



The
Education
University



DIREKTORAT
KEMAHASISWAAN
DAN ALUMNI



BUKU PANDUAN

Rise Up Fest 2026

Kompetisi Bisnis Mahasiswa



@rumahprestasi.upi @riseupfest.upi

Kata Pengantar

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga Buku Panduan RiseUp Fest 2026 dapat disusun dengan baik. Buku ini hadir sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan kewirausahaan mahasiswa berskala nasional yang diselenggarakan oleh Rumah Prestasi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia, sekaligus sebagai wujud nyata dalam mengaktualisasikan visi universitas untuk menjadi perguruan tinggi yang Pelopor dan Unggul (*Leading and Outstanding*).

RiseUp Fest 2026 menjadi wadah strategis dalam mendukung misi universitas, khususnya dalam menyelenggarakan pendidikan yang membina bakat, mengembangkan penalaran, serta mengasah potensi dan disiplin ilmu mahasiswa. Melalui pendekatan kompetisi, pengembangan usaha, expo kewirausahaan, serta business pitching, kegiatan ini dirancang untuk mendorong lahirnya generasi young entrepreneur yang inovatif, adaptif, kreatif, dan berdaya saing. Selaras dengan semangat penciptaan inovasi yang berakar pada kearifan lokal serta penyebarluasan temuan kreatif demi kemajuan masyarakat, ajang ini diharapkan menjadi ruang aktualisasi bagi mahasiswa dalam mengembangkan ide bisnis, memperluas jejaring profesional, memperoleh validasi usaha, serta memperkenalkan produk kepada masyarakat, investor, dan berbagai pemangku kepentingan.

Akhir kata, kami berharap RiseUp Fest 2026 dapat menjadi langkah konkrit dalam memperkuat budaya kewirausahaan mahasiswa yang unggul, melahirkan usaha-usaha inovatif yang berkelanjutan, serta memberikan dampak positif terhadap perkembangan ekonomi kreatif Indonesia. Selamat berkompetisi, tunjukkan karya terbaik kalian demi kemajuan bangsa.

Bandung, 25 Mei 2026

Prof. Dr. phil. Yudi Sukmayadi, M.Pd.
Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni, dan Bisnis



Kata Pengantar

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Buku Panduan RiseUp Fest 2026 ini dapat disusun dengan baik. RiseUp Fest 2026 merupakan salah satu bentuk komitmen Universitas Pendidikan Indonesia melalui Direktorat Kemahasiswaan dan Alumni dalam mendorong pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa yang inovatif, kreatif, dan berdaya saing. Buku panduan ini disusun sebagai pedoman bagi seluruh peserta dan pihak terkait dalam memahami mekanisme pelaksanaan kegiatan, mulai dari persyaratan peserta, tahapan pelaksanaan, kategori usaha, sistem seleksi, pendanaan, pelaporan perkembangan usaha, hingga pelaksanaan expo dan business pitching.

Melalui buku panduan ini, diharapkan seluruh rangkaian pelaksanaan RiseUp Fest 2026 dapat berjalan secara terarah, transparan, efektif, dan akuntabel sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Selain menjadi ajang kompetisi, kegiatan ini diharapkan mampu menjadi wadah pembinaan dan pengembangan kapasitas mahasiswa dalam menciptakan solusi inovatif melalui kewirausahaan, memperluas jejaring dengan berbagai pemangku kepentingan, serta menghasilkan usaha yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku panduan maupun penyelenggaraan RiseUp Fest 2026, termasuk pimpinan Universitas Pendidikan Indonesia, dosen, praktisi bisnis, mitra strategis, panitia, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan. Semoga RiseUp Fest 2026 dapat menjadi langkah nyata dalam memperkuat ekosistem kewirausahaan mahasiswa, melahirkan wirausaha muda yang unggul dan berdaya saing, serta memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ekonomi kreatif Indonesia.

Bandung, 25 Mei 2026

Prof. Dr. Hj. Siti Nurbayani Kusumaningsih, M.Si
Direktorat Kemahasiswaan dan Alumni UPI



Daftar Isi

Kata Pengantar.....	1
Daftar Isi.....	2
Bab I Pendahuluan.....	3
1.1 Latar Belakang.....	3
1.2 Dasar Pelaksanaan.....	4
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat.....	5
Bab II Ketentuan Peserta.....	7
2.1 Persyaratan Peserta.....	7
2.2 Persyaratan Produk Usaha.....	7
2.3 Skema Peserta.....	8
2.4 Tahapan Usaha.....	8
2.5 Kategori Usaha.....	10
Bab III Seleksi dan Sistem Penilaian.....	16
3.1 Alur Pendaftaran.....	16
3.2 Seleksi Administrasi.....	17
3.3 Pitching Proposal.....	17
3.4 Pendanaan dan Pengembangan Usaha.....	18
3.5 Monitoring dan Laporan Perkembangan Usaha.....	20
3.6 Business Pitching dan Expo.....	21
3.7 Sistem Penilaian.....	22
Bab IV Jadwal dan Pelaksanaan.....	38
4.1 Timeline Kegiatan.....	38
Bab V Penutup.....	39
Lampiran 1. Petunjuk Penulisan Proposal Usaha.....	40
Lampiran 2. Pernyataan dan Disclaimer Penggunaan Artificial Intelligence.....	43
Lampiran 3. Petunjuk Pengisian BMC.....	44
Lampiran 4. Format Laporan Arus Kas Kategori Idea dan Running.....	47
Lampiran 5. Format Proyeksi Laporan Laba Rugi Kategori Idea.....	48
Lampiran 6. Format Laporan Laba Rugi Kategori Running.....	49
Lampiran 7. Laporan Neraca Kategori Running.....	50
Lampiran 8. Contoh Traction.....	52
Lampiran 9. Format Laporan Perkembangan Usaha.....	53

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia kewirausahaan di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang semakin dinamis seiring dengan meningkatnya transformasi digital, ekonomi kreatif, serta kebutuhan akan inovasi dalam berbagai sektor industri. Di tengah tantangan globalisasi dan perubahan pola ekonomi, generasi muda, khususnya mahasiswa, dituntut untuk tidak hanya menjadi pencari kerja (*job seeker*), tetapi juga mampu menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*) yang inovatif, adaptif, dan berdaya saing. Kondisi tersebut menjadikan kewirausahaan sebagai salah satu kompetensi penting yang perlu dikembangkan.

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi intelektual memiliki potensi besar dalam menciptakan solusi kreatif berbasis bisnis yang mampu memberikan dampak ekonomi maupun sosial. Berbagai inovasi usaha yang lahir dari lingkungan perguruan tinggi menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kapasitas untuk mengembangkan ide bisnis yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan zaman. Namun demikian, potensi tersebut seringkali menghadapi tantangan berupa keterbatasan ruang pengembangan, minimnya akses terhadap jejaring bisnis, validasi usaha, pendanaan, hingga kesempatan promosi pada skala yang lebih luas.

Sebagai institusi pendidikan tinggi yang berkomitmen dalam pengembangan talenta mahasiswa, Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) melalui Rumah Prestasi Mahasiswa berupaya menghadirkan sebuah ruang pengembangan kewirausahaan yang lebih komprehensif melalui RiseUp Fest 2026. Kegiatan ini merupakan festival dan kompetisi kewirausahaan mahasiswa berskala nasional yang dirancang sebagai wadah pengembangan kapasitas entrepreneur muda melalui sistem inkubator bisnis, expo kewirausahaan, pitching bisnis kepada investor dan praktisi, serta festival kreatif yang mempertemukan inovasi usaha mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi.

