



SURAT KEPUTUSAN
Nomor : Skep/041/UNJAYA/IV/2025

tentang

PEDOMAN KOMPETISI ACHMAD YANI MUDAPRENEUR 2025

REKTOR UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA,

- Menimbang** : bahwa untuk kelancaran dan ketertiban administrasi penyelenggaraan kegiatan akademik di lingkungan Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta (Unjaya), perlu dikeluarkan Surat Keputusan.
- Mengingat** : 1. Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3/M/2021 tentang Indikator Kinerja Utama Perguruan Tinggi Negeri dan Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan;
2. Surat Keputusan Nomor: Skep/054/UNJAYA/2022 tanggal 3 Juni 2022 tentang Pedoman Pengembangan Karakter Achmad Yani Muda Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
- Memperhatikan** : Pertimbangan Pimpinan Unjaya

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Pedoman Kompetisi Achmad Yani Mudapreneur 2025, seperti tercantum dalam lampiran surat keputusan ini.
2. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Dengan catatan:

Bahwa apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini akan diadakan perubahan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Yogyakarta,
pada tanggal 21 April 2025,

Rektor,



Prof. Dr. rer. nat. apt. Triana Hertiani, S. Si., M. Si.

Tembusan:

1. Ketua BPH Unjaya
2. Para Warek Unjaya
3. Para Dekan Unjaya
4. Para Keprodi Unjaya



Kampus
Merdeka
INDONESIA JAYA

PEDOMAN KOMPETISI

**ACHMAD YANI MUDAPRENEUR
2025**

DISUSUN OLEH:
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, Buku Pedoman Kompetisi Achmad Yani Mudapreneur (AYMP) 2025 ini dapat disusun sebagai panduan resmi bagi seluruh peserta dan pihak terkait dalam menyukseskan ajang kompetisi kewirausahaan tahunan ini. AYMP merupakan dukungan program pengembangan usaha mahasiswa yang memiliki ide usaha melalui bantuan dana pengembangan dan pembinaan dengan melakukan pendampingan serta pelatihan (*coaching*) usaha kepada mahasiswa. Kegiatan ini merupakan kesempatan bagi mahasiswa yang ingin menerapkan kompetensi dan pengalaman dalam kegiatan wirausaha.

Mahasiswa yang mengikuti AYMP juga berkesempatan untuk mengikuti program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) berwirausaha di Unjaya. Kegiatan ini dapat direkognisi sesuai dengan mata kuliah yang diikuti oleh mahasiswa tersebut. AYMP 2025 merupakan wadah strategis untuk mendorong semangat inovasi, kreativitas, dan jiwa wirausaha mahasiswa. Di tengah tantangan global yang dinamis, kompetisi ini dirancang untuk memacu generasi muda agar tidak hanya menjadi pencari kerja, tetapi juga pencipta lapangan kerja yang berdaya saing tinggi.

Harapan kami, buku panduan ini dapat menjadi acuan bagi seluruh pihak untuk menjalankan kompetisi dengan transparan, adil, dan inspiratif. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua mitra, sponsor, dosen pembimbing, dan tim panitia yang telah berkontribusi dalam mewujudkan acara ini. Kritik dan saran sangat kami terbuka untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga kompetisi ini menjadi langkah mulia bagi lahirnya wirausaha-wirausaha muda yang unggul, beretika, dan berdampak bagi masyarakat.

Yogyakarta, April 2025

Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	2
DAFTAR ISI	3
I. PENDAHULUAN	5
1.1 Latar Belakang	5
1.2 Dasar Hukum Pelaksanaan Program	5
1.3 Pengertian.....	6
1.4 Tujuan.....	6
II. PELAKSANAAN KEGIATAN.....	7
2.1 Persyaratan	7
2.2. Prosedur Pengajuan MBKM AYMP	7
2.3 Tahapan Usaha	7
2.4 Kategori Usaha	8
2.5 Kriteria Evaluasi Proposal Usaha.....	9
2.6 Jadwal Pelaksanaan	10
2.7 Alokasi dan pendanaan.....	11
2.8 Pendampingan	12
2.9 Rekomendasi Rekognisi Kegiatan AYMP 2025 ke dalam Kurikulum Program Studi	13
III. PENUTUP.....	15
Lampiran 1 Cover Proposal	16
Lampiran 2 Lembar Persetujuan	17
Lampiran 3 Format Isian Proposal Kelompok Usaha	18
Lampiran 4 Format Laporan Arus Kas Tahapan Awal (Proyeksi) dan Tahapan Bertumbuh	21
Lampiran 5 Format Laporan Laba Rugi Tahapan Awal	22
Lampiran 6 Format Laporan Laba Rugi Tahapan Bertumbuh	23
Lampiran 7 Format Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran (RAB).....	21
Lampiran 8 Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa.....	23
Lampiran 9 Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa.....	27
Lampiran 10 Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa.....	29

Lampiran 11 Format Laporan Kemajuan Penggunaan Anggaran Kelompok Usaha Mahasiswa	32
Lampiran 12 Format Laporan Akhir	34
Lampiran 13 Rekapitulasi penggunaan anggaran keseluruhan	39
Lampiran 14 Format Surat Pengantar Dari Program Studi	43
Lampiran 15 Business Model Canvas	44
Lampiran 16 Rubrik Penilaian Proposal Mahasiswa	45
Lampiran 17 Rubrik Penilaian Pendampingan Kelompok Usaha	51

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan memainkan peranan penting dalam pengembangan ekonomi suatu bangsa. Di era globalisasi ini, kreativitas dan inovasi menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing individu dan bangsa. Kewirausahaan tidak hanya menciptakan peluang kerja, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan produk dan layanan baru. Oleh karena itu, pengembangan ekosistem kewirausahaan yang kuat di perguruan tinggi sangatlah penting, terutama bagi generasi muda yang merupakan agen perubahan masa depan.

Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta (Unjaya) memiliki potensi besar untuk menjadi pusat inovasi kewirausahaan. Mahasiswa Unjaya, dengan berbagai disiplin ilmu dan bakat yang dimiliki, memiliki kemampuan untuk menciptakan ide-ide bisnis yang segar dan solutif. Namun, banyak dari mereka yang menghadapi tantangan dalam mewujudkan ide-ide tersebut menjadi bisnis yang nyata. Berbagai masalah, seperti kurangnya pemahaman tentang manajemen bisnis, akses terhadap modal, serta dukungan infrastruktur yang terbatas, sering kali menjadi penghalang bagi mahasiswa untuk memulai usaha mereka.

Menyadari keadaan tersebut, penting untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan yang mendukung di Unjaya. Kegiatan ini bertujuan untuk menyediakan platform bagi mahasiswa untuk mengembangkan dan mewujudkan ide bisnis mereka melalui berbagai program seperti workshop, mentoring, dan kompetisi bisnis. Dengan mengintegrasikan pengalaman praktis, akses kepada sumber daya, dan pembinaan dari para mentor serta praktisi, kami berharap dapat membantu mahasiswa tidak hanya untuk menghasilkan ide-ide inovatif, tetapi juga untuk membawa ide-ide tersebut ke dunia nyata.

Achmad Yani Mudapreneur (AYMP) adalah proses pembinaan kewirausahaan yang berprinsip pada pengembangan karakter “*creative preneur*” meliputi: (a) pengembangan kepemimpinan kolaboratif (*collaborative leadership*), (b) *creative problem solving*, (c) *innovative execution* berbasis teknologi, dan melatih keberanian mengambil risiko yang terukur. Achmad Yani Muda Preneur merupakan dukungan program pengembangan usaha mahasiswa yang memiliki ide usaha melalui bantuan dana pengembangan dan pembinaan dengan melakukan pendampingan serta pelatihan (*coaching*) usaha kepada mahasiswa.

