

VESSEL PROGRAM

GUIDEBOOK
2026

Editor:
Startup and Business Incubator



**BUKU PANDUAN INI DITERBITKAN OLEH
SUB-DIREKTORAT KREATIVITAS, PENALARAN DAN
KEWIRAUSAHAAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
DAN DIJADIKAN SEBAGAI PANDUAN
DALAM PELAKSANAAN PROGRAM VESSEL**

BUKU PANDUAN INI DIGUNAKAN UNTUK KALANGAN SENDIRI

Pengarah

Dr. Sugito, S.I.P., M.Si.
Muhammad Yusvin Mustar, S.T., M.Eng.
Dr. Siti Nur Aisyah, S.P.

Tim Penyusun

Farid Ramadhani Marhaban, S.E.
Aulia Achmad Ma'rufianto, S.E.
Yossica Ariatami Edwina, S.H.
Lathifah Nur Baiti, S.E.

Kantor Startup and Business Incubator

Gedung A.R. Fachruddin Unit B Lantai 3
Direktorat Kemahasiswaan dan Karir
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Telepon: 0811-283-5151 Ext. 283
Email: umy.sebi@gmail.com
Website: sebi.umy.ac.id

Yogyakarta, 02 Januari 2026

Daftar Isi

Pendahuluan	4
Latar Belakang	5
Deskripsi Program	7
Tujuan	8
Syarat & Ketentuan	9
Ruang Lingkup	9
Luaran Program	9
Kategori Bisnis	11
Tools Utama	13
Tools Pendukung	13
Timeline Kegiatan	14
Deskripsi Kegiatan	15
Pendanaan dan Penggunaan Anggaran	19
Format Laporan	20
Skema Penilaian	30
Lampiran	33
Contoh Logbook Kegiatan	35
Daftar Istilah	37
Daftar Pustaka	43

Pendahuluan

Buku Panduan Program Vessel disusun sebagai acuan resmi bagi peserta yang akan mengikuti pendampingan startup dan bisnis secara intensif melalui Program Vessel. Di dalam buku panduan, Anda akan menemukan informasi penting mengenai latar belakang, deskripsi program, tujuan, kategori, syarat dan ketentuan, alur dan linimasa kegiatan.

Program Vessel merupakan program inkubasi bisnis yang diadakan oleh Sub-direktorat Kreativitas, Penalaran dan Kewirausahaan melalui Startup and Business Incubator dengan tujuan mendampingi dan membentuk startup yang kreatif, inovatif, dan dapat berkontribusi dalam menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat dengan cara monetisasi.

Di dalam buku panduan, Anda akan menemukan penjelasan mengenai deskripsi dan tujuan Program Vessel, serta kategori bisnis yang dapat mengikuti Program Vessel yaitu tahap ide / baru memulai usaha. Selain itu, Anda juga akan mempelajari syarat dan ketentuan untuk mendaftar dan mengikuti Program Vessel.

Terakhir, Anda akan menemukan informasi mengenai alur pendaftaran dan jadwal penting yang harus diikuti oleh peserta. Semua informasi yang terdapat dalam buku panduan ini telah diatur dengan jelas dan terperinci agar dapat membantu Anda menyiapkan diri dengan baik dalam mengikuti Program Vessel.

Latar Belakang



Kewirausahaan berperan penting dalam menyumbang pertumbuhan ekonomi nasional, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Kewirausahaan menjadi motor penggerak ekonomi rakyat serta solusi atas ketimpangan sosial dan pengangguran dengan penciptaan lapangan kerja, inovasi produk, dan distribusi pendapatan. Di Indonesia, sektor UMKM—yang sebagian besar digerakkan oleh wirausahawan—menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Selain itu, kewirausahaan juga memperkuat daya saing bangsa dalam menghadapi tantangan ekonomi global dengan mendorong tumbuhnya industri kreatif dan teknologi berbasis inovasi (World Economic Forum, 2022). Oleh karena itu, penguatan ekosistem kewirausahaan menjadi strategi kunci dalam mencapai pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Tingkat kewirausahaan di Indonesia masih tergolong rendah dibanding negara-negara ASEAN lainnya. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, rasio wirausaha Indonesia pada tahun 2024 berada di kisaran 3,47% dari total penduduk, jauh di bawah Singapura (8,8%) dan Malaysia (4,7%) (KemenKopUKM, 2024). Rendahnya angka ini mencerminkan masih belum optimalnya ekosistem kewirausahaan nasional, baik dari sisi pendidikan, regulasi, maupun dukungan infrastruktur. Salah satu penyebab utama rendahnya kewirausahaan di Indonesia adalah budaya masyarakat yang cenderung mencari keamanan kerja dengan menjadi pegawai negeri atau karyawan swasta. Pola pikir ini diperkuat oleh sistem pendidikan yang masih menekankan pada pencapaian akademik dan bukan pada pengembangan keterampilan berwirausaha (OECD, 2018). Selain itu, rasa takut gagal dan stigma

terhadap kegagalan bisnis membuat banyak orang enggan mencoba membangun usaha sendiri. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah terbatasnya akses terhadap permodalan dan pasar. Banyak calon wirausahawan kesulitan memperoleh modal awal akibat minimnya jaminan dan terbatasnya skema pembiayaan yang inklusif. Di sisi lain, regulasi usaha yang masih rumit, terutama bagi pelaku UMKM, serta kurangnya inkubasi dan pendampingan bisnis juga menghambat tumbuhnya wirausaha baru (World Bank, 2023). Oleh karena itu, dibutuhkan reformasi kebijakan yang holistik, termasuk perbaikan ekosistem kewirausahaan berbasis pendidikan, digitalisasi, dan kemitraan strategis lintas sektor.

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berkomitmen untuk

menciptakan ekosistem kewirausahaan berbasis pendidikan. Hal ini selaras dengan tujuan milestone ketiga pencapaian visi UMY yaitu menjadi entrepreneur university. Visi ini menuntun seluruh aktivitas pendidikan, penelitian, dan pengabdian mengarah pada terwujudnya entrepreneur university.

Direktorat Kemahasiswaan dan Karir UMY yang memiliki tugas dan fungsi pembinaan aktivitas kemahasiswaan dan persiapan karir menjadi salah satu intitusi yang bertanggung jawab terhadap pencapaian tujuan entrepreneur university. DKK menyediakan program yang bertujuan untuk menumbuhkan ekosistem kewirausahaan di kalangan mahasiswa UMY. Program tersebut diberi nama "Vessel".

Deskripsi Program



“Vessel” Program merupakan program pendampingan dan pengembangan bisnis mahasiswa sebagai wadah yang akan membawa mahasiswa untuk dapat menciptakan sebuah bisnis yang berkelanjutan dan berdampak pada penyelesaian permasalahan masyarakat. Vessel berisi program inkubasi bisnis yang terdiri atas kegiatan pembentukan, pendanaan, dan pendampingan startup mahasiswa.

TAHAPAN INKUBASI

<p>Orientation Day Pengenalan dan Pemahaman Program inkubasi bisnis</p>	
<p>Business Model & Market Research Kerangka Bisnis dan Memahami Kebutuhan Pasar</p>	
<p>Budgeting & Prototyping Perencanaan Keuangan dan Uji Coba Produk</p>	
<p>Legality, Marketing & Profiling Legalitas Bisnis, Pemasaran dan Profil Bisnis</p>	

Product Selling & Money

Penjualan dan Pameran Produk & Evaluasi Bisnis

Pitching & Graduation

Presentasi Bisnis dan Ceremony



Metode pelaksanaan tahapan-tahapan tersebut menggunakan *mentoring & coaching 1 on 1*, seminar/webinar, *workshop* dan mini kompetisi yang dikemas dalam satu program berdurasi selama 6 bulan.



