Usaha	:	
	Tahapan Usaha	:	
	Kategori	:	
	Ketua	:	
	NIM	:	

	Dosen Pendamping	:	
	NIP/NUPTK/NIK	:	
	Jumlah Anggota	:	
	C. Dst.	:	

Kota, 2025
 (Rektor/Wakil
 Rektor/Ketua/Wakil
 Ketua/Direktur
 Politeknik/Wakil Direktur
 Politeknik)

Nama Jelas
 NIP/NUPTK

DAFTAR ISI

BAB I Profil Lembaga/Pengelola Kewirausahaan Perguruan Tinggi

Uraikan profil lembaga kewirausahaan di perguruan tinggi beserta dengan program pendukung ekosistem kewirausahaan di perguruan tinggi.

BAB II PELAKSANAAN PROGRAM OLEH KELOMPOK USAHA MAHASISWA

- Kategori (a) Makanan dan Minuman, (b) Budidaya, (c) Industri Kreatif, Seni, dan Budaya, (d) Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan, dan (e) Manufaktur dan Teknologi Terapan
1. (NAMA USAHA)
(MEREK USAHA)
(TAHAPAN USAHA)
(KATEGORI)

A. TIM

Nama	:	
NIM	:	
Peran	:	Ketua
Tugas	:	
NIM	:	
Peran	:	Anggota (Dst)
Tugas	:	
Nama Dosen Pendamping	:	
NIP/NUPTK	:	
Nama Mentor Praktisi *Jika Ada	:	
NIP/ NUPTK /NIK	:	

B. RINGKASAN EKSEKUTIF

Berisi penjelasan singkat tentang Permasalahan, Solusi, Kekuatan Tim, Segmentasi Pasar, Pesaing, Keuangan, Pencapaian *maksimal 250 kata

C. DESKRIPSI USAHA (*Dapat disertai dengan foto, grafik, dll*)

Berisi tentang latar belakang, profil usaha, dan dampak dari tujuan mulia yang dirasakan masyarakat.

D. KONSUMEN POTENSIAL (Dapat disertai dengan foto, grafik, dll)

- 1) Jumlah Konsumen Potensial
- 2) Ukuran Pangsa Pasar

E. PRODUK (Dapat disertai dengan foto, grafik, dll)

- 1) Prototipe/Produk Final
- 2) Legalitas
- 3) Pengembangan Produk

F. PEMASARAN (Dapat disertai dengan foto, grafik, dll)

- 1) Omset/Sales
- 2) Strategi Pemasaran
- 3) Instrumen Pemasaran

G. SUMBER DAYA (Dapat disertai dengan foto, grafik, dll)

- 1) Peningkatan Kompetensi
- 2) Pengembangan Jejaring, Mitra, Strategi Tenaga Kerja
- 3) Kerjasama Tim

H. KEUANGAN (Dapat disertai dengan foto, grafik, dll)

- 1) *Cash Flow*
- 2) Pendapatan
- 3) Laba Bersih

2. (NAMA USAHA)
(MEREK USAHA)
(TAHAPAN USAHA)
(KATEGORI)
Dst. (Diisi Kelompok Selanjutnya)

● **Kategori Bisnis Digital**

1. (NAMA USAHA)
(MEREK USAHA)
(TAHAPAN USAHA)
(KATEGORI)

A. TIM

Nama	:	
NIM	:	
Peran	:	Ketua
Tugas	:	
Nama	:	

NIM	:	
Peran	:	Anggota (Dst)
Tugas	:	
Nama Dosen Pendamping	:	
NIP/NUPTK	:	
Nama Mentor Praktisi *Jika Ada)	:	
NIP/NUPTK/NIK	:	

B. RINGKASAN EKSEKUTIF

Bagian ini menjelaskan tentang profil singkat usaha, latar belakang mengapa bisnis tersebut didirikan serta meliputi tahapan usaha, kategori usaha, kondisi perkembangan usaha saat ini dan struktur organisasi.

C. DESKRIPSI BISNIS DIGITAL (Dapat disertai dengan foto, grafik, dll)

Berisi tentang uraian permasalahan yang dihadapi (*Problems*), Visi & tujuan (*Goal & Vision*), Solusi terhadap permasalahan (*Solution*), Analisis Pasar (*Market Analysis*), Analisis Kompetitor (*Competitor Analysis*), Strategi Peluncuran (*Go-to Market Strategy*), Model Bisnis (*Business Model*), Indikator Kinerja (*Key Metrics*), Profil Tim (*Team Overview*).

