



Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan
Ditjen Diktiristek - Kemendikbudristek

MERDEKA
BELAJAR

Kampus
Merdeka
INDONESIA DATA

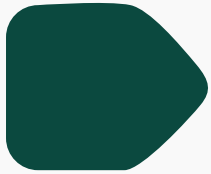
DIKTI
SIGAP
MELAYANI

Belmawa



Panduan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha

2024



**MERDEKA
BELAJAR**

**Kampus
Merdeka**
INDONESIA 2025

**DIKTI
SIGAP**
MELAYANI

Belmawa
Badan Layanan Umum

PMW
Program Merdeka Belajar dan Kampus Merdeka

2024

Tim Penyusun

Nizam

Sri Suning Kusumawardani

Sukino

Jobih

Arwan Nur Ramadhan

Jacobus Wiwin

Nurul Safitri

Siti Andarwati

Wisnu Sakti Dewobroto

Alamul Huda

Arya Taruna Wiguna

Febri Rahman

Firda Arfiah

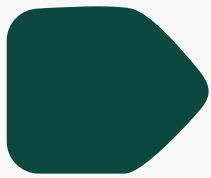
Hafiz Sezario Indra

Harun Nasrullah

Hayfa Izzat Fariha

Andre Rahadian Ramadan





**MERDEKA
BELAJAR**

**Kampus
Merdeka**
INDONESIA

**DIKTI
SIGAP**
MELAYANI

Belmawa
BELAJAR MELAYANI WIRUSAHA

PMW
PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA WIRUSAHA

2024

Kata Pengantar

Indonesia diprediksi akan menjadi salah satu dari sepuluh ekonomi terbesar dunia pada tahun 2030, dengan puncaknya di saat Indonesia Emas pada tahun 2045. Guna mencapai tujuan ini, tahun 2024 merupakan titik awal akselerasi pertumbuhan jumlah pengusaha Indonesia berdasarkan Perpres No 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional. Targetnya adalah meningkatkan jumlah pengusaha dari 3,95% menjadi minimal 12%, yang dianggap sebagai standar dasar bagi negara-negara maju. Langkah ini diharapkan dapat menghasilkan perubahan signifikan dalam perekonomian Indonesia.

Sebagai bagian dari strategi ini, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan Ditjen Diktiristek 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 MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) 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.

Agar pelaksanaan P2MW tahun 2024 dapat berjalan dengan baik maka telah disusun buku panduan P2MW sebagai panduan bagi perguruan tinggi dan mahasiswa yang ingin terlibat dalam program ini. Dengan partisipasi aktif dari mahasiswa dan dukungan dari perguruan tinggi, harapannya program P2MW akan mampu melahirkan lulusan yang berjiwa wirausaha dan memberikan dampak positif bagi perguruan tinggi, masyarakat, bangsa dan negara. Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan untuk berhasilnya program ini.

Jakarta, 8 Februari 2024

Direktur Pembelajaran dan Kemahasiswaan,



Sri Suning Kusumawardani

NIP 196911221995122001



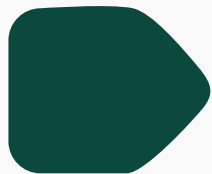
Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
Latar Belakang	1
Dasar Hukum	2
Tujuan dan Manfaat	2
Persyaratan	3
Tahapan Usaha	4
Kategori Usaha	5
Kriteria Penilaian	7
Usulan dan Seleksi Proposal	10
Alokasi dan Pendanaan	11
Peningkatan Ekosistem Kewirausahaan di Perguruan Tinggi	14
Pendampingan	17
Rekomendasi Konversi SKS	19
Pelaporan, Penilaian Kemajuan dan Seleksi KMI Expo	21
Pergantian Tim	22
Pelaporan Akhir	23
KMI Expo	23
Jadwal Pelaksanaan	24
Penutup	25
Lampiran	26



Lampiran

1. Format Identitas Perguruan Tinggi
2. Format Lembar Pengesahan Mahasiswa
3. Format Berita Acara Penilaian Proposal Internal P2MW Perguruan Tinggi
4. Format Isian Proposal Perguruan Tinggi
5. Format Isian Proposal Kelompok Usaha Mahasiswa
6. Format Laporan Arus Kas Tahapan Awal (Proyeksi) dan Tahapan Bertumbuh
7. Format Laporan Laba Rugi Tahapan Awal
8. Format Laporan Laba Rugi Tahapan Bertumbuh
9. Format Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran (RAB) Perguruan Tinggi
10. Format Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran (RAB) Kelompok Usaha Mahasiswa
11. Rubrik Penilaian Kategori (a) Makanan dan Minuman, (b) Budidaya, (c) Industri Kreatif, Seni, dan Budaya (d) Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan (e) Manufaktur dan Teknologi Terapan
12. Rubrik Penilaian Kategori Bisnis Digital
13. Rubrik Penilaian Pendampingan Kelompok Usaha
14. 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
15. Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa Bisnis Digital (Tahapan Awal)
16. Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa Bisnis Digital (Tahapan Bertumbuh)
17. Format Laporan Kemajuan Perguruan Tinggi
18. Format Laporan Akhir P2MW
19. Format Laporan Penggunaan Anggaran Manajemen Perguruan Tinggi (isian dalam sistem)
20. Format Laporan Penggunaan Anggaran Kelompok Usaha Mahasiswa (isian dalam sistem)
21. Format Surat Pergantian Tim



**MERDEKA
BELAJAR**

**Kampus
Merdeka**
INDONESIA

**DIKTI
SIGAP**
MELAYANI

Belmawa
DITJEN DIKTIRISTEK

PMW
PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA WIRAUSAHA

2024

Latar Belakang

Kewirausahaan mempunyai peran penting guna mendorong pertumbuhan ekonomi dan mencapai Indonesia emas di tahun 2045. Peraturan Presiden No 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional menjadi mesin penggerak guna tercapainya rasio Wirausaha 3,95% di tahun 2024. Setidaknya 1 juta wirausaha baru tercipta melalui program yang dibuat oleh 27 kementerian dan lembaga melalui fase wirausaha dari calon wirausaha, wirausaha pemula, dan wirausaha mapan.

Guna mendukung inisiatif tersebut, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan Ditjen Diktiristek, telah mengimplementasikan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW). Program ini bertujuan untuk mengembangkan kemampuan wirausaha di kalangan mahasiswa dan memperkuat ekosistem kewirausahaan di lingkungan Perguruan Tinggi. Pada tahun 2023 telah tercapai 7.582 mahasiswa (152%) yang mengikuti program P2MW dari target 5.000 mahasiswa menjalankan wirausaha. Mahasiswa menjalankan wirausaha dalam berbagai bidang mulai dari makanan minuman hingga usaha berbasis digital.

P2MW adalah program yang memfasilitasi pengembangan usaha mahasiswa yang telah memiliki prototipe produk atau sudah menjalankan usaha. Direktorat Belmawa, Ditjen Diktiristek memberikan kesempatan kepada mahasiswa aktif tingkat sarjana yang memenuhi syarat untuk mengikuti program P2MW. Program P2MW juga memfasilitasi bagi mahasiswa yang telah mengikuti Program Wirausaha Merdeka (WMK) dan Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) sebagai pembinaan lanjutan Direktorat Belmawa, Ditjen Diktiristek.

Pada tahun 2024, Indonesia mulai fokus untuk meningkatkan sektor bisnis yang berorientasi pada ekonomi sirkular. Dalam konteks ini, diharapkan agar perguruan tinggi dalam pelaksanaan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) 2024 tidak hanya fokus pada pembentukan karakter kewirausahaan yang inovatif, tetapi juga yang memiliki dampak dan keberlanjutan. Pengembangan program pembinaan kewirausahaan serta membangun jaringan kerjasama dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI) dipercaya akan mempercepat tercapainya tujuan P2MW yang didasarkan pada pembelajaran berbasis pengalaman.

Kedepan, P2MW akan terus konsisten memberikan dampak terhadap keberlanjutan usaha mahasiswa dan mendukung pembangunan ekonomi di Indonesia. Sesuai dengan tujuannya, menghasilkan lulusan perguruan tinggi yang tidak hanya mencari pekerjaan, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja, berkontribusi terhadap penurunan angka pengangguran terdidik.



Tujuan dan Manfaat

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, berdampak, dan berkelanjutan; dan
- c. Penguatan ekosistem kewirausahaan perguruan tinggi dengan melibatkan dunia usaha dunia industri (DUDI), komunitas, pemerintah, maupun pemangku kepentingan lainnya.

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, berdampak, dan berkelanjutan; dan
- c. Meningkatkan jejaring ekosistem kewirausahaan perguruan tinggi dengan melibatkan dunia usaha, dunia industri (DUDI), komunitas, pemerintah, maupun pemangku kepentingan lainnya.

Dasar Hukum

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024;
3. Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 53 Tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi; dan
4. Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Tahun 2020, Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kemdikbud.