Gambar. Kegiatan Orientation Day Vessel Program 2024

Tujuan

- 01 Meningkatkan minat, motivasi dan keterampilan mahasiswa UMY dalam menghadirkan solusi kreatif dalam bentuk bisnis yang mampu menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat.
- 02 Menyediakan ekosistem yang mendorong tumbuhnya bisnis dan startup inovatif di kalangan mahasiswa UMY.
- 03 Meningkatkan kualitas bisnis dan startup mahasiswa yang berkelanjutan.

Syarat & Ketentuan

1. Peserta merupakan Mahasiswa/i aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta jenjang Diploma & Sarjana.
2. Memiliki komitmen tinggi menjadi *entrepreneur*.
3. Usaha belum berjalan atau berjalan kurang dari 6 bulan.
4. Kelompok pengusul berjumlah 3-5 orang Mahasiswa terdiri dari Ketua dan Anggota.
5. Peserta disarankan berasal dari berbagai program studi yang berbeda dan terdiri dari 2 (dua) angkatan yang berbeda.
6. Seluruh peserta wajib mengikuti seluruh kegiatan Program Vessel.
7. Peserta inkubasi wajib melanjutkan validasi bisnis ke dalam program P2MW dan kompetisi-kompetisi bisnis lainnya.

Ruang Lingkup

Program Vessel ditujukan bagi Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memiliki minat dalam bidang bisnis.

Luaran Program

- **Minimum Viable Product**
Versi paling dasar dari sebuah produk baru yang memiliki fitur-fitur esensial (minimal) yang cukup untuk menarik pengguna awal dan memvalidasi hipotesis tentang produk tersebut di pasar
- **Pitch Deck**
Presentasi singkat dalam bentuk slides, yang digunakan untuk memberikan gambaran umum yang komprehensif dan persuasif tentang sebuah bisnis, produk, atau ide kepada audiens tertentu.
- **Proposal Bisnis**
Dokumen formal tertulis yang menyajikan rencana terperinci mengenai suatu proyek, ide, atau tawaran bisnis kepada pihak lain.
- **Profil Bisnis**
Gambaran umum tentang sebuah perusahaan atau bisnis yang berfungsi sebagai materi publikasi dan edukasi kepada calon pelanggan, investor, mitra, atau pihak terkait lainnya.

- **Traction**
Kemajuan atau pertumbuhan nyata yang dicapai dalam membuktikan bahwa produk memiliki permintaan pasar dan potensi keberhasilan.
- **Laporan Mingguan**
Logbook kegiatan yang dilakukan dalam waktu 1 minggu sebagai bukti proses dan perkembangan bisnis yang telah dilakukan.
- **Laporan Akhir**
Laporan kegiatan dari awal hingga selesainya program, termasuk laporan penggunaan dana dan laporan keuangan.

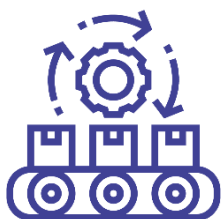
Kategori Bisnis



Makanan dan Minuman

Menghasilkan produk makanan dan minuman baik dari bahan mentah yang didominasi sumber bahan baku lokal bahan setengah jadi diolah menjadi produk akhir (bukan *reseller*).

Contoh: makanan olahan, makanan olahan beku/frozen food, makanan siap saji, minuman olahan, minuman siap saji, aneka cemilan/snack, kuliner kue tradisional.



Budidaya

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

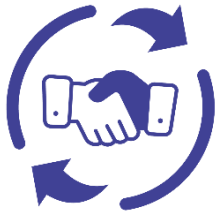
Contoh: Pakan ternak, budidaya ternak, tanaman hias, hortikultura, kehutanan, peternakan, dan perikanan.



Industri Kreatif, Seni dan Budaya

Proses penciptaan produk dan jasa yang menggunakan bahan baku lokal, memiliki nilai kreativitas dan ide yang dijadikan produk ekonomi dalam bidang seni, dan budaya.

Contoh: Produk kerajinan (*craft*), kerajinan kain lokal (batik, tenun, songket, dan lainnya), kainecoprint, kerajinan kulit, kerajinan kayu, sanggar, menggambar, melukis, musik, tari, film, animasi, dan teater.



Jasa, Perdagangan dan Pariwisata

Aktivitas jual-beli produk berupa barang (bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi) maupun jasa yang mengutamakan unsur inovasi dan kreativitas.

Contoh: Café, jasa laundry, jasa konsultasi, jasa desain grafis, jasa sewa peralatan, jasa fotografi, reparasi elektronik, jasa penyedia souvenir, periklanan, produk *fashion*, wisata glamping, wisata edukasi, tour guide, travel agent, homestay, tourguide, dan usaha pengembangan pariwisata lainnya.



Manufaktur dan Teknologi Terapan

Usaha yang dimulai dari pembelian bahan baku, proses produksi dengan mesin secara massal sehingga tercipta barang jadi yang siap digunakan. Sedangkan, Teknologi Terapan adalah usaha yang menggunakan teknologi tepat guna yang memiliki nilai ekonomi.

Contoh: Pembuatan mesin, kemasan, tekstil, garmen, otomotif, perakitan, otomatisasi sistem parkir, kendaraan ramah lingkungan, alat kesehatan, drone, energi terbarukan, dan lainnya.



Bisnis Digital

Usaha di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang menghasilkan produk digital atau memanfaatkan teknologi digital dengan mengintegrasikan proses bisnis.

Contoh: EduTech, HealthTech, MedTech, FinTech, AgriTech, Marketplace/E-Commerce, Internet of Things (IoT), Augmented Reality & Virtual Reality, (AR/VR), Sistem Penginderaan Jauh (*Geographic Information System*), dan lainnya.

Tools Utama

Beberapa tools dibawah ini yang dapat peserta gunakan untuk menunjang kegiatan utama dalam proses pendampingan Program Vessel. Setiap peserta diwajibkan untuk mempunyai akses dalam aplikasi masing-masing tim. Peserta juga diperkenankan menggunakan aplikasi lain jika memang dibutuhkan oleh tim.



Weekly Report

- Microsoft One Drive
- Google Tools

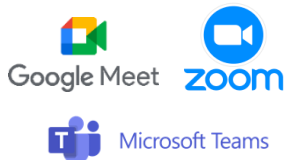


Main Group & Information

WhatsApp

Tools Pendukung

Tools berikut ini merupakan aplikasi pendukung dalam proses pelaksanaan seluruh *challenge* dan kegiatan Program Vessel. Peserta setidaknya dapat mengoperasikan dan menggunakan *tools* dibawah ini.