AYMP merupakan dukungan Unjaya dalam mendorong terciptanya lulusan yang tidak hanya mampu sebagai pencari kerja (*job seeker*) namun juga sebagai pencetak lapangan kerja (*job creator*). Kegiatan ini merupakan kesempatan bagi mahasiswa yang ingin menerapkan kompetensi dan pengalaman dalam kegiatan wirausaha. Selain itu, mahasiswa dengan mengikuti AYMP juga berkesempatan untuk mengikuti program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) berwirausaha di Unjaya.

1.2 Dasar Hukum Pelaksanaan Program

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Presiden No 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024;
3. Permendikbud Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
4. Permendikbud Nomor 5 Tahun 2020 tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi;
5. Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Merdeka, Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kemdikbud;
6. Buku Panduan Program Kompetisi Achmad Yani Mudapreneur 2024.

1.3 Pengertian

1. Kegiatan AYMP adalah kegiatan pembinaan mahasiswa wirausaha yang dijalankan oleh kelompok usaha mahasiswa yang terdiri dari 3 sampai 5 mahasiswa setiap kelompoknya, yang saling mendukung untuk mendapatkan pendanaan dari Program AYMP.
2. Dana maksimal yang dapat diusulkan oleh kelompok usaha mahasiswa adalah sebesar Rp 10.000.000 untuk setiap proposal wirausaha.

1.4 Tujuan

1. Meningkatnya jumlah mahasiswa menjalankan wirausaha di perguruan tinggi.
2. Terancangnya proses pembinaan kewirausahaan di perguruan tinggi yang berprinsip pada pengembangan karakter inovatif, berdampak, dan berkelanjutan.
3. Terbentuknya jejaring kerjasama Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI) untuk menciptakan ekosistem yang kondusif untuk pengembangan kewirausahaan berbasis pada pengalaman (*experiential learning*)
4. Meningkatnya ketercapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi
5. Meningkatnya kompetensi lulusan, baik *soft skill* maupun *hard skill*, agar lebih adaptif terhadap perubahan zaman
6. Terealisasinya ide usaha mahasiswa dengan dukungan dana yang diberikan.

II. PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1 Persyaratan

Kriteria pengusul kompetisi AYMP 2025 meliputi:

1. Peserta adalah kelompok mahasiswa aktif Unjaya, minimal semester 2, maksimal semester 6 bagi Program Sarjana, dan semester 4 bagi Program Diploma 3;
2. Anggota kelompok berjumlah 3 – 5 mahasiswa;
3. Setiap mahasiswa hanya boleh terdaftar dalam satu kelompok usaha yang lolos seleksi;
4. Tidak terikat bidang ilmu namun dianjurkan multi disiplin ilmu;
5. Setiap kelompok hanya boleh memilih satu kategori usaha;
6. Produk yang diusulkan merupakan produk yang dikembangkan mahasiswa (bukan waralaba, *reseller*, titip jual, usaha keluarga/orang lain);
7. Kegiatan kewirausahaan yang dilaksanakan oleh kelompok mahasiswa harus memiliki minimal satu orang pembimbing yang merupakan dosen tetap di Unjaya;
8. Bahwa proposal AYMP merupakan karya asli mahasiswa dan belum pernah dibiayai oleh lembaga pemerintah;
9. Setiap prodi wajib mengirimkan minimal 3 proposal AYMP, disertai dengan surat pengantar dari Ketua Program Studi, pada Program Studi Ketua Kelompok Mahasiswa (lampiran 14);
10. Kegiatan kompetisi AYMP **wajib** untuk direkognisi ke dalam mata kuliah maksimal 10 sks melalui program MBKM AYMP.

2.2. Prosedur Pengajuan MBKM AYMP

Proposal AYMP yang telah dinyatakan lolos didanai **wajib** melakukan pengajuan MBKM AYMP dengan prosedur sebagai berikut:

1. Mahasiswa melapor ke DPA bahwa akan mengikuti program MBKM AYMP di Unjaya;
2. DPA melaporkan ke Keprodi;
3. Mahasiswa melakukan KRS MBKM AYMP;
4. Ketua Prodi Penyelenggara melakukan persetujuan mahasiswa yang mengajukan MK MBKM AYMP;
5. Jika disetujui Mahasiswa melakukan pembayaran sesuai dengan ketentuan;
6. Jika tidak disetujui mahasiswa melakukan KRS dengan membatalkan KRS MK MBKM AYMP dan menambah MK Prodi asal.

2.3 Tahapan Usaha

Tahapan usaha dalam pelaksanaan AYMP 2025 ditujukan bagi kelompok usaha mahasiswa terdiri dari dua tahapan yaitu tahapan awal dan tahapan bertumbuh. Kelompok usaha harus memperhatikan kriteria pada tahapan berikut:

Kriteria usaha **tahapan awal** terdiri dari:

1. Usaha belum berjalan;
2. Memiliki *prototype* produk yang terdokumentasi;
3. Sudah melakukan validasi masalah dan solusi (*problem solution fit*);
4. Belum melakukan penjualan atau belum memiliki jejak usaha (*transaction*); dan
5. Memiliki proyeksi laba rugi dan arus kas

Kriteria usaha **tahapan bertumbuh** terdiri dari:

1. Sudah pernah didanai AYMP 2024;

2. Terdapat penjualan atau telah memiliki jejak usaha (*transaction*);
3. Memiliki laporan laba rugi dan arus kas.

2.4 Kategori Usaha

Kegiatan AYMP 2025 ini memiliki **lima kategori usaha** sebagai berikut:

1. Makanan dan Minuman

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

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

2. Budidaya

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

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

3. Industri Kreatif, Seni, dan Budaya

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

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

4. Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan

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

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

5. Manufaktur dan Teknologi Terapan

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

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

6. Bisnis Digital

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

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

Jenis usaha yang tidak diperkenankan:

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

2.5 Kriteria Evaluasi Proposal Usaha

Proposal yang memenuhi persyaratan administrasi maka akan dinilai pada tahapan seleksi substansi berdasarkan kriteria penilaian sesuai dengan jenis usaha berikut ini:

1. Penilaian Proposal untuk Kategori :

- a. Makanan dan minuman;
- b. Budidaya;
- c. Industri kreatif, seni, dan budaya;
- d. Jasa, pariwisata, dan perdagangan; dan
- e. Manufaktur dan teknologi terapan.

Komponen penilaiannya adalah sebagai berikut:

a. Noble purpose (10%)

Kriteria ini menilai tujuan mulia didirikannya suatu usaha. Pendirian usaha tidak hanya fokus untuk mendapatkan keuntungan namun juga memberikan dampak bagi masyarakat dan lingkungannya.

b. Konsumen Potensial (20%)

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

c. Produk (20%)

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

d. Sumber Daya (20%)

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

e. Pemasaran (20%)

Kriteria ini menilai strategi pemasaran usaha yang bertujuan untuk meningkatkan merek, penjualan, pangsa pasar serta loyalitas pelanggan. Strategi tersebut mencakup saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan

f. Keuangan (10%)

Kriteria ini menilai kemampuan pengelolaan keuangan usaha yang dilihat dari:

- 1) Tahap awal : proyeksi laporan laba rugi
- 2) Tahap bertumbuh : laporan laba rugi dan arus kas usaha.

2. Penilaian proposal untuk kategori bisnis digital

Berikut adalah kriteria penilaiannya:

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

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

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

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

c. Analisis Kompetitor (*Competitor Analysis*) (15%)

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

d. Monetisasi (20%)

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

e. Profil Tim (10%)

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

f. Traction (20%)

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

- 1) Tahap awal : hasil survey ide produk/umpan balik (*feed back*) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi (*transaction*)
- 2) Tahap bertumbuh : pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (*partner*), *review customer*, dan *revenue*.

