	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL					Kode Dokumen: RPS-01-05
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK		BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Kewirausahaan	26153108	Mata Kuliah Wajib Program Studi (MKWP)		T=2 P=0	Genap Tahun Ajaran 2026/2027	17 Juni 2026
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PROGRAM STUDI	
	Sitti Husna Noviana Djou, SE., M.Si		Dr. Titin Dunggio, M.Si., M.Kes		Sitti Husna Noviana Djou, SE., M.Si	
CPL-PRODI yang dibebankan pada MK	CPL-C1	Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, menjunjung tinggi nilai moral, etika akademik, dan integritas dalam praktik bisnis digital.				
	CPL-C2	Menunjukkan karakter mandiri, bertanggung jawab, adaptif terhadap perubahan teknologi, serta berjiwa kewirausahaan digital.				
	CPL-A1	Menguasai konsep dan teori dasar manajemen, kewirausahaan, dan model bisnis digital berbasis UMKM dan ekonomi kreatif.				
	CPL-A2	Menguasai prinsip dan konsep teknologi digital (AI, Big Data, IoT, Cloud Computing, Digital Marketing, E-Commerce, dsb.) dalam konteks pengembangan bisnis.				

	CPL-A3	Memahami ekosistem transformasi digital, regulasi bisnis digital, etika profesi, serta tata kelola bisnis berbasis teknologi.
	CPL-P1	Mampu berpikir kritis, analitis, dan inovatif dalam mengidentifikasi serta memecahkan permasalahan bisnis digital secara sistematis.
	CPL-P2	Mampu berkomunikasi secara efektif, bekerja sama dalam tim multidisipliner, serta memanfaatkan teknologi informasi dalam penyusunan laporan dan presentasi profesional.
	CPL-P3	Mampu melakukan penelitian terapan sederhana dan menyusun karya ilmiah atau laporan bisnis berbasis data secara akuntabel.
	CPL-P4	Mampu merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi model bisnis digital berbasis UMKM dan usaha kreatif secara inovatif dan berkelanjutan.
	CPL-P5	Mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital, analisis data bisnis, dan optimalisasi platform digital untuk meningkatkan kinerja usaha.
	CPL-P6	Mampu menginisiasi dan mengelola startup atau proyek kewirausahaan digital dengan memanfaatkan teknologi terkini serta prinsip manajemen yang profesional.
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	CPMK1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dan teori kewirausahaan serta karakteristik wirausaha digital yang berintegritas dan beretika [CPL-C1, CPL-A1] [CPL-C1, CPL-A1]
	CPMK2	Mahasiswa mampu menganalisis peluang bisnis dan kebutuhan konsumen dengan memanfaatkan teknologi digital serta berpikir kritis dan inovatif [CPL-A2, CPL-P1] [CPL-A2, CPL-P1]
	CPMK3	Mahasiswa mampu merancang model bisnis digital menggunakan Business Model Canvas (BMC) yang inovatif dan berkelanjutan [CPL-A3, CPL-P4] [CPL-A3, CPL-P4]
	CPMK4	Mahasiswa mampu menyusun rencana bisnis (business plan) yang mencakup strategi pemasaran digital, operasional, keuangan, dan manajemen risiko secara profesional

