

# SOP

## PENILAIAN KEWIRAUSAHAAN


**Kampus Banjarmasin**

Jl. A. Yani Km. 5,5 Kota Banjarmasin  
Telp. (0511) 3256 560

**Kampus Banjarbaru**

Jl. Trikora RT. 018 RW. 03 Kota Banjarbaru  
Telp. (0511) 4777 200



 <b>SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PANCASETIA</b>	<b>STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR</b>	No. Dokumen	LPM STIEPAN SOP
		Berlaku Sejak	07-03-2022
	<b>MBKM PENILAIAN KEWIRAUSAHAAN</b>	Revisi	
		Halaman	

## SOP MBKM PENILAIAN KEWIRAUSAHAAN

### 1. TUJUAN

- 1.1 Memberikan penjelasan bagi dosen dan mahasiswa di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia tentang tata cara MBKM penilaian kewirausahaan
- 1.2 Sebagai pedoman bagi Tim Penyusun untuk melaksanakan MBKM bidang kewirausahaan.

### 2. Dasar Pelaksanaan Kewirausahaan

Dasar pelaksanaan kewirausahaan adalah ketentuan formal penyelenggara perguruan tinggi, yaitu:

Merdeka Belajar–Kampus Merdeka merupakan salah satu kebijakan dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Nadiem Makariem. Salah satu program dari kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka adalah Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi.

Program tersebut merupakan amanah dari berbagai regulasi/landasan hukum pendidikan tinggi dalam rangka peningkatan mutu pembelajaran dan lulusan pendidikan tinggi. Landasan hukum pelaksanaan program kebijakan Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi diantaranya, sebagai berikut:

1. Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. [Unduh disini](#)
2. Peraturan Presiden No.98 Tahun 2014 tentang Perizinan Untuk Usaha Mikro dan Kecil.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri No.83 Tahun 2014 tentang Pedoman Pemberian Izin Usaha Mikro dan Kecil.
4. Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
5. Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan.
6. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.
7. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan.
8. Peraturan Kepala Badan POM RI No.HK.03.1.23.04.12.2205/2012 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga.

9. Buku Pedoman Merdeka Belajar-Kampus Merdeka Bidang Kewirausahaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia.

### 3. Prosedur Penilaian MBKM Kewirausahaan

Penilaian yang dilakukan keterkaitan dengan pengisian Berita Acara Nilai, penilaian dengan kriteria mencakup “TAKTIK” (Tangguh , Adaptif ,Komunikatif ,Totalitas, Inovatif & Kreatif).

KRITERIA :

- a. **Tangguh** dan Mandiri adalah sikap dan kemampuan pantang menyerah serta profesional
- b. **Adaptif** adalah kemampuan menyesuaikan diri dalam setiap keadaan dan kondisi ril yang terkini, dalam merespon kebutuhan.
- c. **Komunikatif** adalah kemampuan dalam menyampaikan maksud dan tujuan secara efektif dan mencapai sasaran
- d. **Totalitas** dan Fokus adalah bekerja dengan penuh semangat, serius dan terarah, sehingga mencapai tujuan.
- e. **Inovatif & Kreatif** adalah daya pikir dan kemampuan kerja yang dimiliki, inspiratif dan selalu memunculkan ide-ide baru serta kaya dengan kreasi

Serta mempertimbangkan beberapa kriteria yang menyesuaikan dengan KBMI:

No.	Kriteria	Bobot (%)
1	<b>Noble Purpose, Topik Bisnis dan Target Specific Customer</b> Indikator Keberhasilan : Pemilihan topik bisnis dan specific target market yang sangat kuat terkait dengan noble purpose, passion, expertise team dan	10