Weekly Meeting & Online Event

- Google Meet
- Zoom Meeting
- Ms. Teams



Content Creation

- Canva
- Figma
- CapCut
- Adobe Illustrator
- Adobe Premier Pro



Pitching & Pitch Deck

- Canva
- Google Slides
- Microsoft Power Point

Timeline Kegiatan

No	Nama Kegiatan	Bulan																						
		Januari				Februari				Maret				April				Mei						
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
1	Open Submission	█	█	█	█																			
2	Launching Panduan	█																						
3	Kick Off		█																					
4	Orientation Day		█																					
5	Business Idea Competition			█																				
6	Pengumuman Peserta Lolos Vessel Program 2025				█																			
7	Workshop Market Research & Validation					█																		
8	Workshop: Penyusunan RAB						█																	
9	SPKK dan Pencairan Dana Bertahap Maks 3 Termin							█																
10	Workshop UI/UX							█	█															
11	Workshop: Business Legality								█															
12	Sosialisasi P2MW								█	█	█	█												
13	Workshop Penyusunan Proposal P2MW								█	█	█	█												
14	ToT Dosen Pendamping								█	█	█	█												
15	Workshop: Branding and Social Media Content												█											
16	Workshop Profiling dan Foto Produk												█	█										
17	Workshop Financial Excellence													█										
18	Pameran Produk													█	█	█								
19	Monitoring dan Evaluasi																█							
20	Workshop: Business Pitching																	█						
21	Business Pitching Competition																		█					
22	Graduation Day																			█				

Deskripsi Kegiatan

A. **Orientation Day**

Orientation Day merupakan kegiatan awal sebagai wadah pengenalan mengenai inkubasi bisnis yang diadakan oleh Startup & Business Incubator yang harus diikuti oleh seluruh calon peserta Program Vessel. Kegiatan ini ditujukan untuk memberi pemahaman kepada calon peserta mengenai inkubasi bisnis Program Vessel serta terlibat secara aktif dalam semua kegiatan yang diselenggarakan selama program inkubasi.

B. **Business Idea Competition**

Business Idea Competition (BIC) merupakan mini kompetisi yang diadakan oleh Startup & Business Incubator. Kegiatan BIC ditujukan khusus bagi peserta yang berhasil melewati tahap kurasi awal Program Vessel. Peserta wajib memaparkan konsep bisnis awal meliputi problem, solution, dan action. Pelaksanaan BIC akan dilaksanakan secara daring dan dinilai oleh 2 (dua) orang penilai (*reviewer*) secara langsung. Peserta peraih juara akan mendapatkan penghargaan berupa sertifikat.

C. **Penandatanganan Surat Perjanjian Kerja Sama Keanggotaan (SPKK)**

Peserta Program Vessel wajib menandatangani Surat Perjanjian Kerja Sama Keanggotaan (SPKK) yang memuat perjanjian antara peserta dengan Startup & Business Incubator (SEBI) untuk melaksanakan seluruh rangkaian Program Vessel. Surat SPKK wajib ditandatangani oleh Ketua dan Anggota secara langsung di Kantor SEBI Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

D. **Business Model Canvas, Value Proposition Canvas, dan Empathy Map**

Peserta Program Vessel akan dibekali dengan Mentoring 1 on 1 dengan mentor secara langsung terkait dengan pemetaan bisnis awal melalui *Business Model Canvas* (BMC), *Value Proposition Canvas* (VPC) dan *Empathy Map*. Peserta wajib menyusun dan

mengumpulkan BMC, VPC, dan *Empathy Map* setelah Mentoring 1 on 1 kepada Mentor.

E. Market Research & Validation

Peserta Program Vessel wajib menganalisis pasar dan melakukan validasi dari bisnis dan pemetaan target pasar. Proses riset pasar dan validasi akan membantu Anda dalam proses menentukan apakah produk Anda dibutuhkan di pasar sasaran Anda. Selain itu, validasi pasar penting sebagai proses verifikasi antara konsep produk baru dengan proses pembuatannya.

F. Prototyping & Prototype Validation

Peserta Program Vessel akan dibekali dengan Mentoring 1 on 1 dengan Mentor secara langsung terkait proses merancang model produk yang digunakan sebagai percobaan konsep atau gambaran dari ide bisnis. Prototipe digunakan untuk validasi mengenai konsep, fungsionalitas, pengalaman pengguna atau *user experince* mulai dari tampilan pengguna hingga kemudahan dan antarmuka pengguna atau *user interface* mulai dari kemudahan fitur hingga efisiensi penggunaan produk. Peserta wajib menyusun dan mengumpulkan model prototipe dan hasil validasi kepada mentor.

G. Penyusunan Rancangan Anggaran Biaya (RAB)

Peserta Program Vessel wajib menyusun rancangan anggaran biaya (RAB) yang berisi perhitungan perkiraan biaya yang diperlukan untuk menjalankan operasional bisnis.

H. Workshop Series

Peserta Program Vessel wajib mengikuti *workshop series* yang diadakan oleh Startup & Business Incubator. Workshop series ini membahas tentang manajemen bisnis mencakup *branding, social media content, finance, dan legality*.

I. Product Selling & Pameran

Peserta wajib melakukan penjualan produk (*product selling*) dan pameran produk pada berbagai *event* seperti *bazaar* atau *food festival*. Kegiatan ini bertujuan sebagai fasilitas untuk promosi,

peningkatan penjualan atau *tractions*, serta perluasan pasar. Peserta wajib melaporkan dokumen hasil penjualan atau *tractions* pada mentor masing-masing.

J. Monitoring dan Evaluasi

Peserta Program Vessel wajib mengikuti kegiatan monitoring dan evaluasi. Monev diadakan dengan tujuan untuk menilai *progress* bisnis seperti kinerja tim, manajemen bisnis, dan keuangan perusahaan. Monev akan diadakan sebanyak 1 (satu) kali dalam rangkaian Program Vessel.

K. Business Pitching Competition

Business Pitching Competition (BPC) merupakan mini kompetisi untuk mempresentasikan ide bisnisnya yang diadakan oleh Startup & Business Incubator. Kegiatan BPC ditujukan bagi peserta yang berhasil melaksanakan seluruh rangkaian kegiatan Program Vessel. Peserta wajib memaparkan bisnis mencakup teknis dan manajemen bisnis. Pelaksanaan BPC akan dilaksanakan secara daring untuk tahap penyisihan dan secara luring untuk tahap final. *Business Pitching Competition* dinilai oleh penilai (*reviewer*) secara langsung. Peserta peraih juara akan mendapatkan penghargaan berupa sertifikat dan uang pembinaan.

L. Graduation Day

Setelah berhasil menyelesaikan seluruh kegiatan dan challenge yang diberikan oleh para mentor Startup and Business Incubator, peserta akan mendapatkan kegiatan seremonial wisuda menyelesaikan Vessel Program. Peserta akan mendapatkan penghargaan berupa sertifikat dan penilaian selama mengikuti dan mengerjakan tantangan yang diberikan oleh mentor.

M. Laporan Kegiatan & Keuangan

Peserta Program Vessel wajib melaporkan bisnis meliputi laporan kegiatan dan keuangan bisnisnya setiap *challenge*. Peserta akan diberikan sebuah *template* laporan kegiatan & keuangan oleh mentor. Selama penyusunan laporan, peserta dapat melakukan mentoring 1 on 1 bersama mentor sebelum diserahkan kepada Startup & Business Incubator.

N. **Business Audit**

Business Audit adalah proses pemeriksaan formal & sistematis terhadap laporan keuangan, sistem, prosedur perusahaan. Tujuan business audit adalah memastikan keakuratan, keabsahan, dan kepatuhan terhadap peraturan dan standar yang berlaku di Program Vessel sehingga menciptakan transparansi, keberlanjutan, dan kepercayaan dalam menjalankan aktivitas perusahaan.

Proses business audit dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu:

1. Audit Kegiatan

Audit kegiatan ditujukan untuk memantau efektivitas proses, memastikan usaha peserta mematuhi hukum, menganalisis tujuan operasional dan mengevaluasi manajemen risiko bisnis.

2. Audit Keuangan

Audit keuangan ditujukan untuk evaluasi kepatuhan & verifikasi terhadap efektivitas pengelolaannya.