		[CPL-P5, CPL-P3] [CPL-P5, CPL-P3]
	CPMK5	Mahasiswa mampu mempresentasikan dan memvalidasi ide/proyek kewirausahaan digital secara sistematis, kolaboratif, dan bertanggung jawab [CPL-C2, CPL-P2, CPL-P6] [CPL-C2, CPL-P2, CPL-P6]
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	
	Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar kewirausahaan, karakteristik wirausaha, dan pola pikir kewirausahaan digital [CPMK1] [CPMK1]
	Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang bisnis dan menganalisis kebutuhan konsumen menggunakan alat analisis sederhana [CPMK2] [CPMK2]
	Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu merancang ide produk/jasa kreatif dan menyusun Business Model Canvas (BMC) untuk usaha digital [CPMK3] [CPMK3]
	Sub-CPMK4	Mahasiswa mampu menyusun rencana bisnis (business plan) yang mencakup aspek pemasaran, operasional, keuangan, dan risiko [CPMK4] [CPMK4]
	Sub-CPMK5	Mahasiswa mampu mempresentasikan dan memvalidasi proposal usaha di hadapan panel dengan komunikasi efektif dan etika profesional [CPMK5] [CPMK5]
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah Kewirausahaan membekali mahasiswa dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan dalam mengidentifikasi peluang usaha, mengembangkan ide bisnis kreatif dan inovatif, serta merancang dan mengelola usaha yang berorientasi pada penciptaan nilai dan keberlanjutan. Pembelajaran mencakup konsep dan teori kewirausahaan, karakteristik dan pola pikir wirausaha, kreativitas dan inovasi, identifikasi peluang bisnis, analisis kebutuhan konsumen dan pasar, pengembangan produk atau jasa, perancangan model bisnis menggunakan Business Model Canvas (BMC), penyusunan rencana bisnis (business plan), strategi pemasaran, pengelolaan operasional dan keuangan usaha, manajemen risiko, serta etika dan tanggung jawab sosial dalam berwirausaha. Mata kuliah ini mengintegrasikan pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pengembangan kewirausahaan, khususnya pada sektor UMKM, ekonomi kreatif, dan startup digital. Melalui pendekatan Case-Based Learning dan Project-Based Learning, mahasiswa dilatih untuk berpikir kritis, kreatif, inovatif, mandiri, adaptif, dan kolaboratif dalam menyelesaikan permasalahan bisnis. Pada akhir pembelajaran,	

	mahasiswa diharapkan mampu menghasilkan rancangan model bisnis dan proposal usaha yang layak, melakukan validasi peluang pasar secara sederhana, serta mempresentasikan ide atau proyek kewirausahaan secara sistematis, profesional, dan bertanggung jawab.
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	Konsep dan teori kewirausahaan; karakteristik dan pola pikir wirausaha; kreativitas dan inovasi; identifikasi peluang bisnis; analisis kebutuhan konsumen dan pasar; pengembangan produk/jasa; Business Model Canvas (BMC); penyusunan rencana bisnis; strategi pemasaran digital; pengelolaan operasional dan keuangan; manajemen risiko; etika dan tanggung jawab sosial; pemanfaatan teknologi digital untuk UMKM, ekonomi kreatif, dan startup digital
Pustaka	Utama:
	Suryana. (2017). Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses (Edisi 4). Salemba Empat. Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). Entrepreneurship (11th ed.). McGraw-Hill Education. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. John Wiley & Sons.
	Pendukung:
	Dunggio, dkk, 2020. Kewirausahaan. Makassar: CV. Nas Media Pustaka Ferdianto, dkk, 2024. Kewirausahaan UMKM. Padang: Aikomedia Press Mendrofa, dkk, 2025. Kewirausahaan UMKM (Seni dalam Mengembangkan Bisnis). Sumedang : CV. Mega Press Nusantara
Dosen Pengampu	Sitti Husna Noviana Djou, SE., M.Si
Matakuliah syarat	-

B. Matriks Rencana Pembelajaran

No	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-	Penilaian	Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)

	CPMK)	Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Sub-CPMK1 Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar kewirausahaan, karakteristik wirausaha, dan pola pikir kewirausahaan digital	Menjelaskan definisi dan ruang lingkup kewirausahaan secara tepat Mengidentifikasi karakteristik wirausaha yang berintegritas dan beretika Menjelaskan pola pikir (mindset) wirausaha digital	Kriteria: ketepatan definisi, kelengkapan karakteristik, dan kejelasan uraian; Teknik: asesmen formatif melalui kuis dan diskusi kelas	Kuliah interaktif dan diskusi kelompok kecil mengenai karakteristik wirausaha digital [2x50 menit]	Membaca materi dan mengerjakan kuis pengantar pada LMS [2x60 menit]	Konsep dan teori kewirausahaan ; karakteristik dan pola pikir wirausaha digital [Suryana (2017) Bab 1; Hisrich et al. (2020) Bab 1]	4
2	Sub-CPMK1 Mahasiswa mampu menjelaskan peran kreativitas dan inovasi dalam pengembangan usaha digital	Menjelaskan perbedaan kreativitas dan inovasi dalam konteks kewirausahaan Mengidentifikasi sumber-sumber ide dan inovasi usaha digital Menjelaskan etika dan tanggung jawab	Kriteria: ketepatan konsep, kelengkapan contoh, dan relevansi etika; Teknik: asesmen formatif melalui tugas ringkas dan presentasi singkat	Kuliah dan studi kasus kreativitas-inovasi usaha digital, diskusi etika berwirausaha [2x50 menit]	Menonton video pembelajaran dan menyusun ringkasan ide inovasi pada forum diskusi LMS [2x60 menit]	Kreativitas dan inovasi; etika dan tanggung jawab sosial [Suryana (2017) Bab 2; Hisrich et al. (2020) Bab 3]	4

