



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



PANDUAN

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha Tahun 2026

“ Berawal dari Mahasiswa
Berdampak melalui Wirausaha ”

P2M2J



20
26

Pengarah

Khairul Munadi

Beny Bandanadjaja

Penyusun

Sukino

Jobih

Arwan Nur Ramadhan

Fony Revindasari

Jacobus Wiwin

Munawir Nasir

Nurul Safitri

Sonny Rustiadi

Wisnu Sakti Dewobroto

Alamul Huda

Arya Taruna Wiguna

Firda Arfiah

Harun Nasrullah

Hayfa Izzat Fariha

Shofa Ainul Fajriyah

Kata Pengantar

Indonesia telah menargetkan posisi sebagai salah satu kekuatan ekonomi dunia dengan visi besar Indonesia Emas di tahun 2045. Guna mencapai visi besar tersebut, syarat pentingnya adalah peningkatan jumlah rasio wirausaha sebesar 3,6% pada tahun 2029 dan meningkat menjadi 8% pada tahun 2045. Target ini ditetapkan menjadi fondasi bagi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan berdaya saing global.

Tahun 2026 ini adalah periode akselerasi yang menentukan, dimana perguruan tinggi diharapkan berperan aktif dalam mempersiapkan generasi muda yang tidak hanya memiliki kompetensi akademik namun juga mempunyai kapasitas kewirausahaan yang aplikatif. Selaras dengan semangat Kampus Berdampak, pendidikan diarahkan untuk memberikan kontribusi yang nyata bagi masyarakat dan perekonomian melalui penciptaan wirausaha muda yang mampu menjawab tantangan dan permasalahan di daerah dan lingkungan sekitarnya.

Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, secara konsisten mendorong kemampuan kewirausahaan di perguruan tinggi dengan menempatkan mahasiswa sebagai peran utama perubahan. Mahasiswa diharapkan mempunyai jiwa wirausaha yang akan mengembangkan potensi inovasi, kreativitas dan keberanian untuk membuat sebuah usaha yang berdampak serta mandiri.

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) merupakan upaya untuk membuat ekosistem kewirausahaan yang baik dan memfasilitasi mahasiswa dengan pendampingan, penguatan kapasitas wirausaha, kegiatan pembelajaran yang berbasis praktik. Diharapkan melalui P2MW, iklim kewirausahaan yang kuat dan berkelanjutan ada lingkungan perguruan tinggi.

Buku Panduan P2MW 2026 disusun untuk memberikan arah dan target capaian yang diharapkan dari perguruan tinggi serta mahasiswa dalam mengimplementasikan program secara efektif. Dengan dukungan dari semua pihak, maka kontribusi nyata Asta Cita ke 3, yaitu kontribusi nyata terhadap penciptaan lapangan kerja, penguatan ekonomi lokal dapat tercapai. Terlebih lagi, pencapaian rasio wirausaha nasional sebagai target nasional dapat tercapai.

Kami menyampaikan apresiasi setinggi-tingginya untuk seluruh pihak yang terlibat, perguruan tinggi, dosen, mahasiswa, pendamping, mentor, serta pihak lain atas komitmennya dalam menyukseskan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha sebagai transformasi Pendidikan Tinggi yang dapat memberikan dampak bagi bangsa dan negara.

Jakarta, Februari 2026
Direktur Pembelajaran dan
Kemahasiswaan,

Beny Bandanadjaja

Daftar Isi

Kata Pengantar	1
Daftar Isi	2
Latar Belakang	3
Dasar Hukum	4
Tujuan dan Manfaat	5
Persyaratan.....	5
Tahapan Usaha	6
Kategori Usaha.....	7
Kriteria Penilaian.....	12
Luaran Program	13
Usulan dan Seleksi Proposal	14
Alokasi dan Pendanaan	14
Peningkatan Ekosistem Kewirausahaan di Perguruan Tinggi	17
Pendampingan.....	19
Rekomendasi Konversi sks.....	22
Pelaporan, Penilaian Kemajuan dan Seleksi KMI Expo	24
Pelaporan Akhir	24
KMI Expo	24
Jadwal Pelaksanaan P2MW 2026	25
Penutup.....	26
Lampiran 1. Format Lembar Pengesahan Mahasiswa	27
Lampiran 2. Format Berita Acara Penilaian Proposal Internal P2MW Perguruan Tinggi	29
Lampiran 3. Format Isian Proposal Kelompok Usaha Mahasiswa (isian dalam sistem)	30
Lampiran 4. Format Laporan Arus Kas Tahapan Awal (Proyeksi) dan Tahapan Bertumbuh	32
Lampiran 5. Format Laporan Laba Rugi Tahapan Awal.....	33
Lampiran 6. Format Laporan Laba Rugi Tahapan Bertumbuh	34
Lampiran 7. Format Neraca Tahap Bertumbuh	35
Lampiran 8. Contoh <i>Traction</i>	37
Lampiran 9. Format Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran (RAB) Kelompok Usaha.....	39
Mahasiswa (isian dalam sistem)	39
Lampiran 10. Rubrik Penilaian Kategori (a) Makanan dan Minuman, (b) Budidaya, (c) Industri	41
Kreatif, Seni, dan Budaya, (d) Jasa, Pariwisata dan Perdagangan, (e) Manufaktur dan	41
Teknologi Terapan, dan (f) bisnis digital	41
Lampiran 11. Rubrik Penilaian Pendampingan Kelompok Usaha	47
Lampiran 12. Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa.....	51
Lampiran 13. Format Laporan Akhir P2MW	54
Lampiran 14. Format Laporan Penggunaan Anggaran Kelompok Usaha Mahasiswa (isian dalam sistem)	61

Latar Belakang

Kewirausahaan mempunyai peran yang sangat strategis dalam transformasi perekonomian dan menjadi pilar penting dalam menyongsong Indonesia Emas di tahun 2045. Secara jangka panjang, kewirausahaan diposisikan sebagai faktor yang mendorong peningkatan rasio wirausaha nasional hingga mencapai 8% pada tahun 2045. Sejalan dengan Asta Cita ke-3 Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia, yaitu penguatan ekonomi produktif dan kemandirian bangsa maka diperlukan generasi muda terdidik yang akan melahirkan inovasi, membuka sektor ekonomi baru dan memperluas kesempatan membuka lapangan kerja yang berkelanjutan. Secara keseluruhan diharapkan akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi nasional yang inklusif dan berdaya saing.

Dalam hal kebijakan pendidikan tinggi, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi membuat sebuah pendekatan “Kampus Berdampak”. Pendekatan ini memperjelas posisi perguruan tinggi yang tidak hanya berperan dan berfokus pada pembelajaran, tetapi juga sebagai agen perubahan yang berdampak nyata bagi masyarakat. Salah satu instrumen Kampus Berdampak di bidang kewirausahaan adalah melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW).

Pada tahun 2025 P2MW ikut berkontribusi pada peningkatan rasio kewirausahaan nasional yang mencapai 3,29% dari target 3.10% di tahun tersebut. Capaian ini tergambar pada minat berwirausaha yang meningkat serta kolaborasi internal maupun eksternal di perguruan tinggi. Hasil monitoring dan evaluasi program menunjukkan bahwa mayoritas merasakan manfaatnya P2MW terutama dalam memperoleh pengalaman nyata membangun usaha, mengelola risiko dan menyelesaikan permasalahan di lingkungan masyarakat. Dampak pengalaman yang diperoleh dari P2MW penting bagi mahasiswa untuk bertumbuh sebagai wirausaha yang berdaya saing.