Persyaratan

Persyaratan pelaksana P2MW adalah sebagai berikut:

Perguruan Tinggi



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

Mahasiswa



- Mahasiswa aktif jenjang Sarjana yang terdaftar di PDDIKTI maksimal semester 7 saat mengusulkan proposal;
- Setiap mahasiswa hanya boleh terdaftar dalam satu kelompok usaha dan tidak sedang mengajukan pendanaan lainnya (Program Kreativitas Mahasiswa dan Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan) pada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan;
- Setiap mahasiswa dan usaha hanya boleh mengikuti P2MW maksimal 2 (dua) kali;
- Setiap kelompok terdiri dari ketua dan anggota dengan jumlah 3-5 mahasiswa;
- 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);
- Produk yang diusulkan merupakan produk yang dikembangkan oleh mahasiswa (bukan waralaba, *reseller*, titip jual, usaha keluarga/orang lain); dan
- Proposal usaha yang diusulkan tidak menerima pendanaan sejenis dari sumber APBN.

Tahapan Usaha

Tahapan Usaha dalam pelaksanaan P2MW 2024 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. Memiliki *propotipe* produk yang terdokumentasi;
- c. Sudah melakukan validasi masalah dan solusi (*problem solution fit*); dan
- d. Proyeksi laba rugi dan arus kas.

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 validasi pasar (*product market fit*); dan
- d. Memiliki laporan laba rugi dan arus kas.

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:

● Makanan dan Minuman



Makanan dan minuman merupakan produk makanan dan minuman baik dari bahan mentah menjadi setengah jadi maupun bahan setengah jadi diolah menjadi produk akhir. Produk makanan dan minuman yang diusulkan **diwajibkan** menerapkan **inovasi** baik dalam aspek produk maupun manajemen usaha (produksi, pemasaran, dsb). Usaha yang **tidak termasuk** kategori makanan dan minuman yaitu *cafe*, restoran, rumah makan dan sejenisnya.

Contoh : makanan olahan, makanan beku, makanan siap saji, minuman olahan, minuman siap saji, aneka *snack*

Proses budidaya bidang agrokomples (tanaman pangan, hortikultura, kehutanan, perkebunan, peternakan, dan perikanan).

contoh : produksi pakan ternak, budidaya ikan air tawar/laut, budidaya tanaman (bibit tanaman, buah, sayuran, rempah-rempah, pupuk, hidroponik, dsb), peternakan (unggas, kambing, domba, sapi, lebah, dsb), dan hewan kesayangan (kucing, anjing, kelinci, burung, reptil, dsb).

Budidaya ●



● Industri kreatif, Seni, dan Budaya



Industri kreatif, seni, dan budaya meliputi proses penciptaan produk dan jasa yang menggunakan bahan baku lokal, **inovatif** dan memiliki nilai **kreativitas** yang dijadikan produk ekonomi dalam bidang industri kreatif, seni, dan budaya.

contoh : produk kerajinan/*craft*, lukis, tari, patung, kaligrafi, kerajinan kain lokal (batik, tenun, songket dan kain tradisional lainnya), tempat dan pertunjukan budaya, hiburan (musik, film, dsb).

Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan

Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan meliputi aktivitas jual beli produk berupa barang (bahan baku, barang setengah jadi maupun barang jadi) jasa, dan pariwisata yang mengutamakan unsur inovasi, kreativitas, dan mengedepankan potensi wisata Indonesia.



contoh : cafe, restoran, jasa *laundry*, jasa konsultasi, jasa pariwisata, jasa desain grafis, jasa sewa peralatan, jasa fotografi, jasa salon, produk media pembelajaran, jasa reparasi elektronik, bengkel, jasa penyedia souvenir, jasa desain ruang (arsitektur), lanskap taman, periklanan, bimbingan belajar, produk *fashion* (pakaian, sepatu, tas, dsb).

Manufaktur dan Teknologi Terapan



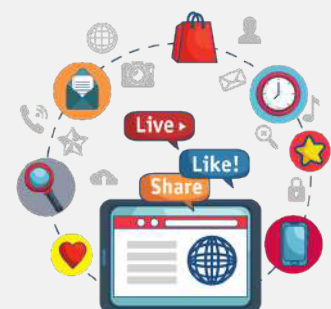
Usaha manufaktur merupakan aktivitas usaha yang dimulai dari pembelian bahan baku, proses produksi dengan mesin secara massal, sehingga tercipta barang jadi yang siap digunakan oleh konsumen.

contoh : pembuatan mesin, komponen pendukung proses manufaktur, pembuatan kemasan, tekstil dan garmen, otomotif, perakitan, parfum, produk kosmetik, produk herbal, produk kesehatan, dll. Sedangkan Teknologi Terapan merupakan bidang usaha yang menggunakan teknologi tepat guna yang memiliki nilai ekonomi. Contoh: otomatisasi sistem parkir, kendaraan ramah lingkungan, energi terbarukan, alat kesehatan, *drone*, dll.

Bisnis Digital

Kategori usaha di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah, mengintegrasikan proses bisnis dan menyajikan serta mengolah informasi dalam suatu sistem.

contoh : *marketplace*, aplikasi pendidikan berbasis *mobile*, aplikasi kesehatan, aplikasi pemasaran terintegrasi, perangkat digital cerdas (*smart device*), *internet of thing* (IoT), sistem komunikasi dan pertukaran pesan, *Virtual Reality & Augmented Reality* (AR/VR), sistem kecerdasan buatan (AI), sistem penginderaan jauh/ *Geographic Information System* (GIS), dsb.



Jenis Usaha yang tidak diperkenankan:

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, 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 :

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 bagi masyarakat dan lingkungan.

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 serta analisis kompetitor di pasar.

C. Produk**20 %**

Kriteria ini menilai inovasi, keunikan produk yang memiliki daya saing (*unique selling point*), penggunaan bahan lokal, serta kemampuan produk dalam menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen (*problem solution fit*)

D. Sumber Daya**20 %**

Kriteria ini menilai kemampuan dan keterampilan anggota tim dalam menjalankan usaha dan memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi), serta non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang mampu mendukung proses produksi, strategi pemasaran dan penjualan produk.

E. 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.

F. Keuangan**10 %**

Kriteria ini menilai kemampuan pengelolaan keuangan usaha yang dilihat dari:

- Tahap Awal: proyeksi laba rugi.
- Tahap Bertumbuh: laporan laba rugi dan arus kas.

2. Penilaian Proposal untuk Kategori Bisnis Digital :

A. Permasalahan dan solusi (*problem and solution fit*)

20 %

Kriteria ini menilai uraian tentang permasalahan yang dihadapi oleh konsumen maupun pengguna dan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah serta *unique value proposition* dari solusi tersebut. Dapat dilengkapi dengan data pendukung dan referensi.

B. Analisis Pasar (*Market analysis*)

15 %

Kriteria ini menilai tentang analisis pasar terhadap permasalahan yang dihadapi, dengan menggunakan pendekatan (*Segmentation, Targeting, Positioning*) atau pendekatan analisis pasar yang lain, serta dilengkapi data pendukung dan referensi untuk memperkuat hasil analisis.

C. Analisis Kompetitor (*Competitor Analysis*)

15 %

Kriteria ini menilai kemampuan dan keterampilan anggota tim dalam menjalankan usaha dan memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi), serta non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang mampu mendukung proses produksi, strategi pemasaran dan penjualan produk.

D. Monetisasi

20 %

Kriteria ini menilai tentang strategi untuk memperoleh pendapatan (*generating income*) meliputi skema monetisasi, rencana sumber pendapatan (*revenue stream*).

E. Profil Tim

10 %

Kriteria ini menilai kelayakan tim yang dapat dilihat dari komposisi tim, uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tanggung jawab masing-masing anggota tim.

F. Traction**20 %**

Kriteria ini menilai kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis sesuai dengan tahapan berikut:

- Tahap Awal: hasil survei ide produk/umpan balik (*feed back*) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi (*Traction*)
- Tahap Bertumbuh: pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (*partner*), *review customer*, dan *revenue*.

Usulan dan Seleksi Proposal

Usulan dan seleksi proposal P2MW 2024 meliputi dua (2) tahapan yaitu Seleksi Internal Perguruan Tinggi dan Seleksi Direktorat Belmawa. Seluruh aktivitas penilaian dan usulan melalui SIM Kesejahteraan (<https://kesejahteraan.kemdikbud.go.id/P2MW>). Berikut tahapan usulan dan seleksi proposal P2MW 2024:

Seleksi Internal Perguruan Tinggi

- Perguruan tinggi melakukan usulan proposal manajemen PT dan seleksi internal proposal mahasiswa yang meliputi justifikasi RAB dan substansi proposal;
- Kategori usaha yang diusulkan ke Direktorat Belmawa sebagai berikut:
 - maksimal 3 kelompok usaha per kategori untuk kategori makanan dan minuman; budidaya; industri kreatif, seni, dan budaya; jasa, pariwisata, dan perdagangan; manufaktur dan teknologi terapan; dan
 - maksimal 5 kelompok usaha untuk kategori bisnis digital.
- Menyampaikan berita acara seleksi internal dan dokumen pendukung lainnya.

Seleksi Direktorat Belmawa

- Melakukan seleksi administratif;
- Melakukan seleksi proposal usaha mahasiswa dan perguruan tinggi; dan
- Mengumumkan dan menetapkan hasil seleksi penerima bantuan melalui SK Penerima Bantuan.