3. Audit Inventaris

Audit untuk pemeriksaan dan verifikasi terhadap seluruh barang atau asset yang dimiliki tim bisnis. Apabila tim bisnis telah melakukan pembelian peralatan/mesin namun bisnis tidak berjalan, peserta Program Vessel **diharuskan mengembalikan seluruh inventaris** ke Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melalui Startup and Business Incubator.

Pendanaan dan Penggunaan Anggaran

A. Sumber Pendanaan

Sumber dana Program Vessel berasal dari dana pengembangan kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jika dalam pelaksanaan ada sumber pendanaan dari pihak lain, maka tim harus konfirmasi dan melampirkan dokumen perjanjian dari pihak tersebut.

B. Besaran Pendanaan

Pendanaan Program Vessel diberikan untuk masing-masing tim yang telah dinyatakan lolos hingga Rp. 5.000.000 (*lima juta rupiah*). Jumlah pendanaan disesuaikan dengan kebutuhan Rencana Anggaran Belanja masing-masing tim.

C. Penggunaan Anggaran Biaya

Dengan memperhatikan proses pelaksanaan program, item biaya yang **tidak diperkenankan** untuk diusulkan yaitu:

1. Honorarium untuk tim, dosen pendamping, dan pihak ketiga lainnya;
2. Pembelian peralatan dan perlengkapan dengan nilai melebihi Rp1.000.000 (*satu juta rupiah*). Jika terdapat kebutuhan yang melebihi nilai tersebut, maka tim wajib mengomunikasikan dengan mentor;
3. Pembelian kuota internet atau pulsa telepon;
4. Sewa tempat produksi; dan
5. Penggunaan biaya transportasi melebihi nilai maksimal 5% dari total pendanaan.

Format Laporan

A. Laporan Mingguan

Laporan mingguan adalah laporan yang wajib disampaikan secara mingguan terkait progress pelaksanaan kegiatan inkubasi. Laporan mingguan mewajibkan tim startup mengirimkan laporan penyelesaian challenge dan dokumentasi aktivitas mingguan dalam bentuk logbook di Microsoft One Drive yang telah disediakan.

Tim *startup* wajib melakukan konfirmasi kepada mentor setelah mengunggah laporan penyelesaian *challenge* guna mendapatkan *feedback* terkait challenge yang telah dilakukan. Setiap akhir dari *challenge* akan dilakukan sesi presentasi dan diskusi antar tim startup.

B. Challenge

Challenge adalah misi yang harus diselesaikan oleh tim startup. Masing-masing challenge akan merepresentasikan tahapan dalam proses inisiasi startup.

Challenge I	Business Ideation and Team Assembly
Tahap <i>Business Ideation & Team Assembly</i> merupakan tahapan pembuatan ide dengan berdasarkan <i>critical thinking</i> dan <i>creative thinking</i> menggunakan metode yang sesuai dengan preferensi bisnis. Setelah pembuatan ide, tim <i>startup</i> berkelompok sesuai dengan kecocokan ide dan kebutuhan tim.	
Challenge:	24 Januari 2026
<ul style="list-style-type: none">❖ Pembentukan tim dan distribusi peran (.pdf / .jpg)❖ <i>Design thinking</i> dan <i>business idea pitchdeck</i> (.pdf / .jpg)❖ Pembuatan akun <i>Social Media</i> (screenshot profile) (.pdf / .jpg)❖ Video proses kegiatan selama melaksanakan <i>challenge</i> (<i>Instagram Story & Feeds</i>)	
Challenge II	Business Model
Tahap Business Model merupakan tahapan pemetaan target pasar yang akan disusun dalam 2 (dua) kerangka kerja yaitu <i>value proposition canvas</i> , dan <i>business model canvas</i> .	
Challenge:	2 Februari 2026
<ul style="list-style-type: none">❖ Value Proposition Canvas (.pdf)	

Kerangka kerja untuk melihat cara menciptakan value atau manfaat untuk para konsumen yang meliputi *customer gains, customer jobs, pains, gain creators, product & services*, dan *pain relievers*. (terlampir)

❖ **Business Model Canvas** (.pdf)

Kerangka kerja untuk memetakan *key partners, key activities, value propositions, customer relationship, customer segments, channels, key resources, cost structure*, dan *revenue streams*. (terlampir)

❖ Video proses/kegiatan selama melaksanakan *challenge* (upload pada Instagram)

Challenge III

Market Research and Validation

Tahap *Market Research & Validation* merupakan tahapan analisis pasar serta validasi ke pasar yang dituju.

Tahapan ini mencakup dua metode yaitu:

1. **Penentuan Calon konsumen** dengan metode *segmenting, targeting, dan positioning*;
2. **Market sizing** dengan metode analisis
 - a. **Total Available Market (TAM)** atau jumlah konsumen yang diharapkan akan dijangkau produk.
 - b. **Serviceable Available Market (SAM)** atau segmen pasar yang menjadi target produk.
 - c. **Share of Market (SOM)** atau target pasar yang sanggup dilayani oleh perusahaan.
3. Survei pada target pasar menggunakan metode penyebaran kuesioner.

Challenge:

9 Februari 2026

❖ *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (.pdf)

❖ TAM, SAM, dan SOM (.pdf)

❖ Strategi SWOT (.pdf)

❖ Kuesioner (.pdf)

❖ Data Hasil Validasi dan hasil analisis (.pdf)

❖ Video proses/kegiatan selama melaksanakan *challenge* (upload pada Instagram)

Challenge IV

Prototyping and Prototype Validation

Tahap *Prototyping and Prototype Validation* adalah membuat prototipe dari ide pada tahap sebelumnya, kemudian dilakukan test sampai sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Challenge:

10 Maret 2026

- ❖ Membuat Purwarupa (*prototyping*)
 1. **Produk barang:** foto produk (.jpg); logo usaha (.jpg); dan desain kemasan (.jpg).
 2. **Produk jasa:** logo usaha (.jpg); jenis jasa, materi promosi (konten sosial media atau brosur) dan deskripsi *user experience* (UX).
 3. **Produk digital:** logo usaha (.jpg); rancangan produk digital (*website* atau *mock-up*) dan deskripsi *user experience* (UX).
- ❖ Proses penggunaan produk (.pdf)
- ❖ *User feedback* dalam rangka *prototype validation*
- ❖ Finalisasi *prototype* atau *minimum viable product*
- ❖ Publikasi ***minimum viable product*** melalui sosial media.
- ❖ Bio Profile (ex: Instagram/ WhatsApp Business etc).
- ❖ Video proses/kegiatan selama melaksanakan *challenge* (*upload* pada Instagram)

**d disesuaikan dengan kategori produk masing-masing.*

Challenge V

Proposal P2MW

P2MW (Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha) Kemdiktisaintek adalah program pengembangan kewirausahaan bagi mahasiswa yang memberikan bantuan dana pembinaan serta pendampingan untuk memajukan usaha yang telah berjalan. P2MW memberikan benefit berupa bantuan dana pengembangan usaha serta pendampingan mentor profesional untuk mengakselerasi bisnis mahasiswa yang sedang berjalan. Selain itu, peserta akan mendapatkan akses jejaring wirausaha nasional dan pengakuan konversi SKS.