P2MW di tahun 2026 dirancang selaras dengan semangat Kampus Berdampak yang menempatkan mahasiswa sebagai aktor penggerak menciptakan dampak ekonomi dan sosial yang terukur. P2MW diperuntukkan bagi mahasiswa yang telah memiliki usaha yang berjalan dengan penekanan inovasi dan keberlanjutan usaha. Fokus ini sejalan dengan prioritas Nasional yakni kewirausahaan dipandang sebagai pendorong utama peningkatan ekonomi, hilirisasi riset dan inovasi serta pengembangan produk berbasis potensi lokal.

Selaras dengan itu, perguruan tinggi diharapkan berperan aktif sebagai penggerak ekosistem kewirausahaan di daerah dengan cara kerjasama antara Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI), pemerintah daerah serta komunitas wirausaha. Dengan demikian, mahasiswa wirausaha pelaksana P2MW dapat secara maksimal mempercepat pertumbuhan usaha, peningkatan akses pasar serta memastikan keberlanjutan usaha pasca program.

Secara berkelanjutan, P2MW berkomitmen penuh untuk menjadi bagian dari program Prioritas Nasional dalam membangun sumber daya manusia yang unggul. Program ini diharapkan dapat melahirkan lulusan perguruan tinggi terdidik yang berorientasi pada penciptaan lapangan kerja, inovator dan penggerak ekonomi. Melalui Kampus Berdampak, P2MW diharapkan mampu memberikan dampak nyata terhadap fondasi kewirausahaan nasional untuk Indonesia maju.

Dasar Hukum

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 189 Tahun 2024 tentang Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi;
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2025 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2025-2029;
5. Peraturan Menteri Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Nomor 1 Tahun 2024 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi;
6. Peraturan Menteri Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2025 Tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi; dan
7. Peraturan Menteri Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2025 Tentang Rencana Strategis Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Tahun 2025 - 2029.

Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Pelaksanaan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) bertujuan untuk:

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

2. Manfaat

Pelaksanaan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) bermanfaat untuk:

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

Persyaratan

Persyaratan pelaksana P2MW adalah sebagai berikut:

1. Perguruan Tinggi

- a. Perguruan Tinggi di lingkungan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kemdiktisaintek;
- b. Melaksanakan proses seleksi internal proposal usaha dan justifikasi RAB dari kelompok mahasiswa di perguruan tinggi (dibuktikan dengan berita acara); dan
- c. Setiap Perguruan Tinggi maksimal mengirimkan 3 (tiga) kelompok usaha yang terdiri dari 1 (satu) kelompok usaha Tahapan Awal dan 2 (dua) Tahapan Bertumbuh pada setiap Kategori Usaha.

2. Mahasiswa

- a. Mahasiswa aktif pada masa pelaksanaan program yang terdaftar pada PDDIKTI di lingkungan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kemdiktisaintek;
- b. Setiap mahasiswa hanya boleh terdaftar dalam satu kelompok usaha dan tidak sedang mengajukan pendanaan lainnya pada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan;
- c. Setiap mahasiswa dan usaha yang diusulkan hanya boleh mengikuti P2MW maksimal 2 (dua) kali pada tahun yang berbeda;
- d. Setiap kelompok terdiri dari ketua dan anggota dengan jumlah 3-5 mahasiswa; dan
- e. Setiap kelompok hanya boleh memilih satu tahapan usaha dan satu kategori usaha.

3. Produk Usaha

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

Tahapan Usaha

Tahapan Usaha dalam pelaksanaan P2MW 2026 merupakan klasifikasi usaha yang telah dijalankan oleh mahasiswa. Tahapan ini ditujukan bagi kelompok usaha mahasiswa sebagai dasar dalam mengikuti P2MW. Tahapan usaha dalam program P2MW terdiri atas dua tahapan, 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. Memiliki bukti validasi/kesiapan produk atau jasa yang terdokumentasi dan tervalidasi, serta dibuktikan melalui perguruan tinggi (inkubator bisnis/bidang kemahasiswaan/bidang lainnya yang relevan);
- b. Usaha sudah berjalan kurang dari 6 bulan;
- c. Diutamakan pernah mengikuti Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) pada periode sebelumnya;
- d. Belum memiliki tenaga kerja tetap/dibayar;
- e. Usaha belum terdaftar pada sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik / belum memiliki legalitas usaha (NIB/OSS);
- f. Telah melakukan survei atau validasi masalah dan solusi (*problem–solution fit*); dan
- g. Memiliki proyeksi laba rugi dan arus kas atau indikator awal *traction*.

Kriteria Usaha Tahapan Bertumbuh terdiri dari:

- a. Memiliki bukti validasi/kesiapan produk atau jasa yang terdokumentasi dan tervalidasi, serta dibuktikan melalui perguruan tinggi (inkubator bisnis/bidang kemahasiswaan/bidang lainnya yang relevan);
- b. Usaha telah berjalan minimal 6 bulan yang dibuktikan dengan legalitas usaha/validasi dari inkubator/bidang kemahasiswaan atau pernah mengikuti P2MW Tahap Awal;
- c. Usaha telah memiliki legalitas usaha/terdaftar pada sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik;
- d. Telah memiliki penjualan atau jejak usaha (*traction*);
- e. Telah melakukan validasi pasar (*product–market fit*); dan
- f. Memiliki laporan laba rugi dan arus kas atau *traction* yang terukur.

Kategori Usaha

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

1. Makanan dan Minuman

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



Contoh usaha yang **termasuk** kategori **Makanan dan Minuman**: **Produksi makanan** seperti roti, kue, makanan ringan, *frozen food*, makanan sehat, makanan tradisional **Produksi minuman** seperti kopi, teh, jus, minuman herbal, minuman kekinian, *infused water*. **Produk olahan**: sambal kemasan, bumbu instan, granola, jamu, *dessert box*. Usaha kuliner siap saji dalam bentuk restoran tidak termasuk dalam kategori ini, namun masuk dalam kategori jasa, pariwisata dan perdagangan.

2. Budidaya

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



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

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

3. Industri Kreatif, Seni, dan Budaya

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



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

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

4. Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan



Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan merupakan usaha dalam penyediaan layanan (jasa) atau produk barang (bahan baku, barang setengah jadi maupun barang jadi), dan usaha pengembangan pariwisata yang mengutamakan kreativitas, inovasi baik dalam aspek produk maupun manajemen usaha (produksi, pemasaran, dsb). Kategori ini menekankan pemanfaatan potensi lokal, keunikan budaya dengan orientasi pada penciptaan nilai ekonomi, sosial dan keberlanjutan usaha.

Contoh:

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



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

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

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

5. Manufaktur dan Teknologi Terapan

Manufaktur dan Teknologi Terapan adalah Jenis usaha yang berfokus pada proses produksi barang serta pengembangan solusi berbasis rekayasa dan inovasi teknologi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maupun industri. Usaha manufaktur menitikberatkan pada transformasi bahan baku menjadi barang setengah jadi atau produk akhir dengan menggunakan teknologi dalam tahap pengolahan, perakitan, dan produksi yang terstandar, efisien, dan dapat direplikasi. Sementara itu, teknologi terapan menekankan pemanfaatan prinsip sains dan teknik untuk menghasilkan perangkat dan sistem yang mampu memecahkan masalah secara praktis, mulai dari perangkat *IoT*, alat tepat guna, hingga prototipe rekayasa.

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

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

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



6. Bisnis Digital

Bisnis Digital adalah usaha rintisan (*startup*) yang menjadikan teknologi, perangkat lunak (*software*), atau *platform* digital sebagai Produk Utama yang dijual, serta memiliki model bisnis yang mudah diperbesar skalanya (*scalable*). Kategori ini berfokus pada menciptakan teknologi berupa aplikasi, bukan sekadar menggunakan teknologi untuk jasa dan perdagangan.