Alokasi dan Pendanaan

Bantuan pendanaan P2MW 2024 dibagi menjadi 2 (dua) bagian yaitu (1) Manajemen dan (2) Kelompok Usaha Mahasiswa. 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). Guna mendukung peningkatan ekosistem kewirausahaan perguruan tinggi dalam melaksanakan P2MW 2024 diberikan dana bantuan manajemen sebesar Rp 3.000.000,- (tiga juta rupiah) per kelompok usaha mahasiswa yang didanai dalam satu perguruan tinggi. Penjelasan alokasi dan pendanaan sebagai berikut:

● Manajemen

Bantuan manajemen diperuntukan bagi perguruan tinggi pelaksana P2MW 2024 dengan nominal Rp 3.000.000,- (tiga juta rupiah) per Kelompok Usaha. Dana bantuan ini ditujukan sebagai stimulus penguatan ekosistem kewirausahaan di perguruan tinggi yang implementasinya dapat dilihat pada bagian ekosistem kewirausahaan dalam panduan ini. Dana bantuan dapat digunakan untuk:

- a. Honorarium pendamping dan narasumber kegiatan;
- Mentor Rp 300.000/OJP
- Dosen Pendamping Rp 200.000/OJP
- Narasumber Maksimal Rp 900.000/OJ
- b. Konsumsi kegiatan maksimal 15% dari total dana manajemen
- c. ATK maksimal 5% dari total dana manajemen; dan
- d. Pelaksanaan kegiatan harus dibuktikan dengan kuitansi pembayaran, surat tugas, dokumentasi kegiatan, dan bukti pajak sesuai ketentuan.

Perguruan tinggi diwajibkan untuk memberikan dana pendamping dan/atau fasilitas pada kegiatan P2MW yang dijelaskan pada usulan proposal perguruan tinggi.

● Kelompok Usaha

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 dibawah 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/Riset	30%
3.	Produksi	40%
4.	Legalitas, perizinan, sertifikasi, dan standarisasi	15%
5.	Belanja ATK dan Penunjang	5%

● Mekanisme Penyaluran Bantuan

Mekanisme penyaluran bantuan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) 2024, 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. Bantuan dana manajemen perguruan tinggi dikelola oleh unit pelaksana perguruan tinggi sesuai dengan ketentuan.

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 49 Tahun 2023 Tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2024. Perguruan tinggi dan kelompok usaha mahasiswa harus memperhatikan hal-hal yang tidak dapat dibelanjakan pada bantuan P2MW 2024 sebagai berikut:

- a. Belanja modal (peralatan dan mesin atau aset tetap renovasi berupa peralatan dan mesin) lebih dari Rp. 1.000.000,00 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



Peningkatan Ekosistem Kewirausahaan di Perguruan Tinggi

Penggunaan dana manajemen yang dikelola oleh perguruan tinggi diharapkan akan memperkuat ekosistem kewirausahaan bagi mahasiswa. Ekosistem kewirausahaan adalah interaksi semua sistem yang mempengaruhi pengembangan dan pembangunan Kewirausahaan. Menurut Peraturan Presiden No. 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional, ekosistem kewirausahaan terdiri dari:

- a. Budaya yang kondusif dalam berwirausaha, diantaranya adalah kebiasaan untuk menerima atau memberikan toleransi terhadap kegagalan, risiko kesalahan, serta kebiasaan untuk berinovasi dan berkreasi;
- b. Sumber Daya Manusia (SDM) yang mencakup individu yang memiliki jiwa kewirausahaan;
- c. Pendidikan yang mencakup komponen pendidikan dan pelatihan;
- e. Pasar dan konsumen yang ramah dalam menerima produk baru, jaringan produksi dan pemasaran yang terintegrasi dan luas untuk keberlanjutan usaha;
- f. Kebijakan pemerintah melalui lembaga-lembaganya, peraturan perundang-undangan, kebijakan dan program, anggaran, kemudahan, insentif serta pemulihan dapat membentuk daya dukung eksternal yang memungkinkan pengembangan dan penguatan ekosistem kewirausahaan; dan
- g. 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:

01

Lembaga internal perguruan tinggi seperti inkubator bisnis, UKM mahasiswa, HIPMI perguruan tinggi, dll;

02

Pemerintah Daerah dengan Dinas terkait, rumah BUMN (Badan Usaha Milik Negara), PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu), dll;

03

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;

04

Media dengan skala lokal atau nasional; dan

05

Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI), perusahaan swasta, BUMN, dan sebagainya.

Dengan kemitraan tersebut perguruan tinggi dapat membuat program dengan bentuk kegiatan dan fase yang sesuai dengan kebutuhan wirausaha di perguruan tinggi. Terdapat 3 fase yang dimungkinkan dilakukan di perguruan tinggi, yaitu :

01

Fase Calon Wirausaha

Fasilitasi ide usaha melalui program pelatihan, pendidikan, bimbingan teknis, lokakarya, sertifikasi, dll;

Fase Wirausaha Pemula

Peningkatan skala usaha melalui proses inkubasi, akselerasi, pembinaan, pelatihan, pendampingan, akses pemasaran, sertifikasi dan sebagainya; dan

02

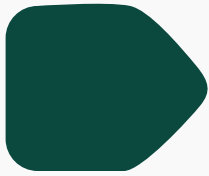
03

Fase Wirausaha mapan

Akses ekspor, standarisasi dan sertifikasi nasional maupun internasional, pelatihan untuk menjadi pemasok bagi lembaga pemerintah/BUMN/BUMD, investor *matchmaking* dll.

Guna tercapainya program yang berkelanjutan, perguruan tinggi dapat membentuk komunitas, unit kegiatan mahasiswa (UKM), kelompok peminatan yang berbasis kewirausahaan dll yang bertujuan untuk menumbuhkan semangat berwirausaha, peningkatan jumlah wirausaha di perguruan tinggi, serta menciptakan lingkungan yang ramah wirausaha bagi mahasiswa. Diharapkan penguatan ekosistem kewirausahaan ini akan mendukung inovasi dan kreativitas mahasiswa wirausaha di perguruan tinggi. Ditambah lagi, akan meningkatnya daya kreasi dan implementasi cara baru untuk menciptakan produk inovatif dan nilai ekonomi yang tinggi.





Pendampingan

Sebagai salah satu syarat dalam melaksanakan P2MW 2024, perguruan tinggi harus menyediakan pendamping wirausaha bagi kelompok usaha mahasiswa peserta P2MW 2024. Hal tersebut didasari dari Studi yang dilakukan oleh *National Business Incubation Association* (NBIA) tahun 2010 terhadap inkubator bisnis terbaik di Amerika, perusahaan yang berhasil meningkatkan bisnisnya adalah yang didampingi dalam melakukan pengembangan bisnis.

Dalam kajian tersebut fungsi pendampingan kepada usaha dapat meningkatkan persentase keberhasilan hingga 87%, atau hampir dua kali lipat lebih tinggi ketimbang usaha yang tidak didampingi. 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 terarahkan.

Definisi

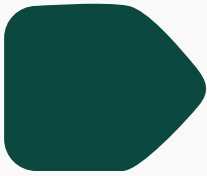
- Dosen Pendamping adalah dosen yang kompeten dalam pembinaan wirausaha yang berasal dari perguruan tinggi pengusul; dan
- Mentor adalah praktisi profesional yang berasal dari dunia usaha dunia industri.

Ketentuan

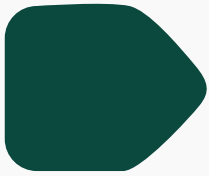
- Kelompok usaha wajib didampingi dosen pendamping;
- Dosen pendamping maksimal dapat mendampingi 3 kelompok usaha;
- Dosen memiliki NIDN/NIDK pada perguruan tinggi pengusul;
- Kelompok usaha dapat didampingi oleh mentor (praktisi dari luar perguruan tinggi);
- Kualifikasi mentor dibuktikan dengan Daftar Riwayat Hidup;
- Dosen dan Mentor menandatangani Lembar Komitmen Pendampingan; dan
- Dosen dan Mentor mendapat Rekomendasi dari Pimpinan Perguruan Tinggi (Rektor/Wakil Rektor/Ketua/Wakil Ketua).

Pelaporan Pendampingan

- Dosen pendamping melaporkan 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;



- 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: kondisi awal dan kemajuan kelompok usaha mahasiswa dalam mengoptimalkan sumber daya dengan sistem berbasis teknologi untuk efektivitas dan efisiensi operasional.
- Pendampingan dimulai terlebih dahulu dengan menilai kondisi awal tim (pendampingan pertama) dan dilanjutkan dengan menilai kemajuan tim di bulan berikutnya.
 - Penilaian kemajuan dinilai dengan dari angka 1 (sangat tidak mampu) hingga 10 (sangat mampu). Rubrik terdapat pada lampiran 13.
 - Penilaian kemajuan dibuat untuk mengukur kemampuan mahasiswa dalam menjalankan usaha dan sebagai dasar tindak lanjut perguruan tinggi dalam menguatkan ekosistem kewirausahaan di perguruan tinggi.