D. PRODUK (Dapat disertai dengan foto, grafik, link produk dll)

Tahap Awal (Untuk Bisnis Digital Tahapan Awal)

- 1) Prototipe
- 2) Legalitas

Bertumbuh (Untuk Bisnis Digital Tahapan Bertumbuh)

- 1) MVP
- 2) Legalitas

E. BUSINESS DEVELOPMENT (Dapat disertai dengan foto, grafik, dll)

Tahapan Awal (Untuk Bisnis Digital Tahapan Awal)

- 1) Proses Validasi (*problem-solution fit*)
- 2) Strategi Pemasaran
- 3) *Channel & Customer Relationship Management*

Tahapan Bertumbuh (Untuk Bisnis Digital Tahapan Bertumbuh)

- 1) Proses Validasi (*product market fit*)
- 2) Pencapaian Indikator Kinerja
- 3) Rencana Pengembangan

F. SUMBER DAYA (Dapat disertai dengan foto, grafik, dll) Tahap Awal (Untuk Bisnis Digital Tahapan Awal)

- 1) Peningkatan kompetensi bisnis & teknis
 - 2) Pengembangan Jejaring
 - 3) Komposisi Tim
- (Untuk Bisnis Digital Tahapan Bertumbuh)
- 1) Peningkatan kompetensi (kompetensi *hustler, hacker, hipster*)
 - 2) Pengembangan Jejaring
 - 3) Komposisi Tim
2. Dilanjutkan kelompok usaha berikutnya (dst).

BAB IV PENUTUP

Simpulan dan Saran

LAMPIRAN

1. Rekapitulasi Penggunaan Anggaran Keseluruhan

No	Jenis Pengeluaran	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Nomor Bukti Keuangan (Kuitansi, Nota, dll)/ Link Drive Bukti
1.	Kelompok Mahasiswa 1 (Disi Nama Usaha) Tahapan Awal					
	Pengembangan Produk / Riset					
	Produksi					
	Legalitas, perizinan, sertifikasi, pengujian produk, dan standarisasi					
	Belanja ATK dan Penunjang					
	SUB TOTAL					
2.	Kelompok Mahasiswa 2 (dst..) Tahapan Bertumbuh					
	Pengembangan pasar dan saluran distribusi					
	Produksi					
	Legalitas, perizinan, sertifikasi dan standarisasi					

	Belanja ATK dan Penunjang					
	Lainnya					
SUB TOTAL						
TOTAL KESELURUHAN PENGGUNAAN DANA						
PENDANAAN BELMAWA KESELURUHAN						
SISA DANA						
PERSENTASE PENGGUNAAN DANA			%			
PERSENTASE SISA DANA			%			

2. LAIN-LAIN (foto dokumentasi kegiatan, dokumentasi produk, bukti perizinan, prestasi kelompok, publikasi media, aktivitas pendukung, lokasi usaha dll)
3. Kuitansi (penomoran urutan kuitansi sesuai dengan keterangan pada laporan penggunaan keuangan).

Keterangan: Pada bagian kelompok usaha mahasiswa komponen pembelanjaan menyesuaikan tahapan usaha.

Lampiran 16. Format Laporan Penggunaan Anggaran Kelompok Usaha Mahasiswa (isian dalam sistem)

LAPORAN PENGGUNAAN ANGGARAN KELOMPOK USAHA MAHASISWA*

*Diisi untuk dana termin 1 dan dana termin 2 (keseluruhan)

1. Tahapan Awal

Kegiatan Utama	Rencana							Capaian							Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Target Capaian	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Unit Capaian	
	A	B	C	D	E	F= C x E	F= Output A	A	B	C	D	E	F= C x E	F= Output A	
Pengembangan Produk/Riset	a. b. c.							a. b. c.							
Produksi	a. b. c.							a. b. c.							
Legalitas, Perijinan, Sertifikasi, Pengujian	a. b. c.							a. b. c.							
Belanja ATK dan Penunjang	a. b. c.							a. b. c.							
Lainnya	a. b. c.							a. b. c.							
Total								Total							

2. Tahapan Bertumbuh

Kegiatan Utama	Rencana							Capaian							Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Target Capaian	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Unit Capaian	
	A	B	C	D	E	F= C x E	F= Output A	A	B	C	D	E	F= C x E	F= Output A	
Pengembangan Pasar dan Saluran Distribusi	a. b. c.							a. b. c.							
Pengembangan Produk/Riset	a. b. c.							a. b. c.							
Produksi	a. b. c.							a. b. c.							
Legalitas, Perizinan, Sertifikasi, dan Standarisasi	a. b. c.							a. b. c.							
Belanja ATK dan Penunjang															
Lainnya	a. b.							a. b.							
Total								Total							