2.6 Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Pendaftaran mahasiswa dan dosen pembimbing	M2-M3									
Sosialisasi pedoman dan pelatihan penulisan proposal		M5								
Seminar kewirausahaan			M1							
Penerimaan proposal		M4 – M2								
Proses seleksi administrasi proposal			M4							
Verifikasi kelayakan proposal			M4-M1							
Penetapan kelompok lolos				M2						
Bimbingan teknis kelompok lolos dan dosen pendamping				M3						

Kegiatan	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Pendanaan tahap 1 kelompok tahap awal				M3						
Pendanaan tahap 1 kelompok tahap bertumbuh				M3						
Proses wirausaha				M2 Juni – M2 Desember						
Laporan kemajuan							M1			
Proses money kelompok							M2			
Pendanaan tahap 2 kelompok tahap awal							M3			
Pendanaan tahap 2 kelompok tahap bertumbuh							M3			
Penilaian laporan akhir									M4	
Festival AYM										M1-M2

2.7 Alokasi dan pendanaan

Bantuan dana maksimal yang diberikan kepada setiap kelompok usaha mahasiswa adalah sebesar Rp 10.000.000,00 (Sepuluh Juta Rupiah), yang bersumber dari dana Hibah Kewirausahaan Yayasan Kartika Eka Paksi (YKEP). Besaran nilai bantuan dana program wirausaha untuk masing-masing kelompok mahasiswa pengusul ditetapkan oleh tim Reviewer Proposal AYMP 2025 Unjaya. Proporsi penggunaan anggaran untuk **tahapan usaha awal** adalah sebagai berikut:

No	Kegunaan	Persentase Maksimal
1.	Pengembangan produk/riset	50%
2.	Produksi	50%
3.	Legalitas, perizinan, sertifikasi, pengujian produk, dan standarisasi	30%
4.	Belanja ATK dan penunjang	5%

Proporsi penggunaan anggaran untuk **tahapan usaha bertumbuh** adalah sebagai berikut:

No	Kegunaan	Persentase Maksimal
1.	Pengembangan pasar dan saluran distribusi	40%
2.	Pengembangan produk/riset	30%
3.	Produksi	40%
3.	Legalitas, perizinan, sertifikasi, pengujian produk, dan standarisasi	15%
4.	Belanja ATK dan penunjang	5%

Angka presentase di setiap komponen adalah nilai maksimum yang diperkenankan, namun total persentase seluruh jenis komponen pengeluaran adalah tetap senilai 100%.

- Penggunaan dana yang **diperbolehkan**
 - Pengembangan pasar dan saluran distribusi ;
 - Pengembangan produk;
 - Produksi;
 - Pengembangan sumber daya;
 - Legalitas, perizinan, sertifikasi, dan standarisasi;
 - Belanja ATK dan peralatan penunjang.
- Penggunaan dana yang **tidak diperbolehkan**

- a. Belanja modal (peralatan dan mesin atau aset tetap renovasi berupa peralatan dan mesin) lebih dari Rp 1.000.000,00 per item;
- b. Barang inventaris seperti laptop, *handphone*, kamera, dll;
- c. Honor kepanitiaan 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;
- i. Sewa tempat usaha, ruang kantor dan gudang.

2.8 Pendampingan

Dalam kajian yang dilakukan oleh *National Business Incubation Association* (NBIA) tahun 2010 terhadap inkubator bisnis terbaik di Amerika, fungsi pendampingan kepada usaha dapat meningkatkan persentase keberhasilan hingga 87% atau hampir dua kali lipat lebih tinggi daripada usaha yang tidak didampingi. Ketentuan dosen pendamping adalah sebagai berikut:

1. Kelompok usaha wajib didampingi dosen pendamping;
2. Dosen pendamping maksimal dapat mendampingi 3 kelompok usaha;
3. Dosen merupakan dosen tetap Unjaya;
4. Mendapatkan Surat Tugas dari Rektor.

Dosen pendamping merupakan dosen yang kompeten dalam pembinaan wirausaha mahasiswa. Dalam program ini yang perlu dilakukan oleh dosen pendamping adalah dalam proses pelaporan dan kemajuan usaha mahasiswa

1. Dosen pendamping melaporkan kemajuan usaha dari setiap tim meliputi:
 - a. Fondasi bisnis: kondisi awal dan kemajuan kelompok usaha mahasiswa dalam aspek: jiwa wirausaha, pengetahuan dasar kewirausahaan dsb;
 - b. Pelanggan : kemampuan tim membidik pelanggan yang tepat;
 - 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: kondisi awal dan kemajuan kelompok usaha mahasiswa dalam mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki untuk mendapatkan *traction* yang maksimal.
2. Pendampingan dimulai terlebih dahulu dengan menilai kondisi awal tim (pendampingan pertama) dan dilanjutkan dengan menilai kemajuan tim di bulan berikutnya.
3. Penilaian kemajuan dinilai dengan dari angka 1 (sangat tidak mampu) hingga 10 (sangat mampu).

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.

2.9 Rekomendasi Rekognisi Kegiatan AYMP 2025 ke dalam Kurikulum Program Studi

Berikut adalah rekomendasi yang dapat digunakan sebagai perhitungan ekuivalensi sks yang dipergunakan:

Tahapan	Grup/Individu	Menit	Bobot	Sks
A. WORKSHOP USAHA				
Pengembangan pasar dan saluran distribusi	Individu	60	1	0,02
Pengembangan produk	Individu	60	1	0,02
Produksi	Individu	60	1	0,02
Pengembangan sumber daya	Individu	60	1	0,02
Legalitas, perizinan, sertifikasi, dan standardisasi	Individu	60	1	0,02
Jumlah sks		300		0,11
B. PERENCANAAN USAHA				
Penyusunan proposal	Grup	1.440	0,5	0,27
Seminar	Individu	240	1	0,09
Bimtek awal	Grup	960	0,5	0,18
Jumlah sks		2.640		0,53
C. KEGIATAN USAHA				
Melakukan validasi calon konsumen potensial	Grup	2.880	0,5	0,53
Melakukan validasi permasalahan dan kebutuhan konsumen potensial	Grup	2.880	0,5	0,53
Menganalisis potensi pasar	Grup	2.880	0,5	0,53
Melakukan kegiatan produksi	Grup	11.520	0,5	2,13
Melakukan validasi dan pengembangan produk	Grup	2.880	0,5	0,53
Melakukan kegiatan pemasaran	Grup	11.520	0,5	2,13
Memperluas jejaring dengan mitra kerja	Grup	3.240	0,5	0,60
Pembuatan laporan keuangan	Grup	2.880	0,5	0,53
Jumlah sks		40.680		7,53
D. PENDAMPINGAN DAN PEMBINAAN				
Fondasi Bisnis	Grup	600	0,5	0,11
Pelanggan	Grup	600	0,5	0,11
Produk/Jasa	Grup	600	0,5	0,11
Pemasaran	Grup	600	0,5	0,11

Tahapan	Grup/Individu	Menit	Bobot	Sks
Penjualan	Grup	600	0,5	0,11
Keuntungan	Grup	600	0,5	0,11
Sumber Daya Manusia	Grup	600	0,5	0,11
Sistem	Grup	600	0,5	0,11
Workshop	Grup	720	0,5	0,13
Jumlah sks		5.520		1,02
E. MONITORING DAN EVALUASI				
Menyusun laporan bantuan (kemajuan dan akhir)	Grup	960	0,5	0,18
Membuat logbook setiap minggu	Grup	1.440	0,5	0,27
Mengikuti monitoring dan evaluasi	Grup	960	0,5	0,18
Jumlah sks		3.360		0,62
F. DISEMINASI				
Mengikuti Diseminasi Usaha pada Festival Achmad Yani Muda	Grup	960	0,5	0,18
Jumlah sks		960		0,18
Total (A + B + C + D +E +F)		53.460		10,00