		sosial wirausaha					
3	Sub-CPMK2 Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang bisnis dan menganalisis kebutuhan konsumen menggunakan alat analisis sederhana	Mengidentifikasi peluang bisnis berbasis permasalahan konsumen Menjelaskan teknik analisis kebutuhan konsumen dan pasar Menerapkan alat analisis sederhana (mis. wawancara pelanggan, segmentasi) pada kasus UMKM	Kriteria: ketepatan identifikasi peluang dan kedalaman analisis kebutuhan; Teknik: asesmen formatif melalui latihan analisis kasus	Kuliah dan latihan terbimbing analisis peluang dan kebutuhan konsumen pada kasus UMKM [2x50 menit]	Mengumpulkan hasil observasi kebutuhan konsumen pada lembar kerja daring [2x60 menit]	Identifikasi peluang bisnis; analisis kebutuhan konsumen dan pasar [Suryana (2017) Bab 3; Hisrich et al. (2020) Bab 4]	4
4	Sub-CPMK2 Mahasiswa mampu menganalisis peluang usaha digital menggunakan pendekatan berpikir kritis dan inovatif	Menganalisis kelayakan peluang usaha digital berdasarkan data pasar sederhana Membandingkan alternatif peluang usaha dengan kriteria yang relevan Menyimpulkan peluang usaha	Kriteria: ketepatan analisis, kelogisan argumen, dan penggunaan data; Teknik: asesmen formatif melalui studi kasus kelompok	Case-Based Learning: analisis kasus peluang usaha digital dalam kelompok dan pleno [2x50 menit]	Diskusi kelompok daring dan pengumpulan analisis kasus pada LMS [2x60 menit]	Analisis peluang usaha digital dan berpikir kritis [Hisrich et al. (2020) Bab 4; Kemenkopukm (2023)]	5

		yang paling layak dikembangkan					
5	Sub-CPMK3 Mahasiswa mampu merancang ide produk/jasa kreatif berbasis kebutuhan pasar digital	Merancang ide produk/jasa kreatif berdasarkan hasil analisis kebutuhan konsumen Menerapkan teknik pengembangan produk/jasa (value proposition) Menyusun deskripsi nilai tawar produk/jasa digital	Kriteria: orisinalitas ide, kesesuaian dengan kebutuhan pasar, dan kejelasan value proposition; Teknik: asesmen formatif melalui penilaian proposal ide	Workshop perancangan ide produk/jasa dan penyusunan value proposition [2x50 menit]	Mengunggah draft ide produk/jasa dan saling memberi umpan balik pada LMS [2x60 menit]	Pengembangan produk/jasa kreatif dan value proposition [Osterwalder & Pigneur (2010); Suryana (2017) Bab 4]	5
6	Sub-CPMK3 Mahasiswa mampu menerapkan Business Model Canvas (BMC) untuk merancang model bisnis digital	Menjelaskan sembilan blok Business Model Canvas Menerapkan sembilan blok BMC pada ide usaha digital kelompok Mengevaluasi konsistensi	Kriteria: kelengkapan sembilan blok, konsistensi antarblok, dan relevansi digital; Teknik: asesmen formatif	Kuliah dan praktik penyusunan Business Model Canvas secara berkelompok [2x50 menit]	Menyusun draft BMC daring menggunakan template kolaboratif dan konsultasi LMS [2x60 menit]	Business Model Canvas (BMC) [Osterwalder & Pigneur (2010) Bab 1-2]	5