Challenge:

3 April 2026

- ❖ Proposal sesuai dengan template P2MW (.pdf)
- ❖ Lembar pengesahan (.pdf)
- ❖ Nomor Induk Berusaha (.pdf)
- ❖ Updated Business Model Canvas (.pdf)
- ❖ Proyeksi Arus Kas dan Laba Rugi (.pdf)

Challenge VI	Branding, Marketing, Social Media Content Class
<p>Setelah menghasilkan <i>minimum viable product</i>, maka tahap selanjutnya adalah tahap Branding, Social Media Content, Finance, Legality. Tahap ini merancang, menyusun, membuat, dan melaksanakan manajemen bisnis. Tahap ini mencakup penentuan <i>brand personality & image, content design, copywriting</i> secara komprehensif.</p>	
Challenge:	14 April 2026
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Brand Personality & Image <ol style="list-style-type: none"> 1. Finalisasi Logo, Corporate Color 2. Foto produk kebutuhan <i>marketing</i> (.jpg) 3. Unggahan di sosial media (.jpg) 4. Poster Bisnis (.jpg) 5. User generated content (UGC)/ artikel berita (.docx) 6. Dokumentasi Kegiatan (.jpg) ❖ Membuat Content Calendar ❖ Merancang Content Design dan Copywriting ❖ Video proses/kegiatan selama melaksanakan <i>challenge</i> (<i>upload</i> pada Instagram) 	
Challenge VII	Product Selling & Financial Report
<p>Setelah terbuatnya prototype dan mempersiapkan legalitasnya, maka tahap selanjutnya adalah tahap <i>Product Selling</i>. Tahap ini membuat perencanaan tentang cara mengomersialkan prototype tersebut dalam sebuah <i>business expo</i>. Tahap <i>Product Selling</i> mencakup penentuan promosi & penjualan produk serta sistem pencatatan transaksi. Kategori non-digital melampirkan data transaksi penjualan, sedangkan digital melampirkan <i>traction</i> serta testimoni.</p>	
Challenge:	2 Mei 2026
<ul style="list-style-type: none"> ❖ <i>Go-to market strategy</i>. ❖ Promosi dan penjualan produk. ❖ Product Selling ❖ Data Transaksi (.xlsx) atau <i>traction</i>; ❖ Testimoni Konsumen (.jpg / .docx) 	
Challenge VIII	Cash Flow, Profit & Loss, and Balance Sheet

Setelah tahap *Product Selling*, tahap berikutnya adalah merapikan catatan keuangan. Catatan keuangan ini akan digunakan untuk *diagnostic* kesehatan keuangan sebuah perusahaan agar pemilik mengetahui dan bisa menentukan kebijakannya selanjutnya.

Challenge:

2 Mei 2026

- ❖ Arus kas (*cash flow*) (.xls)
- ❖ Laba/rugi (*profit & loss*) (.xls)
- ❖ Neraca saldo (*balance sheet*) (.xls)

Challenge IX

Pengumpulan Laporan Akhir Kegiatan & Keuangan

Laporan Akhir merupakan rangkuman rangkaian kegiatan selama mahasiswa mengikuti Vessel Program 2026. Dokumen ini selain menjadi pertanggungjawaban peserta, juga diharapkan dapat mempermudah dalam pembuatan pitchdeck dalam project-project yang akan diikuti oleh startup.

Challenge:

5 Mei 2026

- ❖ Laporan kegiatan tim startup (.doc)
- ❖ Laporan keuangan tim startup (.xls)

Challenge X

Business Pitching

Setelah menjalankan rangkaian manajemen bisnis dan penyusunan laporan, langkah selanjutnya adalah *Business Pitching*. Dalam bisnis, jaringan adalah hal yang penting untuk berkembang. Maka untuk melakukannya, perlu adanya pembelajaran bagaimana cara melakukan *pitching* dan negosiasi. Peserta akan melakukan *pitching* mengenai bisnis yang telah dibangun dan menawarkan kepada pasar serta calon investor.

Challenge:

22 Mei 2026

- ❖ Pitch Deck (.pptx / .pdf)

C. Format Laporan Akhir

Laporan akhir adalah hasil laporan yang berisi seluruh kegiatan yang telah diikuti selama Program Vessel. Template laporan akhir disesuaikan dengan branding tim bisnis masing-masing.

Executive Summary	Uraian ringkas yang memberikan gambaran umum tentang bisnis.
Latar Belakang	<p>Uraian singkat tentang masalah yang mendasari terbentuknya startup beserta data dan justifikasi solusi yang ditawarkan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fenomena yang melatarbelakangi pendirian usaha. Fenomena ini diperkuat dengan tampilan data yang dapat diambil dari riset, berita maupun jurnal. 2. Potensi Solusi. 3. Tujuan Mulia yang Ingin Dicapai dari Pendirian Usaha. 4. Dampak keberadaan usaha bagi masyarakat/ lingkungan. Tidak hanya fokus untuk mendapatkan keuntungan namun juga memberikan dampak secara ekonomi, social, budaya. Pendidikan, hukum, lingkungan, atau politik. Tambahkan dukungan bisnis terhadap nilai SDGs.
Deskripsi Usaha	<p>Uraian lengkap tentang profil <i>startup</i>, visi dan misi, tujuan serta produk yang ditawarkan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nama Usaha (ex: PT Berkah Sejahtera Indonesia) 2. Visi dan Misi 3. Nama Produk 4. Deskripsi Produk 5. Logo dan Tagline 6. Model Bisnis 7. Tim

<p style="text-align: center;">Metode Pelaksanaan</p>	<p>Uraian lengkap berisi tahapan realisasi dan pelaksanaan bisnis, meliputi alur produksi, analisis SWOT, analisis pasar, strategi pemasaran, penjualan, analisis kelayakan usaha, hingga legalitas/perizinan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Riset <ol style="list-style-type: none"> a. Market Research and Validation b. Prototyping and Prototype Validation 2. Produksi <ol style="list-style-type: none"> a. Pembuatan/ Perancangan Produk b. Alur Pengguna (<i>User Journey/Flow</i>) 3. Pemasaran <ol style="list-style-type: none"> a. Analisis 7P b. Analisis TAM SAM SOM c. Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) d. Layanan Purnajual (<i>after sales</i>)
<p style="text-align: center;">Hasil yang Dicapai</p>	<p>Uraian lengkap tentang hasil implementasi bisnis terhadap produk, legalitas, pendanaan, sertifikasi produk, <i>traction and exposure, networking</i>, dan lainnya yang didapatkan selama mengikuti Program Vessel.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Legalitas/ Perizinan Berisi deskripsi legalitas yang diperoleh diantaranya: <ol style="list-style-type: none"> a. Surat Perjanjian Kerja Sama Keanggotaan (<i>Founder Agreement</i>) b. Legalitas Izin Pendirian Usaha c. Kemitraan / Kerja Sama 2. Social Media Engagement Berisi deskripsi analisis sosial media, diantaranya: <ol style="list-style-type: none"> a. Akun Bisnis b. Analisis Sosial Media Engagement & Insight

	<p>c. User Generated Content (Konten Buatan Pengguna)</p> <p>3. Laporan Keuangan*</p> <p>a. Break Even Point (BEP)</p> <p>b. Harga Pokok Produksi (HPP)</p> <p>c. Arus Kas (<i>Cash Flow</i>)</p> <p>d. Laporan Neraca (<i>Balance Sheet</i>)</p> <p>e. Laba Rugi (<i>Profit and Loss</i>)</p> <p>*Setiap laporan keuangan (<i>online</i>) wajib lampirkan <i>hyperlink</i>.</p>
Roadmap Bisnis	<p>Uraian terstruktur tentang rencana pengembangan dan pertumbuhan bisnis ke depan, yang mencakup langkah-langkah strategis, target waktu (<i>timeline</i>), dan tujuan utama yang ingin dicapai.</p>
Penutup	<p>Kesimpulan dan saran.</p>
Lampiran	<p>Uraian yang berisi lembar tambahan berupa rekap penggunaan dana, bukti transaksi, dokumentasi (kegiatan, produk, barang dan tim), profil tim, dan dokumen pencapaian (<i>jika ada</i>).</p> <p>A. Kwitansi Penggunaan Dana*</p> <p>(*) <i>Kwitansi (scan foto) wajib disusun berdasarkan kegiatan utama dalam Rencana Anggaran Biaya (RAB).</i></p> <p>B. Foto Kegiatan**</p> <p>(**) <i>Seluruh rangkaian kegiatan, operasional bisnis, dan mentoring selama Program Vessel berdasarkan timeline.</i></p> <p>C. Dokumen Legalitas***</p> <p>(***) <i>Berisi pindaian dokumen legalitas.</i></p> <p>D. Daftar atau tabel yang dilampirkan sebagai pendukung informasi****</p> <p>(****) <i>Berisi analisis (grafik/data) analisis pasar, analisis produk, dan lainnya.</i></p>

D. Laporan Keuangan

Laporan akhir adalah laporan yang berisi hasil rekap dari pembelanjaan yang digunakan oleh masing-masing tim. Laporan keuangan yang harus dibuat terdiri dari rekapitulasi penggunaan dana dan *cashflow*.