Contoh Bisnis Digital:

1. *Software as a Service (SaaS)* & Aplikasi Solusi: Layanan perangkat lunak untuk manajemen bisnis atau produktivitas yang umumnya berbasis langganan. (Meliputi: Aplikasi Kasir/POS, HRIS, Akuntansi, serta solusi sektor spesifik seperti *EdTech*, *HealthTech*, *FinTech*, dan *AgriTech*).
2. *Platform Marketplace* & Ekonomi Berbagi (*Sharing Economy*): *Platform* digital yang mempertemukan penjual dengan pembeli atau penyedia jasa dengan pengguna, dimana transaksi dan interaksi terjadi di dalam sistem. (Meliputi: *E-commerce* barang, Agregator Jasa, Sewa-menyewa, dan *Crowdfunding*).
3. *Game* & Media Interaktif: Produk hiburan digital atau media pembelajaran berbasis permainan (gamifikasi) yang memiliki skema monetisasi jelas. (Meliputi: *Video Game Mobile/PC/Console*, *Virtual World*, dan Aplikasi Hiburan Interaktif).
4. *Deep Tech* & *Hardware* Terintegrasi: Produk teknologi tingkat lanjut yang wajib terintegrasi dengan aplikasi/*software* sebagai pengendali utama atau antarmuka pengguna. (Meliputi: Alat *IoT* dengan *dashboard monitoring*, Aplikasi berbasis *AI* siap pakai, serta *platform Virtual/Augmented Reality*).

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

1. Jasa Pembuatan *Software* Pesanan (*Software House/Agency*): Usaha jasa pembuatan *Website*, Aplikasi, atau Sistem Informasi yang dipesan khusus (*custom*) oleh klien tertentu, dimana kepemilikan sistem/*Source Code* jatuh sepenuhnya kepada klien (sistem jual putus), bukan model berlangganan (*subscription/SaaS*).
2. Agensi Digital & Konten Kreatif: Usaha yang pendapatan utamanya berasal dari jasa pelayanan, bukan penjualan produk teknologi. Contoh:
 - Jasa admin media sosial, desain grafis, *video editing*, atau penulisan konten.
 - Jasa konsultan pemasaran digital (*Digital Marketing Agency*).
 - Jasa konsultan pemetaan (GIS) tanpa adanya *platform* produk.
3. *Website* Informasi Pasif: *Website* profil instansi, profil desa, *landing page*, atau *web* pariwisata yang sifatnya hanya menampilkan informasi satu arah (statis) tanpa adanya fitur interaktif pengguna, manajemen data, atau fungsi transaksi sistem.
4. *Reseller* Produk Digital (Tanpa *Platform* Sendiri): Usaha jual beli produk digital milik orang lain (Contoh: Agen pulsa, token listrik, *voucher game*, akun premium Netflix/Spotify, template desain) yang tidak memiliki pengembangan teknologi/*platform* sendiri.
5. Transaksi Manual Murni (Tanpa Pencatatan Sistem): Usaha yang proses pemesanan dan pencatatan transaksinya 100% dilakukan secara manual melalui Chat (WhatsApp/DM) tanpa adanya input data ke dalam *database*/sistem aplikasi yang dikembangkan. (Catatan: Pembayaran transfer bank manual DIPERBOLEHKAN, asalkan order/pemesanan tercatat di sistem).
6. Penyewaan Alat Teknologi: Usaha yang hanya menyewakan perangkat keras (*Hardware*) seperti alat *VR*, *Drone*, *Server*, atau Komputer tanpa adanya nilai tambah berupa *software*/solusi yang diciptakan sendiri.

Jenis Usaha yang tidak diperkenankan pada seluruh kategori:

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

Kriteria Penilaian

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

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

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

B. Konsumen Potensial (20%)

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

C. Inovasi Produk (25%)

Kriteria ini menilai inovasi produk yang menyelesaikan permasalahan, memiliki daya saing pasar (*unique selling point*) dan telah tervalidasi oleh konsumen (hasil survei PSF/PMF, wawancara, observasi, dll) dan uraian produk (deskripsi produk, alur/cara kerja produk). Inovasi produk diutamakan hasil hilirisasi riset perguruan tinggi dengan mempertimbangkan penggunaan bahan lokal.

D. Pemasaran (20%)

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

E. Sumber Daya (15%)

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

F. Keuangan, *Traction* dan Monetisasi (10%)

Kriteria ini menilai uraian tentang strategi mendapatkan keuntungan (monetisasi & model bisnis), strategi keberlanjutan usaha, kemampuan pengelolaan keuangan atau *traction* berdasarkan kesesuaian dengan karakteristik model bisnis:

- Tahapan Awal: proyeksi laba rugi, neraca dan arus kas, serta untuk kategori bisnis digital menyertakan proyeksi metrik pendukung lainnya. (contoh : Proyeksi Tingkat Retensi Pengguna (*User Retention Rate*), Proyeksi Tingkat Keterlibatan Pengguna (*User Engagement Rate*), Kesiapan Membayar (*Willingness To Pay*), dll).
- Tahapan Bertumbuh: laporan laba rugi, neraca, arus kas, serta untuk kategori bisnis digital menyertakan metrik pendukung lainnya (contoh: bukti penjualan/data transaksi, data pengguna, dll).

Ketentuan Penggunaan *Artificial Intelligence (AI)* dalam Penyusunan Proposal

Dalam rangka mengedepankan pengetahuan, integritas akademik, serta pengembangan kapasitas berpikir kritis mahasiswa, penggunaan *Artificial Intelligence (AI)* dalam Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) diperbolehkan secara terbatas hanya sebagai alat bantu untuk memperoleh inspirasi, eksplorasi ide, referensi awal, serta pengembangan strategi bisnis. Peserta dilarang menggunakan AI untuk menyalin secara langsung (*copy-paste*) atau menghasilkan keseluruhan isi proposal. Setiap proposal wajib mencerminkan orisinalitas gagasan, analisis, dan pemikiran mandiri mahasiswa. Apabila ditemukan penggunaan AI yang melanggar ketentuan, seperti plagiarisme atau penyusunan proposal secara penuh oleh AI, maka Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan berhak memberikan sanksi administratif sesuai dengan aturan yang berlaku.

Luaran Program

Luaran pelaksanaan P2MW diharapkan mampu menghasilkan mahasiswa wirausaha yang berkelanjutan serta memiliki potensi untuk terus bertumbuh dan berkembang. Penilaian terhadap luaran P2MW dilakukan pada tahap pelaksanaan pelaporan kemajuan. Luaran dari P2MW ini antara lain adalah:

1. Produk atau jasa inovatif yang telah teruji di pasar (siap diproduksi atau dikomersialisasikan secara berkelanjutan);
2. Akun media sosial usaha yang menggambarkan aktivitas usaha, pemasaran, interaksi dengan konsumen, penguatan merek (*branding*) dll;
3. Legalitas usaha, minimal Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi tahap awal, tahap bertumbuh memiliki minimal 2 legalitas usaha dan lainnya (contoh: Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Produksi Industri Rumah Tangga (PIRT), Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Sertifikat Halal, dll).