Mekanisme dan Periode Pelaporan Kelompok usaha mahasiswa pada pelaksanaannya didampingi oleh seorang 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 bisa mendapatkan pendampingan dari Mentor yang sesuai ketentuan. Semua kegiatan pendampingan tercatat dalam log pendampingan/laporan kemajuan pendamping.

Tabel 2. Jadwal Pelaporan Pendampingan Kelompok Usaha P2MW 2024

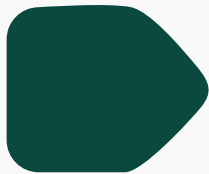
No.	Tahap Pelaporan	Periode Waktu
1.	Tahap 1	10-15 Mei
2.	Tahap 2	10-15 Juni
3.	Tahap 3	10-15 Juli
4.	Tahap 4	10-15 Agustus
5.	Tahap 5	10-15 September

Rekomendasi Konversi sks

Salah satu keleluasaan dalam kebijakan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (MBKM), adalah “hak belajar tiga semester di luar program studi” 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.

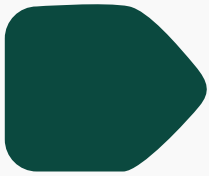
Dalam perhitungan pengakuan sks (satuan kredit semester) sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 53 Tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi Pasal 15 Ayat 6, beban belajar 1 (satu) satuan kredit semester setara dengan 45 (empat puluh lima) jam per semester.

Sebagai upaya dalam implementasi kebijakan MBKM maka Direktorat Belmawa mendorong agar perguruan tinggi dapat memasukkan 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:

Tahapan	Grup/ Individu	Jumlah Menit (AH/LH)	Bobot	Penyetaraan (sks)*
A. WORKSHOP USAHA				
Pengembangan pasar dan saluran distribusi	Individu	300	1	0.11
Pengembangan Produk	Individu	300	1	0.11
Produksi	Individu	300	1	0.11
Pengembangan sumber daya	Individu	300	1	0.11
Legalitas, Perizinan, Sertifikasi, dan Standarisasi	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 PERGURUAN TINGGI				
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	Group	600	0.5	0.11



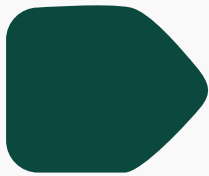
PEMBINAAN OLEH PERGURUAN TINGGI				
Workshop	Group	300	0.5	0.06
Seminar	Group	300	0.5	0.06
JUMLAH sks		5400		1.00
E. MONITORING DAN EVALUASI				
Menyusun laporan bantuan (kemajuan dan akhir)	Group	960	0.5	0.18
Membuat logbook melalui sistem per minggu	Group	960	0.5	0.18
Mengikuti monitoring dan evaluasi PT & Belmawa	Group	960	0.5	0.18
JUMLAH sks		2880		0.53
F. PITCHING DAN AWARDING				
Mengikuti Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (KMI) Expo	Group	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

Pelaksanaan P2MW 2024 yang bertujuan untuk pemantauan dan evaluasi pelaksanaan bagi penerima bantuan P2MW 2024. Bentuk pelaksanaan kegiatan ini berupa pelaporan kemajuan dan penilaian terhadap perguruan tinggi dan kelompok usaha mahasiswa dalam melaksanakan kegiatan sesuai dengan rancangan yang telah diajukan dalam proposal usulan. Selain penilaian terhadap kegiatan, Direktorat Belmawa akan menilai laporan belanja bantuan dan ketersediaan anggaran sesuai dengan kontrak antara perguruan tinggi dan Direktorat Belmawa.

Dalam pelaksanaan kegiatan ini juga, sebagai salah satu sarana dalam menyeleksi kelompok usaha mahasiswa untuk mengikuti kegiatan Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (KMI) Expo XIV 2024. Mekanisme seleksi, format dan jadwal pelaksanaan akan diinformasikan lebih lanjut melalui surat dan petunjuk teknis pelaksanaan Pelaporan dan Penilaian Kemajuan P2MW 2024. Perguruan tinggi dan kelompok usaha mahasiswa harus mengikuti kegiatan pelaporan dan penilaian kemajuan P2MW sebagai salah satu bentuk komitmen dan kewajiban bagi penerima bantuan P2MW.

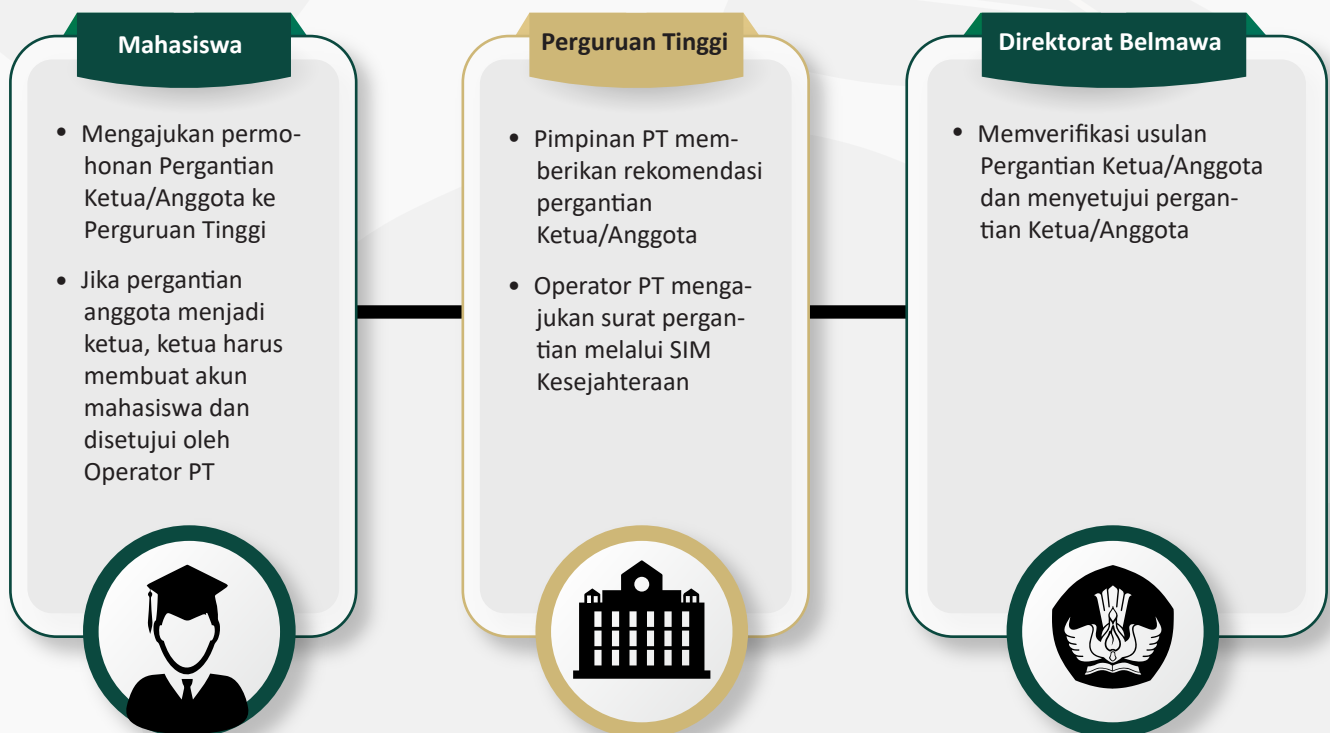


Pergantian Tim

Pelaksanaan P2MW 2024 diperbolehkan untuk pergantian ketua dan anggota sesuai dengan ketentuan berikut:

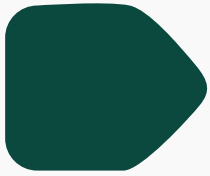
- Ketua hanya dapat digantikan dengan anggota lama yang telah terdaftar sebagai tim;
- Pergantian anggota sebagai ketua harus mendaftarkan akun mahasiswa dan disetujui oleh pimpinan perguruan tinggi;
- Anggota dapat digantikan dengan anggota baru dengan persetujuan pimpinan perguruan tinggi; dan
- Pergantian anggota baru hanya dapat sebagai anggota tidak ketua tim.

Pergantian ketua dan anggota harus melalui mekanisme yang dijelaskan dalam bagan di bawah ini:



Gambar 2. Mekanisme Pergantian Tim

Pergantian anggota dan ketua paling lambat sebelum pelaksanaan pelaporan, penilaian kemajuan dan seleksi KMI Expo. Format surat permohonan pergantian ketua dapat dilihat pada lampiran 21 dan petunjuk teknis dapat diakses pada SIM Kesejahteraan.



Pelaporan Akhir

Perguruan tinggi dan kelompok usaha mahasiswa wajib menyampaikan laporan akhir pelaksanaan P2MW 2024.