Tabel 1. Rekapitulasi Anggaran Belanja

No	Jenis Pengeluaran	Jumlah	Presentase
1	Bahan Baku		
2	Peralatan		
3	Perlengkapan		
4	Transportasi		
5	Lain-Lain		
Total			

*Presentase (%) dihitung dari total dana yang disetujui.

Tabel 2. Rincian Penggunaan Dana

No.	Jenis Pengeluaran	Harga (Rp)	Satuan	Jumlah (Rp)
1	Bahan Baku			
	a.			
	b.			
	c.			
2	Peralatan			
	a.			
	b.			
	c.			
3	Perlengkapan			
	a.			
	b.			
	c.			
4	Transportasi			
	a.			
	b.			
	c.			
5	Lain-Lain			
Total				

Tabel 3. Arus Kas (*Cash Flow*)

Tahun	2026					
	Bulan	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1. Saldo Awal	Rp-	Rp1.500.000	Rp-	Rp-	Rp-	Rp-
2. Kas Masuk						
A. Penjualan						
B. Investasi	Rp5.000.000					
Total Kas Masuk	Rp5.000.000	Rp-	Rp-	Rp-	Rp-	Rp-
3. Kas Keluar						
A. Biaya Variabel						
a. <i>(diisi sesuai kebutuhan)</i>						
b. <i>(diisi sesuai kebutuhan)</i>						
c. <i>(diisi sesuai kebutuhan)</i>						
Sub Total Biaya Produksi (COGS)	Rp-	Rp-	Rp-	Rp-	Rp-	Rp-
B. Biaya Tetap						
a. Gaji						
b. Sewa Akun Premium Canva						
c. Listrik/ Air PDAM						
d. <i>(diisi sesuai kebutuhan)</i>						
Sub Total Biaya Tetap	Rp-	Rp-	Rp-	Rp-	Rp-	Rp-
C. Biaya Investasi						
a. Develop Website	Rp3.500.000					
b. Desain Logo						
c. Laptop						
d. Smartphone						
Sub Total Biaya Investasi	Rp3.500.000					
Total Kas Keluar	Rp3.500.000					
4. Saldo Akhir	Rp1.500.000					

*Format Laporan Keuangan tersedia di link Ms. One Drive Program Vessel

Skema Penilaian

Skema penilaian adalah skema yang digunakan sebagai acuan dalam menilai setiap pengerjaan challenge, kehadiran, dan keaktifan dari kegiatan yang ditetapkan dalam Program Vessel. Skema dipertimbangkan dari beberapa indikator, antara lain:

Business Ideation

15%

Indikator:

- ◆ Kedalaman Urgensi
- ◆ Kecocokan solusi dengan masalah
- ◆ Keabsahan data

Output:

Challenge I

- ◆ Dokumen PPT Ide (.pptx)

Business Model

15%

Indikator:

- ◆ **Desirability = 40%**
Customer segment, value proposition, dan customer relationship.
- ◆ **Feasibility = 30%**
Channels, key activities, key resources, dan key partners.
- ◆ **Viability = 30%**
Revenue streams dan cost structure.

Output:

Challenge II

- ◆ Value Proposition Canvas (.pptx)
- ◆ Business Model Canvas (.pptx)

Market Research & Validation

15%

Indikator:

- ◆ Akurasi Market = 35%
- ◆ Relevansi pasar dengan value* = 30%
- ◆ Rencana tindak lanjut (RTL) pasca validasi = 20%
- ◆ Koresponden dalam survei = 15%

*survei wajib mencantumkan data email, usia, dan pekerjaan

Output:

Challenge III

- ◆ Konsumen Potensial (.pptx)
- ◆ Ukuran Pasar (.pptx)

Prototyping & Prototype Validation

15%

- ◆ Kuesioner (.doc)
- ◆ Analisis Hasil Riset Pasar (.pptx)
- ◆ Dokumentasi

Indikator:

- ◆ User Interface (UI) = 30%
- ◆ User Experience (UX) = 30%
- ◆ Market Fit = 25%
- ◆ Customer Feedback dan Rencana Tindak Lanjut = 15%

Output:

Challenge IV - V

- ◆ Desain produk (.jpg)
- ◆ Prototype*
- ◆ Kuesioner (.doc)
- ◆ Hasil analisis prototype validation (.pptx)
- ◆ Minimum viable product*
- ◆ Dokumentasi

*d disesuaikan dengan kategori produk masing-masing

Indikator:

- ◆ Pertumbuhan Penjualan = 40%
- ◆ Channel & Metode Promosi = 35%

Output:

Challenge VI - IX

- ◆ Logo (.jpg); Company & Product name; Corporate color; Tagline (.doc)
- ◆ Perencanaan marketing
- ◆ Data transaksi (.xlsx)
- ◆ Laporan Keuangan (.xlsx)
- ◆ Testimoni konsumen (.pptx)
- ◆ Dokumentasi kegiatan.

Indikator:

- ◆ Organization = 35%
- ◆ Knowledge = 30%
- ◆ Non-verbal language / gesture = 25%
- ◆ Appearance = 10%

Output:

Challenge X

- ◆ Laporan Akhir Kegiatan & Keuangan (.xlsx)

Product Selling

15%

Business Pitching

10%

Team Performance

15%

- Indikator:**
- ◆ Pitch Deck (.pptx)
 - ◆ Inisiatif
 - ◆ Daya Adaptasi
 - ◆ Kerja Sama Tim
 - ◆ Pembagian peran dalam tim

Lampiran

1. Empathy Map Canvas (EMC)

Empathy Map Canvas

Designed for: _____ Designed by: _____ Date: _____ Version: _____

1 WHO are we empathizing with?
Who is the person we want to understand?
What is the situation they are in?
What is their role in the situation?

2 What do they need to DO?
What do they need to do differently?
What job(s) do they want or need to get done?
What decision(s) do they need to make?
How will we know they were successful?

3 What do they SEE?
What do they see in the marketplace?
What do they see in their immediate environment?
What do they see others saying and doing?
What are they watching and reading?

4 What do they SAY?
What have we heard them say?
What can we imagine them saying?

5 What do they DO?
What do they do today?
What behavior have we observed?
What can we imagine them doing?

6 What do they HEAR?
What are they hearing others say?
What are they hearing from friends?
What are they hearing from colleagues?
What are they hearing second-hand?

7 What do they THINK and FEEL?
PAINS
What are their fears, frustrations, and anxieties?
GAINS
What are their wants, needs, hopes and dreams?

What other thoughts and feelings might motivate their behavior?