		antarblok BMC	melalui penilaian draft BMC				
7	Sub-CPMK3 Mahasiswa mampu mengevaluasi dan menyempurnakan model bisnis digital berbasis BMC	Mengevaluasi kelemahan model bisnis berdasarkan BMC Merevisi BMC berdasarkan umpan balik panel dan data pasar Mempresentasikan hasil penyempurnaan BMC secara ringkas	Kriteria: kedalaman evaluasi, kualitas revisi, dan kejelasan presentasi; Teknik: asesmen formatif melalui presentasi kelompok dan umpan balik	Presentasi progres BMC kelompok dan sesi umpan balik panel [2x50 menit]	Revisi BMC daring dan refleksi pada jurnal belajar LMS [2x60 menit]	Evaluasi dan penyempurnaan model bisnis digital [Osterwalder & Pigneur (2010); Kemenkopukm (2023)]	5
8	Sub-CPMK1, Sub-CPMK2, Sub-CPMK3 Mahasiswa mampu mengevaluasi penguasaan materi konsep kewirausahaan, analisis peluang, dan BMC melalui Ujian Tengah Semester	Mengevaluasi pemahaman konsep dan karakteristik wirausaha digital Menganalisis kasus peluang bisnis dan kebutuhan konsumen Menerapkan dan mengevaluasi BMC pada kasus usaha digital	Ujian Tengah Semester (UTS) berbasis proyek atau soal studi kasus.	Ujian tertulis/praktikum di lab. [2x50 menit]	Ujian daring terstruktur. [2x60 menit]	Materi pertemuan 1-7: konsep kewirausahaan, peluang bisnis, dan BMC [Suryana (2017); Hisrich et al. (2020); Osterwalder & Pigneur (2010)]	18

9	Sub-CPMK4 Mahasiswa mampu menyusun komponen rencana bisnis (business plan) yang mencakup aspek pemasaran, operasional, keuangan, dan risiko	Menjelaskan struktur dan komponen utama rencana bisnis Menerapkan penyusunan rencana pemasaran digital dan operasional usaha Menyusun proyeksi keuangan sederhana dan analisis risiko usaha	Kriteria: kelengkapan komponen, konsistensi antar bagian, dan kelayakan asumsi; Teknik: asesmen formatif melalui penilaian draft rencana bisnis	Kuliah dan workshop penyusunan komponen rencana bisnis secara berkelompok [2x50 menit]	Menyusun draft rencana bisnis daring menggunakan template kolaboratif dan konsultasi LMS [2x60 menit]	Penyusunan rencana bisnis (business plan): pemasaran, operasional, keuangan, dan risiko [Suryana (2017) Bab 5; Hisrich et al. (2020) Bab 8]	5
10	Sub-CPMK4 Mahasiswa mampu merancang strategi pemasaran digital yang terintegrasi untuk usaha UMKM dan startup	Menganalisis karakteristik konsumen digital dan saluran pemasaran yang relevan Merancang strategi pemasaran digital (content marketing, media sosial, SEO, iklan digital) yang sesuai target pasar Mengevaluasi	Kriteria: ketepatan analisis pasar, kreativitas strategi, dan relevansi metrik; Teknik: asesmen formatif melalui presentasi rancangan strategi pemasaran	Case-Based Learning: perancangan strategi pemasaran digital untuk kasus UMKM dan diskusi kelompok [2x50 menit]	Menyusun kanvas strategi pemasaran digital dan berdiskusi pada forum LMS [2x60 menit]	Strategi pemasaran digital untuk UMKM dan startup [Google Digital Garage (2023); Kemenkopukm (2023)]	5