	<p>potensi mitra yg dipilih.</p> <p>Referensi Penilaian :</p> <p>Keterkaitan kuat antara noble purpose dengan topik bisnis yang dipilih, dan ketepatan maupun keunikan dalam memilih target spesifik market yang disasar. Melampirkan data-data pendukung fakta dari topik bisnis yang dipilih.</p> <p>Lampiran berupa noble purpose setiap anggota team dan kesimpulannya menjadi <i>noble purpose</i> kelompok/tim, lampiran berupa analisa tarikan pasar topik bisnis yang dipilih dengan korelasi kuat dengan noble purpose team. Data tentang topik bisnis berdasarkan data-data terpercaya yang menguatkan yang menunjukkan permintaan pasar yang sedang trend saat ini.</p>	
2	<p><b>Strategi manajemen Sumber Daya Manusia</b></p> <p>Cek Lampiran LAPORAN RISET PASAR (berupa riset tarikan pasar, analisis calon partner maupun analisis <i>kompetitor</i>)</p> <p>Referensi 1: Keterkaitan kuat antara topik bisnis dengan keahlian tim dan ketepatan dalam membuat indikator keberhasilan. Pemilihan partner bisnis untuk menguatkan dan membuat efisien biaya produksi/marketing</p> <p>Referensi 2: Lampiran : Profil masing-masing anggota team dengan segala keahlian maupun pengalaman yang dimiliki. Lampiran indikator keberhasilan yang mempunyai relasi kuat dengan keberhasilan bisnisnya. Lampiran analisis partner bisnis yang akan atau sudah dipilih yang membawa dampak efisiensi proses <i>marketing</i> maupun inovasi bisnisnya.</p>	10
3	<p><b>Menjelaskan kedalaman pemahaman pebisnis atas permasalahan yang dirasakan oleh pelanggan (<i>DESIRABILITY</i>)</b></p> <p>Cek LAMPIRAN RISET PASAR (riset berupa <i>data need to do (NTD)</i> , <i>pain</i>, <i>gain customer</i>)</p> <p>Referensi 1: Pemilihan permasalahan ataupun harapan yang dialami oleh customer berdasarkan hasil riset interview kepada 30 target customer dan validasi kepada 100 target <i>customer</i> via google form. Analisis permasalahan ataupun harapan yang dipilih memiliki keunikan dan mempunyai peluang besar untuk menjadi trend.</p>	20

	<p>Referensi 2: Lampiran hasil riset kepada target customernya. Hasil interview kepada minimal 30 target <i>customer</i> untuk target publik dan 10 untuk target institusi/lembaga, ditemukan pola <i>pain</i> dan <i>gain</i> yang kuat kemudian divalidasi dengan survey online tentang <i>pain gain</i> tersebut kepada 100 target <i>customer</i>-nya untuk akhirnya menjadi pertimbangan masalah atau harapan mana dari target customernya yang akan diselesaikan oleh bisnisnya.</p>	
4	<p><b>Menjelaskan produk yang kompetitif dan mampu menyelesaikan masalah pelanggan. (<i>FEASIBILITY</i>)</b></p> <p>Cek Lampiran LAPORAN RISET PASAR (riset berupa data SWOT terhadap <i>kompetitor</i> dan pasar yang ada)</p> <p>Referensi 1: Produk/jasa yang mempunyai ketepatan solusi. Memilih fitur maupun business model yang berbeda dan kompetitif dengan <i>kompetitor</i> yang ada. <i>Riset</i> mendalam terkait kompetitor dan referensi lengkap ide2 yang sudah pernah ada. Disertai lampiran hasil riset tentang referensi maupun data <i>kompetitor</i></p> <p>Referensi 2: Lampiran hasil riset yang mendalam tentang data2 kompetitor maupun produk/jasa substitusi. lampiran berupa hasil mentoring dan coaching kepada pakar2 di bidangnya. lampiran berupa jurnal atau artikel dari sumber yang terpercaya. LAMPIRAN PENTING : <i>prototype</i> atau video kehandalan produk/jasa yang dihasilkan, termasuk hasil test kepada target <i>customer</i>-nya, bagi yang punya produk berupa testimoni di akun social medianya.</p>	20
5	<p><b>Strategi pemasaran kepada customer (<i>delivery</i>)</b></p> <p>Referensi: Strategi pemasaran yang tepat dimulai dari memasarkan di pasar yg tepat dalam scope kecil dan target customer yang berpengaruh hingga rencana jangka panjang yang jelas dan terukur. Menggunakan pendekatan personal secara offline maupun menggunakan strategi digital yang tepat. Alasan yang sangat kuat kenapa team itu memilih daerah tersebut sebagai awal “pertempuran” bisnisnya. Kombinasi yang sangat kuat antara strategi direct selling / personal approach dengan digital marketing.</p>	20
6	<p><b>Strategi keuangan (<i>Financial Strategy</i>)</b></p> <p><b>Cek Lampiran Unggah berkas rancangan atau laporan finansial bisnis</b></p>	20

	<p><b>Anda.</b></p> <p>Referensi 1: Strategi mendapatkan finansial yang kuat secara cerdas dengan proyeksi pengeluaran yang terukur sehingga mempunyai potensi keuntungan. Proyeksi antara target dan realita sangat relevan dengan strategi marketing maupun rencana pengeluaran.</p> <p>Referensi 2: LAMPIRAN : proyeksi finansial yang menunjukkan rencana atau laporan pendapatan, biaya HPP, gross profit, biaya operasional, net profit dan proyeksi ROI nya.</p>	
--	---	--

3. Melakukan Penilaian terhadap pelaksanaan PB Gilmar sampai dengan laporan pertanggungjawaban PB Gilmar.
4. Melihat bukti-bukti pelaksanaan kegiatan online seperti bukti order dan bukti terkait kegiatan