Penyampaian laporan akhir dilakukan melalui SIM kesejahteraan yang terdiri dari :

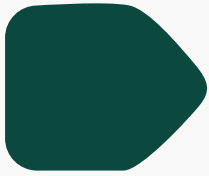
- Laporan utama berupa laporan pelaksanaan secara menyeluruh bagi perguruan tinggi dan kelompok usaha mahasiswa (format terlampir);
- *Executive Summary* Kelompok Usaha Mahasiswa;
- Laporan penggunaan anggaran kelompok usaha mahasiswa yang dilaporkan pada akun mahasiswa dengan mengunggah bukti-bukti pembelanjaan (format terlampir); dan
- Laporan penggunaan anggaran manajemen PT yang dilaporkan melalui akun operator PT (format terlampir).

Kelengkapan laporan menjadi bentuk tertib administrasi yang wajib dilengkapi oleh seluruh pelaksana P2MW 2024.

KMI Expo

Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (KMI) Expo merupakan ajang apresiasi dan pagelaran produk usaha mahasiswa pelaksana P2MW 2024. 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 2024 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 Pembelajaran dan Kemahasiswaan beserta dengan perguruan tinggi pelaksana KMI Expo.



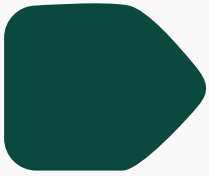


Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha

Tabel 3. Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan	Waktu
Sosialisasi	12 – 13 Februari
<i>Workshop</i> dan Bimbingan Teknis Kewirausahaan	M3 Februari
Penerimaan Proposal	9 Februari – 15 Maret (23:59 WIB)
Seleksi Internal Perguruan Tinggi	
Pengusulan Proposal Kelompok Usaha Mahasiswa dan Perguruan Tinggi ke Direktorat Belmawa	
Seleksi Direktorat Belmawa	M3 Maret – M1 April
Pengumuman perguruan tinggi pelaksana dan peserta yang diterima	19 April
Pelaksanaan program oleh Direktorat Belmawa a. <i>Workshop</i> pendamping untuk dosen/praktisi pendamping b. Pelaporan dan Penilaian Kemajuan (M4 Juli – M3 Agustus) c. <i>Monitoring</i> dan Evaluasi Perguruan Tinggi	April – September
Pelaporan Akhir Perguruan Tinggi ke Direktorat Belmawa	30 September
KMI Expo	M4 Oktober





**MERDEKA
BELAJAR**

**Kampus
Merdeka**
INDONESIA

DIKTI
SIGAP
MELAYANI

Belmawa
KEMENTERIAN
PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

P2MW
PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA WIRUSAHA

2024

Penutup

Demikian buku panduan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) tahun 2024 ini disusun untuk menjadi panduan pelaksanaan bagi perguruan tinggi dan mahasiswa dalam mengikuti program ini. Harapan kami dengan keterlibatan perguruan tinggi dalam mengikuti dan membina mahasiswa berwirausaha dapat meningkatkan dan menguatkan ekosistem kewirausahaan di perguruan tinggi dengan berjejaring melibatkan berbagai komponen seperti dunia usaha dan industri, perguruan tinggi dan *stakeholder* lainnya. Selain itu, dengan pelaksanaan P2MW juga dapat mendorong perguruan tinggi untuk mengimplementasikan kebijakan MBKM serta mewujudkan SDM Indonesia dan lulusan yang dapat menjadi pencetak lapangan pekerjaan (*job creator*), serta mampu melahirkan wirausaha yang profesional, kompetitif, dan membantu Indonesia dalam penguatan ekonomi bangsa.

Salam wirausaha mahasiswa Indonesia!

Lampiran

Lampiran 1. Format Identitas Perguruan Tinggi

KOP PERGURUAN TINGGI

IDENTITAS PERGURUAN TINGGI PENGUSUL

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha 2024

- Perguruan Tinggi :
- Alamat Perguruan Tinggi :
- Email Perguruan Tinggi :
- Nama Unit/Lembaga Pelaksana :
- Jumlah Kelompok yang Diusulkan : kelompok
- Nama Penanggung Jawab :
- No Kontak Penanggung Jawab :
- Jumlah Total Dana yang Diusulkan* :

Kota, Tanggal Bulan Tahun
Rektor/Wakil Rektor/Ketua/Wakil
Ketua,

Nama Jelas
NIP/NIDN

*Dana kelompok usaha dan manajemen PT

Lampiran 2. Format Lembar Pengesahan Mahasiswa

LEMBAR PENGESAHAN

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) 2024

Judul Usaha	:	
Merek Usaha	:	
Tahapan Usaha	:	Tahapan Awal/Tahapan Bertumbuh*
Kategori Usaha	:	
Ketua Pengusul	:	
• Nama Lengkap	:	
• NIM/NPM	:	 Lorem ipsum
• Fakultas	:	
• Nomor HP	:	
• Alamat surel (email)	:	
Anggota Pengusul (1,2,dst)	:	
• Nama Lengkap	:	
• NIM/NPM	:	
• Fakultas	:	
Dana yang diusulkan	:	

Kota/Kabupaten, Februari 2024

Menyetujui Rektor/Wakil Rektor/Ketua/Wakil Ketua,		Ketua Pengusul,
(.....)		(.....)
NIP/NIDN		NIM

*Coret yang tidak perlu

Lampiran 3. Format Berita Acara Penilaian Proposal Internal P2MW Perguruan Tinggi

KOP PERGURUAN TINGGI

BERITA ACARA

PENILAIAN PROPOSAL INTERNAL PERGURUAN TINGGI

PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA WIRAUSAHA (P2MW) TAHUN 2024

Pada hari ini,tanggal.....bulan.....tahun....., kami yang bertanda tangan dibawah ini:

No.	Nama <i>Reviewer</i>	NIP/NIDN
1.		
2.		
3.	Dst.	dst

Dengan ini menyatakan telah melakukan penilaian internal berupa justifikasi rencana anggaran biaya (RAB) dan substansi proposal proposal Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) Tahun 2024 dari Nama Perguruan Tinggi berdasarkan kriteria penilaian pada panduan Program Pembinaan mahasiswa wirausaha (P2MW) Tahun 2024 dengan judul di bawah ini:

No.	Judul Proposal	Tahapan Usaha	Kategori Usaha	Nilai	Lolos/Tidak Lolos
1.					
2.					
3.	Dst.				

Demikian Berita Acara hasil seleksi internal, keputusan ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

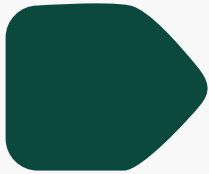
.....
Lorem ipsum

Kota, Tanggal				
<i>Reviewer Internal</i>	:	1. Nama	• <i>Ttd</i>	
		2. Nama	2) <i>Ttd</i>	
		3. Dst	• <i>Ttd</i>	

Mengetahui,
Rektor/Wakil Rektor/Ketua/Wakil Ketua

.....

Nama.....
NIP/NIDN



Lampiran 4. Format Isian Proposal Perguruan Tinggi (Isian dalam sistem)

Latar Belakang Program

Pada bagian ini disampaikan gambaran umum terkait program atau aktivitas yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi sebagai pengelola Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha 2024 yang diusulkan termasuk penjelasan umum terkait dengan penguatan ekosistem kewirausahaan perguruan tinggi.

Tujuan

Pada bagian ini disampaikan tujuan (*outcome*) yang ingin dicapai oleh perguruan tinggi dalam mengikuti Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha 2024 disertai dengan tujuan dari penguatan ekosistem kewirausahaan perguruan tinggi.

Profil Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi mendeskripsikan profil dan keunggulan serta reputasi yang dimiliki terutama terkait sumber daya pendukung dalam pelaksanaan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha 2024.

Ringkasan Unit Usaha yang Dibina

Perguruan tinggi mendeskripsikan profil unit usaha yang diusulkan dan dinyatakan lolos dalam seleksi internal perguruan tinggi.

No	Nama Usaha Mahasiswa	Tahapan Usaha	Kategori Usaha	Deskripsi Usaha
1.				
2.				

Rencana Kegiatan

Penjelasan tentang kegiatan yang dilakukan oleh perguruan tinggi dalam melakukan pembinaan terhadap kelompok usaha mahasiswa dan penguatan ekosistem wirausaha perguruan tinggi disertai dengan penjelasan fasilitas pendukung.

Pembiayaan

Penjelasan tentang rencana anggaran biaya yang dialokasikan untuk manajemen pengelolaan bantuan dan bantuan kelompok usaha serta dana pendamping perguruan tinggi.

Keterangan: Perguruan tinggi harus memperhatikan hal-hal yang tidak dapat dibelanjakan pada panduan ini.

Penutup

Disampaikan kata penutup dari Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha 2024.

Lampiran

Lembar berita acara seleksi internal perguruan tinggi (lampiran 3)

Lampiran 5. Format Isian Proposal Kelompok Usaha Mahasiswa (isian dalam sistem)

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.