GOAL

Last updated on 16 July 2017. Download a copy of this canvas at <http://gamestorming.com/empathy-map/> © 2017 Dave Gray, xplane.com

2. Business Model Canvas (BMC)

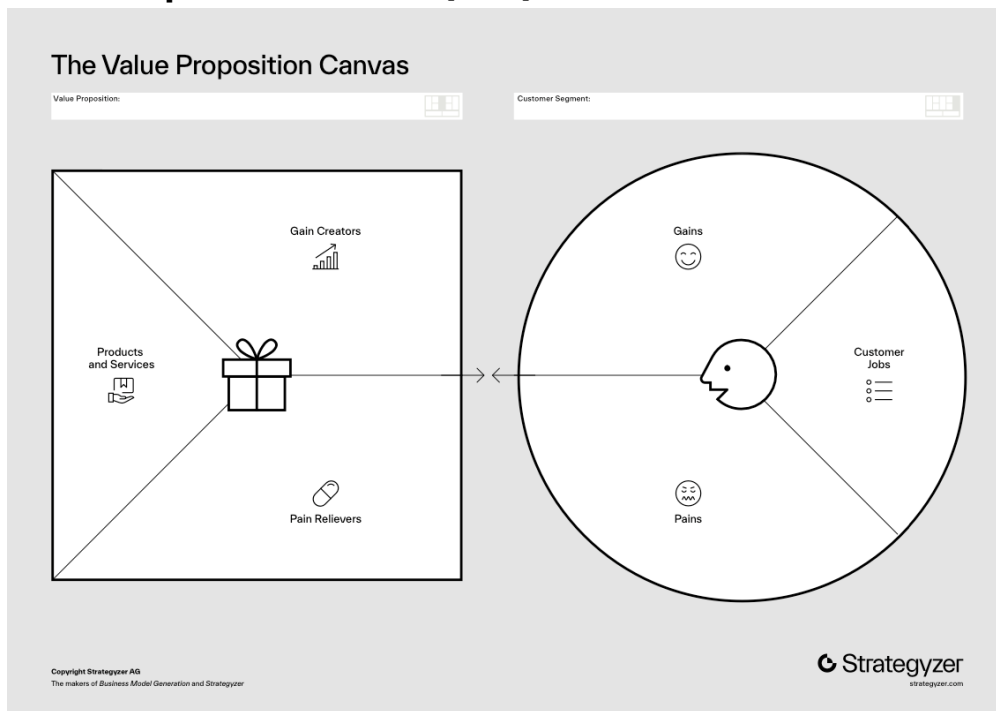
The Business Model Canvas

Designed for: _____ Designed by: _____ Date: _____ Version: _____

Key Partnerships	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

Copyright Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer
© 2017 Strategyzer

3. Value Proposition Canvas (VPC)




Contoh Logbook Kegiatan

Bulan - Tahun

Logbook Vessel Program 2026

1. Kegiatan Tgl... Bulan ... Tahun ...

No.	Kegiatan	Foto Kegiatan	Pembahasan	Tantangan	Rencana Tindak Lanjut
1.	Coaching (Bersama Dospem) *Wajib ada		Pemasaran: Membahas mengenai cara pemasaran yang efektif dengan cara lalalal dengan harapan mendapatkan output dengan Coaching dilakukan pada tanggal ... bulan ... tahun ...		
2.	Mentoring (Bersama Mentor SEBI) *Wajib ada		Research and Development: Membahas mengenai aspek RnD yang harus dikembangkan dalam bisnis. Output yang dihasilkan berupa ... <i>Research and Development</i> dilakukan pada tanggal ... sampai tanggal ... bulan ...		

3.	Prototyping Produk bersama Mitra		Pada kolom pembahasan silakan tuliskan hal apa saja yang dibahas saat <i>Coaching and Mentoring</i>		
----	---	---	---	--	--

Daftar Istilah

No	Istilah	Penjelasan
1.	After Sales	Serangkaian layanan dan dukungan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan setelah mereka membeli produk atau jasa
2.	Arus Kas (Cash Flow)	pergerakan masuk dan keluarnya uang tunai dalam suatu bisnis selama periode waktu tertentu guna membiayai operasional, investasi, dan kewajiban keuangan
3.	Break Even Point (BEP)	Titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami laba maupun rugi
4.	Business Model Canvas (BMC)	Kerangka kerja strategis berbentuk visual yang digunakan untuk menggambarkan, merancang, menganalisis, dan mengembangkan model bisnis suatu organisasi secara terstruktur, sederhana, dan menyeluruh
5.	Challenge	Tantangan, tugas, atau misi terarah yang diberikan kepada peserta inkubasi (startup/tenant) untuk mengukur dan menerapkan pelatihan ke dalam konteks nyata bisnis setiap minggu atau sesuai jadwal program
6.	Channels	cara atau jalur yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan produk atau layanan kepada pelanggan guna distribusi, komunikasi, dan penjualan produk
7.	Coaching	Pendampingan secara intensif dan personal untuk pengembangan kapasitas individu atau tim
8.	Content Calendar	Content Calendar adalah sebuah jadwal terencana yang memuat rencana pembuatan, penjadwalan, dan publikasi konten secara sistematis dalam jangka waktu tertentu (harian, mingguan, bulanan, atau tahunan)
9.	Content Design	Proses merancang dan menyusun konten secara strategis dan sistematis dengan tujuan untuk

No	Istilah	Penjelasan
		menyampaikan informasi secara jelas, efektif, dan mudah dipahami oleh audiens yang dituju
10.	Copywriting	Seni dan teknik menulis teks persuasif (copy) dengan tujuan untuk mempengaruhi pembaca agar melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk, mendaftar layanan, mengisi formulir, atau berinteraksi dengan brand
11.	Corporate Color	Warna atau palet warna yang dipilih dan digunakan secara konsisten oleh sebuah perusahaan atau organisasi sebagai bagian dari identitas visual, branding, dan simbol yang merepresentasikan ciri khas, nilai, dan karakter perusahaan di mata publik, pelanggan, dan pemangku kepentingan
12.	Cost Structure	rangkuman semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menjalankan bisnisnya, termasuk biaya tetap dan biaya variabel
13.	Customer Gains	Manfaat, keuntungan, atau nilai positif yang diperoleh pelanggan dari menggunakan produk atau layanan sebuah bisnis
14.	Customer Jobs	tugas, kebutuhan, atau masalah yang ingin diselesaikan oleh pelanggan melalui produk atau layanan
15.	Customer Relationship	Hubungan yang dibangun dan dipelihara antara perusahaan dengan pelanggannya untuk menciptakan interaksi yang berkelanjutan, membangun loyalitas, dan meningkatkan kepuasan pelanggan
16.	Customer Segments	Segmentasi pelanggan mendefinisikan konsumen Anda, termasuk demografi, psikografi, dan area geografis
17.	Design Thinking	Metode pemecahan masalah yang berfokus pada pendekatan kreatif dan human-centered terhadap pengguna, ideasi, prototyping, dan pengujian untuk menghasilkan solusi inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pengguna atau pelanggan