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

Usulan dan Seleksi Proposal

Usulan dan seleksi proposal P2MW 2026 meliputi dua (2) tahapan yaitu Seleksi Internal Perguruan Tinggi dan Seleksi Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan (Belmawa). Berikut tahapan usulan dan seleksi proposal P2MW 2026:

1. Seleksi Internal Perguruan Tinggi

- a. Perguruan tinggi melakukan seleksi internal proposal mahasiswa yang meliputi justifikasi RAB dan substansi proposal yang dilaksanakan secara mandiri oleh perguruan tinggi dan **tidak** melalui laman SIM P2MW;
- b. Menyampaikan berita acara seleksi internal pada SIM P2MW dan dokumen pendukung lainnya;
- c. Mengirimkan hasil seleksi internal perguruan tinggi pada **setiap kategori** dengan ketentuan sebagai berikut:
 - Tahapan Awal : 1 Kelompok Usaha
 - Tahapan Bertumbuh : 2 Kelompok Usaha

2. Seleksi Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan

- a. Seleksi administratif sesuai format yang terlampir pada panduan berupa:
 - 1) Berita acara penilaian proposal internal perguruan tinggi;
 - 2) Bukti validasi kesiapan produk dari perguruan tinggi (inkubator bisnis/bidang kemahasiswaan/dan bidang lainnya yang relevan); dan
 - 3) Lembar pengesahan mahasiswa.
- b. Seleksi proposal usaha mahasiswa; dan
- c. Mengumumkan dan menetapkan hasil seleksi penerima bantuan melalui SK Penerima Bantuan.

Alokasi dan Pendanaan

Bantuan pendanaan P2MW 2026 diberikan kepada Kelompok Usaha Mahasiswa yang dinyatakan lolos seleksi, baik tahap administrasi maupun penilaian substansi. Besaran pendanaan yang diberikan disesuaikan dengan tahapan usaha, yaitu maksimal sebesar Rp15.000.000,00 (lima belas juta rupiah) untuk Tahapan Usaha Awal dan maksimal sebesar Rp20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah) untuk Tahapan Usaha Bertumbuh.

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

Tabel 1. Kategori Tahapan Usaha Mahasiswa

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

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

A. Tahapan Usaha Awal

No.	Kegunaan	Persentase Maksimal
1.	Pengembangan Produk/Riset	50%
2.	Produksi	50%
3.	Legalitas, Perizinan, Sertifikasi Produk/Jasa, Pengujian Produk/Standarisasi	30%
4.	Peningkatan Kompetensi SDM Bersertifikasi	10%
5.	Belanja ATK dan Penunjang	5%

B. Tahapan Usaha Bertumbuh

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

2.	Pengembangan Produk	30%
3.	Produksi	40%
4.	Legalitas, Perizinan, Sertifikasi, dan Standarisasi	15%
5.	Peningkatan Kompetensi SDM Bersertifikasi	10%
6.	Belanja ATK dan Penunjang	5%

Mekanisme Penyaluran Bantuan

Mekanisme penyaluran bantuan P2MW 2026, akan disalurkan melalui rekening perguruan tinggi, kemudian perguruan tinggi menyalurkan dana bantuan usaha mahasiswa pada kelompok usaha mahasiswa penerima bantuan P2MW sesuai dengan Surat Keputusan. Seluruh kegiatan penyaluran dana bantuan usaha mahasiswa harus dapat dibuktikan melalui bukti transfer atau tanda terima yang dilaporkan pada Laporan Kemajuan maupun Laporan Akhir yang disampaikan oleh perguruan tinggi.

Pencairan dana bantuan akan dilakukan dua tahap, tahap pertama 90% dari keseluruhan dana, tahap kedua 10% setelah mahasiswa mengirimkan laporan kemajuan sesuai dengan kontrak antara pimpinan perguruan tinggi dan Direktorat Belmawa.



Penyaluran melalui perguruan tinggi ditujukan agar penyaluran, belanja, dan pengawasan pelaksanaan P2MW dilakukan oleh perguruan tinggi.

Penggunaan Dana Bantuan yang Tidak Diperbolehkan

Penggunaan bantuan dana harus mengacu pada ketentuan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 32 Tahun 2025 Tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2026. Perguruan tinggi dan kelompok usaha mahasiswa harus memperhatikan hal-hal yang tidak dapat dibelanjakan pada bantuan P2MW 2026 sebagai berikut:

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

Peningkatan Ekosistem Kewirausahaan di Perguruan Tinggi

Penguatan ekosistem kewirausahaan yang dilakukan perguruan tinggi diharapkan dapat memperkuat pertumbuhan kewirausahaan berbasis mahasiswa. Wirausaha yang dimulai dari kampus dipandang memiliki potensi bertumbuh yang lebih besar karena lebih dominan termasuk dalam wirausaha berbasis peluang (*opportunity based entrepreneurship*) dibandingkan dengan wirausaha berbasis kebutuhan (*necessity based entrepreneurship*). Potensi bertumbuh ini juga muncul karena mahasiswa memiliki semangat bertumbuh (*growth mindset*) yang tangguh disertai dengan modal kemampuan inteligensi dan akademik yang kuat. Bila potensi ini kemudian didukung dengan lingkungan dan ekosistem kewirausahaan yang kondusif maka akan dapat memupuk bibit-bibit usaha baru yang bukan hanya resilien dan adaptif akan tetapi juga diharapkan akan mendukung struktur piramida usaha di Indonesia dengan lebih banyak lagi usaha menengah dan usaha besar dibandingkan usaha mikro dan kecil saja.

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



Gambar 1. Skema Program Penguatan Ekosistem Kewirausahaan di Perguruan Tinggi

Ekosistem kewirausahaan adalah interaksi semua sistem yang mempengaruhi pengembangan dan pembangunan Kewirausahaan. Ekosistem kewirausahaan terdiri dari :

1. Budaya yang kondusif dalam berwirausaha, diantaranya adalah kebiasaan untuk menerima atau memberikan toleransi terhadap kegagalan, risiko kesalahan, serta kebiasaan untuk berinovasi dan berkreasi;
2. Sumber Daya Manusia (SDM) yang mencakup individu yang memiliki jiwa kewirausahaan;
3. Pendidikan yang mencakup komponen pendidikan dan pelatihan kewirausahaan;
4. Pembiayaan yang berasal dari institusi pemerintah pusat, pemerintah daerah, pemangku kepentingan dan sumber lain;
5. Pasar dan konsumen yang ramah dalam menerima produk baru, jaringan produksi dan pemasaran yang terintegrasi dan luas untuk keberlanjutan usaha;

6. Kebijakan pemerintah melalui kelembagaannya, peraturan perundang-undangan, kebijakan dan program, anggaran, kemudahan, insentif serta pemulihan dapat membentuk daya dukung eksternal yang memungkinkan pengembangan dan penguatan ekosistem kewirausahaan; dan
7. Penunjang yang mencakup komponen yang terkait dengan pemangku kepentingan dan infrastruktur. Peran pemangku kepentingan dibutuhkan dalam hal, antara lain promosi kewirausahaan, transfer pengetahuan, pendampingan, penguatan jejaring, advokasi dan bantuan hukum, akuntansi, perbankan, serta hal lain yang terkait dengan pengembangan dan penguatan ekosistem kewirausahaan.

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

1. Lembaga internal perguruan tinggi seperti inkubator bisnis, UKM mahasiswa, HIPMI perguruan tinggi, dll;
2. Pemerintah Daerah dengan Dinas terkait, rumah BUMN (Badan Usaha Milik Negara), PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu), dll;
3. Asosiasi, organisasi, komunitas wirausaha di lingkungan sekitar perguruan tinggi dengan skala lokal, nasional hingga internasional antara lain HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia), Komunitas TDA (Tangan Di Atas), APSKI (Perhimpunan Program Studi Kewirausahaan Indonesia) dan sebagainya;
4. Media dengan skala lokal atau nasional; dan
5. Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI), perusahaan swasta, BUMN, dan sebagainya.

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

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

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

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

implementasi cara-cara baru dalam menciptakan produk inovatif yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

Pendampingan

Sebagai upaya mendukung ekosistem kewirausahaan yang baik, Perguruan Tinggi diharapkan dapat menyediakan pendamping wirausaha bagi kelompok usaha mahasiswa peserta P2MW 2026. Berdasarkan hasil laporan pelaksanaan P2MW tahun 2024, keberhasilan usaha mahasiswa sangat dipengaruhi oleh kualitas proses pendampingan.