		efektivitas strategi pemasaran digital berdasarkan metrik sederhana					
11	Sub-CPMK4 Mahasiswa mampu mengelola aspek operasional dan keuangan usaha digital secara profesional	Menyusun rencana operasional usaha digital (proses produksi, rantai pasok, dan sumber daya) Menyusun laporan keuangan sederhana (arus kas, laba rugi, titik impas) Menganalisis kelayakan keuangan usaha berdasarkan indikator sederhana	Kriteria: ketepatan perhitungan, kelogisan asumsi, dan kelengkapan laporan; Teknik: asesmen formatif melalui latihan penyusunan laporan keuangan	Kuliah dan latihan terbimbing penyusunan rencana operasional dan laporan keuangan [2x50 menit]	Mengerjakan lembar kerja keuangan daring dan konsultasi melalui LMS [2x60 menit]	Pengelolaan operasional dan keuangan usaha digital [Suryana (2017) Bab 6; Hisrich et al. (2020) Bab 9]	5
12	Sub-CPMK4 Mahasiswa mampu menganalisis dan mengelola risiko usaha digital serta menerapkan etika dan	Mengidentifikasi sumber risiko usaha digital (pasar, operasional, keuangan, hukum, dan teknologi)	Kriteria: kelengkapan identifikasi risiko, kualitas strategi mitigasi, dan kesadaran	Case-Based Learning: analisis risiko dan etika pada kasus usaha digital, diskusi kelompok [2x50 menit]	Menyusun matriks risiko daring dan refleksi etika pada jurnal belajar LMS [2x60 menit]	Manajemen risiko; etika dan tanggung jawab sosial wirausaha [Hisrich et al. (2020) Bab 10; Suryana (2017)	5

	tanggung jawab sosial	Menyusun matriks risiko dan strategi mitigasi Mengevaluasi penerapan etika dan tanggung jawab sosial dalam rencana bisnis	etika; Teknik: asesmen formatif melalui studi kasus dan penilaian matriks risiko			Bab 7]	
13	Sub-CPMK5 Mahasiswa mampu mempresentasikan dan memvalidasi proposal usaha di hadapan panel dengan komunikasi efektif dan etika profesional	Menyusun proposal usaha digital yang lengkap dan profesional Mempresentasikan proposal usaha secara efektif dengan media digital Menanggapi pertanyaan dan umpan balik panel secara argumentatif	Kriteria: kelengkapan proposal, kualitas presentasi, dan kemampuan argumentasi; Teknik: asesmen formatif melalui presentasi kelompok dan umpan balik panel	Presentasi proposal usaha kelompok dan sesi tanya jawab dengan panel [2x50 menit]	Mengunggah proposal usaha final dan video presentasi pada LMS [2x60 menit]	Presentasi dan validasi proposal usaha [Osterwalder & Pigneur (2010); Hisrich et al. (2020) Bab 11]	5
14	Sub-CPMK5 Mahasiswa mampu mengevaluasi dan menyempurnakan proposal usaha	Menganalisis hasil validasi pasar dan umpan balik panel Merevisi proposal usaha	Kriteria: kedalaman analisis validasi, kualitas revisi, dan	Workshop revisi proposal usaha dan diskusi kelompok dengan pendampingan dosen [2x50	Revisi proposal daring dan refleksi pada jurnal belajar LMS [2x60	Validasi pasar dan penyempurnaan proposal usaha [Kemenkopukm	5

	berdasarkan validasi pasar dan umpan balik	berdasarkan temuan validasi Mengevaluasi kelayakan akhir proposal usaha secara komprehensif	kelayakan akhir; Teknik: asesmen formatif melalui penilaian laporan revisi proposal	menit]	menit]	(2023); Osterwalder & Pigneur (2010)]	
15	Sub-CPMK5 Mahasiswa mampu merancang strategi pengembangan dan keberlanjutan usaha digital (startup) berbasis teknologi terkini	Merancang strategi pengembangan usaha digital (scale-up, inovasi berkelanjutan) Mengevaluasi pemanfaatan teknologi terkini (AI, Big Data, IoT) untuk pengembangan usaha Menyusun rencana keberlanjutan usaha yang beretika dan bertanggung jawab	Kriteria: orisinalitas strategi, relevansi teknologi, dan keberlanjutan ; Teknik: asesmen formatif melalui penilaian rancangan strategi pengembangan	Project-Based Learning: perancangan strategi pengembangan usaha digital dan presentasi ringkas [2x50 menit]	Menyusun dokumen strategi pengembangan daring dan berdiskusi pada LMS [2x60 menit]	Strategi pengembangan dan keberlanjutan startup digital [Hisrich et al. (2020) Bab 12; Kemenkopukm (2023)]	5
16	Sub-CPMK1, Sub-CPMK2, Sub-CPMK3, Sub-	Mengevaluasi konsep kewirausahaan,	Ujian Akhir Semester (UAS) berbasis	Ujian tertulis/praktikum di lab. [2x50	Ujian daring terstruktur. [2x60 menit]	Materi pertemuan 9-15: rencana	15

