



Penyusunan Proposal dan Kriteria Penilaian P2MW

**Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan
Ditjen Diktiristek - Kemdikbudristek**

Kesejahteraan.kemdikbud.go.id

Pelaksanaan P2MW



2022



2023

Nama Program

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)
Inovasi Wirausaha Digital Mahasiswa (IWDM)

Tahapan Program dan Pendanaan

Tidak ada pembagian tahapan usaha

Bantuan Pendanaan maksimal 20 Juta/Kelompok Usaha,
20% pendanaan digunakan untuk biaya manajemen PT

Pembinaan

Student Startup Acceleration (SSA)

Nama Program

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)

Tahapan Program dan Pendanaan

Ada 2 tahapan usaha yaitu Tahapan Usaha Awal dan Tahapan Usaha Berkembang

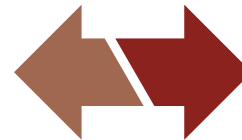
1. Tahapan Awal (mak. Usaha mahasiswa 15 juta. Manajemen PT (3 juta)
2. Tahapan Bertumbuh (mak. Usaha mahasiswa 20 juta. Manajemen PT (3 juta)

Pembinaan

Indonesian Student Entrepreneur Camp (ISEC)

Penguatan Program

Ekosistem Kewirausahaan di Perguruan Tinggi



Persyaratan

Mahasiswa

- a. Mahasiswa aktif jenjang Sarjana yang terdaftar di PDDIKTI maksimal semester 7;
- b. Setiap mahasiswa hanya boleh terdaftar dalam satu kelompok usaha;
- c. Terdiri dari ketua dan anggota dengan jumlah 3-5 mahasiswa;
- d. Memilih satu tahapan usaha (tahap awal atau bertumbuh) dan satu kategori usaha;
- e. Produk yang diusulkan merupakan produk yang dikembangkan oleh mahasiswa (bukan waralaba, *reseller*, titip jual, usaha keluarga/orang lain);
- f. Proposal usaha yang diusulkan tidak sedang menerima pendanaan sejenis dari sumber APBN.

Perguruan Tinggi

- a. Perguruan Tinggi Akademik di lingkungan Ditjen Diktiristek;
- b. Seleksi internal proposal usaha dan Justifikasi RAB (dibuktikan dengan berita acara); dan
- c. Menyediakan dosen pendamping wirausaha mahasiswa.

Tahapan Usaha



Kriteria Usaha tahapan awal terdiri dari:

- Memiliki *prototipe* produk yang terdokumentasi;
- Sudah melakukan validasi masalah dan solusi (*problem solution fit*);
- belum melakukan penjualan atau belum memiliki jejak usaha (*traction*); dan
- Proyeksi laba rugi dan arus kas.



Kriteria Usaha tahapan bertumbuh terdiri dari:

- Usaha minimal sudah berjalan selama 6 bulan;
- Terdapat penjualan, atau telah memiliki jejak usaha (*traction*);
- Sudah melakukan validasi pasar (*product market fit*); dan
- Memiliki laporan laba rugi dan arus kas



Kategori Usaha



Makanan dan Minuman

Makanan olahan, makanan beku, makanan siap saji, minuman olahan, minuman siap saji, aneka *snack*. Usaha yang **tidak termasuk** kategori makanan dan minuman yaitu *cafe*, restoran, rumah makan dan sejenisnya.



Budidaya

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).



Industri Kreatif, Seni, Budaya, dan Pariwisata

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



Jasa dan Perdagangan

Cafe, restoran, jasa *laundry*, jasa konsultasi, jasa desain grafis, jasa sewa peralatan, jasa fotografi, jasa salon, produk media pembelajaran, jasa reparasi elektronik, bengkel, jasa penyedia souvenir, periklanan, bimbingan belajar, produk *fashion* (*pakaian, sepatu, tas, dsb*).



Manufaktur dan Teknologi Terapan

Pembuatan mesin, komponen pendukung proses manufaktur, pembuatan kemasan, tekstil dan garmen, otomotif, perakitan, otomatisasi sistem parkir, kendaraan ramah lingkungan, energi terbarukan, alat kesehatan, *drone* dll).



Bisnis Digital

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.



Kriteria Penilaian Non Bisnis Digital



Tujuan Mulia (Noble Purpose) (10%)

Kriteria ini menilai tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha.



Konsumen Potensial (20%)

Kriteria ini menilai segmentasi konsumen dan target pembeli potensial serta posisi produk di pasar (*Segmentation, Targeting, Positioning*).



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*).



Pemasaran (20%)

Kriteria ini menilai strategi pemasaran usaha yang mencakup saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan.