Deskripsi Usaha

A. Kategori

- | | |
|---------------------------------------|---|
| a. Makanan dan Minuman | d. Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan, dan |
| b. Budidaya | e. Manufaktur dan Teknologi Terapan |
| c. Industri Kreatif, Seni, dan Budaya | |

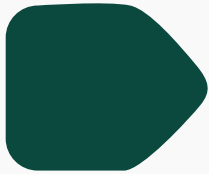
- Tujuan Mulia (*Noble Purpose*)
- Konsumen Potensial
- Produk
- Sumber Daya
- Pemasaran
- Keuangan

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

B. Kategori Bisnis Digital

- Permasalahan dan Solusi (*Problem and Solution Fit*)
- Analisis Pasar (*Market Analysis*)
- Analisis Kompetitor (*Competitor Analysis*)
- Monetisasi
- Profil Tim
- *Traction*

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



Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran

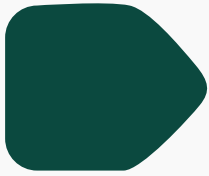
Pada bagian ini menjelaskan kegiatan yang akan dilakukan selama program dan rencana penggunaan anggaran. Rencana kegiatan yang disusun harus mengacu pada penjelasan pada Bab II Deskripsi Usaha.

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/Riset	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:

- Belanja modal (peralatan dan mesin atau aset tetap renovasi berupa peralatan dan mesin) lebih dari Rp. 1.000.000,00 per item;
- Barang inventaris seperti laptop, *handphone*, kamera dll;
- Honor kepanitian orang/bulan;
- Utilitas (Bayar tagihan Air, Listrik, Gas, bahan bakar dan sejenisnya);
- Biaya komunikasi dan paket data atau *wifi* (internet);
- Honor dan konsumsi kelompok usaha;
- Gaji karyawan;
- Transportasi luar dan dalam kota; dan
- Sewa Tempat Usaha, Ruang Kantor dan Gudang.



Penutup

Disampaikan kata penutup



Lampiran

- Laporan Keuangan
 - Laporan Arus Kas (format dapat dilihat pada lampiran 6)
 - Laporan Laba Rugi (format dapat dilihat pada lampiran 7 dan 8 menyesuaikan tahapan)
- 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*).
- Kategori Bisnis Digital
 - *Pitch Deck* (Isi pitch deck meliputi: Permasalahan dan Solusi (*Problem and Solution Fit*), Analisis Pasar (*Market Analysis*), Analisis Kompetitor (*Competitor Analysis*), Monetisasi, Profil Tim, *Traction*).

Lampiran 6. 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 7. Format Laporan Laba Rugi Tahapan Awal

Nama 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 8. 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 9. Format Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran (RAB) Perguruan Tinggi

RENCANA KEGIATAN DAN PENGGUNAAN ANGGARAN

Kegiatan Utama	Rencana							Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Target Capaian	
	A	B	C	D	E	$F = C \times E$	$F = \text{Output A}$	
Mentoring	a. b. c.							
Pelatihan/ Workshop	a. b. c.							
Lainnya	a. b. c.							
Total								

Lampiran 10. Format Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran (RAB) Kelompok Usaha Mahasiswa (isian dalam sistem)

RENCANA KEGIATAN DAN PENGGUNAAN ANGGARAN

• 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	$F = C \times E$	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									

• Tahapan Usaha Bertumbuh

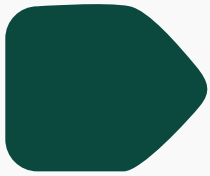
Kegiatan Utama	Rencana								Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Keterangan/ Referensi Harga	Target Capaian	
	A	B	C	D	E	$F = C \times E$	G	H = Output A	
Pengembangan Pasar dan Saluran Distribusi	a. b. c.								
Pengembangan Produk/Riset	a. b. c.			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

Lampiran 11. 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

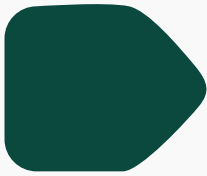
Rubrik Penilaian untuk Kategori

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

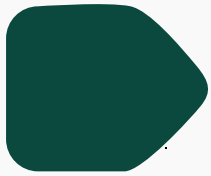
No	Kategori		Nilai dan Kriteria
1.	<i>Noble Purpose/Tujuan Mulia</i>	1	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha tidak jelas, tidak terlihat tujuan pendirian usaha yang fokus untuk mendapatkan keuntungan dan tidak ada dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan.
		2	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha sangat kurang jelas, terlihat dari tujuan pendirian usaha yang fokus untuk mendapatkan keuntungan dan sangat kurang memberikan dampak bagi masyarakat dan lingkungan.
		3	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha kurang jelas, terlihat dari tujuan pendirian usaha yang fokus untuk mendapatkan keuntungan dan kurang memberikan dampak bagi masyarakat dan lingkungan.
		4	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha cukup jelas, terlihat dari tujuan pendirian usaha yang tidak hanya fokus untuk mendapatkan keuntungan namun juga cukup memberikan dampak bagi masyarakat dan lingkungan.
		5	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha jelas. Terdapat data pendukung memperlihatkan tujuan pendirian usaha yang tidak hanya fokus untuk mendapatkan keuntungan namun juga memberikan dampak bagi masyarakat dan lingkungan.



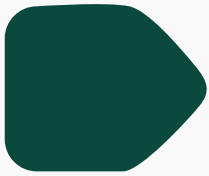
		6	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha sangat jelas. Terdapat data pendukung memperlihatkan tujuan pendirian usaha yang tidak hanya fokus untuk mendapatkan keuntungan namun juga memberikan dampak bagi masyarakat dan lingkungan.
2.	Konsumen Potensial	1	Segmen pasar dan target pembeli potensial tidak didefinisikan dengan jelas, tidak mengetahui ukuran pasar, tidak mampu menghitung estimasi pangsa pasar dan tidak menggunakan data pendukung, serta tidak mampu menganalisis kompetitor di pasar.
		2	Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan sangat kurang jelas, ukuran pasar dan estimasi pangsa pasar tidak dihitung dengan tepat dan tidak didukung oleh data yang valid, serta tidak mampu menganalisis kompetitor di pasar.
		3	Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan kurang jelas, kurang mengetahui ukuran pasar, dan estimasi pangsa pasar tidak dihitung dengan tepat dan tidak didukung oleh data yang valid, serta kurang mampu menganalisis kompetitor di pasar.
		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 mampu menganalisis kompetitor di pasar.
		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, serta menganalisis kompetitor dengan jelas.
		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, serta menganalisis kompetitor di pasar dengan sangat jelas.



3.	Produk	1	Produk tidak memiliki inovasi, tidak memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), tidak menyebutkan penggunaan bahan lokal, serta produk tidak mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen.
		2	Produk sangat kurang inovatif, sangat kurang memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), tidak menyebutkan penggunaan bahan lokal, serta produk sangat kurang mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen.
		3	Produk kurang inovatif, kurang memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), kurang menyebutkan penggunaan bahan lokal, serta produk kurang mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen.
		4	Produk cukup inovatif, cukup memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), cukup menyebutkan penggunaan bahan lokal, serta produk cukup mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen.
		5	Produk memiliki inovasi, memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), penggunaan bahan lokal diuraikan secara jelas, serta produk mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen.
		6	Produk memiliki inovasi yang tinggi, memiliki keunikan yang 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.
4.	Sumber Daya	1	Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) serta memiliki sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang tidak memadai dan tidak mendukung usaha.



		2	Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) serta memiliki sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang sangat kurang memadai dan sangat kurang mendukung usaha.
		3	Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) serta memiliki sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang kurang memadai dan kurang mendukung usaha.
		4	Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) serta memiliki sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang cukup memadai dan cukup mendukung usaha.
		5	Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) serta memiliki sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang memadai dan mendukung usaha.
		6	Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) serta memiliki sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang sangat memadai dan sangat mendukung usaha.
5.	Pemasaran	1	Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha tidak dideskripsikan dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.
		2	Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan sangat kurang dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.

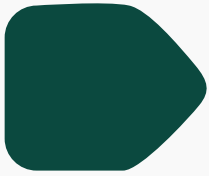


		3	Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan kurang jelas dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.
		4	Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan cukup jelas dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.
		5	Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha di deskripsikan dengan jelas dan dilengkapi dengan data pendukung.
		6	Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan sangat jelas dan dilengkapi dengan data pendukung.
6.	Keuangan	1	Tim tidak mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari laporan laba rugi dan arus kas usaha. Pada usaha tahap awal keuangan usaha dapat dilihat dari proyeksi laporan laba rugi atau arus kas.
		2	Tim sangat kurang mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari laporan laba rugi dan arus kas usaha. Pada usaha tahap awal keuangan usaha dapat dilihat dari proyeksi laporan laba rugi atau arus kas.
		3	Tim kurang mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari laporan laba rugi dan arus kas usaha. Pada usaha tahap awal keuangan usaha dapat dilihat dari proyeksi laporan laba rugi atau arus kas.
		4	Tim cukup mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari laporan laba rugi dan arus kas usaha. Pada usaha tahap awal keuangan usaha dapat dilihat dari proyeksi laporan laba rugi atau arus kas.
		5	Tim mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari laporan laba rugi dan arus kas usaha, lengkap dengan analisisnya. Pada usaha tahap awal keuangan usaha dapat dilihat dari proyeksi laporan laba rugi atau arus kas.
		6	Tim sangat mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari laporan laba rugi dan arus kas usaha, lengkap dengan analisisnya. Pada usaha tahap awal keuangan usaha dapat dilihat dari proyeksi laporan laba rugi atau arus kas.

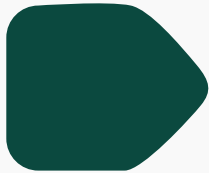
Lampiran 12. Rubrik Penilaian Kategori Bisnis Digital

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 mengatasi masalah pengguna dan tidak memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition</i>).
		2 Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna sangat kurang jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan tidak mengatasi masalah pengguna dan sangat kurang memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition sangat kurang jelas</i>).
		3 Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna kurang jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan kurang mengatasi masalah pengguna dan kurang memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition sangat kurang jelas</i>).
		4 Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna cukup jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan cukup mengatasi masalah pengguna dan cukup memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition sangat cukup jelas</i>).
		5 Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan dapat mengatasi masalah pengguna dan memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition jelas</i>).

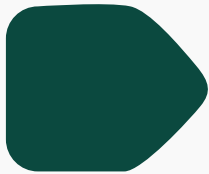
		6	Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna sangat jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan terbukti dapat mengatasi masalah pengguna dan memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition</i> sangat jelas).
2.	Analisis Pasar (Market Analysis)	1	Analisis pasar tidak dijelaskan dengan rinci, tidak ada penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain.
		2	Analisis pasar diuraikan dengan sangat kurang jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP
		3	Analisis pasar diuraikan dengan kurang jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain dengan disertai data pendukung dan referensi yang kurang valid dan relevan untuk memperkuat hasil analisis.
		4	Analisis pasar diuraikan dengan cukup jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain disertai data pendukung dan referensi yang cukup valid dan/atau relevan untuk memperkuat hasil analisis.
		5	Analisis pasar diuraikan dengan jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain disertai data pendukung dan referensi yang valid, relevan dan lengkap untuk memperkuat hasil analisis.
		6	Analisis pasar diuraikan dengan sangat jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain disertai data pendukung dan referensi yang valid, relevan dan sangat lengkap untuk memperkuat hasil analisis.



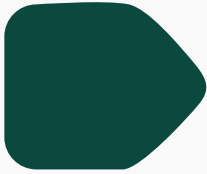
3.	Analisis Kompetitor (<i>Competitor Analysis</i>)	1	Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor tidak dijelaskan.
		2	Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan sangat kurang jelas dan tidak didukung dengan data yang valid.
		3	Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan kurang jelas dan didukung dengan data yang kurang valid dan relevan.
		4	Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan cukup jelas dan didukung dengan data yang cukup valid dan/atau relevan.
		5	Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan jelas dan didukung dengan data yang valid, relevan dan lengkap.



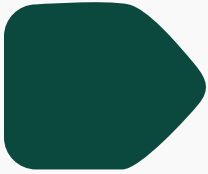
		6	Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan sangat jelas dan didukung dengan data yang valid, relevan dan sangat lengkap.
4.	Monetisasi	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.
		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.
		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.
		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.



5.		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.
		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.
	Profil Tim	1	Kelayakan tim tidak dapat terlihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>).
		2	Kelayakan tim sangat kurang jelas terlihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>).
		3	Kelayakan tim kurang jelas terlihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>).
		4	Kelayakan tim cukup jelas terlihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>).
		5	Kelayakan tim jelas terlihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>), disertai dengan data pendukung.
		6	Kelayakan tim sangat jelas terlihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>), disertai dengan data pendukung yang valid dan relevan.



6.	<i>Traction</i>	1	Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) 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.
		2	Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) 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.
		3	Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) 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.
		4	Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) 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.



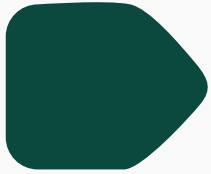
		5	Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi <i>traction</i> diuraikan dengan jelas dan dilengkapi dengan data pendukung.
		6	Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe.

Lampiran 13. Rubrik Penilaian Pendampingan Kelompok Usaha

Tahapan	Score		
	1 - 4	5 - 7	8 - 10
Fondasi Bisnis	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang konsep-konsep wirausaha. Mereka 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. Mereka 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. Mereka dapat mengidentifikasi keberhasilan, kegagalan, dan area untuk perbaikan dalam usaha mereka, serta merencanakan strategi untuk peningkatan berkelanjutan.
Pelanggan	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar mengenai pentingnya mengidentifikasi dan menargetkan pelanggan yang tepat. Mereka memiliki kesadaran awal mengenai siapa target pasar mereka 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. Mereka 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. Mereka mampu menganalisis umpan balik pasar, mengidentifikasi tren, dan menyesuaikan strategi secara efektif untuk meningkatkan hasil.

Produk/jasa	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar dalam pengembangan produk atau jasa yang bertujuan menyelesaikan permasalahan pelanggan. Mereka telah memahami kebutuhan dasar pelanggan tetapi belum menerapkan solusi yang efektif atau inovatif.	Kelompok usaha telah menerapkan pengetahuan mereka dalam pengembangan produk atau jasa. Mereka telah mencoba menciptakan solusi untuk permasalahan pelanggan, meskipun mungkin solusinya belum optimal atau belum sepenuhnya efektif.	Kelompok usaha menunjukkan keahlian dalam mengembangkan produk atau jasa yang efektif dan inovatif untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan. Mereka dapat menganalisis umpan balik, melakukan penyesuaian berdasarkan hasil, dan terus memperbaiki solusi yang ditawarkan.
Pemasaran	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang konsep dan pentingnya strategi pemasaran. Mereka mengenal berbagai elemen strategi pemasaran namun belum mampu mengimplementasikannya secara efektif.	Kelompok usaha telah menerapkan strategi pemasaran dalam aktivitas mereka. Mereka menunjukkan kemampuan untuk menggunakan beberapa teknik pemasaran secara praktis, meskipun mungkin belum sepenuhnya efisien atau efektif.	Kelompok usaha menunjukkan kemahiran tinggi dalam merencanakan dan mengimplementasikan strategi pemasaran. Mereka mampu menganalisis hasil dari strategi yang diterapkan, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian strategis berdasarkan analisis tersebut.

Penjualan	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang pentingnya strategi penjualan dan konsep-konsep utamanya. Mereka memahami teori di balik peningkatan penjualan tetapi belum mampu mengimplementasikan strategi tersebut secara efektif.	Kelompok usaha telah menerapkan strategi penjualan dalam operasional mereka. Mereka menunjukkan kemampuan untuk menggunakan beberapa teknik penjualan secara praktis, meskipun mungkin masih ada kekurangan dalam efisiensi atau efektivitas.	Kelompok usaha menunjukkan keahlian tinggi dalam merencanakan dan mengimplementasikan strategi penjualan. Mereka mampu menganalisis hasil dari strategi yang diterapkan, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian strategis berdasarkan analisis tersebut.
Keuntungan	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar mengenai pengelolaan pendapatan dan pengeluaran. Mereka memahami teori pengelolaan keuangan tetapi belum mampu menerapkannya secara efektif untuk mencapai keuntungan optimal.	Kelompok usaha telah menerapkan praktik pengelolaan pendapatan dan pengeluaran. Mereka menggunakan teknik pengelolaan keuangan secara praktis, meskipun mungkin masih ada kekurangan dalam mengoptimalkan keuntungan.	Kelompok usaha menunjukkan kemahiran tinggi dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran. Mereka 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. Mereka memahami teori dasar manajemen SDM tetapi belum mampu menerapkannya secara efektif.	Kelompok usaha telah menerapkan praktik manajemen SDM dalam operasional mereka. Mereka 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. Mereka 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 sistem berbasis teknologi untuk mengoptimalkan sumber daya dalam operasional bisnis. Mereka mengerti teori dasar sistem manajemen operasional tetapi belum mampu menerapkannya secara efektif.	Kelompok usaha telah menerapkan sistem berbasis teknologi untuk mengelola sumber daya dalam operasional bisnis. Mereka menggunakan beberapa teknik manajemen operasional secara praktis, meskipun mungkin masih ada kekurangan dalam efisiensi atau efektivitas.	Kelompok usaha menunjukkan keahlian tinggi dalam menggunakan sistem berbasis teknologi untuk mengoptimalkan sumber daya. Mereka mampu menganalisis hasil dari penerapan sistem, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian strategis untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional.
---------------	--	--	--

Lampiran 14. 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)

01 Jumlah konsumen potensial

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

Sebelum	Sesudah

02 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?

Sebelum	Sesudah

B. PRODUK (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

01 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.

Sebelum	Sesudah

02 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>

03 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)**01 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>

02 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>

03 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)**01 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>

02 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>

03 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)

01 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.

Sebelum	Sesudah

02 Pendapatan

Sebelum	Sesudah

03 Laba Bersih

Sebelum	Sesudah

Lampiran 15. Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa Bisnis Digital (Tahapan Awal)

A. PRODUK (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

01

Prototype: Sudah bisa dioperasikan dan ditesting oleh pengguna, dan bisa diakses/diunduh secara *online*.

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

Sebelum	Sesudah

02

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)

01

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

02

Strategi Pemasaran

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

Sebelum

Sesudah

03

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)

01

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.

Sebelum

Sesudah

02

Pengembangan Jejaring

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

Sebelum

Sesudah

03

Komposisi Tim

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

Sebelum

Sesudah

Lampiran 16. Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa Digital Bisnis Digital (Tahapan Bertumbuh)

A. PRODUK (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

- 01 MVP: Fitur-fitur yang dikembangkan telah dapat dioperasikan dan menjadi solusi bagi MVP:** Disampaikan progresnya sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan P2MW, produk sudah bisa diakses/diunduh dan dioperasikan untuk diuji oleh konsumen.

Sebelum	Sesudah

- 02 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)

- 01 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

- 02 Pencapaian Indikator Kinerja: peningkatan capaian indikator kinerja (traction),**
 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

03 Rencana Pengembangan

Rencana Pengembangan: Strategi pengembangan produk dan bisnis dalam 3 tahun ke depan

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

C. SUMBER DAYA (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)**01 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>

02 Pengembangan Jejaring: *supply chain, komunitas, business support, market*

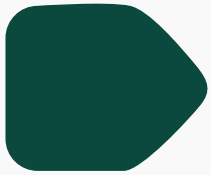
Pengembangan Jejaring: Disampaikan pengembangan jejaring/ kemitraan yang dilakukan dan bagaimana impactnya terhadap kinerja *startup* setelah mendapatkan pembinaan P2MW.

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

03 Komposisi Tim: optimasi komposisi tim

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

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

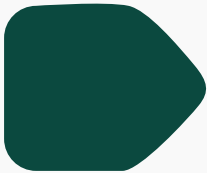


Lampiran 17. Format Laporan Kemajuan Perguruan Tinggi

Laporan Kemajuan Perguruan Tinggi

Format laporan kemajuan perguruan tinggi:

- Kegiatan yang telah dilaksanakan;
- Kegiatan yang akan dilaksanakan;
- Kegiatan pendampingan mahasiswa oleh dosen pendamping atau mentor praktisi;
- Laporan serapan anggaran disertai dengan bukti belanja; dan
- Dokumentasi pelaksanaan kegiatan.



Lampiran 18. 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, RISET, DAN TEKNOLOGI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

Kop Lembaga

Lembar Pengesahan

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)

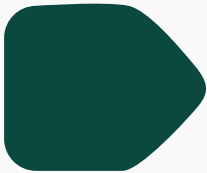
•	Kode Perguruan Tinggi	:	
•	Perguruan Tinggi	:	
•	Alamat Perguruan Tinggi	:	
•	Email Perguruan Tinggi	:	
•	Nama Unit Pelaksana	:	
•	Nama Penanggung Jawab/Pengelola	:	
•	Nomor HP Kontak Penanggung Jawab/Pengelola	:	
•	Email Penanggung Jawab/Pengelola	:	
•	Jumlah Kelompok yang Didanai	:	
•	Uraian Usaha Didanai	:	
•	Nama Usaha	:	
	Merek Usaha	:	
	Tahapan Usaha	:	
	Kategori	:	
	Ketua	:	
	NIM	:	
	Pendamping	:	
	NIP/NIDN/NIK	:	
	Jumlah Anggota	:	
•	Nama Usaha	:	
	Merek Usaha	:	
	Tahapan Usaha	:	
	Kategori	:	
	Ketua	:	
	NIM	:	
	Pendamping	:	
	NIP/NIDN/NIK	:	
	Jumlah Anggota	:	
•	Dst.	:	

Kota, 2024

(Rektor/Wakil Rektor/Ketua/Wakil Ketua)

Nama Jelas

NIP/NIDN



Daftar Isi

BAB I PENDAHULUAN

Rencana Kedepan (lembaga dan mahasiswa)

BAB II PELAKSANAAN

PROGRAM

PERGURUAN TINGGI

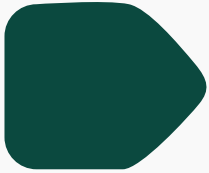
- Profil Lembaga Kewirausahaan Perguruan Tinggi
- Pelaksanaan Program P2MW
 - Deskripsi
 - Kendala
 - Strategi Menghadapi Kendala
 - Capaian Program
 - Dampak Pelaksanaan Program
- Evaluasi pelaksanaan program
 - Evaluasi Program
 - Rencana Tindak Lanjut

BAB III PELAKSANAAN

PROGRAM 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/NIDN	:	
Nama Pendamping/Mentor	:	
NIP/NIDN/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)

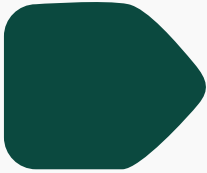
- Jumlah Konsumen Potensial
- Ukuran Pangsa Pasar

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

- Prototipe/Produk Final
- Legalitas
- Pengembangan Produk

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

- Omset/Sales
- Strategi Pemasaran
- Instrumen Pemasaran



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

- Cash Flow
- Pendapatan
- Laba Bersih

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

- Cash Flow
- Pendapatan
- Laba Bersih

2. (NAMA USAHA)

(MEREK USAHA)

(TAHAPAN USAHA)

(KATEGORI)

- **Kategori Bisnis Digital**

1. (NAMA USAHA)

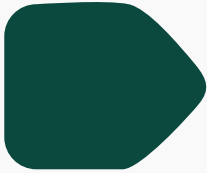
(MEREK USAHA)

(TAHAPAN USAHA)

(KATEGORI)

A. TIM

Nama	:	
NIM	:	
Peran	:	Ketua
Tugas	:	
Nama	:	
NIM	:	
Peran	:	Anggota (Dst)
Tugas	:	
Nama Dosen Pembimbing	:	
NIP/NIDN	:	
Nama Pendamping/Mentor	:	
NIP/NIDN/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, dll*)

Tahap Awal (Untuk Bisnis Digital Tahapan Awal)

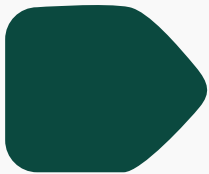
- Prototype
- Legalitas

Bertumbuh (Untuk Bisnis Digital Tahapan Bertumbuh)

- MVP
- Legalitas

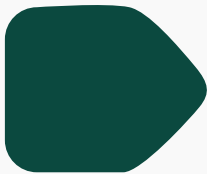
E. BUSINESS DEVELOPMENT (*Dapat disertai dengan foto, grafik, dll*)

- Tahapan Awal (Untuk Bisnis Digital Tahapan Awal)
 - 1) Proses Validasi (problem-solution fit)
 - 2) Strategi Pemasaran
 - 3) Channel & Customer Relationship Management
- (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).

**LAMPIRAN****1. Rekapitulasi Penggunaan Anggaran Keseluruhan (Manajemen Perguruan Tinggi dan Kelompok Usaha Mahasiswa)**

No	Jenis Pengeluaran	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Nomor Bukti Keuangan (Kuitansi, Nota, dll)
1.	Manajemen Perguruan Tinggi					
	Mentoring					
	Pelatihan/Workshop					
	Lainnya					
	SUB TOTAL					
2.	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					
3	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 (dokumentasi, 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 19. Format Laporan Penggunaan Anggaran Manajemen Perguruan Tinggi (isian dalam sistem)

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

LAPORAN PENGGUNAAN ANGGARAN MANAJEMEN PERGURUAN TINGGI

Nama Perguruan Tinggi:

Kegiatan Utama	Rencana							Capaian							Penanggung Jawab
	Kegiatan	Jenis Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Target Capaian	Kegiatan	Jenis 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	
Mentoring	a. b. c.							a. b. c.							
Pelatihan/ Workshop	a. b. c.							a. b. c.							
Lainnya	a. b. c.							a. b. c.							
Total								Total							

Lampiran 20. Format Laporan Penggunaan Anggaran Kelompok Usaha Mahasiswa (isian dalam sistem)

LAPORAN PENGGUNAAN ANGGARAN KELOMPOK USAHA MAHASISWA

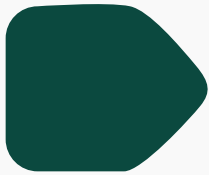
- Diisi untuk dana termin 1 dan dana termin 2 (keseluruhan)

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							



Lampiran 21 Format Surat Pergantian Tim

KOP INSTITUSI

Nomor :
Lampiran : Satu lampiran
Perihal : Pergantian Ketua/Anggota Tim P2MW 2024

Yth. Direktur Pembelajaran dan Kemahasiswaan
di Jakarta

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan pelaksanaan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) Tahun 2024. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :
Jabatan :
Institusi :

Mengajukan permohonan pergantian Ketua/Anggota tim Perguruan Tinggi pelaksana P2MW Tahun 2024 dengan data terlampir.

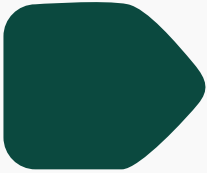
Demikian permohonan ini kami buat, atas perhatian Ibu diucapkan terima kasih.

Jakarta,

Ttd dan Stempel Institusi

Nama

NIP/NIDN/NIDK



Lampiran

Surat nomor :

Tanggal :

No	Nama Usaha	Kategori	Pergantian Personel		Alasan Pergantian
			Diganti (Nama/NIM)	Pengganti (Nama/NIM)	
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					