	CPMK4, Sub-CPMK5 Mahasiswa mampu mengevaluasi secara komprehensif penguasaan seluruh materi kewirausahaan digital melalui Ujian Akhir Semester	peluang bisnis, dan BMC Menganalisis rencana bisnis, strategi pemasaran digital, operasional, keuangan, dan risiko Mengevaluasi kelayakan proposal usaha dan strategi pengembangan usaha digital	proyek akhir atau studi kasus komprehensif.	menit]		bisnis, strategi pemasaran digital, operasional, keuangan, risiko, validasi, dan pengembangan usaha [Suryana (2017); Hisrich et al. (2020); Osterwalder & Pigneur (2010)]	

C. Rancangan Tugas Mahasiswa

No	Nama Tugas	Deskripsi Instruksi Tugas	Ref. Sub-CPMK
1	Tugas Mandiri 1 (Case Method: Analisis Peluang Bisnis Digital UMKM)	Mahasiswa secara mandiri menganalisis sebuah kasus UMKM digital yang disediakan pada LMS (studi kasus nyata UMKM di Gorontalo). Mahasiswa diminta: (1) mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan konsumen pada kasus tersebut, (2) menerapkan minimal dua alat analisis sederhana (segmentasi pelanggan dan wawancara/observasi konsumen) untuk menemukan peluang bisnis, (3) merumuskan peluang usaha digital yang paling layak beserta argumentasi berbasis data sederhana. Hasil dikumpulkan dalam laporan analitis 4-6 halaman dan dipresentasikan singkat pada pertemuan berikutnya.	Sub-CPMK2
2	Tugas Kelompok 1 (Project-	Secara berkelompok (3-4 orang), mahasiswa merancang model	Sub-CPMK3

	Based Learning: Business Model Canvas Usaha Digital)	bisnis digital untuk ide usaha kreatif/UMKM/startup pilihan kelompok. Tugas mencakup: (1) merumuskan value proposition berbasis kebutuhan pasar hasil analisis peluang, (2) menyusun Business Model Canvas lengkap sembilan blok menggunakan template kolaboratif, (3) mengevaluasi konsistensi antarblok BMC serta mengidentifikasi kelemahan dan rencana revisi, (4) menyajikan draft BMC dalam presentasi progres di hadapan panel. Luaran: dokumen BMC dan slide presentasi yang diunggah ke LMS.	
3	Tugas Kelompok 2 (Project-Based Learning: Business Plan dan Validasi Proposal Usaha)	Secara berkelompok, mahasiswa menyusun rencana bisnis (business plan) lengkap yang mencakup aspek pemasaran digital, operasional, keuangan (proyeksi arus kas, laba rugi, titik impas), serta matriks risiko dan strategi mitigasinya. Selanjutnya mahasiswa memvalidasi proposal melalui umpan balik panel dan data pasar sederhana, merevisi proposal berdasarkan temuan validasi, serta mempresentasikan proposal usaha final dengan media digital secara profesional dan beretika. Luaran: dokumen business plan final, matriks risiko, dan video/rekaman presentasi yang diunggah ke LMS.	Sub-CPMK4, Sub-CPMK5