No	Istilah	Penjelasan
18.	Empathy Map	Alat visual yang digunakan untuk memahami dan menggambarkan perspektif, kebutuhan, perasaan, dan pengalaman pelanggan secara mendalam
19.	Executive Summary	Ringkasan singkat dari dokumen utama, seperti proposal bisnis, laporan, rencana bisnis, atau studi kelayakan, yang bertujuan memberikan gambaran umum cepat tentang isi dokumen tersebut kepada pembaca, khususnya para eksekutif atau pengambil keputusan
20.	Gain Creators	Fitur, manfaat, atau aspek produk dan layanan yang secara aktif menciptakan nilai tambah dan keuntungan bagi pelanggan
21.	Go-to-Market Strategy (GTM Strategy)	Rencana terperinci mulai dari pengembangan produk, pemasaran, distribusi, penjualan, hingga layanan purna jual yang dibuat oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk atau layanan baru ke pasar dan mencapai pelanggan target secara efektif
22.	Harga Pokok Produksi (HPP)	Total biaya langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa yang dijual, termasuk bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya produksi lainnya
23.	High-Fidelity	Prototipe atau representasi produk yang sangat mendekati versi akhir, baik dari segi desain visual, fungsi, maupun interaksi pengguna
24.	Inkubator Bisnis	Lembaga atau program yang membantu startup atau UMKM tahap awal dengan menyediakan fasilitas, bimbingan, pelatihan, dan akses ke jaringan
25.	Key Activities	Kegiatan utama yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menjalankan model bisnisnya, menciptakan nilai, melayani pelanggan, dan menghasilkan pendapatan
26.	Key Partners	Pihak luar (individu, perusahaan, atau organisasi) yang bekerja sama dengan bisnis untuk membantu menjalankan model bisnis, meningkatkan efisiensi, dan mencapai tujuan

No	Istilah	Penjelasan
		bersama seperti sumber daya, teknologi, distribusi, atau keahlian khusus
27.	Key Resources	Aset penting yang dimiliki atau dikendalikan oleh perusahaan untuk menjalankan model bisnisnya, menciptakan nilai, melayani pelanggan, dan menghasilkan pendapatan berupa fisik, intelektual, manusia, atau keuangan
28.	Laba Rugi (Profit and Loss Statement)	Laporan keuangan yang memperlihatkan pendapatan, biaya, dan laba atau rugi selama periode tertentu, menggambarkan kinerja usaha dalam menghasilkan keuntungan
29.	Laporan Neraca (Balance Sheet)	Laporan keuangan yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan pada suatu waktu tertentu, mencakup aset (kekayaan), kewajiban (hutang), dan ekuitas (modal)
30.	Market Research	Proses sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data tentang pasar, pelanggan potensial, kebutuhan konsumen, tren industri, dan kompetitor
31.	Market Sizing	Proses mengukur atau memperkirakan ukuran pasar potensial, nilai (value), dan volume (jumlah unit) penjualan untuk produk atau layanan tertentu dalam periode waktu tertentu
32.	Market Validation	Proses untuk mengonfirmasi bahwa ada permintaan nyata dan minat konsumen terhadap produk atau solusi yang ditawarkan, sebelum produk dikembangkan lebih jauh atau diluncurkan
33.	Mentoring	Proses bimbingan dan arahan dari mentor kepada startup mengenai pengembangan usaha
34.	Minimum Viable Product (MVP)	Versi awal dari produk dengan fitur minimum untuk diuji kepada pengguna awal
35.	Pain Relievers	Solusi, fitur, atau manfaat dalam produk atau layanan yang dirancang untuk mengatasi masalah, hambatan, atau "pain points" yang dialami oleh pelanggan

No	Istilah	Penjelasan
36.	Payback Period	Periode waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi awal dari arus kas yang dihasilkan oleh proyek atau bisnis
37.	Pitch Deck	Presentasi singkat yang digunakan oleh startup atau perusahaan untuk menjelaskan ide bisnis, produk, model bisnis, dan rencana pertumbuhan kepada calon investor, mitra, atau pemangku kepentingan lainnya
38.	Pitching	Presentasi singkat untuk menarik investor atau mitra strategis
39.	Pre-seed Funding	Tahap pendanaan awal sekali yang digunakan untuk membantu pendiri (founder) memulai ide bisnis sebelum perusahaan secara resmi berdiri atau menghasilkan produk yang siap dijual
40.	Product Prototyping	Proses membuat versi awal (prototipe) dari sebuah produk untuk menunjukkan konsep, desain, dan fungsi dasarnya sebelum diproduksi secara massal atau diluncurkan ke pasar
41.	Product Selling	Proses menawarkan, mempromosikan, dan menjual produk fisik atau digital kepada pelanggan dengan fokus utama pada fitur, spesifikasi, dan keunggulan produk itu sendiri
42.	Prototype Validation	Proses untuk mengujicobakan prototipe produk kepada calon pengguna atau pemangku kepentingan (stakeholder) guna mendapatkan umpan balik (feedback) tentang kegunaan, fungsi, desain, dan kesesuaian solusi dengan kebutuhan mereka
43.	Return of Investment	rasio yang mengukur efisiensi dan profitabilitas dari suatu investasi dengan membandingkan keuntungan yang diperoleh terhadap biaya investasi yang dikeluarkan
44.	Revenue Stream	Sumber atau aliran pendapatan yang diperoleh perusahaan dari penjualan produk atau layanan kepada pelanggan dari berbagai aktivitas komersialnya
45.	Roadmap Bisnis	Rencana strategis visual yang menggambarkan langkah-langkah, tujuan, dan waktu pelaksanaan

No	Istilah	Penjelasan
		suatu proyek, produk, atau pengembangan bisnis secara terstruktur
46.	Social Media Insight	Data dan analisis mendalam yang diperoleh dari aktivitas dan interaksi pengguna di platform media sosial, yang digunakan untuk memahami perilaku audiens, efektivitas konten, tren, dan performa kampanye secara lebih terukur
47.	Sosial Media Engagement	Interaksi dan keterlibatan aktif antara pengguna dengan konten di platform media sosial, seperti like, komentar, share, klik, dan aktivitas lain yang menunjukkan partisipasi audiens terhadap sebuah postingan atau akun
48.	Startup	Wirausaha atau startup yang menjadi peserta program inkubasi dan perusahaan rintisan yang sedang dalam tahap awal pengembangan produk dan model bisnis
49.	User Generated Content	Segala bentuk konten seperti teks, gambar, video, ulasan, testimonial, postingan di media sosial, atau konten digital lainnya yang dibuat dan dibagikan oleh pengguna atau konsumen, bukan oleh brand atau perusahaan itu sendiri
50.	Validasi Pasar	Proses menguji apakah produk/jasa memiliki permintaan di pasar
51.	Value Proposition Canvas (VPC)	Sebuah alat bantu visual (visual tool) yang digunakan untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan oleh sebuah bisnis benar-benar sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan masalah yang dialami oleh pelanggan (customer fit)
52.	Value Proposition	Nilai atau manfaat utama yang ditawarkan produk/jasa kepada pelanggan

Daftar Pustaka

- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Profil UMKM Indonesia Tahun 2023*.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2024). *Data Rasio Kewirausahaan Nasional 2024*. <https://ehub.kemenkopukm.go.id/>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2018). *SME and Entrepreneurship Policy in Indonesia 2018*. <https://www.oecd.org/>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2010). *Business Model Generation* (T. Clark (ed.)). OSF.
- World Bank. (2023). *Doing Business in Indonesia: Challenges for MSMEs*. <https://www.worldbank.org/>
- World Economic Forum. (2022). *Fostering Entrepreneurship in Emerging Economies*. <https://www.weforum.org/>



Sub-Direktorat Kreativitas, Penalaran dan Kewirausahaan

Gedung AR Fahrudin B Lantai 3

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, D.I. Yogyakarta 55183

Telepon: +62 811 283 5151 Ext. 283

Website: sebi.umy.ac.id

Email: sebi_pibk@umy.ac.id

Instagram: [@sebi_umy](https://www.instagram.com/sebi_umy)