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

Dalam konteks pengembangan usaha yang berkelanjutan, **Dosen Pendamping** memegang peran strategis sebagai jembatan antara teori akademis dan praktik nyata di lapangan. Mereka tidak hanya mentransfer ilmu dan keterampilan kewirausahaan, tetapi juga memberikan pendampingan berbasis kebutuhan, motivasi, serta pendekatan adaptif terhadap dinamika usaha. Kehadiran Dosen Pendamping menjadi penggerak transformasi mental dan kapasitas mahasiswa dalam berwirausaha—dari pola pikir tradisional menuju orientasi bisnis yang inovatif, terdigitalisasi, dan berdaya saing. Melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan berkelanjutan, Dosen Pendamping diharapkan menjadi katalisator pemberdayaan yang mempercepat pertumbuhan usaha, memperkuat literasi keuangan dan digital, serta membangun kemandirian mahasiswa yang berwirausaha secara konkret.

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

Berikut adalah ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan aktivitas pendampingan :

A. Ketentuan Dosen Pendamping

1. Kelompok usaha wajib dibimbing dan didampingi dosen pendamping;
2. Dosen pendamping maksimal dapat mendampingi 2 kelompok usaha yang didanai;
3. Dosen yang memiliki NUPTK pada perguruan tinggi pengusul; dan
4. Memiliki kompetensi dalam membimbing proposal usaha mahasiswa dan melakukan pendampingan usaha.

B. Pelaporan Pendampingan

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

C. Mekanisme dan Periode Pelaporan

Kelompok usaha mahasiswa pada pelaksanaannya didampingi oleh seorang dosen pendamping melekat yang bertugas membimbing proposal usaha mahasiswa, memberi rekomendasi, mensupervisi administrasi & kemajuan kegiatan serta memotivasi tim dalam menyelesaikan program P2MW. Jika dibutuhkan pendampingan untuk materi yang lebih spesifik, kelompok usaha mahasiswa diperkenankan mendapatkan pendampingan dari mentor praktisi yang sesuai bidang kompetensinya dengan pembiayaan dari perguruan tinggi. Semua kegiatan pendampingan tercatat dalam log pendampingan/laporan kemajuan pendamping. Catatan pendampingan dan bukti pendukung ditulis dan diunggah melalui sistem informasi P2MW (p2mw.kemdiktisaintek.go.id). Jadwal pelaporan secara rinci dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jadwal Pelaporan Pendampingan Kelompok Usaha P2MW 2026

No.	Tahap Pelaporan	Periode Waktu
1.	Tahap 1	25 - 30 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

D. Penerbitan Sertifikat Dosen Pendamping

Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Ditjen Dikti akan menerbitkan Sertifikat Dosen Pendamping P2MW dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen yang terdaftar sebagai pendamping proposal pada SIM P2MW;
2. Melakukan validasi pelaporan kemajuan dan akhir beserta dengan penggunaan anggaran kelompok usaha mahasiswa; dan
3. Penerbitan sertifikat Dosen Pendamping P2MW oleh Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan dilakukan kepada dosen yang tercatat dalam sistem P2MW dan telah menyampaikan pelaporan bulanan (periodik) sesuai ketentuan, dengan minimal 3 (tiga) laporan dari total 5 (lima) periode pelaporan.

Rekomendasi Konversi sks

Mahasiswa dalam mengikuti P2MW 2026 dapat memperoleh hak untuk mengkonversi kegiatan pada mata kuliah yang relevan sesuai dengan kebijakan program studi masing-masing. Konversi ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk pembelajaran lain dengan tetap harus memenuhi persyaratan umum yang diantaranya adalah mahasiswa berasal dari program studi yang terakreditasi dan merupakan mahasiswa aktif yang terdaftar pada PDDikti. Kebijakan ini juga memberi keleluasaan mahasiswa untuk mengambil bentuk pembelajaran selain yang dilakukan dalam bentuk kuliah dan atau praktikum/responsi di kelas.

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

Sejalan dengan semangat Kampus Berdampak, setiap bentuk pembelajaran kewirausahaan yang dikelola oleh perguruan tinggi diharapkan tidak hanya diukur dari ketercapaian aktivitas dan beban sks, tetapi juga dari dampak nyata yang dihasilkan. Pengukuran tersebut dapat mencakup capaian pembelajaran mahasiswa, keberlanjutan usaha yang dijalankan, peningkatan kapasitas wirausaha mahasiswa, penciptaan nilai ekonomi dan sosial, serta kontribusi usaha terhadap lingkungan dan masyarakat. Dengan demikian, konversi pembelajaran dalam P2MW tidak hanya berorientasi pada proses akademik, tetapi juga pada luaran dan dampak kewirausahaan yang terukur dan relevan dengan kebutuhan nyata.

Berikut adalah rekomendasi yang dapat digunakan sebagai perhitungan ekuivalensi:

Tabel 3. Rekomendasi Konversi sks

Tahapan	Grup/ Individu	Jumlah Menit (AH/LH)	Bobot	Penyetaraan (sks)*
A. PEMBEKALAN PEMBUATAN PROPOSAL P2MW OLEH PERGURUAN TINGGI				
<i>Noble purpose</i>	Individu	300	1	0.11
Produk dan inovasi hasil riset	Individu	300	1	0.11
Pasar potensial	Individu	300	1	0.11
Sumber daya usaha	Individu	300	1	0.11
Model bisnis dan keuangan	Individu	300	1	0.11
JUMLAH sks		1500		0.56
B. PERENCANAAN USAHA				
Penyusunan proposal	Group	960	0.5	0.18
JUMLAH sks		960		0.18
C. KEGIATAN USAHA				

Melakukan validasi calon konsumen potensial	Group	2400	0.5	0.44
Melakukan validasi permasalahan dan kebutuhan konsumen potensial	Group	2400	0.5	0.44
Menganalisis potensi pasar	Group	2400	0.5	0.44
Melakukan kegiatan produksi	Group	2400	0.5	0.44
Melakukan validasi dan pengembangan produk	Group	2400	0.5	0.44
Melakukan kegiatan pemasaran	Group	2400	0.5	0.44
Memperluas jejaring dengan mitra kerja	Group	2400	0.5	0.44
Pembuatan laporan keuangan	Group	2400	0.5	0.44
JUMLAH sks		19200		3.56
D. PENDAMPINGAN DAN PEMBINAAN				
PENDAMPINGAN OLEH DOSEN PENDAMPING / MENTOR				
Fondasi bisnis	Group	600	0.5	0.11
Pelanggan	Group	600	0.5	0.11
Produk / Jasa	Group	600	0.5	0.11
Pemasaran	Group	600	0.5	0.11
Penjualan	Group	600	0.5	0.11
Keuntungan	Group	600	0.5	0.11
Sumber daya manusia	Group	600	0.5	0.11
Sistem	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 <i>logbook</i> melalui sistem per minggu	Group	960	0.5	0.18
Mengikuti <i>monitoring</i> 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

Pelaporan, penilaian kemajuan, dan seleksi Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (KMI) Expo merupakan salah satu rangkaian pelaksanaan P2MW 2026 yang bertujuan untuk pemantauan dan evaluasi pelaksanaan bagi penerima bantuan P2MW 2026. Bentuk pelaksanaan kegiatan berupa pelaporan kemajuan dan penilaian terhadap kelompok usaha mahasiswa dalam melaksanakan kegiatan sesuai dengan rancangan yang telah diajukan dalam proposal usulan (Lampiran 12) beserta perkembangan (*progress*) luaran program. Selain penilaian terhadap kegiatan, Direktorat Belmawa akan memantau laporan belanja bantuan dan ketersediaan anggaran mahasiswa sesuai dengan kontrak antara perguruan tinggi dan Direktorat Belmawa.