Prosedur pengajuan Rekognisi ke dalam mata kurikulum prodi wajib dilaksanakan pada Semester Gasal 2025/2026 dengan proses sebagai berikut:

1. Kegiatan MBKM AYMP yang dapat direkognisi baik dalam konversi sks atau SKPI apabila mahasiswa telah mengajukan sesuai dengan pedoman dan mendapatkan surat rekomendasi serta rancangan rekognisi dari Wadec 1;
2. Mahasiswa yang telah menyelesaikan rangkaian kegiatan MBKM AYMP dan mendapatkan hasil atau nilai dari penyelenggara MBKM AYMP. Semua tugas program MBKM AYMP diserahkan kepada PS;
3. Setelah mendapatkan hasil atau transkrip nilai maka mahasiswa melaporkan kepada GMB dan menyerahkannya untuk dilakukan verifikasi dan keputusan konversi;
4. GMB melakukan rekognisi sesuai dengan rancangan yang telah dibuat sebelum mahasiswa melakukan kegiatan MBKM AYMP;
5. Setelah GMB melakukan rekognisi maka mengeluarkan surat rekognisi kegiatan MBKM AYMP dan melaporkannya kepada ketua program studi;
6. Ketua program studi menyetujui keputusan rekognisi;
7. Ketua program studi melaporkan kepada Wadec 1 dan ditembuskan kepada Koordinator MBKM Perguruan Tinggi serta Warek;
8. Ketua program studi mengesahkan keputusan rekognisi dan menginformasikan kepada DPA untuk diteruskan kepada mahasiswa yang bersangkutan. Jika rekognisi dalam konversi sks nilai di input ke SIM Akademik Unjaya.

III. PENUTUP

Demikian buku panduan Pedoman Kompetisi Achmad Yani Mudapreneur 2025 ini disusun untuk menjadi pedoman pelaksanaan kegiatan. Harapan kami seluruh mahasiswa dan dosen dapat berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian pelaksanaan sehingga sasaran kegiatan dapat tercapai sesuai dengan tujuan yang diharapkan dan dapat menghasilkan Achmad Yani Muda yang Unggul dan Terdepan dan mewarisi Nilai-Nilai Kejuangan Jenderal Achmad Yani (Nasionalis, Patriotik, Heroik).

Lampiran 1 Cover Proposal

PROPOSAL
PROGRAM ACHMAD YANI MUDAPRENEUR

LOGO UNJAYA

NAMA USAHA

KATEGORI USAHA

DIUSULKAN OLEH

1. NAMA MAHASISWA NPM
2. NAMA MAHASISWA NPM
3. DST

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
2025

Lampiran 2 Lembar Persetujuan

LEMBAR PERSETUJUAN
PROGRAM ACHMAD YANI MUDAPRENEUR 2025

Judul Usaha :
Tahapan Usaha :
Kategori Usaha :
Ketua Pengusul
 a. Nama Lengkap :
 b. NPM :
 c. Fakultas :
 d. Nomor HP :
 e. Alamat email :
Anggota Pengusul
(1, 2, dst)
 a. Nama Lengkap :
 b. NPM :
 c. Fakultas :

Dana yang diusulkan :

Yogyakarta, April 2025

Menyetujui
Dosen Pembimbing

Ketua Pengusul

(Tulis nama)
NPP

(Tulis nama)
NPM

Lampiran 3 Format Isian Proposal Kelompok Usaha

I. Latar belakang

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

II. Deskripsi usaha

A. Kategori

(a) Makanan dan minuman, (b) Budidaya, (c) Industri kreatif, seni, dan budaya, (d) Jasa, pariwisata, dan perdagangan, dan (e) Manufaktur dan teknologi terapan

1. Tujuan mulia (*noble purpose*)
2. Konsumen potensial
3. Produk
4. Sumber daya
5. Pemasaran
6. Keuangan

B. Kategori Bisnis digital

1. Permasalahan dan solusi (*problem dan solution fit*)
2. Analisis pasar (*market analysis*)
3. Analisis kompetitor (*competitor analysis*)
4. Monetisasi
5. Profil tim
6. *Transaction*

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.

Proporsi penggunaan anggaran untuk kelompok usaha tahapan awal adalah sebagai berikut:

No	Kegunaan	Persentase Maksimal
----	----------	---------------------

1.	Pengembangan produk/riset	50%
2.	Produksi	50%
3.	Legalitas, perizinan, sertifikasi, pengujian produk, dan standarisasi	30%
4.	Belanja ATK dan penunjang	5%

Proporsi penggunaan anggaran untuk kelompok usaha tahapan bertumbuh adalah sebagai berikut:

No	Kegunaan	Persentase Maksimal
1.	Pengembangan pasar dan saluran distribusi	40%
2.	Pengembangan produk/riset	30%
3.	Produksi	40%
3.	Legalitas, perizinan, sertifikasi, pengujian produk, dan standarisasi	15%
4.	Belanja ATK dan penunjang	5%

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

1. Belanja modal (peralatan dan mesin atau aset tetap renovasi berupa peralatan dan mesin) lebih dari Rp 1.000.000,00 per item;
2. Barang inventaris seperti laptop, *handphone*, kamera, dll;
3. Honor kepanitiaan orang/bulan;
4. Utilitas (bayar tagihan air, listrik, gas, bahan bakar, dan sejenisnya);
5. Biaya komunikasi dan paket data atau ”*wifi*” (internet);
6. Honor dan konsumsi kelompok usaha;
7. Gaji karyawan;
8. Transportasi luar dan dalam kota;
9. Sewa tempat usaha, ruang kantor dan gudang.

IV. Penutup

Disampaikan kata penutup

V. Lampiran

1. Laporan keuangan
 - a. Laporan arus kas (format dapat dilihat pada Lampiran 4)
 - b. Laporan laba rugi (format dapat dilihat pada Lampiran 5 dan 6 menyesuaikan tahapan)
2. **Untuk Kategori (a) Makanan dan minuman, (b) Budidaya, (c) Industri kreatif, seni, dan budaya (d) Jasa, pariwisata, dan perdagangan, dan (e) Manufaktur dan teknologi terapan**

Business Model Canvas (isi BMC meliputi: *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relation*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partners*, dan *cost structures*) (format dapat dilihat pada Lampiran 15)

3. Khusus Kategori bisnis digital

Pitch desk (isi *pitch desk* meliputi: permasalahan dan solusi (*problem and solution desk*), Analisis pasar (*market analysis*), Analisis kompetitor (*competitor analysis*), Monetisasi, Profil tim, *Transaction*)

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 Laba Rugi
Untuk Periode yang Berakhir (waktu)**

Proyeksi pendapatan

Proyeksi Penjualan	Rp0
Proyeksi Pendapatan non penjualan (jika ada)	<u>Rp0</u>
Total Proyeksi Pendapatan	<u>Rp0</u>

Proyeksi Harga Pokok Penjualan (HPP)

Proyeksi Harga Pokok Penjualan	Rp0
Total Proyeksi Harga Pokok Penjualan (HPP)	<u>Rp0</u>
Total Proyeksi Laba Kotor	<u>Rp0</u>

Proyeksi Beban-beban:

Beban Pemakaian Perlengkapan	Rp0
Beban Penyusutan Harga Tetap	Rp0
Beban Lainnya	<u>Rp0</u>
Total Proyeksi Beban	Rp0