D. Rubrik Penilaian Analitik

Kriteria Penilaian	Bobot (%)	Skala Penilaian / Deskriptor			
		Sangat Baik (81-100)	Baik (61-80)	Cukup (41-60)	Kurang (0-40)
Ketepatan identifikasi masalah dan analisis peluang bisnis berbasis data	25	Mengidentifikasi permasalahan konsumen secara tepat dan komprehensif; menerapkan minimal dua alat analisis dengan data pendukung yang relevan; merumuskan	Mengidentifikasi permasalahan konsumen dengan tepat; menerapkan alat analisis dengan data pendukung memadai; peluang bisnis dirumuskan	Mengidentifikasi permasalahan konsumen secara terbatas; alat analisis diterapkan kurang tepat atau data pendukung minim; peluang	Tidak mampu mengidentifikasi permasalahan konsumen; tidak menerapkan alat analisis atau data tidak relevan; peluang bisnis tidak dirumuskan atau

		peluang bisnis yang logis dan didukung argumentasi kuat.	logis namun argumentasi belum sepenuhnya kuat.	bisnis dirumuskan kurang logis.	tidak berdasar.
Kelengkapan dan konsistensi Business Model Canvas (BMC) serta relevansi digital	25	Seluruh sembilan blok BMC diisi lengkap, konsisten antarblok, dan relevan dengan konteks usaha digital; evaluasi kelemahan dan rencana revisi diuraikan secara tajam dan berbasis data.	Sembilan blok BMC diisi lengkap dan sebagian besar konsisten; relevansi digital terlihat; evaluasi kelemahan dan revisi diuraikan namun belum mendalam.	Blok BMC diisi kurang lengkap atau terdapat inkonsistensi antarblok; relevansi digital terbatas; evaluasi kelemahan dan revisi bersifat umum.	Banyak blok BMC tidak diisi atau tidak konsisten; tidak menunjukkan relevansi digital; tidak ada evaluasi kelemahan maupun rencana revisi.
Kelengkapan dan kelayakan rencana bisnis (pemasaran, operasional, keuangan, risiko)	25	Seluruh komponen rencana bisnis lengkap dan saling konsisten; perhitungan keuangan akurat dengan asumsi yang logis; matriks risiko dan strategi mitigasi disusun komprehensif serta layak diimplementasikan.	Komponen rencana bisnis lengkap dan sebagian besar konsisten; perhitungan keuangan memadai dengan asumsi cukup logis; matriks risiko dan mitigasi disusun namun belum menyeluruh.	Beberapa komponen rencana bisnis belum lengkap atau kurang konsisten; perhitungan keuangan terdapat kesalahan atau asumsi lemah; matriks risiko dan mitigasi bersifat terbatas.	Komponen rencana bisnis tidak lengkap dan tidak konsisten; perhitungan keuangan tidak akurat atau asumsi tidak logis; tidak menyusun matriks risiko dan mitigasi.
Kualitas presentasi, komunikasi efektif, dan argumentasi dalam validasi proposal	15	Presentasi sangat terstruktur dan profesional dengan media digital yang menarik; menyampaikan argumentasi secara meyakinkan;	Presentasi terstruktur dan jelas dengan media digital memadai; argumentasi cukup meyakinkan; menanggapi	Presentasi kurang terstruktur atau media digital terbatas; argumentasi lemah; menanggapi pertanyaan panel	Presentasi tidak terstruktur dan tidak menggunakan media digital yang memadai; tidak mampu menyampaikan argumentasi; tidak

		menanggapi pertanyaan dan umpan balik panel secara kritis dan berbasis data.	pertanyaan panel dengan baik meski belum mendalam.	secara terbatas.	mampu menanggapi pertanyaan panel.
Etika profesional, tanggung jawab sosial, dan kolaborasi tim	10	Menunjukkan etika profesional dan tanggung jawab sosial secara konsisten dalam seluruh luaran; kolaborasi tim terlihat seimbang dan akuntabel dengan pembagian peran yang jelas.	Menunjukkan etika profesional dan tanggung jawab sosial dengan baik; kolaborasi tim berjalan dengan pembagian peran yang cukup jelas.	Etika profesional dan tanggung jawab sosial ditunjukkan secara terbatas; kolaborasi tim belum sepenuhnya seimbang.	Tidak menunjukkan etika profesional dan tanggung jawab sosial; kolaborasi tim tidak berjalan atau terdapat indikasi ketidakakuntabelan.