Pelaksanaan kegiatan ini juga sebagai salah satu media Direktorat Belmawa dalam menyeleksi kelompok usaha mahasiswa untuk mengikuti kegiatan KMI Expo XVII 2026. Mekanisme seleksi, format, dan jadwal pelaksanaan akan diinformasikan lebih lanjut melalui surat dan petunjuk teknis pelaksanaan Pelaporan dan Penilaian Kemajuan P2MW 2026. Kelompok usaha mahasiswa harus mengikuti kegiatan pelaporan dan penilaian kemajuan P2MW sebagai salah satu bentuk komitmen dan kewajiban bagi penerima bantuan P2MW.

Pelaporan Akhir

Kelompok usaha mahasiswa melalui perguruan tinggi wajib menyampaikan laporan akhir pelaksanaan P2MW 2026. Penyampaian laporan akhir dilakukan melalui SIM P2MW yang terdiri dari :

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

Kelengkapan laporan menjadi bentuk tertib administrasi yang wajib dilengkapi oleh seluruh pelaksana P2MW 2026. Bagi perguruan tinggi yang tidak menyampaikan laporan akhir maka tidak direkomendasikan mengikuti P2MW di tahun berikutnya.

KMI Expo

Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (KMI) Expo merupakan ajang apresiasi dan pagelaran produk usaha mahasiswa pelaksana P2MW 2026. 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 2026 KMI Expo adalah puncak kegiatan yang dapat diikuti oleh pimpinan perguruan tinggi, dosen pendamping, pengelola, mahasiswa, pelaku industri dan *stakeholder* lainnya. Ketentuan pelaksanaan KMI Expo akan diinformasikan melalui buku panduan yang diterbitkan oleh Direktorat Belmawa beserta dengan perguruan tinggi pelaksana KMI Expo.

Jadwal Pelaksanaan P2MW 2026

Tabel 4. Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan	Waktu
Sosialisasi	19 Februari 2026
Batas Akhir Unggah Proposal	7 April 2026
Pengumuman perguruan tinggi pelaksana dan peserta yang diterima	M4 April 2026
Pelaksanaan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)	Mei – Oktober 2026
Bimbingan Teknis Pelaksana P2MW	M3 Mei 2026
Batas Akhir Pelaporan Kemajuan	M3 Juli 2026
Pelaksanaan Penilaian Kemajuan	M4 Juli 2026
Pelaporan akhir perguruan tinggi ke Direktorat Belmawa	16 Oktober 2026
KMI Expo	M3 September 2026*

Penutup

Buku panduan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) tahun 2026 disusun sebagai pedoman bagi perguruan tinggi dan mahasiswa dalam mengembangkan wirausaha yang inovatif, mandiri, dan berdampak. Program ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah mahasiswa wirausaha dan memperkuat ekosistem kewirausahaan di perguruan tinggi dengan membangun semangat kolaborasi antara akademisi, dunia usaha dan industri guna menciptakan lapangan kerja serta mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional. Melalui pelaksanaan P2MW, diharapkan tumbuh generasi muda yang unggul, berjiwa mandiri, dan berdaya saing, serta mampu berkontribusi nyata dalam penguatan industri nasional dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, menuju Indonesia yang tangguh, inovatif, dan berdaya saing global.

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

Lampiran 1. Format Lembar Pengesahan Mahasiswa

KOP PERGURUAN TINGGI

LEMBAR PENGESAHAN

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) 2026

Nama Usaha :

Merek Usaha :

Tahapan Usaha : Tahapan Awal/Tahapan Bertumbuh*

Kategori Usaha :

Ketua Pengusul :

a. Nama Lengkap :

b. NIM/NPM :

c. Fakultas :

d. Nomor HP :

e. Alamat surel (*email*) :

Anggota Pengusul (1,2,dst) :

a. Nama Lengkap :

b. NIM/NPM :

c. Fakultas :

Dana yang diusulkan :

Kota/Kabupaten, Februari 2026

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

Ketua Pengusul,

ttd dan stempel

(_____)
NIP/NUPTK

(_____)
NIM

*Hapus yang tidak perlu

**Pimpinan Politeknik

Catatan:

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

Lampiran 2. 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 2026**

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

No.	Nama <i>Reviewer</i>	NIP/NUPTK
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 2026 dari *Nama Perguruan Tinggi* berdasarkan kriteria penilaian pada panduan Program Pembinaan mahasiswa wirausaha (P2MW) Tahun 2026 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.

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

Mengetahui,
Rektor/Wakil Rektor/Ketua/Wakil Ketua/Direktur*/Wakil Direktur*

ttd dan stempel

Nama.....
NIP/NUPTK

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

I. Latar Belakang

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

II. Deskripsi Usaha

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

1. Tujuan Mulia (*Noble Purpose*)
2. Konsumen Potensial
3. Inovasi Produk
4. Pemasaran
5. Sumber Daya
6. Keuangan, *Traction* dan Monetisasi

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

III. Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran

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

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

Tahapan Usaha	Kegunaan	Persentase Maksimal
Awal	Pengembangan Produk/Riset	50%
	Produksi	50%
	Legalitas, Perizinan, Sertifikasi Produk/Jasa, Pengujian Produk/Standarisasi	30%
	Peningkatan Kompetensi SDM Bersertifikasi	10%
	Belanja ATK dan Penunjang	5%

Bertumbuh	Pengembangan Pasar dan Saluran Distribusi	40%
	Pengembangan Produk	30%
	Produksi	40%
	Legalitas, Perizinan, Sertifikasi, dan Standarisasi	15%
	Peningkatan Kompetensi SDM Bersertifikasi	10%
	Belanja ATK dan Penunjang	5%

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

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

IV. Penutup

Disampaikan kata penutup

Lampiran

1. Laporan Keuangan/*Traction*
 - Laporan arus kas (format dapat dilihat pada lampiran 4)
 - Laporan laba rugi (format dapat dilihat pada lampiran 5 dan 6 menyesuaikan tahapan usaha)
 - Laporan neraca tahap bertumbuh (format dapat dilihat pada lampiran 7)
 - Contoh *traction* dapat dilihat pada Lampiran 8.
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 (f) Bisnis Digital
 - *Business Model Canvas* (Isi BMC meliputi: *customer segments, value propositions, channels, customer relation, revenue streams, key resources, key activities, key partners, dan cost structure*).

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

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

Lampiran 5. Format Laporan Laba Rugi Tahapan Awal

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 6. Format Laporan Laba Rugi Tahapan Bertumbuh

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

Lampiran 7. Format Neraca Tahap Bertumbuh

LAPORAN NERACA
Perusahaan XYZ
Per Tanggal: [Tanggal Laporan]

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

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

Lampiran 8. Contoh *Traction*

Contoh Metrik Pendukung Bisnis Non Digital (Tahap Usaha Awal)

Tingkat Pembelian Ulang (*Customer Repeat Rate*) : persentase pelanggan yang kembali membeli produk/jasa dalam periode tertentu.