Proyeksi Laba/Rugi Bersih	<u><u>Rp0</u></u>
----------------------------------	--------------------------

Lampiran 6 Format Laporan Laba Rugi **Tahapan Bertumbuh**
Nama Usaha
Laporan Laba Rugi
Untuk Periode yang Berakhir (waktu)

Pendapatan

Penjualan	Rp0
Pendapatan non penjualan (jika ada)	<u>Rp0</u>

Total Pendapatan **Rp0**

Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan	Rp0
Total harga Pokok Penjualan (HPP)	<u>Rp0</u>

Total Laba Kotor **Rp0**

Beban-beban:

Beban Pemakaian Perlengkapan	Rp0
Beban Penyusutan Harta Tetap	Rp0
Beban lainnya	<u>Rp0</u>
Total Beban	<u>Rp0</u>

Laba/Rugi Bersih **Rp0**

Lampiran 7 Format Rencana Kegiatan dan Penggunaan Anggaran (RAB)
Tahapan Usaha Awal

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

Tahapan Usaha Bertumbuh

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

Lampiran 8 Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa

Kategori (a) Makanan dan minuman, (b) Budidaya, (c) Industri kreatif, seni, dan budaya, (d) Jasa, pariwisata, dan perdagangan, dan (e) Manufaktur dan teknologi terapan

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

1. Jumlah konsumen potensial

Jumlah konsumen potensial: uraikan jumlah konsumen potensial sebelum dan sesudah mengikuti program Achmad Yani Mudapreneur 2025, apakah terdapat peningkatan jumlah konsumen potensial?

Sebelum	Sesudah

2. Ukuran pangsa pasar

Ukuran pangsa pasar: Uraikan strategi yang digunakan untuk bersaing dengan kompetitor dan memperluas pangsa pasar sebelum dan sesudah mengikuti program Achmad Yani Mudapreneur 2025, apakah terdapat peningkatan pangsa pasar?

Sebelum	Sesudah

B. PRODUK (**Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung**)

1. Prototipe/produk final (produk yang siap jual)

Prototipe (khusus pada saat pengusulan yang masih ide), disampaikan progressnya sebelum dan sesudah mengikuti program Achmad Yani Mudapreneur 2025, dapat dijelaskan dari sisi produk, pemasaran, investor, konsumen dll.

Sebelum	Sesudah

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

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

Sebelum	Sesudah

3. Pengembangan produk (diversifikasi, pivot (perubahan strategi bisnis) dll)

Pengembangan Produk: Uraikan pengembangan produk yang telah dicapai sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan dan pembinaan program Achmad Yani Mudapreneur 2025. (Bukti capaian dapat dilampirkan).

Sebelum	Sesudah

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 program Achmad Yani Mudapreneur 2025. (**Bukti capaian dapat dilampirkan**)

Sebelum	Sesudah

2. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran: Uraikan strategi pemasaran saat pengusulan dan terkini, sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan dan pembinaan program Achmad Yani Mudapreneur 2025. (**Bukti capaian dapat dilampirkan**).

Sebelum	Sesudah

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 program Achmad Yani Mudapreneur 2025. **(Bukti capaian dapat dilampirkan).**

Sebelum	Sesudah

D. SUMBER DAYA

1. Peningkatan kompetensi

Peningkatan Kompetensi: Uraikan peningkatan kompetensi apa yang anda dan tim dapatkan baik secara mandiri maupun setelah mendapatkan pendanaan/pembinaan program Achmad Yani Mudapreneur 2025

Sebelum	Sesudah

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 Program Achmad Yani Mudapreneur 2025. Uraikan pula strategi pengelolaan tenaga kerja yang anda dan tim lakukan baik sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan/pembinaan Achmad Yani Mudapreneur 2025

Sebelum	Sesudah

3. Kerja sama 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?

Sebelum	Sesudah

E. KEUANGAN

1. *Cash flow*

Berikan penjelasan tentang *cash flow* usaha berbasis *cash inflow* dan *cash outflow* operasional usaha terhitung dari mendapatkan pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur dan penjelasan bagaimana dampak pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur terhadap pertumbuhan *cash flow* operasional usaha

Sebelum	Sesudah

2. Pendapatan

Sebelum	Sesudah

3. Laba bersih

Sebelum	Sesudah

Lampiran 9 Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa
Kategori Bisnis Digital (Tahapan Awal)

A. PRODUK (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

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

Prototipe: disampaikan progresnya sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur 2025, produk sudah bisa diakses/diunduh dan dioperasikan untuk diuji oleh konsumen

Sebelum	Sesudah

2. Legalitas: Memiliki pengusulan merk/HAKI

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

Sebelum	Sesudah

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

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

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

Sebelum	Sesudah

2. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran: Disampaikan strategi pemasaran dan hasil pelaksanaan strategi tersebut sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan program pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur 2025

Sebelum	Sesudah

--	--

3. Channel dan CRM

Channel & CRM: Disampaikan *channel* pemasaran dan pengelolaan pelanggan yang dirancang serta bukti pendukungnya, baik sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur 2025

C. SUMBER DAYA

1. Peningkatan kompetensi bisnis dan teknis

Peningkatan kompetensi bisnis dan teknis: Disampaikan peningkatan kompetensi bisnis dan teknis apa yang telah dilakukan dan bagaimana implementasinya beserta bukti pendukungnya setelah mendapatkan pembinaan perguruan tinggi melalui program pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur 2025

Sebelum	Sesudah

2. Pengembangan jejaring

Pengembangan jejaring: disampaikan pengembangan jejaring/kemitraan yang dilakukan beserta bukti pendukungnya setelah mendapatkan pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur 2025

Sebelum	Sesudah

3. Komposisi tim

Komposisi tim: disampaikan tentang penguatan komposisi tim yang dilakukan setelah mendapatkan pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur 2025

Sebelum	Sesudah

Lampiran 10 Format Laporan Kemajuan Usaha Mahasiswa
Kategori Bisnis Digital (Tahapan Bertumbuh)

A. PRODUK (Disertai dengan dokumentasi/bukti pendukung)

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

MVP: Disampaikan progresnya sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur 2025, produk sudah bisa diakses/diunduh dan dioperasikan untuk diuji oleh konsumen.

Sebelum	Sesudah

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

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

Sebelum	Sesudah

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

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

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

Sebelum	Sesudah

2. Pencapaian Indikator Kerja : peningkatan capaian indikator kinerja (*transaction, revenue, dll*)

Pencapaian Indikator Kinerja: Disampaikan data capaian indikator-indikator kinerja (penetrasi pasar, *early adopter*, *engagement*, dll) sebelum dan sesudah mendapatkan pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur 2025

Sebelum	Sesudah

3. Rencana Pengembangan

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

Sebelum	Sesudah

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

1. Peningkatan kompetensi: Disampaikan peningkatan kompetensi

Peningkatan kompetensi bisnis dan teknis: Disampaikan peningkatan kompetensi bisnis dan teknis apa yang telah dilakukan dan bagaimana implementasinya beserta bukti pendukungnya setelah mendapatkan pembinaan perguruan tinggi melalui program pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur 2025

Sebelum	Sesudah

2. Pengembangan jejaring

Pengembangan jejaring: disampaikan pengembangan jejaring/kemitraan yang dilakukan beserta bukti pendukungnya setelah mendapatkan pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur 2025

Sebelum	Sesudah

3. Komposisi tim

Komposisi tim: disampaikan tentang penguatan komposisi tim yang dilakukan setelah mendapatkan pendanaan Program Achmad Yani Mudapreneur 2025

Sebelum	Sesudah

Lampiran 11 Format Laporan Kemajuan Penggunaan Anggaran Kelompok Usaha Mahasiswa
Tahapan awal