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)



Keuangan (10%)

Kriteria ini menilai kemampuan pengelolaan keuangan usaha yang dilihat dari laporan laba rugi dan arus kas usaha. Pada usaha tahap awal yang dinilai adalah proyeksi laporan laba rugi dan arus kas.

Kategori

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



Kriteria Penilaian Bisnis Digital



- 1. Permasalahan dan solusi (*Problems and Solution Fit*) (20%)**

Kriteria ini menilai uraian tentang permasalahan yang dihadapi oleh pengguna dan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah serta *value proposition* dari solusi tersebut.
- 2. Analisis Pasar (*Market Analysis*) (15%)**

Kriteria ini menilai tentang analisis pasar terhadap permasalahan yang dihadapi, dengan menggunakan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) serta penggunaan data pendukung dan referensi untuk memperkuat hasil analisis.
- 3. Analisis Kompetitor (*Competitor Analysis*) (15%)**

Kriteria ini menilai tentang analisis terhadap kompetitor yang sudah ada, baik berupa kompetitor langsung maupun tidak langsung, termasuk di dalamnya penjelasan perbedaan dan potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor.
- 4. Monetisasi (20%)**

Kriteria ini menilai tentang strategi untuk memperoleh pendapatan (*generating income*) meliputi skema monetisasi, rencana sumber pendapatan (*revenue stream*).
- 5. Profil Tim (10%)**

Kriteria ini menilai kelayakan tim yang dapat dilihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim.
- 6. Traction (20%)**

Kriteria ini menilai kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang dapat diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (*partner*) dan *review customer*.

Seleksi Proposal

Seleksi Internal Perguruan Tinggi

- Perguruan tinggi melakukan usulan dan seleksi internal proposal yang meliputi justifikasi RAB dan substansi;
- Kategori usaha yang diusulkan ke Direktorat Belmawa maksimal 3 kelompok usaha per kategori; dan
- Menyampaikan berita acara seleksi internal dan dokumen pendukung lainnya.

Seleksi Direktorat Belmawa

- Melakukan seleksi proposal perguruan tinggi;
- Melakukan seleksi administratif proposal usaha mahasiswa berupa justifikasi RAB, lembar pengesahan PT, berita acara seleksi internal, dan dokumen pendukung lainnya;
- Melakukan seleksi proposal usaha mahasiswa; dan
- Mengumumkan dan menetapkan hasil seleksi penerima bantuan melalui SK Penerima Bantuan.





Usulan Proposal

Usulan dan seleksi proposal P2MW 2023 meliputi 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>

Alokasi Pendanaan

Bantuan pendanaan P2MW 2023 dibagi menjadi 2 (dua) bagian yaitu:

1. Manajemen
 2. Kelompok Usaha Mahasiswa
- 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 2023 diberikan dana bantuan manajemen sebesar Rp 3.000.000,- (tiga juta rupiah) per kelompok usaha mahasiswa yang didanai dalam satu perguruan tinggi.





Penggunaan Alokasi Pendanaan

1. Manajemen

Dana manajemen dapat digunakan untuk:

a. Honorarium:

- 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 manajemen; dan

c. ATK maksimal 5% dari total dana manajemen.

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.

Proporsi Penggunaan Anggaran Kelompok Usaha Mahasiswa

A. Tahap 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%



CAUTION: HAL YANG DILARANG!!!

Penggunaan bantuan dana harus mengacu pada ketentuan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 83/PMK.02/2022 Tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2023.

PT dan Mahasiswa harus memperhatikan hal yang tidak boleh diajukan:

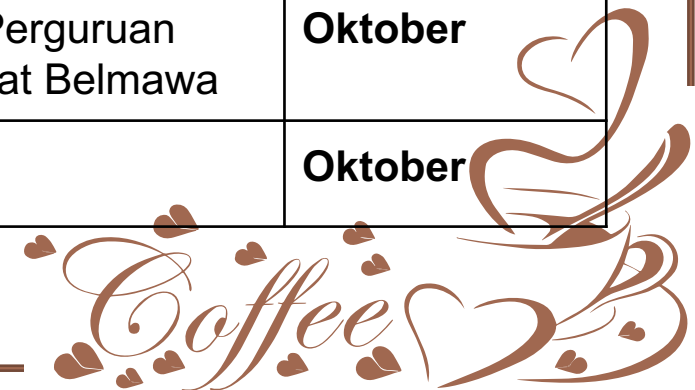
- a. Belanja modal (peralatan dan mesin atau aset tetap renovasi berupa peralatan dan mesin) lebih dari Rp. 1.000.000,00 per item;
- b. Barang inventaris seperti laptop, *handphone*, kamera dll;
- c. Honor kepanitian orang/bulan;
- d. Utilitas (Bayar tagihan Air, Listrik, Gas, bahan bakar dan sejenisnya);
- 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
- e. Sewa Tempat Usaha, Ruang Kantor dan Gudang.



Jadwal Pelaksanaan P2MW 2023

Kegiatan	Waktu
Sosialisasi	20-21 Februari
<i>Workshop</i> dan Bimbingan Teknis Kewirausahaan	2-4 Maret
Batas Akhir Usulan Proposal ke Direktorat Belmawa	21 Maret
Seleksi Direktorat Belmawa	Maret-April
Pengumuman perguruan tinggi pelaksana dan peserta yang diterima	M-3 April

Kegiatan	Waktu
Pelaksanaan program oleh Direktorat Belmawa a. <i>Workshop</i> pendamping untuk dosen/praktisi pendamping b. <i>Indonesian Student Entrepreneur Camp (ISEC)</i> c. Pelaporan dan Penilaian Kemajuan d. <i>Monitoring</i> dan Evaluasi Perguruan Tinggi	Mei - Oktober
Pelaporan Akhir Perguruan Tinggi ke Direktorat Belmawa	Oktober
KMI Expo	Oktober



Lampiran-Lampiran

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

A. Latar Belakang Program

Pada bagian ini disampaikan gambaran umum terkait program atau aktivitas yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi sebagai pengelola Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha 2023 yang diusulkan termasuk penjelasan umum terkait dengan penguatan ekosistem kewirausahaan perguruan tinggi.

B. Tujuan

Pada bagian ini disampaikan tujuan (*outcome*) yang ingin dicapai oleh perguruan tinggi dalam mengikuti Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha 2023 disertai dengan tujuan dari penguatan ekosistem kewirausahaan perguruan tinggi.

C. Profil Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi mendeskripsikan profil dan keunggulan serta reputasi yang dimiliki terutama terkait sumber daya pendukung dalam pelaksanaan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha 2023.

D. 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.				

E. 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.

F. 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 pedoman ini.

G. PENUTUP

Disampaikan kata penutup dari Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha 2023.

Lampiran

Lembar berita acara seleksi internal perguruan tinggi (lampiran 3)



Lampiran-Lampiran

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

I. Latar Belakang

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

II. Deskripsi Usaha

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

1. Tujuan Mulia (*Noble Purpose*)
 2. Konsumen Potensial
 3. Produk
 4. Sumber Daya
 5. Pemasaran
 6. Keuangan
- Keterangan: Indikator penilaian dapat dilihat pada bagian Kriteria Penilaian dalam pedoman ini.

B. Kategori Bisnis Digital

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

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

III. Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran

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

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

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

1. Belanja modal (peralatan dan mesin atau aset tetap renovasi berupa peralatan dan mesin) lebih dari Rp. 1.000.000,00 per item;
2. Barang inventaris seperti laptop, *handphone*, kamera dll;
3. Honor kepanitiaan orang/bulan;
4. Utilitas (Bayar tagihan Air, Listrik, Gas, bahan bakar dan sejenisnya);

5. Biaya komunikasi dan paket data atau *wifi* (internet);
6. Honor dan konsumsi kelompok usaha;
7. Gaji karyawan;
8. Transportasi luar dan dalam kota; dan
9. Sewa Tempat Usaha, Ruang Kantor dan Gudang.

IV. Penutup

Disampaikan kata penutup

V. Lampiran

1. Laporan Keuangan
 - Laporan Arus Kas (format dapat dilihat pada lampiran 6)
 - Laporan Laba Rugi (format dapat dilihat pada lampiran 7 dan 8 menyesuaikan tahapan usaha)
2. Kategori (a) Makanan dan Minuman, (b) Budidaya, (c) Industri Kreatif, Seni, Budaya, dan Pariwisata, (d) Jasa dan Perdagangan, dan (e) Manufaktur dan Teknologi Terapan
 - *Business Model Canvas* (Isi BMC meliputi: *customer segments, value propositions, channels, customer relation, revenue streams, key resources, key activities, key partners, dan cost structure*).
3. Kategori Bisnis Digital
 - *Pitch Deck* (Isi *pitch deck* meliputi: Permasalahan dan Solusi (*Problem and Solution Fit*), Analisis Pasar (*Market Analysis*), Analisis Kompetitor (*Competitor Analysis*), Monetisasi, Profil Tim, *Traction*).



Lampiran-Lampiran

Lampiran 9 Format Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran (RAB) Perguruan Tinggi (isian dalam sistem)

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	$F = C \times E$	$F = \text{Output A}$	
<i>Mentoring</i>	a. b. c.							
<i>Pelatihan/ Workshop</i>	a. b. c.							
<i>Lainnya</i>	a. b. c.							
Total								



Lampiran-Lampiran

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

RENCANA KEGIATAN DAN PENGGUNAAN ANGGARAN

1. Tahapan Usaha Awal

Kegiatan Utama	Rencana								Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Keterangan/ Referensi Harga	Target Capaian	
	A	B	C	D	E	$F = C \times E$	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									

2. Tahapan Usaha Bertumbuh

Kegiatan Utama	Rencana								Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Keterangan/ Referensi Harga	Target Capaian	
	A	B	C	D	E	$F = C \times E$	G	H = Output A	
Pengembangan Pazar 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-Lampiran

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-Lampiran

Lampiran 7 Format Laporan Laba Rugi Tahapan Awal

Lampiran 8 Format Laporan Laba Rugi Tahapan Bertumbuh

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

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-Lampiran

Lampiran 11 Rubrik Penilaian Kategori (a) Makanan dan Minuman, (b) Budidaya, (c) Industri Kreatif, Seni, Budaya, dan Pariwisata, (d) Jasa dan Perdagangan, dan (e) Manufaktur dan Teknologi Terapan

Rubrik Penilaian untuk Kategori

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

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
1.	Noble Purpose/Tujuan Mulia	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

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
2.	Konsumen Potensial	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
		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 dipasar
		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 dipasar
		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 dipasar
		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 dipasar
		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

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
3.	Produk	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 dipasar dengan sangat jelas
		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		



Lampiran-Lampiran

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		sangat jelas, serta produk terbukti mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen
4.	Sumber Daya	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		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	<p>1 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha tidak dideskripsikan dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.</p> <p>2 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan sangat kurang dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.</p> <p>3 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan kurang jelas dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.</p> <p>4 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan cukup jelas dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.</p> <p>5 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan jelas dan dilengkapi dengan data pendukung.</p> <p>6 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan sangat jelas dan dilengkapi dengan data pendukung.</p>
6.	Keuangan	<p>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 dan arus kas.</p> <p>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</p>

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		dari proyeksi laporan laba rugi dan 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 dan 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 dan 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 dan 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 dan arus kas.



Lampiran-Lampiran

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>).

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
2.	Analisis Pasar (<i>Market Analysis</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 sangat jelas</i>).
		1 Analisis pasar tidak dijelaskan, tidak ada penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) tidak ada data pendukung dan referensi untuk memperkuat hasil analisis.
		2 Analisis pasar diuraikan dengan sangat kurang jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) tidak ada data pendukung dan referensi untuk memperkuat hasil analisis.
		3 Analisis pasar diuraikan dengan kurang jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) tidak ada data pendukung dan referensi untuk memperkuat hasil analisis.
		4 Analisis pasar diuraikan dengan cukup jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) disertai data pendukung dan referensi untuk memperkuat hasil analisis.
5 Analisis pasar diuraikan dengan jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) disertai data pendukung dan referensi yang valid dan lengkap untuk memperkuat hasil analisis.		

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
3.	Analisis Kompetitor (<i>Competitor Analysis</i>)	6 Analisis pasar diuraikan dengan sangat jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) disertai data pendukung dan referensi yang valid dan sangat lengkap untuk memperkuat hasil analisis.
		1 Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan perbedaan dan potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, tidak dijelaskan dan tidak ada data dukung.
		2 Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan perbedaan dan 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 perbedaan dan potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan kurang jelas dan tidak didukung dengan data yang valid.
4 Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan perbedaan dan potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan cukup jelas namun tidak didukung dengan data yang valid.		

Lampiran-Lampiran

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		5 Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan perbedaan dan potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan jelas dan didukung dengan data yang valid.
		6 Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan perbedaan dan potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan sangat jelas dan didukung dengan data yang valid.
4.	Monetisasi	1 Tidak ada 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.
		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

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		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 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
5.	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>)



Lampiran-Lampiran

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		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 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
6.	<i>Traction</i>	1 Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) tidak dijelaskan.
		2 Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) diuraikan dengan sangat kurang jelas.
		3 Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) diuraikan dengan kurang jelas.
		4 Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) diuraikan dengan

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		cukup jelas.
		5 Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) 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) diuraikan dengan sangat jelas dan dilengkapi dengan data pendukung.





Terimakasih

Direktorat Belmawa