Rumus :

$$CRP = (\text{Jumlah Pelanggan yang beli lebih dari 1 kali} / \text{Total Pelanggan}) \times 100\%$$

Total Pelanggan Januari 2026 = 100 orang

Pelanggan yang membeli lebih dari 1x = 15 orang

$$CRP = (15 / 100) \times 100\%$$

$$CRP = 15 \%$$

TABEL PROYEKSI *TRACTION* TINGKAT PEMBELIAN ULANG

Bulan	Total Pelanggan	Pelanggan <i>Repeat</i>	CRP (%)	Analisis
Jan	100	15	15%	Awareness awal, trial market
Feb	120	22	18%	Mulai ada pelanggan kembali
Mar	150	33	22%	Validasi kepuasan awal
Apr	180	49	27%	Pengalaman pelanggan stabil
Mei	210	69	33%	Loyalitas mulai terbentuk
Jun	250	95	38%	Repeat meningkat signifikan
Jul	290	122	42%	Word of mouth berjalan
Agu	330	149	45%	Basis pelanggan loyal terbentuk
Sep	370	174	47%	Hubungan emosional brand kuat
Okt	420	210	50%	Strong <i>traction</i> mulai terlihat
Nov	470	249	53%	<i>Loyal customer</i> dominan
Des	520	286	55%	<i>Fan base</i> pelanggan terbentuk

Contoh Metrik Pendukung Bisnis Digital (Tahap Usaha Awal):

Tingkat Retensi Pengguna (*User Retention Rate*) : persentase pengguna yang kembali menggunakan aplikasi setelah pertama kali mencoba

Rumus :

$$Retention Rate = (\text{Jumlah Pengguna yang bertahan} / \text{total user bulan sebelumnya}) / 100 \%$$

Total user aktif tiap bulan = user bertahan + user baru

Asumsi:

Pengguna awal bulan 1 = 100 user

Retensi awal = 40%

TABEL PROYEKSI USER RETENTION RATE

Bulan	User Baru	Retensi (%)	User Bertahan	Total User Aktif
1	100	-	-	100
2	120	40%	40	160
3	140	42%	67	207
4	160	45%	93	253
5	180	48%	121	301
6	200	50%	151	351
7	220	53%	186	406
8	240	55%	223	463
9	260	58%	269	529
10	280	60%	317	597
11	300	63%	376	676
12	320	65%	439	759

Lampiran 9. Format Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran (RAB) Kelompok Usaha Mahasiswa (isian dalam sistem)

RENCANA KEGIATAN DAN PENGGUNAAN ANGGARAN

1. Tahapan Usaha Awal

Kegiatan Utama	Rencana								Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Keterangan/ Referensi Harga	Target Capaian	
	A	B	C	D	E	F= C x E	G	H= Output A	
Pengembangan Produk/Riset	a. b. c.								
Produksi	a. b. c.								
Legalitas, perizinan, sertifikasi produk/jasa, pengujian produk, dan standarisasi	a. b. c.								
Peningkatan Kompetensi SDM Bersertifikasi	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	$H = \text{Output A}$	
Pengembangan Pasar dan Saluran Distribusi	a. b. c.								
Pengembangan Produk	a. b. c.								
Produksi	a. b. c.								
Legalitas, Perizinan, Sertifikasi, dan Standarisasi	a. b. c.								
Peningkatan Kompetensi SDM Bersertifikasi	a. b. c.								
Belanja ATK dan Penunjang	a. b. c.								
Total									

Lampiran 10. 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, dan (f) bisnis digital

Rubrik Penilaian untuk Kategori

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

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

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

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

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		6 Produk sangat inovatif, merupakan hasil hilirasi riset perguruan 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, uraian dan cara kerja produk disampaikan sangat jelas dan data survei <i>problem solution fit</i> (PSF)/ <i>product market fit</i> (PMF) disampaikan dengan sangat jelas.
4.	Pemasaran	<p>1 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha tidak dideskripsikan, tidak ada tidak ada penjelasan bauran pemasaran dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.</p> <p>2 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan sangat kurang, penjelasan bauran pemasaran sangat kurang dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.</p> <p>3 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan kurang jelas, bauran pemasaran dijelaskan kurang terperinci dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.</p> <p>4 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan cukup jelas, bauran pemasaran dijelaskan cukup terperinci namun tidak dilengkapi dengan data pendukung.</p> <p>5 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha di deskripsikan dengan jelas, bauran pemasaran dijelaskan terperinci dan dilengkapi dengan data pendukung.</p> <p>6 Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan sangat jelas, bauran pemasaran dijelaskan sangat terperinci dan dilengkapi dengan data pendukung.</p>
5.	Sumber Daya	<p>1 Anggota tim tidak memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, tidak memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi), serta tidak memiliki sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang memadai dan mendukung usaha.</p> <p>2 Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan yang sangat kurang dalam menjalankan usahanya, memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan sangat kurang,</p>

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		<p>penjelasan sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang dimiliki dan dibutuhkan sangat kurang memadai dan sangat kurang mendukung usaha.</p> <p>3 Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, penjelasan sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan kurang, serta penjelasan tentang sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang dimiliki dan dibutuhkan kurang memadai dan kurang mendukung usaha.</p> <p>4 Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, penjelasan tentang sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan cukup memadai, serta penjelasan tentang sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang dimiliki dan dibutuhkan cukup memadai dan cukup mendukung usaha.</p> <p>5 Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, penjelasan tentang sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan sudah memadai, serta penjelasan tentang sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) memadai dan mendukung usaha serta terdapat data pendukung yang relevan.</p> <p>6 Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, penjelasan tentang sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan sangat memadai, serta penjelasan tentang sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) sangat memadai dan sangat mendukung usaha serta terdapat data pendukung yang relevan.</p>
6.	Keuangan/ <i>Traction</i> & Monetisasi	<p>1 Tim tidak mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari tidak adanya proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha atau sudah ada laporan keuangan namun tidak sesuai format laporan keuangan yang berlaku. Tidak ada proyeksi metrik pendukung lainnya (untuk kategori digital). Tidak ada model bisnis dan strategi pendapatan. Tidak ada <i>roadmap</i> usaha 3 tahun kedepan.</p> <p>2 Tim kurang mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari sudah adanya proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format yang berlaku namun</p>

No	Kategori	Nilai dan Kriteria
		tidak dianalisis. Proyeksi metrik pendukung lainnya kurang jelas (untuk kategori digital). Model bisnis dan strategi pendapatan kurang jelas. <i>Roadmap</i> usaha 3 tahun kedepan kurang jelas
		3 Tim agak kurang mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari sudah adanya proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format yang berlaku namun kurang dianalisis. Sudah ada proyeksi metrik pendukung lainnya namun agak kurang jelas analisisnya (untuk kategori digital). Model bisnis dan strategi pendapatan agak kurang jelas. <i>Roadmap</i> usaha 3 tahun kedepan agak kurang jelas.
		4 Tim cukup mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format berlaku dan sudah cukup dianalisis. Sudah ada proyeksi metrik pendukung lainnya dan sudah cukup jelas analisisnya (untuk kategori digital). Model bisnis dan strategi pendapatan cukup jelas. <i>Roadmap</i> usaha 3 tahun kedepan cukup jelas.
		5 Tim mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format berlaku, dan sudah dianalisis dengan terperinci. Sudah ada proyeksi metrik pendukung lainnya dan sudah jelas analisisnya (untuk kategori digital). Model bisnis dan strategi pendapatan sudah jelas. <i>Roadmap</i> usaha 3 tahun kedepan sudah jelas.
		6 Tim sangat mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format berlaku sudah dianalisis dengan sangat terperinci. Sudah ada proyeksi metrik pendukung lainnya dan sudah jelas analisisnya (untuk kategori digital). Model bisnis diuraikan dengan sangat baik disertakan dengan strategi pendapatan (<i>generating income</i>) yang sangat jelas. <i>Roadmap</i> usaha 3 tahun kedepan sangat jelas.

Lampiran 11. Rubrik Penilaian Pendampingan Kelompok Usaha

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

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

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

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

Lampiran 12. Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa

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

1. Konsumen potensial

Jumlah Konsumen Potensial: Uraikan segmen pasar dan target pembeli potensial secara jelas, termasuk estimasi jumlah konsumen berdasarkan data survei, uji pasar, atau data valid lainnya sebelum dan sesudah mengikuti pembinaan dan pendanaan P2MW.