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

Tahapan bertumbuh

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

Lampiran 12 Format Laporan Akhir

COVER PROPOSAL

LAPORAN AKHIR
PROGRAM ACHMAD YANI MUDAPRENEUR

LOGO UNJAYA

NAMA USAHA

KATEGORI USAHA

DIUSULKAN OLEH

1. NAMA MAHASISWA NPM
2. NAMA MAHASISWA NPM
3. DST

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PROGRAM ACHMAD YANI MUDAPRENEUR 2025

Judul Usaha :

Tahapan Usaha :

Kategori Usaha :

Ketua Pengusul

a. Nama Lengkap :

b. NPM :

c. Fakultas :

d. Nomor HP :

e. Alamat email :

Anggota Pengusul

(1, 2, dst)

a. Nama Lengkap :

b. NPM :

c. Fakultas :

Dana yang digunakan :

Yogyakarta, 2025

Menyetujui

Dosen Pembimbing

Ketua Pengusul

(Tulis nama)

NPP

(Tulis nama)

NPM

DAFTAR ISI

Kategori (a) Makanan dan minuman, (b) Budidaya, (c) Industri kreatif, seni, dan budaya, (d) Jasa, pariwisata, dan perdagangan, dan (e) Manufaktur dan teknologi terapan

- I. Ringkasan Eksekutif
Berisi penjelasan singkat tentang Permasalahan, Solusi, Kekuatan Tim, Segmentasi Pasar, Pesaing, Keuangan, Pencapaian *maksimal 250 kata
- II. Deskripsi Usaha (dapat disertai dengan foto, grafik, dll)
Berisi tentang latar belakang, profil usaha, dan dampak dari tujuan mulia yang dirasakan masyarakat.
- III. Konsumen Potensial (dapat disertai dengan foto, grafik, dll)
 1. Jumlah konsumen potensial
 2. Ukuran pangsa pasar
- IV. Produk (dapat disertai dengan foto, grafik, dll)
 1. Prototipe/produk final
 2. Legalitas
 3. Pengembangan produk
- V. Pemasaran (dapat disertai dengan foto, grafik, dll)
 1. Pmset/sales
 2. Strategi pemasaran
 3. Instrumen pemasaran
- VI. Sumber Daya (dapat disertai dengan foto, grafik, dll)
 1. Peningkatan kompetensi
 2. Pengembangan jejaring, mitra, strategi tenaga kerja
 3. Kerja sama tim
- VII. Keuangan (dapat disertai dengan foto, grafik, dll)
 1. *Cash flow*
 2. Pendapatan
 3. Laba bersih
- VIII. Penutup
Simpulan dan saran
- IX. Lampiran

Kategori : Bisnis Digital

I. Ringkasan eksekutif

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

II. Deskripsi bisnis digital (dapat disertai dengan foto, grafik, dll)

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

III. Produk (dapat disertai dengan foto, grafik, dll)

Tahap awal (untuk bisnis digital tahapan awal)

1. Prototipe
2. Legalitas

Tahap bertumbuh (untuk bisnis digital tahapan bertumbuh)

1. MVP
2. Legalitas

IV. *Business development* (dapat disertai dengan foto, grafik, dll)

Tahap awal (untuk bisnis digital tahapan awal)

1. Proses validasi (*problem solution fit*)
2. Strategi pemasaran
3. *Channel dan customer relationship management*

Tahap bertumbuh (untuk bisnis digital tahapan bertumbuh)

1. Proses validasi (*product market fit*)
2. Pencapaian indikator kinerja
3. Rencana pengembangan

V. Sumber Daya (dapat disertai dengan foto, grafik, dll)

Tahap awal (untuk bisnis digital tahapan awal)

1. Peningkatan kompetensi bisnis dan teknis
2. Pengembangan jejaring
3. Komposisi tim

Tahap bertumbuh (untuk bisnis digital tahapan bertumbuh)

1. Peningkatan kompetensi (kompetensi *hustle, hacker, hipster*)

- 2. Pengembangan jejaring
 - 3. Komposisi tim
- VI. Penutup
 - Simpulan dan saran
- VII. Lampiran

Lampiran 13 Rekapitulasi penggunaan anggaran keseluruhan
Tahapan awal

No	Jenis Pengeluaran	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Nomor Bukti Keuangan (Kuitansi, Nota, dll)
1	Pengembangan Produk/Riset					
2	Produksi					
3	Legalitas, Perijinan, Sertifikasi, Pengujian Produk, dan Standarisasi					
4	Belanja ATK dan Penunjang					
Subtotal						

Tahapan Bertumbuh

No	Jenis Pengeluaran	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Nomor Bukti Keuangan (Kuitansi, Nota, dll)
1	Pengembangan Pasar dan Saluran Distribusi					
2	Pengembangan Produk/Riset					
3	Produksi					
4	Legalitas, Perijinan, Sertifikasi, Pengujian Produk, dan Standarisasi					
5	Belanja ATK dan Penunjang					
Subtotal						

Format Laporan Akhir Penggunaan Anggaran Kelompok Usaha Mahasiswa

Tahapan awal

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

Tahapan bertumbuh

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

n Produk, dan Standari sasi																	
Belanja ATK dan Penunja ng	a. b. c.								a. b. c.								
Total									Total								

Lampiran 14 Format Surat Pengantar Dari Program Studi

Nomor :

Perihal : Pengantar Kepesertaan Achmad Yani Mudapreneur 2025

Kepada Yth Ketua Pelaksana Achmad Yani Mudapreneur

Di Unjaya

Dengan hormat,

Berikut kami sampaikan kelompok mahasiswa untuk mengikuti kegiatan Kompetisi Achmad Yani Mudapreneur 2025 dari Prodi.....

Kelompok 1	:
Judul Proposal	:
Ketua Kelompok	:..... (NPM:)
Anggota	:1. (NPM:)
	2. dst
Kelompok 2	:
Judul Proposal	:
Ketua Kelompok	:..... (NPM:)
Anggota	:1.(NPM:)
	2. dst
Kelompok 3	:
Judul Proposal	:
Ketua Kelompok	:..... (NPM:)
Anggota	:1.(NPM:)
	2. dst

Demikian surat pengantar ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan dalam proses selanjutnya.

Yogyakarta, 2025

Ketua Prodi,

Nama, ttd, dan cap

Lampiran 15 Business Model Canvas

BISNIS MODEL CANVAS

Key Partners (Mitra Utama) <ul style="list-style-type: none"> • _____ • _____ • _____ 	Key Activities (Aktivitas Utama) <ul style="list-style-type: none"> • _____ • _____ • _____ 	Value Propositions (Proposisi Nilai) <ul style="list-style-type: none"> • _____ • _____ • _____ 	Customer Relationships (Kemitraan Plgn) <ul style="list-style-type: none"> • _____ • _____ • _____ 	Customer Segments (Segmen Plgn) <ul style="list-style-type: none"> • _____ • _____ • _____
	Key Resources (Sumberdaya Utama) <ul style="list-style-type: none"> • _____ • _____ • _____ 		Channels (Saluran) <ul style="list-style-type: none"> • _____ • _____ • _____ 	
Cost Structure (Struktur Biaya) <ul style="list-style-type: none"> • _____ • _____ • _____ 		Revenue Streams (Arus Pendapatan) <ul style="list-style-type: none"> • _____ • _____ • _____ 		

Lampiran 16 Rubrik Penilaian Proposal 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