RiseUp Fest 2026 tidak hanya menjadi ajang kompetisi, tetapi juga menjadi ruang aktualisasi dan validasi bisnis mahasiswa melalui pengalaman nyata dalam memasarkan produk, membangun strategi branding, memperluas

jejaring profesional, serta memperoleh evaluasi langsung dari akademisi, praktisi bisnis, dan investor. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini mengintegrasikan dua rangkaian utama, yaitu Kompetisi Bisnis Mahasiswa dan Festival Kewirausahaan sebagai puncak kegiatan. Melalui konsep tersebut, RiseUp Fest 2026 diharapkan mampu menjadi katalisator dalam memperkuat ekosistem kewirausahaan mahasiswa Indonesia, melahirkan wirausaha muda yang inovatif dan kompetitif, serta mendorong terbentuknya kolaborasi lintas perguruan tinggi dalam membangun masa depan ekonomi kreatif Indonesia yang berkelanjutan.

1.2 Dasar Pelaksanaan

Pelaksanaan Kegiatan RiseUp Fest 2026 didasarkan pada beberapa landasan sebagai berikut:

- a. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) Rumah Prestasi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia;
- b. Program Kerja Rumah Prestasi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2026;
- c. Program pengembangan kewirausahaan mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia;
- d. Komitmen Universitas Pendidikan Indonesia dalam mendukung penguatan ekosistem kewirausahaan mahasiswa;
- e. Kebijakan pengembangan kapasitas mahasiswa di bidang inovasi, kewirausahaan, dan ekonomi kreatif pada tingkat nasional.

1.3 Tujuan

Pelaksanaan kegiatan RiseUp Fest 2026, bertujuan untuk:

- a. Menjadi wadah pengembangan kapasitas kewirausahaan mahasiswa Indonesia melalui pengalaman nyata yang dikemas dalam bentuk kompetisi, pengembangan usaha, *business pitching*, dan festival kewirausahaan;

- b. Mendorong lahirnya ide bisnis dan usaha mahasiswa yang inovatif, kreatif, adaptif, serta berkelanjutan melalui proses kurasi, validasi, dan pengembangan usaha;
- c. Memfasilitasi mahasiswa dalam mempromosikan produk, membangun *branding* usaha, serta mempresentasikan ide dan model bisnis melalui kegiatan expo dan *business pitching* kepada juri, investor, praktisi bisnis, dan *stakeholder* kewirausahaan;
- d. Membangun jejaring kolaboratif antara mahasiswa, perguruan tinggi, pelaku industri, investor, dan mitra strategis guna memperkuat ekosistem kewirausahaan mahasiswa di Indonesia;
- e. Menjadikan RiseUp Fest 2026 sebagai festival kewirausahaan mahasiswa berskala nasional yang mengintegrasikan unsur edukasi, kompetisi, promosi usaha, dan pengembangan jejaring profesional.

1.4 Manfaat

Pelaksanaan RiseUp Fest 2026 diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Mahasiswa
 - 1. Meningkatkan kapasitas mahasiswa dalam pengembangan usaha, pemasaran, *branding*, dan komunikasi bisnis.
 - 2. Memberikan pengalaman nyata dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan.
 - 3. Membantu mahasiswa memperoleh validasi usaha, jejaring profesional, serta peluang kolaborasi bisnis.
 - 4. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang inovatif, kreatif, adaptif, dan kompetitif.
- b. Bagi Perguruan Tinggi
 - 1. Mendukung penguatan ekosistem kewirausahaan mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi.

2. Menjadi wadah kolaborasi antar perguruan tinggi dalam pengembangan usaha mahasiswa pada tingkat nasional.
3. Mendorong meningkatnya prestasi dan produktivitas mahasiswa di bidang kewirausahaan.

c. Bagi Mitra dan Stakeholder

1. Membuka peluang kolaborasi antara mahasiswa, investor, praktisi bisnis, dan dunia industri.
2. Menjadi sarana promosi dan pengembangan usaha mahasiswa yang potensial dan berdaya saing.
3. Mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif dan pengembangan wirausaha muda Indonesia.

Bab II

Ketentuan Peserta

2.1 Persyaratan Peserta

Peserta RiseUp Fest 2026 harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. Peserta merupakan mahasiswa aktif Diploma (D3/D4) hingga Sarjana (S1) dari Universitas Pendidikan Indonesia, khusus mahasiswa semester 7 diwajibkan untuk lintas angkatan.
- b. Peserta mendaftar secara berkelompok yang terdiri atas ketua dan anggota dengan jumlah 4 (empat) sampai 5 (lima) mahasiswa.
- c. Anggota tim diperbolehkan berasal dari program studi atau fakultas yang berbeda.
- d. Peserta hanya diperbolehkan terdaftar dalam satu tim usaha pada RiseUp Fest 2026.
- e. Setiap kelompok hanya diperbolehkan mengajukan satu proposal usaha.
- f. Setiap kelompok hanya dapat memilih **satu tahapan usaha** dan **satu kategori usaha** sesuai dengan karakteristik bisnis yang diusulkan.
- g. Peserta wajib mengikuti seluruh rangkaian kegiatan RiseUp Fest 2026 mulai dari proses seleksi, pengembangan usaha, pelaporan perkembangan usaha, hingga pelaksanaan expo dan *business pitching*.
- h. Peserta yang dinyatakan lolos wajib mematuhi seluruh ketentuan, mekanisme, dan jadwal pelaksanaan yang telah ditetapkan panitia RiseUp Fest 2026.

2.2 Persyaratan Produk Usaha

- a. Produk yang diusulkan merupakan produk yang dikembangkan oleh mahasiswa pengusul, bukan waralaba (*franchise*), reseller, titip jual, usaha keluarga/orang lain, maupun usaha yang hanya melakukan pengemasan ulang (*repackaging*).

- b. Produk usaha dapat berupa barang yang memiliki nilai inovasi, kebermanfaatan, serta potensi keberlanjutan usaha.
- c. Produk usaha diutamakan memiliki unsur kreativitas, pemecahan masalah, dan relevansi terhadap kebutuhan masyarakat maupun pasar.
- d. Produk usaha tidak diperkenankan mengandung unsur yang bertentangan dengan hukum, norma sosial, maupun etika, termasuk perjudian, pornografi, kekerasan, dan bentuk pelanggaran hukum lainnya.
- e. Untuk Tahapan Running, usaha diutamakan telah memiliki legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) atau bentuk legalitas usaha lainnya.

2.3 Skema Peserta

Skema peserta RiseUp Fest 2026 merupakan mahasiswa aktif dari Universitas Pendidikan Indonesia yang mengikuti RiseUp Fest 2026 melalui mekanisme undangan dan pendaftaran terbuka. Skema ini mencakup kelompok usaha mahasiswa umum maupun peserta program inkubator bisnis yang mengikuti proses seleksi, kurasi usaha, *pitching* proposal, pendanaan, pelaporan perkembangan usaha, hingga pelaksanaan expo dan *business pitching* sesuai mekanisme RiseUp Fest 2026.

2.4 Tahapan Usaha

Tahapan usaha dalam pelaksanaan RiseUp Fest 2026 merupakan klasifikasi usaha mahasiswa berdasarkan tingkat perkembangan bisnis yang dijalankan. Tahapan usaha ini digunakan sebagai dasar bagi kelompok usaha mahasiswa dalam mengikuti proses seleksi, pendanaan, pengembangan usaha, hingga pelaksanaan expo dan *business pitching*. Pada pelaksanaan RiseUp Fest 2026, tahapan usaha terdiri atas **Tahapan Idea** dan **Tahapan Running**. Setiap kelompok usaha wajib mengidentifikasi dan memilih satu tahapan usaha sesuai dengan kondisi bisnis yang dijalankan berdasarkan kriteria berikut:

a. Tahapan Idea

Tahapan **Idea** merupakan tahapan usaha bagi kelompok mahasiswa yang masih berada pada tahap awal pengembangan bisnis dan belum menjalankan usaha secara penuh. Kriteria usaha pada Tahapan Idea terdiri atas:

1. Usaha belum berjalan secara komersial atau usaha telah berjalan kurang dari 3 (tiga) bulan;
2. Minimal telah memiliki *prototype* atau contoh produk yang terdokumentasi;
3. Telah melakukan survei atau validasi masalah dan solusi (*problem solution fit*);
4. Memiliki gambaran model bisnis dan target pasar;
5. Memiliki proyeksi keuangan serta rencana pengembangan usaha.

b. Tahapan Running

Tahapan **Running** merupakan tahapan usaha bagi kelompok mahasiswa yang telah menjalankan usaha dan memiliki bukti perkembangan bisnis. Kriteria usaha pada Tahapan Running terdiri atas:

1. Usaha telah berjalan minimal 3 (tiga) bulan;
2. Memiliki bukti validasi atau perkembangan usaha yang terdokumentasi;
3. Telah memiliki penjualan atau *traction* usaha;
4. Telah melakukan validasi pasar (*product market fit*);
5. Memiliki laporan laba rugi atau catatan keuangan usaha;
6. Diutamakan telah memiliki legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan lain sebagainya.

2.5 Kategori Usaha

Kelompok usaha mahasiswa wajib memilih **satu kategori usaha** sesuai dengan karakteristik produk atau jasa yang dijalankan. Kategori usaha pada RiseUp Fest 2026 terdiri atas:

a. Makanan dan Minuman

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

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

b. Budidaya

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

yaitu pestisida kimia dan sintetis, obat ternak sintetis dan kimiawi, makanan olahan hasil budidaya.

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

c. Industri Kreatif, Seni, dan Budaya

Industri Kreatif, Seni, dan Budaya merupakan suatu kegiatan usaha baik produk maupun jasa yang menerapkan inovasi baik dalam aspek produk maupun manajemen usaha (produksi, pemasaran, dsb) dan nilai kreativitas yang tinggi serta memiliki sentuhan seni dan nuansa budaya yang kuat. Pada kategori ini pengusul harus memiliki lokalitas sumber daya yang kuat baik berupa bahan baku, maupun sumber daya lainnya. Usaha yang tidak termasuk kategori Industri Kreatif, Seni, dan Budaya yaitu jasa pada industri kreatif, seni, dan budaya (Event Organizer (EO), Wedding Organizer (WO), persewaan baju seni, produk fashion (baju batik, sepatu kulit, dll), produk media pembelajaran.

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

d. Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan

Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan merupakan usaha dalam penyediaan layanan (jasa) atau produk barang (bahan baku, barang setengah jadi maupun barang jadi), dan usaha pengembangan pariwisata yang mengutamakan kreativitas, inovasi baik dalam aspek

produk maupun manajemen usaha (produksi, pemasaran, dsb). Kategori ini menekankan pemanfaatan potensi lokal, keunikan budaya dengan orientasi pada penciptaan nilai ekonomi, sosial dan keberlanjutan usaha.

Contoh:

1. Jasa: jasa cleaning service, jasa perawatan rumah, jasa konsultan (manajemen, keuangan, hukum, teknologi informasi), jasa pendidikan (les privat, kursus bahasa, bimbingan belajar), jasa pengembangan TIK, jasa desain grafis, jasa dokumentasi, jasa pemasaran digital, jasa desain ruang (arsitektur), jasa periklanan, jasa salon, jasa reparasi elektronik, bengkel, jasa sewa peralatan dan kendaraan, jasa ekspor-impor hasil bumi (kopi, rempah-rempah, minyak sawit) dll.
2. Perdagangan: cafe, restoran, warung makan, warung kopi, food truck, coffee shop, produk media pembelajaran, produk fashion (pakaian, sepatu, tas, dsb), produk souvenir.
3. Pariwisata: atraksi wisata, wisata glamping, wisata edukasi, dan berbagai jasa terkait pariwisata seperti tour guide, travel agent, konsultan pariwisata, homestay, pengelolaan hotel, tour guide, dan usaha pengembangan pariwisata lainnya.

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

e. Manufaktur dan Teknologi Terapan

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

prototipe rekayasa. Produk yang diusulkan menerapkan inovasi baik dalam aspek produk maupun manajemen usaha (produksi, pemasaran, dsb). Produk yang dihasilkan berbeda dengan produk di pasaran. Keseluruhan rangkaian kegiatan usaha dilakukan pada tempat usaha sendiri yang memiliki legalitas usaha. Usaha yang tidak termasuk kategori Manufaktur dan Teknologi Terapan yaitu produk curah dan produk yang dikemas ulang.

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

f. Bisnis Digital

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

Contoh Bisnis Digital:

1. Software as a Service (SaaS) & Aplikasi Solusi: Layanan perangkat lunak untuk manajemen bisnis atau produktivitas yang umumnya berbasis langganan. (Meliputi: Aplikasi Kasir/POS, HRIS, Akuntansi, serta solusi sektor spesifik seperti EdTech, HealthTech, FinTech, dan AgriTech).
2. Platform Marketplace & Ekonomi Berbagi (Sharing Economy): Platform digital yang mempertemukan penjual dengan pembeli atau penyedia jasa dengan pengguna, dimana transaksi dan interaksi terjadi di dalam sistem. (Meliputi: E-commerce barang, Agregator Jasa, Sewa-menyewa, dan Crowdfunding).

3. Game & Media Interaktif: Produk hiburan digital atau media pembelajaran berbasis permainan (gamifikasi) yang memiliki skema monetisasi jelas. (Meliputi: Video Game Mobile/PC/Console, Virtual World, dan Aplikasi Hiburan Interaktif).
4. Deep Tech & Hardware Terintegrasi: Produk teknologi tingkat lanjut yang wajib terintegrasi dengan aplikasi/software sebagai pengendali utama atau antarmuka pengguna. (Meliputi: Alat IoT dengan dashboard monitoring, Aplikasi berbasis AI siap pakai, serta platform Virtual/Augmented Reality).

Usaha yang tidak termasuk kategori Bisnis Digital antara lain :

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

data ke dalam database/sistem aplikasi yang dikembangkan. (Catatan: Pembayaran transfer bank manual DIPERBOLEHKAN, asalkan order/pemesanan tercatat di sistem).

6. Penyewaan Alat Teknologi: Usaha yang hanya menyewakan perangkat keras (Hardware) seperti alat VR, Drone, Server, atau Komputer tanpa adanya nilai tambah berupa software/solusi yang diciptakan sendiri.

2.5 Luaran Program

Luaran pelaksanaan RiseUp Fest diharapkan mampu melahirkan wirausaha muda dari kalangan mahasiswa yang mandiri, inovatif, dan berkelanjutan, serta memiliki potensi untuk terus bertumbuh dan berkembang. Penilaian terhadap luaran RiseUp Fest dilakukan pada tahap pelaksanaan pelaporan perkembangan usaha. Luaran dari RiseUp Fest ini antara lain adalah:

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

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

Bab III

Seleksi dan Sistem Penilaian

3.1 Alur Pendaftaran

Pelaksanaan pendaftaran peserta RiseUp Fest 2026 dilakukan secara bertahap guna memastikan kelengkapan administrasi, kesesuaian usaha, serta kesiapan peserta dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Adapun alur pendaftaran RiseUp Fest 2026 adalah sebagai berikut:

a. Registrasi dan Pengumpulan Berkas

1. Tim peserta wajib melakukan pendaftaran melalui laman resmi RiseUp Fest 2026 pada periode yang telah ditentukan oleh panitia dengan mengunggah dokumen berupa proposal usaha, BMC, dan dokumen pendukung lainnya (apabila diperlukan);
2. Berkas wajib diunggah dalam format PDF dengan ketentuan penamaan file **"RiseUP2026_NamaTim_JudulUsaha"** melalui tautan pendaftaran <https://bit.ly/PendaftaranRiseUpFest2026>;
3. Peserta wajib memilih satu tahapan usaha dan satu kategori usaha sesuai karakteristik bisnis yang dijalankan.

b. Verifikasi dan Seleksi Administrasi

Panitia melakukan verifikasi terhadap kelengkapan dokumen, kesesuaian format proposal, *Business Model Canvas* (BMC), kategori usaha, serta tahapan usaha yang dipilih peserta.

c. Pengumuman Lolos Seleksi Administrasi

Tim yang dinyatakan lolos seleksi administrasi akan diumumkan melalui media online resmi RiseUp Fest 2026, yaitu:

1. Instagram: @riseupfest.upi @rumahprestasi_upi
2. Tiktok: @riseupfest.upi
3. Kanal informasi resmi lainnya yang ditetapkan panitia.

d. Technical Meeting dan Grup Koordinasi

Seluruh tim yang lolos akan dihubungi oleh panitia dan dimasukkan ke dalam grup WhatsApp resmi RiseUp Fest 2026 sebagai media koordinasi pelaksanaan kegiatan, penyampaian informasi teknis, jadwal kegiatan, ketentuan *pitching*, pendanaan, pelaporan usaha, hingga pelaksanaan expo.

3.2 Seleksi Administrasi

Seleksi administrasi merupakan tahapan awal penilaian RiseUp Fest 2026 yang bertujuan untuk menilai kelengkapan dokumen, kesesuaian persyaratan peserta, serta kualitas awal proposal usaha dan *Business Model Canvas* (BMC) yang diusulkan. Pada tahapan ini, seluruh dokumen peserta akan dilakukan proses verifikasi dan penilaian oleh dewan juri berdasarkan kesesuaian dengan ketentuan RiseUp Fest 2026. Adapun aspek yang menjadi pertimbangan pada tahapan seleksi administrasi meliputi:

- a. Kelengkapan dokumen administrasi peserta;
- b. Kesesuaian format proposal usaha dan *Business Model Canvas* (BMC);
- c. Kesesuaian kategori usaha dan tahapan usaha yang dipilih;
- d. Kelayakan awal ide atau usaha yang diusulkan;
- e. Kesesuaian usaha dengan ketentuan RiseUp Fest 2026.

Berdasarkan hasil seleksi administrasi, akan dipilih tim terbaik untuk melanjutkan ke tahapan Pitching Proposal. Pengumuman hasil seleksi administrasi akan disampaikan melalui media sosial resmi RiseUp Fest 2026 dan kanal informasi resmi lainnya yang ditetapkan panitia.

3.3 Pitching Proposal

Tim yang dinyatakan lolos seleksi administrasi wajib mengikuti tahapan Pitching Proposal sebagai bentuk penilaian substansi usaha yang diusulkan. Pada tahapan ini, peserta akan mempresentasikan ide bisnis atau usaha yang

dijalankan di hadapan dewan juri. Presentasi dilakukan untuk menilai kesiapan usaha, potensi pengembangan bisnis, kelayakan usaha, serta kemampuan peserta dalam menyampaikan model bisnis secara efektif. Materi *pitching proposal* sekurang-kurangnya memuat:

- a. Latar belakang dan permasalahan usaha;
- b. Produk yang ditawarkan;
- c. Model bisnis dan strategi pengembangan usaha;
- d. Target pasar dan potensi pasar;
- e. Strategi pemasaran dan keberlanjutan usaha;
- f. Rencana penggunaan pendanaan;
- g. Proyeksi perkembangan usaha.

Pelaksanaan *pitching proposal* dilakukan sesuai jadwal yang telah ditentukan oleh panitia dengan durasi presentasi mengikuti ketentuan teknis RiseUp Fest 2026. Berdasarkan hasil penilaian *pitching proposal*, akan dipilih 30 (tiga puluh) tim untuk mendapatkan pendanaan.

3.4 Pendanaan dan Pengembangan Usaha

Tim yang dinyatakan lolos tahapan Pitching Proposal berhak mengikuti tahapan pendanaan dan pengembangan usaha sebagai bentuk dukungan terhadap pengembangan bisnis mahasiswa secara berkelanjutan. Pendanaan diberikan kepada tim terpilih berdasarkan hasil penilaian dewan juri terhadap potensi usaha, kelayakan bisnis, inovasi produk, kesiapan operasional, serta prospek pengembangan usaha.

Mekanisme penyaluran bantuan akan disalurkan ke rekening ketua kelompok, kemudian seluruh kegiatan penyaluran dana bantuan usaha mahasiswa harus dapat dibuktikan melalui bukti transfer atau tanda terima yang dilaporkan pada laporan pengembangan usaha maupun Laporan Akhir. Besaran pendanaan RiseUp Fest 2026 disesuaikan dengan tahapan usaha yang dipilih peserta, dengan rincian sebagai berikut:

No.	Kategori Usaha	Tahapan Usaha	Pendanaan
1.	a. Makanan dan Minuman b. Budidaya c. Industri Kreatif, Seni, dan Budaya d. Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan e. Manufaktur dan Teknologi Terapan f. Bisnis Digital	Business Idea	Rp. 2.000.000
2.	a. Makanan dan Minuman b. Budidaya c. Industri Kreatif, Seni, dan Budaya d. Jasa, Pariwisata, dan Perdagangan e. Manufaktur dan Teknologi Terapan f. Bisnis Digital	Business Running	Rp. 3.500.000

Penggunaan bantuan dana harus memperhatikan hal-hal yang tidak dapat dibelanjakan, sebagai berikut:

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

Dana yang diberikan wajib digunakan secara bertanggung jawab dan sesuai dengan kebutuhan pengembangan usaha yang telah direncanakan dalam proposal bisnis peserta. Peserta yang menerima pendanaan wajib mengikuti proses pengembangan usaha, monitoring, serta menyampaikan laporan perkembangan usaha sesuai ketentuan RiseUp Fest 2026.

3.5 Monitoring dan Laporan Perkembangan Usaha

Peserta yang memperoleh pendanaan wajib mengikuti tahapan Monitoring dan Laporan Perkembangan Usaha sebagai bentuk evaluasi terhadap perkembangan bisnis selama pelaksanaan RiseUp Fest 2026. Monitoring dilakukan untuk memastikan bahwa pendanaan yang diberikan dapat dimanfaatkan secara optimal dalam mendukung pengembangan usaha mahasiswa serta mendorong keberlanjutan bisnis yang dijalankan. Peserta diwajibkan menyampaikan laporan perkembangan usaha secara berkala sesuai jadwal yang telah ditentukan oleh panitia. Laporan perkembangan usaha sekurang-kurangnya memuat:

- a. Perkembangan produk atau jasa;
- b. Perkembangan pemasaran dan penjualan usaha;
- c. Realisasi penggunaan pendanaan;
- d. Perkembangan *branding* dan promosi usaha;
- e. Capaian usaha sesuai target pengembangan;
- f. Kendala dan strategi penyelesaian yang dilakukan.

Target capaian usaha akan dirumuskan bersama dewan juri sebagai acuan evaluasi perkembangan bisnis peserta selama masa pengembangan usaha. Peserta yang tidak melaksanakan kewajiban pelaporan perkembangan usaha dapat dikenakan sanksi sesuai ketentuan panitia dan juri RiseUp Fest 2026.

3.6 Business Pitching dan Expo

Business Pitching dan Expo merupakan puncak pelaksanaan RiseUp Fest 2026 sebagai bentuk aktualisasi, promosi, serta validasi usaha mahasiswa yang telah melalui proses seleksi, pendanaan, dan pengembangan usaha. Pada tahapan ini, seluruh tim terpilih wajib mengikuti kegiatan tenant expo dan *business pitching* yang dilaksanakan secara luring pada waktu dan tempat yang telah ditentukan oleh panitia RiseUp Fest 2026.

a. Business Pitching

Peserta wajib mengikuti tahapan *business pitching* di hadapan dewan juri dan praktisi bisnis. *Business pitching* bertujuan untuk menilai perkembangan usaha peserta setelah memperoleh pendanaan dan pengembangan usaha, serta mengukur kesiapan bisnis dalam aspek keberlanjutan, pemasaran, inovasi, dan potensi pertumbuhan usaha. Peserta diwajibkan menyampaikan presentasi yang memuat:

1. Perkembangan usaha sebelum dan setelah pendanaan;
2. Capaian target usaha;
3. Strategi pengembangan bisnis;

4. Performa pemasaran dan penjualan;
5. Kendala serta solusi pengembangan usaha;
6. Rencana keberlanjutan usaha.

b. Tenant Expo

Peserta wajib menampilkan produk atau jasa usaha pada area *tenant expo* sebagai sarana promosi, penjualan, pengenalan merek (*branding*), serta interaksi langsung dengan pengunjung, juri, investor, dan stakeholder kewirausahaan. Selama pelaksanaan *tenant expo*, peserta diwajibkan:

1. Menampilkan identitas usaha secara jelas pada tenant;
2. Menampilkan produk atau jasa yang sesuai dengan proposal usaha yang telah diajukan;
3. Menjaga kebersihan, ketertiban, dan estetika tenant;
4. Melakukan promosi dan pelayanan kepada pengunjung secara aktif;
5. Mengikuti seluruh ketentuan teknis tenant yang ditetapkan panitia.

3.7 Sistem Penilaian

Sistem penilaian RiseUp Fest 2026 dilakukan secara bertahap sesuai dengan mekanisme seleksi dan pelaksanaan kegiatan. Penilaian dilakukan oleh dewan juri yang terdiri atas akademisi, praktisi bisnis, investor, dan pihak profesional yang memiliki kompetensi di bidang kewirausahaan dan pengembangan usaha. Penilaian dilaksanakan pada beberapa tahapan, yaitu penilaian *Business Model Canvas* (BMC), proposal usaha, *pitching proposal*, serta penilaian tenant dan *business pitching* pada pelaksanaan expo.

a. Penilaian *Business Model Canvas* (BMC)

Penilaian *Business Model Canvas* (BMC) dilakukan pada tahap awal seleksi administrasi guna menilai kelayakan model bisnis, inovasi, dan

potensi pengembangan usaha peserta. Adapun aspek penilaian BMC meliputi:

No.	Aspek Penilaian	Deskripsi
1.	Kesesuaian dengan Tema	Kesesuaian ide usaha dengan tema RiseUp Fest 2026
2.	Kreativitas dan Inovasi Model Bisnis	Tingkat kreativitas, kebaruan, dan inovasi dalam model bisnis yang dikembangkan
3.	Potensi Realisasi Bisnis	Kemungkinan implementasi usaha secara nyata dan keberlanjutan pelaksanaan
4.	Kelayakan Usaha	Potensi daya saing, profitabilitas, serta peluang pengembangan usaha
5.	Kelengkapan dan Kualitas Elemen BMC	Kesesuaian dan kualitas pengisian elemen <i>Business Model Canvas</i>

b. Penilaian Proposal Usaha

Penilaian proposal usaha dilakukan untuk menilai kualitas substansi usaha, manfaat, potensi pengembangan, serta kesiapan usaha yang diusulkan peserta. Adapun aspek penilaian proposal usaha meliputi:

No.	Aspek Penilaian	Poin	Deskripsi
1.	<i>Noble Purpose</i> /Tujuan Mulia	1	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha tidak ada, tidak terlihat tujuan pendirian usaha selain untuk mendapatkan keuntungan dan tidak ada dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan, serta tidak ada peluang keberlanjutan.
		2	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha sangat kurang jelas, sangat kurang terlihat tujuan pendirian usaha selain untuk mendapatkan keuntungan dan sangat kurang terlihat dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan, serta peluang keberlanjutan usaha sangat rendah.
		3	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha kurang jelas, kurang terlihat tujuan pendirian usaha selain untuk mendapatkan keuntungan dan kurang terlihat dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan, serta peluang keberlanjutan usaha rendah.
		4	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha cukup jelas, cukup terlihat tujuan pendirian usaha selain untuk mendapatkan keuntungan juga cukup terlihat dampak yang diberikan untuk masyarakat dan

No.	Aspek Penilaian	Poin	Deskripsi
			lingkungan, terdapat data pendukung yang cukup memadai dan peluang keberlanjutan usaha cukup baik.
		5	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha jelas, terlihat jelas tujuan pendirian usaha selain untuk mendapatkan keuntungan dan jelas terlihat dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan, terdapat data pendukung yang memadai, serta peluang keberlanjutan usaha baik.
		6	Tujuan mulia dari didirikannya suatu usaha sangat jelas. Terlihat sangat jelas tujuan pendirian usaha selain untuk mendapatkan keuntungan dan sangat jelas terlihat dampak yang diberikan untuk masyarakat dan lingkungan, terdapat data pendukung yang sangat memadai dan terlihat
2.	Konsumen Potensial	1	tidak didefinisikan dengan jelas, tidak ada ukuran pasar, tidak ada estimasi pangsa pasar, tidak dijelaskan segmentation, targetting, positioning (STP), serta tidak ada penjelasan tentang strategi bersaing dan analisis kompetitor di pasar.
		2	Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan sangat kurang jelas, sangat kurang mengetahui ukuran pasar

No.	Aspek Penilaian	Poin	Deskripsi
			dan estimasi pangsa pasar tidak dihitung dengan tepat dan tidak didukung oleh data yang valid, sangat kurang dijelaskan segmentation, targeting dan positioning (STP), serta penjelasan tentang strategi bersaing dan analisis kompetitor di pasar sangat kurang.
		3	Segmen pasar dan target pembeli potensial didefinisikan kurang jelas, kurang mengetahui ukuran pasar, estimasi pangsa pasar kurang dihitung dengan tepat dan kurang didukung oleh data yang valid, kurang dijelaskan segmentation, targeting dan positioning (STP), serta kurang mampu menjelaskan strategi bersaing dan 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 menjelaskan segmentation, targeting dan positioning (STP), cukup mampu menjelaskan strategi bersaing dan menganalisis kompetitor di pasar.
		5	Segmen pasar dan target pembeli

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

No.	Aspek Penilaian	Poin	Deskripsi
		2	Produk sangat kurang inovatif, sangat kurang memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), tidak menyebutkan penggunaan bahan lokal, produk sangat kurang mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen, uraian dan cara kerja produk sangat kurang jelas serta data survei <i>problem solution fit</i> (PSF)/ <i>product market fit</i> (PMF) sangat kurang.
		3	Produk kurang inovatif, kurang memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), kurang menyebutkan penggunaan bahan lokal, produk kurang mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen, uraian dan cara kerja produk kurang jelas dan data survei <i>problem solution fit</i> (PSF)/ <i>product market fit</i> (PMF) kurang jelas.
		4	Produk cukup inovatif, cukup memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), cukup menyebutkan penggunaan bahan lokal, produk cukup mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen, uraian dan cara kerja produk cukup jelas serta data survei <i>problem solution fit</i> (PSF)/ <i>product market fit</i> (PMF) cukup jelas.

No.	Aspek Penilaian	Poin	Deskripsi
		5	Produk inovatif, memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>), penggunaan bahan lokal diuraikan secara jelas, serta produk mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen uraian dan cara kerja produk diuraikan dengan jelas dan data survei <i>problem solution fit</i> (PSF)/ <i>product market fit</i> (PMF) disampaikan dengan jelas.
		6	Produk sangat inovatif, merupakan hasil hilirasi riset perguruan tinggi, memiliki keunikan yang berdaya saing (<i>unique selling point</i>) yang kuat, penggunaan bahan lokal diuraikan dengan sangat jelas, serta produk terbukti mampu menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen, uraian dan cara kerja produk disampaikan sangat jelas dan data survei <i>problem solution fit</i> (PSF)/ <i>product market fit</i> (PMF) disampaikan dengan sangat jelas.
4.	Pemasaran	1	Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha tidak dideskripsikan, tidak ada tidak ada penjelasan bauran pemasaran dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.
		2	Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha

No.	Aspek Penilaian	Poin	Deskripsi
			dideskripsikan dengan sangat kurang, penjelasan bauran pemasaran sangat kurang dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.
		3	Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan kurang jelas, bauran pemasaran dijelaskan kurang terperinci dan tidak dilengkapi dengan data pendukung.
		4	Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan cukup jelas, bauran pemasaran dijelaskan cukup terperinci namun tidak dilengkapi dengan data pendukung.
		5	Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha di deskripsikan dengan jelas, bauran pemasaran dijelaskan terperinci dan dilengkapi dengan data pendukung.
		6	Strategi pemasaran, saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan usaha dideskripsikan dengan sangat jelas, bauran pemasaran dijelaskan sangat terperinci

No.	Aspek Penilaian	Poin	Deskripsi
			dan dilengkapi dengan data pendukung.
5.	Sumber Daya	1	Anggota tim tidak memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, tidak memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi), serta tidak memiliki sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang memadai dan mendukung usaha.
		2	Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan yang sangat kurang dalam menjalankan usahanya, memiliki sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan sangat kurang, penjelasan sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang dimiliki dan dibutuhkan sangat kurang memadai dan sangat kurang mendukung usaha.
		3	Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, penjelasan sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan kurang, serta penjelasan tentang sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang dimiliki dan dibutuhkan kurang memadai dan kurang mendukung usaha.

No.	Aspek Penilaian	Poin	Deskripsi
		4	Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, penjelasan tentang sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan cukup memadai, serta penjelasan tentang sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) yang dimiliki dan dibutuhkan cukup memadai dan cukup mendukung usaha.
		5	Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, penjelasan tentang sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan sudah memadai, serta penjelasan tentang sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) memadai dan mendukung usaha serta terdapat data pendukung yang relevan.
		6	Anggota tim memiliki kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya, penjelasan tentang sumber daya fisik (sarana dan prasarana produksi) yang dimiliki dan dibutuhkan sangat memadai, serta penjelasan tentang sumber daya non fisik (mitra kerja/jejaring usaha, dll) sangat memadai dan sangat

No.	Aspek Penilaian	Poin	Deskripsi
			mendukung usaha serta terdapat data pendukung yang relevan.
6.	Keuangan/Traction & Monetisasi	1	Tim tidak mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari tidak adanya proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha atau sudah ada laporan keuangan namun tidak sesuai format laporan keuangan yang berlaku. Tidak ada proyeksi metrik pendukung lainnya (untuk kategori digital). Tidak ada model bisnis dan strategi pendapatan. Tidak ada roadmap usaha 3 tahun kedepan.
		2	Tim kurang mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari sudah adanya proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format yang berlaku namun tidak dianalisis. Proyeksi metrik pendukung lainnya kurang jelas (untuk kategori digital). Model bisnis dan strategi pendapatan kurang jelas. Roadmap usaha 3 tahun kedepan kurang jelas.
		3	Tim agak kurang mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari sudah adanya proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang

No.	Aspek Penilaian	Poin	Deskripsi
			sesuai format yang berlaku namun kurang dianalisis. Sudah ada proyeksi metrik pendukung lainnya namun agak kurang jelas analisisnya (untuk kategori digital). Model bisnis dan strategi pendapatan agak kurang jelas. Roadmap usaha 3 tahun kedepan agak kurang jelas.
		4	Tim cukup mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format berlaku dan sudah cukup dianalisis. Sudah ada proyeksi metrik pendukung lainnya dan sudah cukup jelas analisisnya (untuk kategori digital). Model bisnis dan strategi pendapatan cukup jelas. Roadmap usaha 3 tahun kedepan cukup jelas.
		5	Tim mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format berlaku, dan sudah dianalisis dengan terperinci. Sudah ada proyeksi metrik pendukung lainnya dan sudah jelas analisisnya (untuk kategori digital). Model bisnis dan strategi pendapatan sudah jelas. Roadmap usaha 3 tahun kedepan sudah jelas.

No.	Aspek Penilaian	Poin	Deskripsi
		6	Tim sangat mampu mengelola keuangan usaha yang dilihat dari proyeksi (untuk tahap awal) atau laporan laba rugi dan arus kas usaha yang sesuai format berlaku sudah dianalisis dengan sangat terperinci. Sudah ada proyeksi metrik pendukung lainnya dan sudah jelas analisisnya (untuk kategori digital). Model bisnis diuraikan dengan sangat baik disertakan dengan strategi pendapatan (generating income) yang sangat jelas. Roadmap usaha 3 tahun kedepan sangat jelas.
7.	Format Penulisan dan Kerapihan Proposal	1	Sistematika, tata tulis, dan kualitas penyusunan proposal

c. Ketentuan Penggunaan *Artificial Intelligence* (AI)

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

d. Penilaian *Pitching Proposal*

Penilaian *Pitching Proposal* dilakukan pada tahap seleksi substansi sebagai bentuk seleksi sebelum menerima pendanaan terhadap kemampuan peserta dalam mempresentasikan ide atau usaha yang diusulkan. Adapun aspek penilaian *pitching proposal* meliputi:

No.	Aspek Penilaian	Deskripsi
1.	Kualitas PowerPoint	Kualitas visual, struktur penyampaian, dan kelengkapan materi presentasi
2.	Penyampaian Materi dan Manajemen Waktu	Kemampuan presentasi, penguasaan materi, serta efektivitas penggunaan waktu
3.	Sesi Tanya Jawab	Kemampuan menjawab pertanyaan, argumentasi, dan pemahaman terhadap usaha
4.	Kerja Sama dan Koordinasi Tim	Kolaborasi antar anggota tim dalam penyampaian materi maupun sesi tanya jawab

e. Penilaian Tenant dan *Business Pitching Expo*

Penilaian tenant dan *business pitching* dilakukan pada tahap akhir RiseUp Fest 2026 saat pelaksanaan expo sebagai bentuk evaluasi terhadap perkembangan usaha peserta setelah memperoleh pendanaan dan pengembangan usaha. Adapun aspek penilaian meliputi:

No.	Aspek Penilaian	Deskripsi
1.	Inovasi Produk	Tingkat inovasi, kreativitas, dan kebermanfaatan produk atau jasa
2.	<i>Branding</i> dan Kemasan Produk	Identitas visual, kualitas kemasan, dan strategi branding
3.	Legalitas Usaha	Kepemilikan atau kesiapan aspek legalitas usaha
4.	Mitigasi Risiko Usaha	Kemampuan peserta dalam mengidentifikasi dan mengelola risiko usaha
5.	Teknik <i>Pitching</i> dan Komunikasi Bisnis	Kemampuan komunikasi, presentasi, dan argumentasi bisnis
6.	Kreativitas Tenant	Kreativitas tampilan tenant, strategi promosi, dan interaksi dengan pengunjung

Bab IV

Jadwal dan Pelaksanaan

4.1 Timeline Kegiatan

Rangkaian pelaksanaan RiseUp Fest 2026 dilaksanakan secara bertahap mulai dari proses sosialisasi, seleksi peserta, pendanaan, monitoring usaha, hingga pelaksanaan expo dan *business pitching*. Adapun jadwal pelaksanaan RiseUp Fest 2026 adalah sebagai berikut:

Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
Sosialisasi Kegiatan	1 Juli 2026
Pendaftaran Peserta	1 Juli – 20 Juli 2026
Seleksi Administrasi	20 – 29 Juli
Pengumuman Lolos Seleksi Administrasi	29 Juli 2026
Technical Meeting Persiapan Pitching	31 Juli 2026
Pitching Proposal	3 – 5 Agustus 2026
Pendanaan dan Pengembangan Usaha	10 Agustus 2026
Laporan Perkembangan Usaha	10 September, Oktober, November 2026
Expo RiseUp Fest dan Business Pitching	2 – 3 Desember 2026
Awarding dan Penutupan	3 Desember 2026

****Seluruh jadwal pelaksanaan bersifat tentatif dan dapat mengalami penyesuaian sesuai kebutuhan pelaksanaan kegiatan.***

Bab V

Penutup

RiseUp Fest 2026 merupakan wadah pengembangan kewirausahaan mahasiswa yang dirancang untuk mendorong lahirnya generasi young entrepreneur yang inovatif, kreatif, adaptif, dan berdaya saing. Melalui rangkaian kegiatan yang meliputi seleksi usaha, pitching proposal, pendanaan, pengembangan usaha, monitoring bisnis, hingga pelaksanaan expo dan business pitching, diharapkan peserta mampu memperoleh pengalaman nyata dalam membangun dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Buku panduan ini disusun sebagai acuan bagi seluruh peserta dalam memahami mekanisme pelaksanaan RiseUp Fest 2026, mulai dari persyaratan peserta, tahapan usaha, sistem seleksi, hingga pelaksanaan kegiatan secara menyeluruh. Dengan adanya panduan ini, diharapkan seluruh peserta dapat mengikuti setiap tahapan kegiatan secara optimal, terarah, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh panitia.

Akhir kata, kami berharap RiseUp Fest 2026 dapat menjadi ruang kolaboratif bagi mahasiswa Indonesia untuk terus berinovasi, memperluas jejaring profesional, serta menghadirkan usaha-usaha yang memberikan dampak positif bagi masyarakat dan pertumbuhan ekonomi. Besar harapan kami agar kegiatan ini tidak hanya menjadi sebuah kompetisi, tetapi juga menjadi langkah awal lahirnya wirausaha muda Indonesia yang berkelanjutan dan berdampak luas.

Bandung, 25 Mei 2026

Prof. Dr. Hj. Siti Nurbayani Kusumaningsih, M.Si
Direktorat Kemahasiswaan dan Alumni UPI



Lampiran 1. Petunjuk Penulisan Proposal Usaha

A. Ketentuan Umum Penulisan Proposal

Proposal usaha RiseUp Fest 2026 disusun sebagai dokumen utama yang menjelaskan gambaran usaha, inovasi produk/jasa, potensi pasar, strategi bisnis, serta rencana pengembangan usaha peserta. Ketentuan penulisan proposal adalah sebagai berikut:

1. Proposal ditulis menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar.
2. Proposal disusun secara sistematis sesuai format RiseUp Fest 2026.
3. Proposal diketik pada kertas ukuran A4.
4. Menggunakan font Times New Roman ukuran 12 pt.
5. Spasi 1,5.
6. Margin atas 3 cm, bawah 3 cm, kanan 3 cm, dan kiri 4 cm
7. Proposal dikumpulkan dalam format PDF.

B. Struktur Proposal Usaha

Proposal usaha RiseUp Fest 2026 disusun dengan sistematika sebagai berikut:

1. Cover Proposal
2. Latar Belakang

Menjelaskan alasan pengembangan usaha, permasalahan yang dihadapi masyarakat atau pasar, peluang usaha, serta urgensi produk atau jasa yang ditawarkan.

3. Deskripsi Usaha

a. Tujuan Mulia (*Noble Purpose*)

Menjelaskan tujuan utama usaha yang tidak hanya berorientasi profit, tetapi juga memberikan manfaat sosial, ekonomi, maupun lingkungan.

b. Konsumen Potensial

Menjelaskan target pasar usaha secara spesifik, dengan menjelaskan segmentasi pelanggan, karakteristik konsumen, dan kebutuhan pelanggan.

c. Produk Inovatif

Menjelaskan produk atau jasa yang ditawarkan, keunggulan, inovasi, manfaat, serta pembeda dari kompetitor.

d. Pemasaran

Menjelaskan strategi pemasaran usaha, yang berisikan strategi promosi, media pemasaran, penjualan dan distribusi, serta branding usaha.

e. Sumber Daya

Menjelaskan sumber daya yang digunakan dalam pengembangan usaha.

f. Keuangan

Menjelaskan kondisi dan proyeksi finansial usaha yang akan atau sedang dijalankan.

4. Rencana kegiatan dan penggunaan anggaran

Menjelaskan rencana pengembangan usaha serta alokasi penggunaan pendanaan RiseUp Fest 2026. Berisikan target pengembangan usaha, timeline kegiatan, rencana penggunaan dana, serta estimasi kebutuhan biaya.

5. Penutup

6. Lampiran

- a. *Business Model Canvas* (BMC);
- b. Untuk tahapan *business idea*, melampirkan proyeksi keuangan usaha berupa proyeksi arus kas, proyeksi laba rugi, rencana penggunaan anggaran, proyeksi traction/target capaian usaha;
- c. Untuk tahapan *business running*, melampirkan laporan keuangan usaha berupa laporan arus kas, laporan laba rugi aktual, traction/jejak perkembangan usaha, serta rencana penggunaan anggaran pendanaan RiseUp Fest, proyeksi pengembangan keuangan usaha;
- d. Dokumentasi produk/usaha;
- e. Dokumen pendukung lainnya (apabila diperlukan).

Lampiran 2. Pernyataan dan Disclaimer Penggunaan Artificial Intelligence
SURAT PERNYATAAN DAN DISCLAIMER PENGGUNAAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)
RISEUP FEST 2026

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Ketua Tim :
NIM :
Program Studi :
Judul Proposal Usaha :
Kategori Usaha :
Tahapan Usaha :

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Proposal yang kami ajukan dalam rangka mengikuti RiseUp Fest 2026 merupakan karya orisinal yang disusun oleh tim kami sendiri serta tidak melanggar ketentuan akademik, etika, maupun hak kekayaan intelektual pihak lain.
2. Apabila dalam proses penyusunan proposal menggunakan bantuan *Artificial Intelligence* (AI), maka penggunaannya hanya bersifat sebagai alat bantu pendukung, seperti eksplorasi referensi, perbaikan tata bahasa dan penyuntingan naskah, serta eksplorasi alternatif strategi bisnis dan analisis awal.
3. Penggunaan AI tidak digunakan untuk menghasilkan keseluruhan proposal, menggantikan proses analisis, pengambilan keputusan, dan pemikiran kritis peserta, serta tidak digunakan untuk melakukan plagiarisme, fabrikasi data, manipulasi informasi, maupun pelanggaran etika akademik lainnya.
4. Seluruh ide, data, analisis, argumentasi, proyeksi bisnis, dan kesimpulan yang tercantum dalam proposal sepenuhnya menjadi tanggung jawab tim peserta. Apabila menggunakan AI, peserta wajib melampirkan *AI Usage Report* yang memuat platform AI yang digunakan, tujuan penggunaan, output yang dihasilkan, serta *AI Detector Report* sebagai bahan verifikasi oleh panitia dan dewan juri.
5. Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap ketentuan penggunaan AI, ketidaksesuaian pernyataan, atau pelanggaran integritas akademik lainnya, maka kami bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan RiseUp Fest 2026.

Dengan ini kami menyatakan bahwa menggunakan/tidak menggunakan Artificial Intelligence (AI) dalam penyusunan proposal. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, ... 2026

Ketua Tim,

(.....)

Lampiran 3. Petunjuk Pengisian BMC

A. Pengertian *Business Model Canvas* (BMC)

Business Model Canvas (BMC) merupakan alat perencanaan bisnis yang digunakan untuk menggambarkan model usaha secara sederhana, sistematis, dan terstruktur melalui sembilan elemen utama bisnis. BMC digunakan untuk membantu peserta memahami bagaimana usaha dijalankan, menciptakan nilai, menjangkau pelanggan, memperoleh keuntungan, serta mengelola sumber daya dan aktivitas bisnis. Setiap peserta RiseUp Fest 2026 wajib mengisi dan melampirkan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai bagian dari persyaratan administrasi pendaftaran.

B. Komponen

Business Model Canvas (BMC) terdiri atas 9 (sembilan) elemen utama, diantaranya yaitu:

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Komponen yang menjelaskan kelompok pelanggan utama yang menjadi target usaha berdasarkan karakteristik, kebutuhan, maupun segmentasi pasar tertentu.

2. *Value Proposition* (Proposisi Nilai)

Komponen yang menjelaskan nilai tambah, manfaat, keunggulan, atau solusi yang ditawarkan produk atau jasa kepada pelanggan dibandingkan produk sejenis.

3. *Channels* (Saluran Distribusi)

Komponen yang menjelaskan media atau cara yang digunakan untuk menjangkau pelanggan, memasarkan, dan mendistribusikan produk atau jasa.

4. *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan)

Komponen yang menjelaskan strategi usaha dalam membangun, menjaga, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

5. *Revenue Streams* (Sumber Pendapatan)

Komponen yang menjelaskan sumber pemasukan atau cara usaha memperoleh pendapatan dari produk maupun jasa yang ditawarkan.

6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

Komponen yang menjelaskan sumber daya penting yang diperlukan untuk menjalankan usaha, baik sumber daya manusia, teknologi, bahan baku, maupun aset lainnya.

7. *Key Activities* (Aktivitas Utama)

Komponen yang menjelaskan aktivitas utama yang dilakukan agar usaha dapat berjalan, berkembang, dan memberikan nilai kepada pelanggan.

8. *Key Partnerships* (Mitra Utama)

Komponen yang menjelaskan pihak-pihak yang bekerja sama atau mendukung jalannya usaha, seperti pemasok, distributor, mentor, maupun mitra strategis lainnya.

9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Komponen yang menjelaskan jenis biaya utama yang dikeluarkan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.

C. Template *Business Model Canvas* (BMC)

Business Model Canvas

6. Key Partners	7. Key Activities	1. Value Propositions	4. Customer Relationships	2. Customer Segments
	5. Key Resources		3. Channels	
8. Cost Structure – Money Out		9. Revenue Streams – Money In		

Lampiran 4. Format Laporan Arus Kas Kategori Idea dan Running

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 Proyeksi Laporan Laba Rugi Kategori Idea

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

Lampiran 6. Format Laporan Laba Rugi Kategori Running

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

Lampiran 7. Laporan Neraca Kategori Running

LAPORAN NERACA

Perusahaan XYZ

Per Tanggal: [Tanggal Laporan]

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

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

Lampiran 8. Contoh Traction

Contoh Metrik Pendukung Bisnis Non Digital (Tahap Business Idea)

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

Rumus :

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

Total Pelanggan Januari 2026 = 100 orang Pelanggan yang membeli lebih dari 1x

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

CRP = 15 %

TABEL PROYEKSI TRACTION TINGKAT PEMBELIAN ULANG

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

Lampiran 9. Format Laporan Perkembangan Usaha

Laporan Bulan Pertama

Sebelum Pendanaan
Perkembangan Bulan Pertama

Laporan Bulan Kedua

Perkembangan Bulan Pertama
Perkembangan Bulan Kedua

Laporan Bulan Ketiga

Perkembangan Bulan Kedua
Perkembangan Bulan Ketiga