Sebelum	Sesudah

2. Ukuran Pangsa Pasar

Ukuran Pangsa Pasar: Uraikan strategi bersaing yang digunakan berdasarkan analisis kompetitor dan posisi produk di pasar, termasuk strategi segmentasi, *targeting*, dan *positioning* (STP) dalam memperluas pangsa pasar sebelum dan sesudah mengikuti pembinaan dan pendanaan P2MW.

Sebelum	Sesudah

B. PRODUK (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. Produk Final (Produk yang Siap Jual)

Prototipe/Produk Final: Uraikan perkembangan produk dari tahap ide atau prototipe hingga menjadi produk siap jual dengan menjelaskan progres sebelum dan sesudah mengikuti pembinaan dan pendanaan P2MW. Penjelasan mencakup inovasi dan keunikan produk (*unique selling point*), hasil dari hilirasasi riset perguruan tinggi, penggunaan bahan lokal, kemampuan produk dalam menjawab kebutuhan konsumen, cara kerja produk secara ringkas, strategi pemasaran, respon pasar, serta hasil validasi *problem solution fit* (PSF) dan/atau *product market fit* (PMF).

Sebelum	Sesudah

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

Legalitas Produk: Uraikan perkembangan legalitas usaha dan produk yang diperoleh sebelum dan sesudah mengikuti pembinaan dan pendanaan P2MW, seperti NIB, sertifikasi halal, BPOM, PIRT, atau legalitas relevan lainnya. Jelaskan peran legalitas dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk, serta sertakan nomor legalitas dan bukti dokumen pendukung sebagai capaian program.

Sebelum	Sesudah

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

Pengembangan Produk : Uraikan proses pengembangan produk yang dilakukan sebelum dan sesudah mengikuti pembinaan dan pendanaan P2MW, meliputi diversifikasi produk, peningkatan kualitas, inovasi fitur, atau perubahan strategi bisnis (pivot) sesuai kebutuhan pasar.

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

C. Pemasaran (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

1. Omset/Sales

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

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

2. Strategi Pemasaran

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

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

3. Instrumen Pemasaran

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

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

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

1. Peningkatan Kompetensi

Peningkatan Kompetensi: Uraikan peningkatan kompetensi apa yang anda dan tim dapatkan baik secara mandiri maupun setelah mendapatkan pendanaan/pembinaan P2MW melalui pendampingan dosen/praktisi, pelatihan atau sertifikasi wirausaha.

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

2. Pengembangan Jejaring, Mitra, dan Strategi Tenaga Kerja

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

Sebelum	Sesudah

3. Kerjasama Tim

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

Sebelum	Sesudah

E. KEUANGAN/TRACTION & MONETISASI

1. Laporan dan Analisis Keuangan/Traction

Uraikan kemampuan tim dalam mengelola keuangan usaha yang ditunjukkan melalui proyeksi keuangan seperti arus kas, laba-rugi, dan neraca (untuk tahap awal) dan laporan keuangan arus kas, laba rugi dan neraca usaha (untuk tahap Bertumbuh) yang telah disusun sesuai format yang berlaku serta dianalisis secara terperinci. Didukung metrik kinerja tambahan khusus **bisnis digital**.

Sebelum	Sesudah

2. Model Bisnis dan Strategi Pendapatan (*Generating Income*)

Uraikan model bisnis yang dijalankan secara komprehensif serta strategi pendapatan (*revenue stream*) yang digunakan untuk menghasilkan pemasukan usaha. Jelaskan perubahan atau penguatan strategi monetisasi sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan dan pembinaan P2MW.

Sebelum	Sesudah

3. Roadmap Usaha 3 Tahun ke Depan

Jelaskan rencana pengembangan usaha dalam tiga tahun ke depan

Sebelum	Sesudah

Lampiran 13. Format Laporan Akhir P2MW

Cover

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

<<Logo Institusi>>

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

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

Kop Lembaga

Lembar Pengesahan

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)

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

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

Kota, 16 Oktober 2026
(Rektor/Wakil Rektor/Ketua/Wakil
Ketua/Direktur Politeknik/Wakil
Direktur Politeknik)

Nama Jelas
NIP/NUPTK

DAFTAR ISI

BAB I PROFIL LEMBAGA/PENGELOLA KEWIRAUSAHAAN PERGURUAN TINGGI

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

BAB II PELAKSANAAN PROGRAM OLEH KELOMPOK USAHA MAHASISWA

- Kategori (a) Makanan dan Minuman, (b) Budidaya, (c) Industri Kreatif, Seni, dan Budaya, (d) Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan, dan (e) Manufaktur dan Teknologi Terapan, (f) Bisnis Digital

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

A. TIM

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

B. RINGKASAN EKSEKUTIF

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

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

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

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

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

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

- 1) Inovasi Produk Final
- 2) Legalitas
- 3) Pengembangan Produk

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

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

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

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

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

- 1) Laporan dan analisis Keuangan/*Traction*
- 2) Model Bisnis dan Strategi Pendapatan (*Generating Income*)
- 3) *Roadmap* Usaha 3 Tahun ke Depan

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

BAB IV PENUTUP

Simpulan dan Saran

LAMPIRAN

1. Rekapitulasi Penggunaan Anggaran Keseluruhan

No	Jenis Pengeluaran	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Nomor Bukti Keuangan (Kuitansi, Nota, dll)/ Link Drive Bukti
1.	Kelompok Mahasiswa 1 (Disi Nama Usaha) Tahapan Awal					
	Pengembangan Produk/Riset					
	Produksi					
	Legalitas, Perizinan, Sertifikasi Produk/Jasa, Pengujian Produk/Standarisasi					
	Peningkatan Kompetensi SDM Bersertifikasi					
	Belanja ATK dan Penunjang					
	SUB TOTAL					
2.	Kelompok Mahasiswa 2 (dst..) Tahapan Bertumbuh					
	Pengembangan Pasar dan Saluran Distribusi					
	Produksi					
	Legalitas, Perizinan, Sertifikasi, dan Standarisasi					
	Peningkatan Kompetensi SDM Bersertifikasi					
	Belanja ATK dan Penunjang					
	Lainnya					

SUB TOTAL					
TOTAL KESELURUHAN PENGGUNAAN DANA					
PENDANAAN BELMAWA KESELURUHAN					
SISA DANA					
PERSENTASE PENGGUNAAN DANA		%			
PERSENTASE SISA DANA		%			

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

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

Lampiran 14. 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, Perizinan, Sertifikasi Produk/Jasa, Pengujian Produk/Standarisasi	a. b. c.							a. b. c.							
Peningkatan Kompetensi SDM Bersertifikasi	a. b. c.							a. b. c.							
Belanja ATK dan Penunjang	a. b. c.							a. b. c.							

Lainnya	a.							a.							
	b.							b.							
	c.							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	a. b. c.							a. b. c.							
Produksi	a. b. c.							a. b. c.							
Legalitas, Perizinan, Sertifikasi, dan Standarisasi	a. b. c.							a. b. c.							

Peningkatan Kompetensi SDM Bersertifikasi	a.							a.							
	b.							b.							
	c.							c.							
Belanja ATK dan Penunjang	a.							a.							
	b.							b.							
	c.							c.							
Lainnya	a.							a.							
	b.							b.							
Total								Total							



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



P2M

Belmawa

KAI EXPO^{XVI}

**BERAWAL DARI MAHASISWA
BERDAMPAK MELALUI
WIRAUSAHA**

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha 2026

Mencetak wirausaha muda inovatif dan berkelanjutan