No	Kategori	Nilai dan Kriteria	
1	Noble Purpose/ Tujuan Mulia	1	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha tidak jelas, tidak terlihat tujuan pendirian usaha yang fokus untuk mendapatkan keuntungan dan tidak ada dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan.
		2	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha sangat kurang jelas, terlihat dari tujuan pendirian usaha yang fokus untuk mendapatkan keuntungan dan sangat kurang memberikan dampak bagi masyarakat dan lingkungan.
		3	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha kurang jelas, terlihat dari tujuan pendirian usaha yang fokus untuk mendapatkan keuntungan dan kurang memberikan dampak bagi masyarakat dan lingkungan.
		4	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha cukup jelas, terlihat dari tujuan pendirian usaha yang tidak hanya fokus untuk mendapatkan keuntungan namun juga cukup memberikan dampak bagi masyarakat dan lingkungan.
		5	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha jelas. Terdapat data pendukung memperlihatkan tujuan pendirian usaha yang tidak hanya fokus untuk mendapatkan keuntungan namun juga memberikan dampak bagi masyarakat dan lingkungan.
		6	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha sangat jelas. Terdapat data pendukung memperlihatkan tujuan pendirian usaha yang tidak hanya fokus untuk mendapatkan keuntungan namun juga memberikan dampak bagi masyarakat dan lingkungan.
2	Konsumen Potensial	1	Segmen pasar dan target pembeli potensial tidak didefinisikan dengan jelas, tidak mengetahui ukuran pasar, tidak mampu menghitung estimasi pangsa pasar dan tidak menggunakan data pendukung, serta tidak mampu menganalisis kompetitor di pasar.
		2	Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan sangat kurang jelas, ukuran pasar dan estimasi pangsa pasar tidak dihitung dengan tepat dan tidak didukung oleh data yang valid, serta tidak mampu menganalisis kompetitor di pasar.
		3	Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan kurang jelas, kurang mengetahui ukuran pasar, dan estimasi pangsa pasar tidak dihitung dengan tepat dan tidak didukung oleh data yang valid, serta kurang mampu menganalisis kompetitor di pasar.
		4	Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan cukup jelas, cukup mengetahui ukuran pasar dan estimasi pangsa pasar namun tidak dihitung dengan tepat dan tidak didukung dengan data yang valid, cukup mampu menganalisis kompetitor di pasar.
		5	Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan dengan jelas, mengetahui ukuran pasar dengan jelas, estimasi pangsa pasar dihitung dengan tepat dan cukup didukung oleh data-data yang valid, serta menganalisis kompetitor dengan jelas.
		6	Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan dengan sangat jelas, mengetahui ukuran pasar dengan sangat jelas, estimasi pangsa pasar dihitung dengan tepat dan didukung oleh data-data yang valid, serta menganalisis kompetitor di pasar dengan sangat jelas.
3	Produk	1	Produk tidak memiliki inovasi, tidak memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), tidak menyebutkan penggunaan bahan lokal, serta produk tidak mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen.

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

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

Kategori Bisnis Digital

No	Kategori	Nilai dan Kriteria	
1	Permasalahan dan situasi (<i>Problems and Solution Fit</i>)	1	Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna tidak dijelaskan dan solusi (produk) yang ditawarkan tidak mengatasi masalah pengguna dan tidak memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition</i>).
		2	Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna sangat kurang jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan tidak mengatasi masalah pengguna dan sangat kurang memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition sangat kurang jelas</i>).
		3	Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna kurang jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan kurang mengatasi masalah pengguna dan kurang memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition sangat kurang jelas</i>).
		4	Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna cukup jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan cukup mengatasi masalah pengguna dan cukup memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition sangat cukup jelas</i>).
		5	Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan dapat mengatasi masalah pengguna dan memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition jelas</i>).
		6	Permasalahan yang dihadapi oleh pengguna sangat jelas dan solusi (produk) yang ditawarkan terbukti dapat mengatasi masalah pengguna dan memiliki nilai yang membuat solusi (produk) tersebut dapat diterima oleh pengguna (<i>value proposition sangat jelas</i>).
2	Analisis Pasar (<i>Market Analysis</i>)	1	Analisis pasar tidak dijelaskan dengan rinci, tidak ada penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain.
		2	Analisis pasar diuraikan dengan sangat kurang jelas, termasuk di dalamnya penggunaan pendekatan STP
		3	Analisis pasar diuraikan dengan kurang jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain dengan disertai data pendukung dan referensi yang kurang valid dan relevan untuk memperkuat hasil analisis.
		4	Analisis pasar diuraikan dengan cukup jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain disertai data pendukung dan referensi yang cukup valid dan/atau relevan untuk memperkuat hasil analisis.
		5	Analisis pasar diuraikan dengan jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain disertai data pendukung dan referensi yang valid, relevan dan lengkap untuk memperkuat hasil analisis.
		6	Analisis pasar diuraikan dengan sangat jelas, termasuk didalamnya penggunaan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) atau pendekatan analisis pasar yang lain disertai data pendukung dan referensi yang valid, relevan dan sangat lengkap untuk memperkuat hasil analisis.
3	Analisis Kompetitor (<i>Competitor Analysis</i>)	1	Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor tidak dijelaskan.
		2	Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan

			kompetitor, diuraikan dengan sangat kurang jelas dan tidak didukung dengan data yang valid.
		3	Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan kurang jelas dan didukung dengan data yang kurang valid dan relevan.
		4	Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan cukup jelas dan didukung dengan data yang cukup valid dan/atau relevan.
		5	Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan jelas dan didukung dengan data yang valid, relevan dan lengkap.
		6	Analisis terhadap kompetitor (kompetitor langsung maupun tidak langsung) termasuk di dalamnya penjelasan keunggulan, dan peta potensi persaingan dengan kompetitor serta strategi bersaing dengan kompetitor, diuraikan dengan sangat jelas dan didukung dengan data yang valid, relevan dan sangat lengkap.
4	Monetisasi	1	Tidak ada uraian tentang strategi usaha untuk memperoleh pendapatan (<i>generating income</i>) yang meliputi penjelasan tentang besaran pendapatan yang ditargetkan atau sumber-sumber pendapatan (<i>revenue stream</i>) baik melalui penjualan, pendapatan jasa dan sumber pendapatan lainnya.
		2	Uraian tentang strategi usaha untuk memperoleh pendapatan (<i>generating income</i>) yang meliputi penjelasan tentang besaran pendapatan yang ditargetkan serta sumber-sumber pendapatan (<i>revenue stream</i>) baik melalui penjualan, pendapatan jasa dan sumber pendapatan lainnya masih sangat kurang jelas.
		3	Uraian tentang strategi usaha untuk memperoleh pendapatan (<i>generating income</i>) yang meliputi penjelasan tentang besaran pendapatan yang ditargetkan serta sumber-sumber pendapatan (<i>revenue stream</i>) baik melalui penjualan, pendapatan jasa dan sumber pendapatan lainnya masih kurang jelas.
		4	Strategi usaha untuk memperoleh pendapatan (<i>generating income</i>) yang meliputi penjelasan tentang besaran pendapatan yang ditargetkan serta sumber-sumber pendapatan (<i>revenue stream</i>) baik melalui penjualan, pendapatan jasa dan sumber pendapatan lainnya diuraikan dengan cukup jelas.
		5	Strategi usaha untuk memperoleh pendapatan (<i>generating income</i>) yang meliputi penjelasan tentang besaran pendapatan yang ditargetkan serta sumber-sumber pendapatan (<i>revenue stream</i>) baik melalui penjualan, pendapatan jasa dan sumber pendapatan lainnya diuraikan dengan jelas.
		6	Strategi usaha untuk memperoleh pendapatan (<i>generating income</i>) yang meliputi penjelasan tentang besaran pendapatan yang ditargetkan serta sumber-sumber pendapatan (<i>revenue stream</i>) baik melalui penjualan, pendapatan jasa dan sumber pendapatan lainnya diuraikan dengan sangat jelas
5	Profil tim	1	Kelayakan tim tidak dapat terlihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>).
		2	Kelayakan tim sangat kurang jelas terlihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>).
		3	Kelayakan tim kurang jelas terlihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>).

		4	Kelayakan tim cukup jelas terlihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>).
		5	Kelayakan tim jelas terlihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>), disertai dengan data pendukung.
		6	Kelayakan tim sangat jelas terlihat dari uraian keahlian, pengalaman, dan uraian tugas masing-masing anggota tim (<i>hipster, hacker, dan hustler</i>), disertai dengan data pendukung yang valid dan relevan.
6	<i>Transaction</i>	1	Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi <i>traction</i> tidak dijelaskan.
		2	Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi <i>traction</i> diuraikan dengan sangat kurang jelas.
		3	Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi <i>traction</i> diuraikan dengan kurang jelas.
		4	Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi <i>traction</i> diuraikan dengan cukup jelas.
		5	Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe, atau proyeksi <i>traction</i> diuraikan dengan jelas dan dilengkapi dengan data pendukung.
		6	Kinerja tim dalam menjalankan strategi bisnis yang diukur dari pengguna (jumlah pengunjung, pengguna baru, pengguna loyal), mitra (partner) dan untuk tahap awal bisa berbentuk hasil survei ide produk/umpan balik (<i>feed back</i>) calon pelanggan/uji coba prototipe.

Lampiran 17 Rubrik Penilaian Pendampingan Kelompok Usaha

Tahapan	Skor		
	1 - 4	5 - 7	8 - 10
Fondasi Bisnis	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang konsep-konsep wirausaha. Mereka memiliki kesadaran tentang pentingnya wirausaha tetapi masih tahap awal dalam mengembangkan sikap dan perilaku kewirausahaan.	Kelompok usaha mampu menerapkan pengetahuan dasar kewirausahaan dalam kegiatan usaha. Mereka menunjukkan inisiatif dan keterampilan dalam mengatasi tantangan awal dan mengimplementasikan ide-ide pengembangan usaha.	Kelompok usaha menunjukkan kemampuan untuk menganalisis dan mengkritik hasil dari penerapan pengetahuan dasar wirausaha. Mereka dapat mengidentifikasi keberhasilan, kegagalan, dan area untuk perbaikan dalam usaha mereka, serta merencanakan strategi untuk peningkatan berkelanjutan.
Pelanggan	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar mengenai pentingnya mengidentifikasi dan menargetkan pelanggan yang tepat. Mereka memiliki kesadaran awal mengenai siapa target pasar mereka namun belum mampu menerapkan strategi yang efektif untuk menjangkaunya.	Kelompok usaha mampu menerapkan strategi dalam mengidentifikasi dan menargetkan pelanggan yang tepat dengan penggunaan alat dan teknik dasar. Mereka menunjukkan upaya untuk menjangkau target pasar, meskipun mungkin belum sepenuhnya efektif atau konsisten.	Kelompok usaha menunjukkan keahlian dalam mengidentifikasi, menargetkan, dan menjangkau pelanggan yang tepat. Mereka mampu menganalisis umpan balik pasar, mengidentifikasi tren, dan menyesuaikan strategi secara efektif untuk meningkatkan hasil.
Produk/jasa	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar dalam pengembangan produk atau jasa yang bertujuan menyelesaikan permasalahan pelanggan. Mereka telah memahami kebutuhan dasar pelanggan tetapi belum menerapkan solusi yang efektif atau inovatif.	Kelompok usaha telah menerapkan pengetahuan mereka dalam pengembangan produk atau jasa. Mereka telah mencoba menciptakan solusi untuk permasalahan pelanggan, meskipun mungkin solusinya belum optimal atau belum sepenuhnya efektif.	Kelompok usaha menunjukkan keahlian dalam mengembangkan produk atau jasa yang efektif dan inovatif untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan. Mereka dapat menganalisis umpan balik, melakukan penyesuaian berdasarkan hasil, dan terus memperbaiki solusi yang ditawarkan.
Pemasaran	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang konsep dan pentingnya strategi pemasaran. Mereka mengenal berbagai elemen strategi pemasaran namun belum mampu mengimplementasikannya secara efektif	Kelompok usaha telah menerapkan strategi pemasaran dalam aktivitas mereka. Mereka menunjukkan kemampuan untuk menggunakan beberapa teknik pemasaran secara praktis, meskipun mungkin belum sepenuhnya efisien atau efektif.	Kelompok usaha menunjukkan kemahiran tinggi dalam merencanakan dan mengimplementasikan strategi pemasaran. Mereka mampu menganalisis hasil dari strategi yang diterapkan, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian strategis berdasarkan analisis tersebut.
Penjualan	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang pentingnya strategi penjualan dan konsep-konsep utamanya. Mereka memahami teori di balik peningkatan penjualan tetapi belum mampu mengimplementasikan strategi tersebut secara efektif.	Kelompok usaha telah menerapkan strategi penjualan dalam operasional mereka. Mereka menunjukkan kemampuan untuk menggunakan beberapa teknik penjualan secara praktis, meskipun mungkin masih ada	Kelompok usaha menunjukkan keahlian tinggi dalam merencanakan dan mengimplementasikan strategi penjualan. Mereka mampu menganalisis hasil dari strategi yang diterapkan, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian

Tahapan	Skor		
	1 - 4	5 - 7	8 - 10
		kekurangan dalam efisiensi atau efektivitas.	strategis berdasarkan analisis tersebut.
Keuntungan	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar mengenai pengelolaan pendapatan dan pengeluaran. Mereka memahami teori pengelolaan keuangan tetapi belum mampu menerapkannya secara efektif untuk mencapai keuntungan optimal.	Kelompok usaha telah menerapkan praktik pengelolaan pendapatan dan pengeluaran. Mereka menggunakan teknik pengelolaan keuangan secara praktis, meskipun mungkin masih ada kekurangan dalam mengoptimalkan keuntungan.	Kelompok usaha menunjukkan kemahiran tinggi dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran. Mereka mampu menganalisis keuangan, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian strategis untuk meningkatkan keuntungan.
Sumber Daya Manusia	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang pentingnya perencanaan, pengelolaan, dan peningkatan potensi sumber daya manusia. Mereka memahami teori dasar manajemen SDM tetapi belum mampu menerapkannya secara efektif.	Kelompok usaha telah menerapkan praktik manajemen SDM dalam operasional mereka. Mereka menggunakan beberapa teknik pengelolaan SDM secara praktis, meskipun mungkin belum sepenuhnya efisien atau efektif.	Kelompok usaha menunjukkan kemahiran tinggi dalam merencanakan, mengelola, dan meningkatkan potensi SDM. Mereka mampu menganalisis hasil dari praktik manajemen SDM yang diterapkan, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian strategis berdasarkan analisis tersebut.
Sistem	Kelompok usaha menunjukkan pemahaman dasar tentang pentingnya menggunakan sistem berbasis teknologi untuk mengoptimalkan sumber daya dalam operasional bisnis. Mereka mengerti teori dasar sistem manajemen operasional tetapi belum mampu menerapkannya secara efektif.	Kelompok usaha telah menerapkan sistem berbasis teknologi untuk mengelola sumber daya dalam operasional bisnis. Mereka menggunakan beberapa teknik manajemen operasional secara praktis, meskipun mungkin masih ada kekurangan dalam efisiensi atau efektivitas.	Kelompok usaha menunjukkan keahlian tinggi dalam menggunakan sistem berbasis teknologi untuk mengoptimalkan sumber daya. Mereka mampu menganalisis hasil dari penerapan sistem, mengidentifikasi area perbaikan, dan melakukan penyesuaian strategis untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional.