




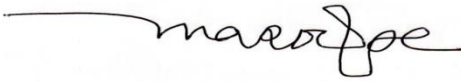


**UNIVERSITAS NUSA CENDANA**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

Kode /  
Rev.

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

MATA KULIAH(MK)	KODE MATAKULIAH	BOBOT(sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
KEWIRAUSAHAAN AGRIBISNIS	PNAGB 15326	T= 3	P= 1	3	20 Juli 2022

OTORISASI WAKIL DEKAN 1 FAPERTA	DosenPengembang RPS	Mengetahui Kepala LP3M	KaPRODI
Wakil Dekan I Bidang Akademik Faperta,  Dr. Ir. Mayavira V. Hahuly, MCP NIP. 19671203 199403 2 001	 <b>YAKOBUS C.W. SIUBELAN, SP.,M.Si</b>	 <b>Dr. Ir Jacob M. Ratu, M.Si</b>	 <b>Ir. MARTHEN R. PELOKILLA, Ph.D</b>

Capaian Pembelajaran	CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi)	
<b>S9</b>	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.	
<b>S10</b>	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.	
<b>S12</b>	Optimis, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan kemauan belajar yang besar.	
<b>P1</b>	Menguasai pengetahuan khusus yang meliputi manajemen, ekonomi (mikro, makro dan pembangunan), kewirausahaan dan komunikasi agribisnis dan pengetahuan aspek teknis pertanian dari hulu hingga hilir serta sosiologi pertanian, sehingga dapat menguasai konsep-konsep bisnis pertanian secara professional.	
<b>P2</b>	Menguasai pengetahuan umum tentang konsep produksi tanaman, konsep efisiensi, komunikasi dan kewirausahaan untuk mengambil keputusan strategik dan operasional serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah dalam bidang agribisnis secara berkelanjutan, khususnya pertanian lahan kering semi ringkai kepulauan dan kepariwisataan	
<b>KU 1</b>	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya;	
<b>KU 2</b>	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur;	
<b>KK 3</b>	Mampu bekerja mandiri dan bekerjasama dalam tim yang multidisiplin serta memiliki komitmen dalam melaksanakan tugas yang menjadi tanggungjawabnya;	
<b>KU 6</b>	Mampu mengambil keputusan secara tepat dan akurat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data;	
<b>KU 11</b>	Mampu mengkomunikasikan hasil penelitian akademik dan perkembangan teknologi kepada semua pemangku kepentingan berdasarkan etika ilmiah.	
<b>KK 1</b>	Mampu mengelola agribisnis berbasis lahan kering kepulauan dan kepariwisataan secara profesional dengan menggunakan konsep pertanian berkelanjutan dengan cara melakukan analisis kuantitatif dan kualitatif dan dapat menunjukkan hasil rancangan dan operasional bisnis pada sistem	

	<b>KK 2</b>	Memiliki kemampuan menjalankan unit agribisnis lahan kering dari hulu sampai hilir yang didasarkan pada kearifan lokal dan berwawasan global.
	<b>KK 3</b>	Memiliki kemampuan mengidentifikasi dan menganalisis masalah, potensi dan prospek serta merekomendasikan alternatif pengambilan keputusan dalam bidang agribisnis dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif.
	<b>KK 4</b>	Mampu merancang dan mengoperasikan pengembangan unit agribisnis berbasis lahan kering kepulauan dan kepariwisataan serta membangun jejaring usaha agribisnis yang inovatif, menciptakan nilai tambah dan berwawasan lingkungan.
<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>		
	CPMK...	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu menjelaskan konsep dasar kewirausahaan, ruang lingkup dan peran kewirausahaan agribisnis dalam perekonomian, serta ciri-ciri wirausahawan agribisnis yang sukses.</li> <li>2. Mampu menunjukkan motivasi, sikap, dan kepribadian kewirausahaan yang inovatif, kreatif, berani mengambil risiko, dan berorientasi pada peluang agribisnis.</li> <li>3. Mampu mengidentifikasi potensi diri, potensi sumber daya lokal, dan peluang usaha agribisnis di lingkungan sekitarnya.</li> <li>4. Mampu menganalisis profil usaha kecil agribisnis dan merumuskan strategi pengembangannya, termasuk pemanfaatan platform digital</li> <li>5. Mampu merancang ide usaha agribisnis baru yang produktif berbasis potensi lokal, termasuk model bisnis, aspek pasar, produksi, SDM, dan keuangan sederhana.</li> <li>6. Mampu menyusun rencana bisnis (<i>business plan</i>) dan proposal usaha agribisnis yang layak dan berkelanjutan.</li> <li>7. Mampu mempresentasikan rencana dan/atau perkembangan usaha kecil agribisnis yang dijalankan secara lisan dan tertulis secara meyakinkan dan etis.</li> </ol>

## Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (SUB CPMK)

Sub CPMK

1. Sub-1.1: Menjelaskan pengertian, tujuan, dan ruang lingkup kewirausahaan  
Sub-1.2: Menjelaskan peran kewirausahaan agribisnis dalam perekonomian dan pembangunan pertanian  
Sub-1.3: Menguraikan ciri dan karakteristik wirausahawan agribisnis yang sukses.
2. Sub-2.1: Mengidentifikasi sikap mental positif yang diperlukan dalam kewirausahaan agribisnis (mandiri, gigih, jujur, bertanggung jawab).  
Sub-2.2: Menunjukkan kreativitas dan inovasi melalui latihan/uji kreativitas sederhana terkait produk/jasa agribisnis.  
Sub-2.3: Menjelaskan pentingnya keberanian mengambil risiko yang terukur dalam usaha agribisnis.
3. Sub-3.1: Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pribadi sebagai calon wirausahawan agribisnis.  
Sub-3.2: Mengidentifikasi potensi sumber daya lokal dan tren pasar yang dapat dikembangkan menjadi usaha agribisnis.  
Sub-3.3: Merumuskan satu peluang usaha agribisnis berbasis potensi lokal
4. Sub-4.3: Menyusun profil usaha kecil agribisnis, memanfaatkan Google Business Profile serta platform digital lain untuk meningkatkan visibilitas dan akses pasar  
Sub-4.4 : Mengelola dan mengoptimalkan profil digital usaha agribisnis menggunakan Google Business Profile dan media sosial berbasis digital marketing, termasuk penggunaan Meta Ads untuk promosi usaha
5. Sub-5.1: Mengembangkan beberapa alternatif ide usaha agribisnis berdasarkan hasil identifikasi peluang.  
Sub-5.2: Melakukan seleksi ide usaha agribisnis menggunakan kriteria sederhana (pasar, modal, risiko, kompetensi)  
Sub-5.3: Menyusun konsep model bisnis sederhana (misalnya canvas) untuk ide usaha terpilih, termasuk pemanfaatan media digital.  
Sub-5.4 : Menyusun *content brief* yang terstruktur dan efektif sebagai dasar pembuatan materi promosi digital untuk usaha agribisnis, mencakup target audiens, pesan utama, dan media penayangan
6. Sub-6.1: Menyusun ringkasan eksekutif rencana usaha agribisnis.  
Sub-6.2: Menyusun aspek pemasaran termasuk strategi promosi digital marketing dengan pemanfaatan Meta Ads dan platform online lainnya untuk menyasar pasar yang lebih luas.  
Sub-6.3: Menyusun aspek produksi/operasional, organisasi/SDM, dan keuangan (proyeksi biaya dan pendapatan sederhana).  
Sub-6.4: Menyusun analisis kelayakan sederhana terhadap rencana usaha agribisnis.
7. Sub-7.1: Menyusun materi presentasi rencana usaha agribisnis (slide/infografis) secara sistematis dan menarik.  
Sub-7.2: Menyajikan presentasi rencana usaha di depan kelas/penilai dengan bahasa yang baik, etis, dan meyakinkan.  
Sub-7.3: Menunjukkan kemampuan menjawab pertanyaan dan menerima masukan terhadap rencana usaha yang dipresentasikan.

	CPMK / Sub-CPMK	Sub- 1.1	Sub- 1.2	Sub- 1.3	Sub- 2.1	Sub- 2.2	Sub- 2.3	Sub- 3.1	Sub- 3.2	Sub- 3.3	Sub- 4.1	Sub- 4.2	Sub- 4.3	Sub- 4.4	Sub- 5.1	Sub- 5.2	Sub- 5.3	Sub- 5.4	Sub- 6.1	Sub- 6.2	Sub- 6.3	Sub- 6.4	Sub- 7.1	Sub- 7.2	Sub- 7.3
	CPMK-1	✓	✓	✓																					
	CPMK-2				✓	✓	✓																		
	CPMK-3							✓	✓	✓															
	CPMK-4										✓	✓	✓	✓											
	CPMK-5														✓	✓	✓	✓							
	CPMK-6																		✓	✓	✓	✓			
	CPMK-7																						✓	✓	✓
<b>Diskripsi Singkat MK</b>	Mata kuliah ini memberikan landasan Motivasi dan berusaha serta memberikan pengetahuan, teknik, dan aplikasi yang komprehensif tentang kewirausahaan serta ruang lingkup dan Peran Kewirausahaan dalam Perekonomian; kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dan potensi yang ada di sekitar lingkungan serta mampu mendesain Usaha Yang Produktif dan memiliki kemampuan untuk Membuat Perencanaan Pendirian dan Pengembangan Usaha berbasis Agribisnis																								
<b>Bahan Kajian: Materi pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi kontrak kuliah</li> <li>2. Konsep Dasar Kewirausahaan dan Ciri-ciri Kewirausahaan</li> <li>3. Sikap dan Kepribadian Kewirausahaan: Inovatif, Kreatif, dan Uji Kreatifitas</li> <li>4. Kemampuan Manajemen Waktu dan Keberanian Mengambil Resiko</li> <li>5. Kemampuan dan Potensi Diri Sebagai Bekal Kewirausahaan</li> <li>6. Proses Kewirausahaan</li> <li>7. Mengembangkan Ide dan Mencari Peluang Dalam Kewirausahaan</li> <li>8. Kemampuan Manajerial Wirausaha</li> <li>9. Kepemimpinan dan Motivasi</li> <li>10. Fungsi dan Model Peran Dalam Kewirausahaan</li> <li>11. Mengidentifikasi Potensi dan Peluang Usaha</li> <li>12. Profil Usaha Kecil Dan Cara Pengembangannya</li> <li>13. Merancang Usaha Baru dan Model Pengembangannya: Gagasan dan Tujuan Usaha</li> <li>14. Merancang Usaha Baru dan Model Pengembangannya: Analisis dan Evaluasi</li> <li>15. Perencanaan Bisnis Usaha Baru</li> </ol>																								
<b>Referensi</b>	<b>UTAMA:</b>																								

1. Ismail, M., & Wibowo, B. (2023). Digital entrepreneurship in agribusiness SMEs: Adoption of social media marketing in rural areas. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 45(2), 115–130.
2. Nuryanti, S., Prabowo, R., & Handayani, T. (2022). Business model innovation for smallholder agribusiness: Evidence from value-added food products in Southeast Asia. *International Journal of Agricultural Management*, 11(1), 25–39.
3. Rahman, A., & Sari, D. P. (2024). Entrepreneurial intention of agricultural students: The role of self-efficacy, family background, and experiential learning. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, 42(3), 88–102.
4. Kusuma, H., Lestari, V., & Putra, I. M. (2022). E-commerce and marketplace utilization for marketing local agrifood products: Opportunities and challenges for youth agripreneurs. *Journal of Rural Studies and Innovation*, 9(4), 221–237.
5. FAO. (2021). *Digital agriculture and youth agripreneurship: Fostering innovation and inclusive value chains*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.

**PENDUKUNG:**

1. Mochtar Effendy. 2010. Kewirausahaan (Entrepreneurship) Tuntutan Untuk Praktisi. Yayasan Penerbit Al – Mukhtar. Palembang
2. Hoodgets dan Kuratko. 2007. Dalam Heru Kristanto . 2009. Kewirausahaan (Entrepreneurship) Pendekatan Manajemen dan Praktik. Graha Ilmu. Yogyakarta
3. Nendissa, D. R., Elvani, S., Siubelan, Y. C. W., Bano, M., & Rohi, J. G. (2025). Transformasi digital UMKM melalui pemanfaatan Meta Ads dan Google Business Profile dalam program pendampingan di P4S Damai. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat Kepulauan Lahan Kering*, 6. Diakses dari <https://pergizipanganntt.id/ejpazih/index.php/jpmkelaker/article/view/495> (PDF: <https://pergizipanganntt.id/ejpazih/index.php/jpmkelaker/article/download/495/303>)
4. Badhu, A. M., Nahak, N. D. R., Renggo, P. M., Ndanduk, V., & Siubelan, Y. C. W. (2025). Transformasi pemasaran UMKM melalui literasi digital: Program penguatan kapasitas UMKM di P4S Tungbers, Manikin, Kabupaten Kupang. *IPSSJ Journal*. Retrieved from <https://ipssj.com/index.php/ojs/article/view/903>

Mg Ke	Sub-CPMK(sbgkemampuanakhir yg diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran;Metode Pembelajaran; Penugasan; [Estimasi Waktu]		Bahankajian / Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria&Bentuk	Tatapmuka/Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	1. Membina hubungan yang baik antara mahasiswa dosen	100% mahasiswa sepakat dengan kontrak	Menunjuk satu orang wakil dari mahasiswa menandatangani kontrak perkuliahan	-	Link: zoom	1. RPS 2. Kontrak perkuliahan	

Mg Ke	Sub-CPMK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan; [Estimasi Waktu]		Bahankajian / Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Peilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Tatapmuka/Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	2. Mahasiswa mengetahui bahan, materi, dan jadwal perkuliahan.	perkuliahan dan rencana pembelajaran.		-	Link: zoom		
2	<p>1. Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar kewirausahaan</p> <p>2. Mahasiswa mampu menjelaskan ciri – ciri kewirausahaan</p>	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar kewirausahaan dan menyebutkan 8 dari 10 ciri – ciri kewirausahaan	Ketepatan mahasiswa dalam menjelaskan tentang pengertian konsep dasar dan ciri – ciri kewirausahaan	Metode: contextual learning	zoom	<p>1. Pendahuluan (<i>Menumbuhkan Inisiatif dan Motivasi Mahasiswa Tentang Usaha, Tahap 1</i>)</p> <p>2. Konsep dasar dan ciri-ciri kewirausahaan</p> <p>Pustaka:</p>	7
3	Mahasiswa mampu memahami sikap dan kepribadian kewirausahaan: inovatif, kreatif, dan uji kreatifitas	Mahasiswa mampu menguraikan sikap dan kepribadian kewirausahaan: inovatif, kreatif, dan uji kreatifitas	Ketepatan mahasiswa menguraikan dan kepribadian kewirausahaan: inovatif, kreatif, dan uji kreatifitas	Metode: contextual learning	zoom	Sikap dan Kepribadian Kewirausahaan: Inovatif, Kreatif, dan Uji Kreatifitas	7

Mg Ke	Sub-CPMK(sbgkemampuanakhir yg diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan; [Estimasi Waktu]		Bahankajian / Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Peilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Tatapmuka/Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
4	Mahasiswa mampu menjelaskan kemampuan manajemen waktu dan keberanian mengambil resiko	100% mahasiswa mampu menjabarkan kemampuan manajemen waktu dan keberanian mengambil resiko	Penguasaan mahasiswa menjabarkan kemampuan manajemen waktu dan keberanian mengambil resiko	Metode: contextual learning	zoom	Kemampuan Manajemen Waktu dan Keberanian Mengambil Resiko  Pustaka:	1 0
5	Mahasiswa mampu menjelaskan kemampuan dan potensi diri sebagai bekal kewirausahaan	100% mahasiswa mampu menjelaskan kemampuan dan potensi diri sebagai bekal kewirausahaan	Penguasaan mahasiswa tentang kemampuan dan potensi diri sebagai bekal kewirausahaan	Metode: contextual learning	zoom	Kemampuan dan Potensi Diri Sebagai Bekal Kewirausahaan ( <i>Menumbuhkan Inisiatif dan motivasi tahap 2</i> )	7
6	Mahasiswa mampu menguraikan proses kewirausahaan	100% mahasiswa mampu menguraikan proses kewirausahaan	Ketepatan menguraikan proses kewirausahaan	Metode: contextual learning	zoom	Proses Kewirausahaan  Pustaka : (1)(2) (3) (4)	1 5

Mg Ke	Sub-CPMK(sbgkemampuanakhir yg diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan; [Estimasi Waktu]		Bahankajian / Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Peilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Tatapmuka/Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
7	Mahasiswa mampu mengembangkan ide dan mencari peluang dalam kewirausahaan (Potensi Lokal)	6 kelompok diskusi mampu mengembangkan ide dan mencari peluang dalam kewirausahaan (Potensi Lokal)	Penguasaan 6 kelompok diskusi mengembangkan ide dan mencari peluang dalam kewirausahaan	Metode: <i>Project Based</i>	zoom	Mengembangkan Ide dan Mencari Peluang Dalam Kewirausahaan ( <i>Menumbuhkan Inisiatif dan Motivasi tahap 3</i> ) Pustaka: (1)(4)	12
8	<b>UJIAN TENGAH SEMESTER</b>						

Mg Ke	Sub-CPMK(sbgkemampuanakhir yg diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan; [Estimasi Waktu]		Bahankajian / Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Peilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Tatapmuka/Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
9-10	Mahasiswa mampu Menyusun profil usaha kecil agribisnis dengan memanfaatkan Google Business Profile dan platform digital lainnya dan Mampu Mengelola serta mengoptimalkan profil digital usaha termasuk penggunaan Meta Ads untuk promosi.	<p>Mahasiswa mampu membuat dan mengelola Google Business Profile untuk usaha agribisnis.</p> <p>Mahasiswa mampu menjelaskan manfaat dan fungsi Google Business Profile dalam meningkatkan visibilitas usaha.</p> <p>Mahasiswa mampu mengelola kampanye promosi digital menggunakan Meta Ads secara dasar.</p>	<p>Profil usaha yang dibuat lengkap, sesuai standar, dan mudah diakses.</p> <p>Kampanye Meta Ads dibuat dengan target audiens yang jelas dan pesan yang relevan.</p> <p>Pemahaman konsep digital marketing dan penggunaan platform ditunjukkan melalui presentasi dan laporan. Praktik pembuatan dan optimasi Google Business Profile (laporan dan/atau presentasi).</p> <p>Tugas pembuatan kampanye Meta Ads sederhana beserta analisis hasil simulasi (laporan).</p> <p>Quiz atau tes singkat konsep digital marketing dan Meta Ads.</p>	Metode: contextual learning	zoom	<p>Pengenalan Google Business Profile, pembuatan, pengelolaan, dan optimasi.</p> <p>Konsep digital marketing untuk agribisnis.</p> <p>Pengenalan dan praktik sederhana Meta Ads (setting dasar kampanye, target audiens, anggaran).</p> <p>Jurnal konsep dasar digital marketing dan praktik Meta Ads serta Google Business Profile: <a href="#">TRANSFORMASI DIGITAL UMKM MELALUI PEMANFAATAN META ADS DAN</a></p>	10

Mg Ke	Sub-CPMK(sbgkemampuanakhir yg diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan; [Estimasi Waktu]		Bahankajian / Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Peilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Tatapmuka/Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
11	Menyusun content brief yang efektif sebagai dasar pembuatan materi promosi digital yang sesuai target audiens dan media.	<p>Mahasiswa mampu menyusun <i>content brief</i> yang jelas dan terstruktur untuk materi promosi digital.</p> <p><i>Content brief</i> mencakup target audiens, pesan utama, tujuan, dan media penayangan.</p>	<p><i>Content brief</i> lengkap dengan elemen yang sesuai standar komunikasi pemasaran digital.</p> <p>Materi promosi yang dihasilkan berdasarkan brief relevan dengan target pasar dan usaha agribisnis.</p> <p>Tugas penyusunan content brief tertulis.</p> <p>Presentasi hasil content brief dan alasan pemilihannya.</p>	Metode: contextual learning dan <b>Project Based (1)</b>	zoom	<p>Pengertian dan fungsi <i>content brief</i> dalam digital marketing.</p> <p>Komponen utama penyusunan <i>content brief</i>.</p> <p>Contoh dan praktik menyusun <i>content brief</i> untuk kampanye <i>Meta Ads</i> dan <i>Google Business Profile</i>.</p> <p>Jurnal terkait konsep dasar digital marketing dan praktik <i>Meta Ads</i> serta <i>Google Business</i></p>	5

12	Menyusun strategi pemasaran yang meliputi promosi digital dengan pemanfaatan Meta Ads dan platform online lainnya.	Mahasiswa mampu mengintegrasikan strategi digital marketing dalam rencana pemasaran usaha agribisnis.  Memastikan strategi Meta Ads dan Google Business Profile termasuk dalam rencana bisnis pemasaran.	Rencana pemasaran digital terstruktur dengan jelas dan realistis.  Penjelasan manfaat dan cara pelaksanaan strategi digital marketing dalam rencana bisnis.  Penyusunan dokumen rencana bisnis bagian pemasaran digital (tulis).  Presentasi rencana pemasaran digital sebagai bagian dari rencana bisnis.	Metode: contextual learning dan <b>Project Based (Final)</b>	zoom	Penyusunan rencana pemasaran digital dalam bisnis agribisnis.  Strategi dan implementasi Meta Ads dan Google Business Profile dalam bisnis.  Pengukuran dan evaluasi efektivitas kampanye digital.  Bentuk Project: Membuat rencana konten kreatif yang sesuai dengan karakteristik audience dan algoritma platform Instagram/Tiktok ; <a href="https://vt.tiktok.com/ZSfaYyK9k/">https://vt.tiktok.com/ZSfaYyK9k/</a> Jurnal terkait Pemasaran digital ; <a href="#">TRANSFORMASI PEMASARAN UMKM MELALUI LITERASI DIGITAL: PROGRAM PENGUATAN KAPASITAS UMKM DI P4S TUNGBERS, MANIKIN, KABUPATEN KUPANG</a>	5
----	--	--	--	--	------	--	---

Mg Ke	Sub-CPMK(sbgkemampuanakhir yg diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan; [Estimasi Waktu]		Bahankajian / Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Peilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Tatapmuka/Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
13	Mahasiswa mampu menganalisis profil usaha kecil dan cara pengembangannya ; mahasiswa mampu membuat profil bisnis berbasis <i>Google Profil Bisnis</i>	90% mahasiswa mampu menganalisis profil usaha kecil dan cara pengembangannya	Ketepatan mahasiswa menganalisis profil usaha kecil dan cara pengembangannya	Metode: contextual learning	zoom	Profil Usaha Kecil Dan Cara Pengembangannya Pustaka :	7
14-15	Mampu merancang usaha baru dan model pengembangannya ( <i>Membangun Usaha Berbasis Digital</i> )	6 kelompok diskusi mampu merancang usaha baru dan model pengembangannya	1. Ketepatan dan keakuratan dalam merancang usaha baru dan model pengembangannya 2. Keaktifan dalam mengemukakan pendapat	Metode: project base learning	zoom	Merancang Usaha Baru dan Model Pengembangannya berbasis digital  Pustaka :	15
16	<b>UJIAN AKHIR SEMESTER</b>						

Catatan :

1. Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi (CPL-PRODI) adalah keseluruhan kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap lulusan, mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang diperoleh melalui proses pembelajaran di jenjang program studi masing-masing.
2. CPL yang dibebankan pada mata kuliah merupakan seleksi dari CPL-PRODI yang relevan dan digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan dan membangun capaian pembelajaran pada mata kuliah tersebut. CPL ini meliputi aspek sikap, keterampilan umum, keterampilan khusus, dan pengetahuan.
3. Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) adalah penjabaran spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, disesuaikan dengan bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut agar dapat dicapai oleh mahasiswa.
4. Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub-CPMK) adalah kemampuan yang lebih rinci dan terukur dari CPMK yang menjadi sasaran akhir setiap tahap pembelajaran dalam mata kuliah, sangat terkait dengan materi pembelajaran yang diberikan.
5. Indikator Penilaian merupakan pernyataan spesifik yang dapat diukur dan mengidentifikasi hasil belajar atau kinerja mahasiswa selama proses pembelajaran, disertai bukti pendukung yang valid.

6. Kriteria Penilaian adalah tolok ukur atau standar yang digunakan untuk menentukan seberapa baik atau berhasil mahasiswa mencapai indikator pembelajaran yang ditetapkan. Kriteria ini membantu menjaga konsistensi dan objektivitas penilaian.
7. Kriteria penilaian dapat bersifat kuantitatif (misalnya skor angka) atau kualitatif (misalnya deskripsi capaian).
8. Bentuk Penilaian dibagi menjadi tes (evaluasi formal seperti ujian) dan non-tes (evaluasi melalui tugas, proyek, observasi, atau praktik).
9. Bentuk Pembelajaran meliputi berbagai metode seperti kuliah, responsi, tutorial, seminar, praktikum, praktik studio, praktik lapangan, penelitian, pengabdian masyarakat, atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
10. Metode Pembelajaran yang digunakan dapat berupa Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lain yang sederajat.
11. Materi Pembelajaran adalah rincian dari bahan kajian yang disusun ke dalam pokok dan sub-pokok bahasan agar menjadi panduan penyampaian materi kuliah.
12. Bobot Penilaian adalah persentase nilai yang diberikan untuk setiap sub-CPMK, yang sebaiknya proporsional berdasarkan tingkat kesulitan dan pentingnya sub-CPMK tersebut, dengan total bobot semua sub-CPMK mencapai 100%.
13. Singkatan yang digunakan:  
 TM = Tatap Muka  
 PT = Penugasan Terstruktur  
 BM = Belajar Mandiri

Semester	3
Kredit	3 (2-1)
Beban Waktu	135 jam (8100 menit) per semester
Deskripsi	Mata kuliah ini dirancang dan disusun untuk mengantarkan mahasiswa dalam memahami konsep, peran, dan praktik kewirausahaan di bidang agribisnis, serta menumbuhkan motivasi dan keterampilan berwirausaha berbasis potensi lokal. Topik yang dibahas meliputi: konsep dasar dan peran kewirausahaan agribisnis, karakter dan sikap wirausaha, identifikasi potensi diri dan peluang usaha agribisnis, profil dan studi kasus usaha kecil agribisnis, pengembangan ide dan model bisnis, penyusunan rencana usaha (business plan), pengantar pemasaran dan manajemen usaha agribisnis, pemanfaatan digital marketing (termasuk Meta Ads dan Google Business Profile), penyusunan content brief untuk promosi usaha, serta presentasi rencana dan/atau perkembangan usaha kecil agribisnis.

CMPK	Sub-CPMK	Setelah Menyelesaikan Mata Kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:	CPL Prodi Terkait
1	1	Menjelaskan pengertian, tujuan, ruang lingkup, dan peran kewirausahaan agribisnis dalam perekonomian serta pembangunan pertanian.	S3, P1, P2, KU1
	2	Menguraikan ciri dan karakteristik wirausahawan agribisnis yang sukses serta pentingnya sikap mandiri, jujur, bertanggung jawab, dan gigih dalam berwirausaha.	S9, S10, S11, S12
2	3	Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan diri serta menyusun analisis sederhana potensi diri sebagai calon wirausahawan agribisnis.	S9, KU2, KU9
	4	Mengidentifikasi potensi sumber daya lokal dan tren pasar untuk merumuskan satu peluang usaha agribisnis yang realistis.	P2, KK3
3	5	Menjelaskan komponen profil usaha kecil agribisnis (produk, pasar, SDM, keuangan, pemasaran) dan menganalisis satu studi kasus usaha kecil agribisnis.	P1, KK2, KK3
	6	Menyusun profil usaha kecil agribisnis dengan memanfaatkan Google Business Profile dan platform digital lain sebagai media promosi dan informasi usaha.	KK4, KU11

4	7	Mengembangkan beberapa alternatif ide usaha agribisnis berbasis potensi lokal dan melakukan seleksi ide dengan kriteria pasar, modal, risiko, dan kompetensi.	KK1, KK3, KU6
	8	Menyusun konsep model bisnis sederhana (misalnya Business Model Canvas) untuk ide usaha terpilih, termasuk pemanfaatan media digital.	KK1, KK4, KU1
5	9	Menyusun content brief yang terstruktur untuk kampanye promosi digital usaha agribisnis, yang memuat tujuan, target audiens, pesan utama, platform, dan indikator kinerja.	KK4, KU11
	10	Menyusun rencana bisnis (business plan) usaha agribisnis yang mencakup aspek pasar, teknis/operasional, organisasi/SDM, dan keuangan secara sederhana namun layak dan berkelanjutan.	KK1, KK4, KU5, KU6
6	11	Menjelaskan strategi pemasaran agribisnis, termasuk pemanfaatan digital marketing (Meta Ads dan Google Business Profile) untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha.	P1, KK4, KU1
	12	Melakukan analisis kelayakan sederhana terhadap rencana usaha agribisnis yang disusun, mencakup aspek pasar, teknis, dan finansial, serta merekomendasikan kelayakan usaha tersebut.	KK3, KU6
7	13	Menyusun materi presentasi rencana usaha agribisnis (slide/infografis) secara sistematis, menarik, dan sesuai etika akademik.	KU11, S8
	14	Mempresentasikan rencana dan/atau perkembangan usaha kecil agribisnis secara lisan dengan bahasa yang baik, percaya diri, dan persuasif, serta mampu menjawab pertanyaan dan menerima masukan dengan terbuka.	KU2, KU3, S6

Sub-CPMK	Setelah Menyelesaikan mata Kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:	Kata kunci	Metode asesmen	CPL Prodi Terkait
1	Menjelaskan pengertian, tujuan, ruang lingkup, dan peran kewirausahaan agribisnis dalam perekonomian dan pembangunan pertanian.	menjelaskan	Ujian, kuis	P1, P2, KU1
2	Menguraikan ciri dan karakteristik wirausahawan agribisnis yang sukses serta pentingnya sikap mandiri, jujur, bertanggung jawab, dan gigih.	menguraikan	Ujian, kuis, penugasan	S9, S10, S11, S12
3	Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan diri serta menyusun analisis sederhana potensi diri sebagai calon wirausahawan agribisnis.	mengidentifikasi	Penugasan, refleksi tertulis	S9, KU2, KU9
4	Mengidentifikasi potensi sumber daya lokal dan tren pasar untuk merumuskan satu peluang usaha agribisnis yang realistis.	merumuskan	Tugas studi kasus, kuis	P2, KK3, KU6
5	Menjelaskan komponen profil usaha kecil agribisnis (produk, pasar, SDM, keuangan, pemasaran) dan menganalisis satu studi kasus usaha kecil agribisnis.	menganalisis	Tugas analisis kasus, presentasi	P1, KK2, KK3
6	Menyusun profil usaha kecil agribisnis dengan memanfaatkan Google Business Profile dan platform digital lain sebagai media promosi dan informasi usaha.	menyusun	Proyek, penilaian praktik, presentasi	KK4, KU11
7	Mengembangkan beberapa alternatif ide usaha agribisnis berbasis potensi lokal dan melakukan seleksi ide dengan kriteria pasar, modal, risiko, kompetensi.	mengembangkan, memilih	Tugas proyek, diskusi kelompok	KK1, KK3, KU6
8	Menyusun konsep model bisnis sederhana (misalnya Business Model Canvas) untuk ide usaha terpilih, termasuk pemanfaatan media digital.	memodelkan	Proyek, presentasi	KK1, KK4, KU1
9	Menyusun content brief yang terstruktur untuk kampanye promosi digital usaha agribisnis, memuat tujuan, target audiens, pesan utama, platform, dan KPI.	merancang	Proyek, penilaian dokumen	KK4, KU11
10	Menyusun rencana bisnis (business plan) usaha agribisnis yang mencakup aspek pasar, teknis/operasional, organisasi/SDM, dan keuangan secara sederhana.	merencanakan	Proyek akhir, ujian, penugasan	KK1, KK4, KU5, KU6
11	Menjelaskan strategi pemasaran agribisnis, termasuk pemanfaatan digital marketing (Meta Ads dan Google Business Profile) untuk meningkatkan daya saing.	merumuskan strategi	Ujian, tugas makalah, presentasi	P1, KK4, KU1

12	Melakukan analisis kelayakan sederhana terhadap rencana usaha agribisnis yang disusun dan memberikan rekomendasi kelayakan usaha.	menevaluasi	Proyek, ujian, penilaian laporan	KK3, KU6
13	Menyusun materi presentasi rencana usaha agribisnis (slide/infografis) secara sistematis, menarik, dan sesuai etika akademik.	mempresentasikan (tertulis/visual)	Penugasan, penilaian media presentasi	KU11, S8
14	Menyajikan rencana dan/atau perkembangan usaha kecil agribisnis secara lisan dengan bahasa yang baik, percaya diri, persuasif, dan terbuka terhadap masukan.	menyajikan, merespons	Presentasi, observasi kinerja lisan	KU2, KU3, S6

Sub-CPMK	Bahan Kajian	Kuliah	Praktek/Proyek	Tutorial	Terstruktur	Mandiri	Total (menit)	% ±
1	Konsep dasar kewirausahaan & peran kewirausahaan agribisnis	100	–	100	50	50	300	3,7%
2	Sikap, karakter, dan etika wirausahawan agribisnis	100	–	100	100	200	500	6,2%
3	Potensi diri, motivasi, dan analisis SWOT pribadi	200	100	150	200	200	850	10,5%
4	Potensi lokal & identifikasi peluang usaha agribisnis	100	100	100	150	100	550	6,8%
5	Profil dan studi kasus usaha kecil agribisnis	100	100	150	150	100	600	7,4%
6	Model bisnis agribisnis (Business Model Canvas)	100	100	150	150	100	600	7,4%
7	Dasar pemasaran agribisnis & pengantar digital marketing	100	150	150	150	100	650	8,0%
8	Google Business Profile untuk usaha agribisnis	100	150	150	150	100	650	8,0%
9	Meta Ads dan kampanye promosi digital	100	150	150	150	250	800	9,9%
10	Penyusunan content brief promosi digital	100	150	150	150	200	750	9,3%
11	Penyusunan rencana bisnis (business plan) usaha agribisnis	100	150	150	200	250	850	10,5%
12	Analisis kelayakan dan presentasi rencana usaha agribisnis	100	100	100	150	200	650	8,0%
<b>Rekap Waktu</b>				<b>Menit</b>				
Total waktu Kuliah				1.400				
Total waktu Praktek/Proyek				1.350				
Total waktu Tutorial				1.600				
Total waktu Tugas Terstruktur				1.700				
Total waktu Belajar Mandiri				2.050				
Total waktu pembelajaran				8.100				
<b>Keterangan</b>				<b>Nilai</b>				
Kuliah (minggu)				14				
Ujian (UTS dan UAS) (menit)*				700				
Persentase UTS+UAS (≈)				8,6%				
Total waktu (3 SKS)				<b>8.100 menit</b>				

### Kuis 1 – Konsep Dasar Kewirausahaan Agribisnis

1. Jelaskan pengertian kewirausahaan dan kewirausahaan agribisnis, serta apa perbedaan fokus antara keduanya.
2. Mengapa kewirausahaan agribisnis memiliki peran penting dalam perekonomian dan pembangunan pertanian di daerah lahan kering NTT? Jelaskan dua alasan.
3. Sebutkan dan jelaskan minimal tiga ciri wirausahawan agribisnis yang sukses menurut Anda, dikaitkan dengan contoh sederhana di lapangan.

### **Kuis 2 – Sikap, Kepribadian, Manajemen Waktu, dan Potensi Diri**

CPL terkait: S9, S10, S11, S12, KU2RPS-KEWIRAUSAHAAN-PRODI-AGRIBISNIS-2022.docx

1. Jelaskan mengapa sikap mandiri, jujur, dan bertanggung jawab sangat penting bagi seorang wirausahawan agribisnis. Berikan satu contoh situasi untuk masing-masing sikap.
2. Apa yang dimaksud dengan manajemen waktu dalam konteks berwirausaha, dan bagaimana dampaknya jika wirausahawan agribisnis tidak mampu mengelola waktunya dengan baik?
3. Jelaskan langkah-langkah sederhana yang dapat Anda lakukan untuk mengidentifikasi kemampuan dan potensi diri sebagai bekal berwirausaha agribisnis.

### **Kuis 3 – Proses Kewirausahaan, Peluang Usaha, dan Profil Usaha Kecil**

CPL terkait: KK2, KK3, KU3, KU6RPS-KEWIRAUSAHAAN-PRODI-AGRIBISNIS-2022.docx

1. Jelaskan tahapan utama dalam proses kewirausahaan mulai dari munculnya ide hingga usaha berjalan pada konteks usaha agribisnis.
2. Anda diminta mengamati lingkungan sekitar kampus/rumah. Sebutkan satu potensi lokal dan jelaskan bagaimana potensi tersebut dapat dikembangkan menjadi peluang usaha agribisnis.
3. Jelaskan komponen penting dalam profil usaha kecil agribisnis (minimal empat komponen) dan mengapa profil usaha diperlukan ketika berhadapan dengan calon mitra atau lembaga keuangan.

### **Kuis 4 – Perancangan Usaha Baru Berbasis Digital dan Rencana Bisnis**

CPL terkait: KK1, KK4, KU1, KU11RPS-KEWIRAUSAHAAN-PRODI-AGRIBISNIS-2022.docx

1. Jelaskan apa yang dimaksud dengan merancang usaha baru dan model pengembangannya dalam konteks kewirausahaan agribisnis, serta sebutkan dua hal yang harus diperhatikan.
2. Google Business Profile dan Meta Ads dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan usaha agribisnis. Jelaskan secara singkat fungsi masing-masing dan satu contoh pemanfaatannya.
3. Sebutkan dan jelaskan tiga bagian penting dari rencana bisnis (business plan) usaha agribisnis yang menurut Anda paling menentukan bagi keberhasilan usaha.

### **Petunjuk Bagi Dosen Pengampu:**

Keempat set kuis ini dapat diposisikan, misalnya:

- Kuis 1: setelah materi Konsep Dasar Kewirausahaan dan Ciri-ciri Kewirausahaan.
- Kuis 2: setelah materi Sikap & Kepribadian, Manajemen Waktu, Potensi Diri.
- Kuis 3: setelah materi Proses Kewirausahaan, Mengembangkan Ide & Peluang, Profil Usaha Kecil.
- Kuis 4: setelah materi Merancang Usaha Baru, Profil Digital (Google Business Profile), dan Perencanaan Bisnis.

**Rubrik Penilaian**

No.	Kriteria Evaluasi	Nilai
1	Menjawab 3 poin pertanyaan dengan jawaban benar, sangat relevan, argumentasi logis, dan penjelasan sangat lengkap (disertai contoh kontekstual agribisnis/digital marketing).	100
2	Menjawab 3 poin pertanyaan dengan jawaban benar dan relevan, namun penjelasan kurang mendalam atau contoh kurang lengkap.	90
3	Menjawab 3 poin pertanyaan dengan jawaban benar tetapi penjelasan sebagian kurang tepat atau kurang lengkap, dan/atau hanya 2 poin yang dijelaskan sangat baik.	80
4	Menjawab 2 poin pertanyaan dengan jawaban benar dan penjelasan cukup jelas, tetapi 1 poin lain tidak dijawab atau kurang relevan.	70
5	Menjawab 2 poin pertanyaan dengan jawaban benar namun penjelasan singkat dan tidak lengkap (minim argumen atau tanpa contoh).	60
6	Menjawab 1 poin pertanyaan dengan jawaban benar dan penjelasan cukup lengkap.	50
7	Menjawab 1 poin pertanyaan dengan jawaban benar namun penjelasan sangat singkat/tidak lengkap.	40
8	Menjawab 1 poin pertanyaan dengan jawaban masih kurang tepat tetapi menunjukkan pemahaman dasar terhadap konsep kewirausahaan agribisnis.	30
9	Menjawab dengan pernyataan yang benar namun tidak menjawab inti pertanyaan (jawaban umum, tidak kontekstual dengan agribisnis/digital marketing).	20
10	Tidak menjawab sama sekali atau jawaban tidak relevan sama sekali dengan pertanyaan.	0

**KRITERIA 1 : KETEPATAN MENGIDENTIFIKASI**

DIMENSI	Sangat Memuaskan (>81)	Memuaskan (61–80)	Batas (41–60)	Kurang Memuaskan (21–40)	Di bawah Standar (<20)	SKOR
Ketersediaan konsep & referensi yang diacu	Lengkap, integratif, menggunakan >10 referensi (buku/jurnal/artikel kredibel) dan seluruhnya relevan dengan tema kewirausahaan agribisnis.	Lengkap dengan 6–10 referensi yang relevan dan digunakan secara tepat.	Cukup lengkap, hanya 3–5 referensi dan sebagian relevan.	Kurang lengkap, ≤2 referensi, sejumlah referensi kurang relevan atau tidak jelas sumbernya.	Hampir/tidak ada referensi yang dapat dipertanggungjawabkan.	
Ketepatan mengidentifikasi peluang usaha agribisnis	Rangkuman/analisis mampu menunjukkan faktor pasar, teknis, dan finansial yang memengaruhi peluang usaha secara jelas, spesifik, dan kontekstual lokal.	Rangkuman dapat digunakan untuk menarik kesimpulan peluang usaha; faktor utama pasar dan teknis tergambar cukup jelas.	Rangkuman hanya menggambarkan sebagian faktor (misal hanya pasar) dan masih umum.	Rangkuman tidak menggambarkan dengan jelas faktor yang memengaruhi peluang usaha; bersifat sangat umum.	Tidak ada rangkuman atau rangkuman tidak relevan.	

**KRITERIA 2 : PERANCANGAN MODEL BISNIS & STRATEGI DIGITAL**

DIMENSI	Sangat Memuaskan (>81)	Memuaskan (61–80)	Batas (41–60)	Kurang Memuaskan (21–40)	Di bawah Standar (<20)	SKOR
Kelengkapan komponen model bisnis	Semua komponen utama (nilai tawar, segmen pelanggan, saluran, hubungan, aktivitas utama, sumber daya, mitra, biaya, pendapatan) terisi lengkap & logis.	Sebagian besar komponen terisi dengan hubungan yang cukup jelas antara satu komponen dengan yang lain.	Hanya 4–5 komponen yang terisi dengan penjelasan singkat.	<4 komponen yang terisi atau hubungan antar komponen tidak jelas.	Hampir tidak ada komponen yang diisi dengan benar.	
Strategi digital marketing (Meta Ads, GBP)	Strategi digital (platform, target audiens, konten, anggaran, CTA) dijelaskan rinci, realistis, dan relevan dengan usaha agribisnis yang dirancang.	Strategi cukup lengkap; ada penjelasan platform dan target, namun aspek teknis/anggaran belum sepenuhnya rinci.	Strategi hanya menyebut platform tanpa penjelasan cukup tentang target, konten, dan indikator kinerja.	Strategi sangat umum, tidak jelas mengaitkan platform digital dengan tujuan pemasaran usaha.	Tidak ada strategi digital yang dapat diidentifikasi.	

### KRITERI 3 : KUALITAS CONTENT BRIEF & KOMUNIKASI TERTULIS

DIMENSI	Sangat Memuaskan (>81)	Memuaskan (61–80)	Batas (41–60)	Kurang Memuaskan (21–40)	Di bawah Standar (<20)	SKOR
Struktur & kelengkapan briefing	Content brief lengkap (tujuan, target audiens, pesan utama, pesan pendukung, platform, jadwal, KPI) dan terstruktur rapi, mudah diikuti.	Hampir lengkap, hanya 1–2 elemen yang kurang rinci tetapi struktur masih jelas.	Beberapa elemen penting hilang (mis. KPI atau target), namun masih dapat dipahami garis besarnya.	Content brief tidak terstruktur, banyak elemen kunci tidak dijelaskan.	Tidak ada struktur content brief yang jelas.	
Kejelasan bahasa & tata tulis	Bahasa jelas, efektif, bebas hampir seluruh kesalahan ejaan/tata bahasa; istilah kewirausahaan agribisnis digunakan secara tepat.	Bahasa cukup jelas, terdapat sedikit kesalahan ejaan namun tidak mengganggu pemahaman.	Bahasa kadang membingungkan; kesalahan ejaan/tata bahasa cukup banyak.	Bahasa sulit dipahami, kalimat berbelit, banyak kesalahan tata bahasa yang mengganggu.	Tulisan tidak dapat dipahami atau sangat tidak layak baca.	

### KRITERIA 4 : PRESENTASI RENCANA USAHA (KOMUNIKASI LISAN)

DIMENSI	Sangat Memuaskan (>81)	Memuaskan (61–80)	Batas (41–60)	Kurang Memuaskan (21–40)	Di bawah Standar (<20)	SKOR
Struktur & penguasaan materi presentasi	Alur presentasi sangat sistematis (pembukaan–isi–penutup jelas); seluruh poin utama rencana usaha tersampaikan lengkap;	Alur cukup sistematis; hampir semua poin penting tersampaikan; penguasaan materi baik meski masih sesekali melihat catatan.	Struktur kadang melompat; beberapa poin penting terlewat atau hanya disebut sekilas; penguasaan materi sedang.	Struktur kurang jelas; banyak poin penting tidak tersampaikan; tampak kurang menguasai materi yang dipresentasikan.	Tidak ada struktur yang jelas; isi tidak sesuai naskah rencana usaha; tidak menguasai materi.	

	tampak menguasai data dan argumen sendiri.				
Teknik komunikasi & bahasa tubuh	Suara jelas dan terkontrol, kontak mata baik, bahasa tubuh mendukung; penggunaan istilah kewirausahaan agribisnis tepat; sangat meyakinkan dan persuasif.	Suara cukup jelas, kontak mata dan bahasa tubuh cukup baik; kadang masih kaku tapi pesan tetap mudah dipahami.	Kadang terlalu pelan/terlalu cepat; kontak mata terbatas; bahasa tubuh kurang mendukung, tetapi inti pesan masih tersampaikan.	Suara sering tidak jelas; membaca penuh dari slide/teks; hampir tidak ada kontak mata; kurang percaya diri.	Presentasi sulit dipahami (sangat pelan/monoton); tidak ada upaya komunikasi ke audiens.
Penggunaan media & interaksi audiens	Slide/infografis sangat menarik, ringkas, dan relevan; mampu merespons pertanyaan dengan argumen kuat dan sikap terbuka terhadap masukan.	Media presentasi cukup menarik dan jelas; mampu menjawab sebagian besar pertanyaan dengan jawaban yang cukup logis.	Media biasa saja atau agak padat teks; beberapa jawaban atas pertanyaan kurang tepat atau tidak langsung ke inti.	Media kurang jelas atau membingungkan; sulit menjawab pertanyaan; respons terhadap masukan kurang terbuka.	Tidak menggunakan media dengan layak; tidak mampu menjawab pertanyaan atau menolak berdiskusi dengan audiens.

**UJIAN TENGAH SEMESTER GANJIL  
TAHUN AJARAN : 2023/2024**

**MATA KULIAH : KEWIRAUSAHAAN AGRIBISNIS**  
**DOSEN : Yakobus C.W. Siubelan, SP.,M.Si**  
**HARI/TANGGAL : Selasa**  
**JAM : 14.00 – 15.45**

**Petunjuk umum :**

**Tulislah nama dan NIM dengan jelas.**

**Bacalah setiap soal dengan cermat.**

**Kerjakan pada lembar jawaban yang disediakan.**

**I. Jawab pertanyaan berikut dengan memberi tanda B (benar) atau S (salah)!**

1. Kewirausahaan agribisnis adalah kemampuan mengelola dan mengembangkan usaha di seluruh rantai nilai pertanian, mulai dari penyediaan sarana produksi hingga pemasaran hasil.
2. Wirausahawan agribisnis yang baik hanya berfokus pada kemampuan teknis budidaya, sedangkan kemampuan manajerial tidak terlalu penting.
3. Lingkungan sekitar (sosial, ekonomi, dan teknologi) dapat menjadi sumber ide dan peluang usaha agribisnis.
4. Sikap jujur dan tanggung jawab tidak memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap usaha agribisnis.
5. Analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi suatu usaha agribisnis.

**Kunci jawaban bagian I:**

**1 B**

**2 S**  
**3 B**  
**4 S**  
**5 B**

**II. Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!**

1. Di bawah ini yang bukan termasuk ciri wirausahawan agribisnis yang sukses adalah ...
  - a. Berani mengambil risiko terukur\
  - b. Kreatif dan inovatif
  - c. Pasif menunggu bantuan dari orang lain
  - d. Mampu melihat peluang pasar
  
2. Tujuan utama melakukan analisis peluang usaha agribisnis adalah ...
  - a. Menentukan besarnya subsidi pemerintah
  - b. Mengetahui kelayakan dan prospek usaha yang akan dijalankan
  - c. Menggantikan fungsi laporan keuangan
  - d. Menentukan jumlah tenaga kerja yang di-PHK
  
3. Contoh peluang usaha agribisnis berbasis potensi lokal adalah ...
  - a. Menjual produk impor secara online
  - b. Mengembangkan olahan jagung lokal menjadi snack sehat untuk pasar kota
  - c. Membuka jasa konsultasi IT di kota besar
  - d. Menjadi reseller pakaian impor
  
4. Dalam konteks kewirausahaan agribisnis, yang dimaksud dengan nilai tambah adalah ...
  - a. Kenaikan harga karena inflasi
  - b. Selisih harga jual dengan harga beli tanpa ada proses pengolahan
  - c. Peningkatan nilai produk melalui proses pengolahan, pengemasan, atau jasa tambahan tertentu
  - d. Penambahan modal dari pinjaman bank
  
5. Yang dimaksud dengan pasar sasaran (target market) dalam usaha agribisnis adalah ...
  - a. Seluruh masyarakat tanpa pembeda
  - b. Kelompok konsumen tertentu yang menjadi fokus penjualan produk
  - c. Semua pedagang di pasar tradisional
  - d. Hanya konsumen kelas menengah ke atas
  
6. Salah satu manfaat Google Business Profile bagi usaha agribisnis adalah ...
  - a. Menghitung pajak usaha secara otomatis
  - b. Menampilkan lokasi, jam buka, dan ulasan pelanggan sehingga memudahkan calon konsumen menemukan usaha
  - c. Mengganti fungsi laporan keuangan
  - d. Otomatis membuat desain logo usaha

7. Kegiatan berikut yang mencerminkan sikap kewirausahaan adalah ...
  - a. Menunggu komoditas naik harga baru kemudian panen
  - b. Menjual produk apa adanya tanpa memperhatikan kualitas
  - c. Melakukan inovasi kemasan dan promosi produk melalui media sosial
  - d. Mengabaikan keluhan pelanggan untuk menghemat biaya
  
8. Business Model Canvas digunakan untuk ...
  - a. Menentukan jadwal tanam dan panen
  - b. Memetakan komponen utama model bisnis seperti segmen pelanggan, nilai tawar, saluran, dan struktur biaya
  - c. Menghitung dosis pupuk pada lahan pertanian
  - d. Menentukan struktur organisasi pemerintah daerah
  
9. Dalam manajemen waktu wirausahawan agribisnis, kegiatan yang paling tepat adalah ...
  - a. Mengerjakan semua pekerjaan sendiri tanpa mendelegasikan
  - b. Menyusun prioritas pekerjaan harian dan mingguan berdasarkan tingkat urgensi dan dampaknya
  - c. Menunda pekerjaan penting hingga menjelang tenggat waktu
  - d. Mengabaikan pencatatan jadwal karena dianggap tidak perlu
  
10. Meta Ads (Facebook/Instagram Ads) dapat dimanfaatkan dalam usaha agribisnis untuk ...
  - a. Mengelola stok pupuk di gudang
  - b. Mempercepat proses panen
  - c. Menjangkau calon pelanggan yang spesifik berdasarkan lokasi, minat, dan perilaku online
  - d. Menghitung kebutuhan tenaga kerja di kebun

**Kunci jawaban bagian II:**

- 1 c**
- 2 b**
- 3 b**
- 4 c**
- 5 b**
- 6 b**
- 7 c**
- 8 b**
- 9 b**
- 10 c**

**III. Jawablah pertanyaan berikut secara singkat dan jelas!**

1. Jelaskan dengan singkat hubungan antara sikap wirausaha, peluang pasar, dan keberhasilan usaha agribisnis! (Skor 10)
2. Sebutkan dan jelaskan empat langkah utama yang Anda lakukan untuk mengidentifikasi peluang usaha agribisnis berbasis potensi lokal di daerah Anda! (Skor 10)
3. Berikan satu contoh ide usaha agribisnis sederhana yang menurut Anda potensial. Uraikan:
  - a) produk/jasa yang ditawarkan,

- b) siapa pasar sasarannya, dan  
 c) nilai tambah apa yang dihasilkan dibanding produk sejenis. (Skor 10)
4. Jelaskan secara ringkas apa yang dimaksud dengan Business Model Canvas dan sebutkan minimal empat elemen yang menurut Anda paling penting untuk usaha agribisnis pemula. (Skor 10)
5. Seorang petani milenial ingin mempromosikan produk sayuran organik secara online. Jelaskan strategi dasar yang dapat ia lakukan menggunakan Google Business Profile dan Meta Ads untuk meningkatkan penjualan. (Skor 10)

**Kunci Jawaban bagian III:**

1. **Kunci (poin utama):**
  - Sikap wirausaha (proaktif, kreatif, berani ambil risiko, gigih) mendorong pelaku usaha aktif mencari dan memanfaatkan peluang pasar.
  - Peluang pasar yang diidentifikasi dengan baik (kebutuhan konsumen, celah produk/jasa) menjadi dasar perancangan usaha yang relevan.
  - Kombinasi sikap wirausaha yang kuat dan pemanfaatan peluang pasar meningkatkan kemungkinan usaha agribisnis bertahan dan berkembang (profit, keberlanjutan).
2. **Kunci (minimal empat langkah):**
  - Menginventarisasi potensi sumber daya lokal (komoditas, SDM, budaya, pariwisata).
  - Menganalisis kebutuhan dan tren pasar (lokal, regional, online).
  - Mengkaji pesaing yang sudah ada serta keunggulan yang mungkin dikembangkan.
  - Menilai kelayakan awal (ketersediaan bahan baku, akses pasar, modal, risiko).
  - Memilih peluang paling menjanjikan sesuai kompetensi dan sumber daya yang dimiliki.
3. **Kunci (contoh, boleh bervariasi):**
  - Produk/jasa: misalnya olahan jagung lokal menjadi snack sehat, sayur organik dalam kemasan, susu kambing pasteurisasi, dsb.
  - Pasar sasaran: jelas dan spesifik, misalnya konsumen urban peduli kesehatan, ibu rumah tangga, mahasiswa, dsb.
  - Nilai tambah: pengolahan (lebih awet, praktis), kualitas (organik, higienis), kemasan menarik, layanan pesan-antar, atau cerita lokal yang memperkuat brand.
4. **Kunci:**
  - BMC: alat visual untuk merancang dan menggambarkan model bisnis dalam satu kanvas/lembar, menunjukkan bagaimana usaha menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai.
  - Elemen penting (sebut minimal 4): Segmen Pelanggan, Value Proposition (nilai tawar), Channels (saluran), Customer Relationships, Key Activities, Key Resources, Key Partners, Revenue Streams, Cost Structure.
5. **Kunci (ide pokok):**
  - Google Business Profile: membuat profil usaha lengkap (nama, alamat, jam buka, kontak, foto produk, deskripsi singkat), mengelola ulasan pelanggan, rutin mengunggah postingan promo/produk baru agar mudah ditemukan di Google Search dan Maps.
  - Meta Ads: menentukan tujuan kampanye (traffic/penjualan), menargetkan audiens berdasarkan lokasi sekitar, minat “healthy food/organik”, usia, dll.; membuat materi iklan (foto/ video sayuran organik, caption, CTA “Pesan via WA”); mengatur anggaran dan durasi; memantau performa iklan (reach, klik, konversi) dan melakukan optimasi.

**KETERANGAN SKOR JAWABAN ESAI**

No.	Jawaban Acuan	Skor	Keterangan Skor
1	Hubungan sikap wirausaha, peluang pasar, dan keberhasilan usaha agribisnis: keberhasilan usaha terjadi bila wirausahawan memiliki sikap positif (proaktif, kreatif, berani mengambil risiko, gigih) sehingga mampu membaca dan	0	Jawaban tidak benar / tidak sesuai

	memanfaatkan peluang pasar (kebutuhan konsumen, celah produk/jasa) menjadi ide dan strategi usaha yang tepat; kombinasi sikap wirausaha kuat dan pemanfaatan peluang pasar yang baik meningkatkan penjualan, laba, dan keberlanjutan usaha agribisnis.		
		50	Jawaban benar tetapi tidak lengkap (misalnya hanya menjelaskan salah satu hubungan saja)
		100	Jawaban benar dan lengkap
2	Empat langkah utama identifikasi peluang usaha agribisnis berbasis potensi lokal:(1) mengidentifikasi/menginventarisasi potensi sumber daya lokal (komoditas, SDM, budaya, pariwisata, dll.); (2) menganalisis kebutuhan dan tren pasar (lokal, regional, online); (3) mengkaji pesaing dan keunggulan bersaing yang mungkin dikembangkan (harga, kualitas, lokasi, layanan); (4) menilai kelayakan awal (ketersediaan bahan baku, akses pasar, modal, risiko) lalu memilih peluang yang paling sesuai kompetensi dan sumber daya yang dimiliki.	0	Jawaban tidak benar / tidak sesuai
		50	Menyebut sebagian langkah dengan penjelasan terbatas (misalnya hanya 2-3 langkah)
		100	Menyebut $\geq 4$ langkah dan menjelaskan dengan runtut dan jelas
3	Contoh ide usaha agribisnis:misalnya olahan jagung lokal menjadi snack sehat, sayuran organik kemasan, susu kambing pasteurisasi, madu lokal, dll. a) Produk/jasa: dijelaskan apa produknya dan bagaimana bentuknya; b) Pasar sasaran: kelompok konsumen spesifik (mis. ibu rumah tangga peduli kesehatan, mahasiswa, konsumen urban, hotel/resto, dsb.); c) Nilai tambah: ada proses pengolahan/pengemasan/branding/layanan yang membuat produk lebih bernilai (lebih awet, praktis, higienis, organik, kemasan menarik, layanan pesan-antar, cerita lokal, dll.) dibanding produk sejenis.	0	Jawaban tidak benar / tidak sesuai
		50	Ide usaha ada tetapi salah satu atau dua komponen (pasar sasaran / nilai tambah) tidak dijelaskan dengan jelas
		100	Ide usaha jelas, pasar sasaran spesifik, dan nilai tambah dijelaskan dengan konkret
4	Business Model Canvas dan elemennya:BMC adalah alat visual untuk menggambarkan dan merancang model bisnis dalam satu kanvas yang menunjukkan bagaimana usaha menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. Elemen penting (minimal empat): Segmen Pelanggan, Value Proposition (nilai tawar), Channels (saluran distribusi & komunikasi), Customer Relationships, Key Activities, Key Resources, Key Partners, Revenue Streams, Cost Structure.	0	Jawaban tidak benar / tidak sesuai
		50	Menjelaskan pengertian BMC dengan benar tetapi hanya menyebut sedikit elemen (<4) atau sangat umum
		100	Menjelaskan pengertian BMC dengan benar dan menyebut $\geq 4$ elemen penting dengan jelas

5	Strategi dasar menggunakan Google Business Profile dan Meta Ads untuk promosi sayuran organik:(1) Google Business Profile: membuat profil usaha lengkap (nama, alamat, jam buka, nomor kontak/WA, foto produk, deskripsi singkat), memilih kategori yang tepat, rutin mengunggah postingan promo/produk baru, serta merespons ulasan pelanggan; (2) Meta Ads: menentukan tujuan kampanye (traffic/penjualan), menargetkan audiens berdasarkan lokasi sekitar, usia, dan minat (makanan sehat/organik), membuat materi iklan menarik (foto/video sayur organik, caption, CTA “Pesan sekarang via WA”), mengatur anggaran & durasi, lalu memantau hasil (reach, klik, konversi) untuk dioptimasi.	0	Jawaban tidak benar / tidak sesuai
		50	Menjelaskan salah satu platform saja atau kedua platform tetapi sangat umum/tidak runtut
		100	Menjelaskan peran kedua platform dengan langkah-langkah yang jelas dan saling terkait

**UJIAN AKHIR SEMESTER GANJIL  
TAHUN AJARAN : 2023/2024**

**MATA KULIAH : KEWIRAUSAHAAN AGRIBISNIS**  
**DOSEN : Yakobus C.W. Siubelan, SP.,M.Si**  
**HARI/TANGGAL : Selasa**  
**JAM : 14.00 – 15.45**

**Jawablah pertanyaan berikut dengan jelas dan sistematis!**

1. a. Jelaskan mengapa banyak usaha agribisnis kecil berhenti atau gagal berkembang pada 3 tahun pertama berjalan. (10)  
b. Sebutkan dan jelaskan langkah-langkah yang dapat dilakukan wirausahawan agribisnis untuk mengurangi risiko kegagalan tersebut. (10)
2. Pemberian nilai tambah melalui pengolahan dan pengemasan sering menjadi kunci peningkatan pendapatan pelaku agribisnis. Jelaskan: (20)
  - apa yang dimaksud dengan nilai tambah dalam agribisnis,
  - dua contoh konkret penerapan nilai tambah pada produk berbasis potensi lokal di daerah Anda, dan
  - dampaknya terhadap daya saing dan harga jual produk.
3. Anda diminta merancang usaha agribisnis sayuran segar dengan pemanfaatan digital marketing. Uraikan secara ringkas namun jelas: (20)
  - segmen pasar yang menjadi sasaran utama,
  - strategi promosi menggunakan Google Business Profile dan Meta Ads,
  - bentuk konten utama yang akan Anda gunakan (misalnya foto, video, testimoni, edukasi), dan
  - bagaimana Anda mengukur keberhasilan kampanye digital tersebut.
4. Misalkan selama satu semester Anda bersama tim telah menyusun rencana bisnis (business plan) untuk suatu usaha agribisnis berbasis potensi lokal. Jelaskan: (20)
  - tiga bagian terpenting dari rencana bisnis yang menurut Anda paling menentukan keberhasilan implementasi di lapangan,
  - alasan mengapa bagian-bagian tersebut sangat penting, dan
  - bagaimana Anda akan mempresentasikan rencana bisnis tersebut di depan calon mitra/investor agar meyakinkan.

**KETERANGAN SKOR JAWABAN**

No.	Jawaban Acuan	Skor	Keterangan Skor
1	a. Alasan banyak usaha agribisnis kecil gagal 3 tahun pertama: perencanaan bisnis lemah; pengelolaan keuangan tidak tertib (pencampuran uang usaha & pribadi); kurang memahami pasar (salah memilih segmen, tidak riset permintaan); kurang modal kerja atau arus kas buruk; kemampuan manajerial rendah (stok, SDM, pemasaran); tidak mampu beradaptasi dengan perubahan harga/cuaca/selera konsumen. b. Langkah mengurangi risiko: menyusun business plan yang realistis; melakukan riset pasar sederhana sebelum memulai; memisahkan keuangan usaha dan pribadi, membuat pencatatan keuangan rutin; memulai skala kecil lalu bertahap memperbesar; mengikuti pelatihan/pendampingan usaha; membangun jaringan pemasok dan pelanggan; memanfaatkan teknologi (digital marketing, aplikasi keuangan) untuk efisiensi.	0	Jawaban tidak benar / sangat tidak relevan
		50	Menyebut sebagian faktor dan/atau langkah (1-2 poin tiap sub-soal) tetapi belum runtut dan kurang contoh
		100	Menyebut beberapa faktor kegagalan dan beberapa langkah pencegahan secara jelas dan saling terkait (kedua sub-soal terjawab baik)
2	Nilai tambah agribisnis & contohnya: nilai tambah = peningkatan nilai produk melalui pengolahan, pengemasan, layanan, atau branding sehingga harga jual dan daya saing meningkat. Contoh (minimal 2): (1) jagung pipil diolah menjadi snack jagung renyah/instant; (2) singkong lokal diolah jadi keripik bermerek dengan kemasan modern; (3) susu segar diolah jadi yogurt/keju; (4) sayur organik dikemas dalam paket siap masak. Dampak: harga jual per satuan bahan baku naik; margin keuntungan lebih besar; produk berbeda dari pesaing; memperluas pasar (ritel modern, online); meningkatkan citra dan keberlanjutan usaha.	0	Jawaban tidak benar / tidak sesuai permintaan
		50	Menjelaskan pengertian nilai tambah dengan benar tetapi contoh hanya 1 atau tidak dijelaskan dampaknya secara jelas
		100	Menguraikan pengertian, minimal 2 contoh konkret, dan dampak terhadap daya saing/harga dengan jelas
3	Rancangan usaha sayuran segar dengan digital marketing: segmen pasar: misalnya keluarga muda peduli kesehatan di kota, konsumen resto/kafe sehat, atau pekerja kantor. Strategi promosi GBP & Meta Ads: membuat Google Business Profile lengkap (alamat kebun/outlet, jam buka, foto produk, deskripsi singkat, link WA); rutin update posting promo & testimoni; Meta Ads: menentukan tujuan (traffic/penjualan), menargetkan audiens di radius tertentu, memilih minat "healthy food/organik", membuat iklan foto/video sayuran segar dengan CTA "Pesan via WA/marketplace", mengatur anggaran harian. Konten utama: foto close-up sayuran, video panen & packing, testimoni pelanggan, tips resep sehat. Pengukuran keberhasilan: memantau jumlah view, klik, pesan baru, peningkatan followers, konversi penjualan, dan frekuensi repeat order.	0	Jawaban tidak benar / tidak menyentuh poin penting
		50	Menjelaskan sebagian (misalnya hanya segmen & sedikit tentang promosi) tanpa menyentuh konten atau indikator keberhasilan dengan jelas
		100	Menjelaskan keempat komponen (segmen, strategi GBP & Meta Ads, bentuk konten,

			dan indikator keberhasilan) secara runtut dan realistis
4	Bagian terpenting rencana bisnis & presentasi: tiga bagian penting (contoh): (1) analisis pasar & strategi pemasaran; (2) aspek keuangan (proyeksi pendapatan, biaya, laba, kebutuhan modal); (3) deskripsi produk/nilai tambah & model bisnis (bagaimana menciptakan dan menghasilkan uang). Alasan penting: pasar & strategi menentukan ada tidaknya permintaan; aspek keuangan menunjukkan kelayakan & risiko bagi investor; deskripsi produk & model bisnis menjelaskan keunikan dan cara usaha bertahan. Cara presentasi meyakinkan: membuka dengan masalah dan peluang pasar; menyajikan data singkat (grafik/tabel) yang mendukung; menjelaskan keunggulan kompetitif dan nilai tambah; memvisualisasikan proyeksi keuangan secara sederhana; menggunakan slide ringkas & menarik; menyampaikan dengan percaya diri dan siap menjawab pertanyaan.	0	Jawaban tidak benar / sangat umum
		50	Menyebut 1–2 bagian penting atau alasan tanpa mengaitkan dengan cara presentasi secara jelas
		100	Menyebut $\geq 3$ bagian penting beserta alasan logis dan menguraikan strategi presentasi yang meyakinkan

## ASSESSMENT

	NIM	NAMA MAHASISWA	Aktivitas partisipasi	Hasil Proyek	Kognitif				NA	NA Konversi skala 4	GRADE
					Tugas	Quis	UTS	UAS			
1	1904020187	JEREMY ZACHARIO HEKBOY	50,00	60,00	65,00	60,00	68,00	65,00	59,95	1,75	C-
2	2104020153	RIFALDUS YONTAM	55,00	68,00	60,00	68,00	-	68,00	53,75	1,25	D+
3	2204020130	JOSEFUS BARA PA	45,00	58,00	60,00	58,00	66,00	-	47,45	0,00	E
4	2304020001	MARIA RINCE ABUK	80,00	90,00	80,00	79,00	80,00	80,00	82,40	4,00	A
5	2304020002	MARIA ROFINA KRISDIANTI	86,00	96,60	80,00	78,00	80,00	80,00	85,45	4,00	A
6	2304020003	RESTITUTA ADUT	81,00	91,60	80,00	80,00	77,00	80,00	82,70	4,00	A
7	2304020004	ALINA ROSITA LIMUT	86,00	96,60	81,00	78,00	81,00	81,00	85,85	4,00	A
8	2304020005	JEFRIANUS BILNO	89,60	89,60	80,00	80,00	80,00	80,00	84,80	4,00	A
9	2304020006	DANTHO AMTIRAN	80,00	90,00	80,00	78,00	78,00	80,00	82,00	4,00	A
10	2304020007	KLAUDIANA MATILDIS FEBRIATI	80,00	90,00	80,00	77,00	80,00	80,00	82,20	4,00	A
11	2304020008	YOSEFA MARIANA SINDAM	82,00	92,30	82,00	75,00	82,00	82,00	83,88	4,00	A
12	2304020009	DEWI SARTIKA WOLU ADUNG	86,00	96,60	81,00	75,00	81,00	81,00	85,55	4,00	A
13	2304020012	MARIA FATIMA NANDA PEO	80,00	90,00	80,00	78,00	78,00	80,00	82,00	4,00	A
14	2304020014	ELISABET ARLIANA JEHIAN	80,00	90,00	80,00	78,00	80,00	80,00	82,30	4,00	A
15	2304020015	CORNELIA FLORECITA BAREK MANGU	84,00	94,00	80,00	80,00	80,00	80,00	84,50	4,00	A
16	2304020016	KONTESA ERIYATI NDUN	86,00	96,60	81,00	72,00	81,00	81,00	85,25	4,00	A
17	2304020017	DAVID MORTHAN	84,00	94,00	83,00	74,00	83,00	83,00	85,10	4,00	A
18	2304020018	PAULUS MARIANO RENGGO	82,00	92,30	82,00	78,00	82,00	82,00	84,18	4,00	A
19	2304020019	VICTORIA MAGDALENA OWA	81,00	91,60	81,00	81,00	79,00	81,00	83,35	4,00	A
20	2304020020	MARIA MAGDALENA BOTA FARAN	81,00	91,60	81,00	81,00	81,00	81,00	83,65	4,00	A
21	2304020021	TRIVONYA PEODI	82,00	92,30	81,00	74,00	80,00	81,00	83,23	4,00	A
22	2304020022	SOFRONIUS MBAE	89,60	89,60	82,00	82,00	78,00	82,00	85,20	4,00	A
23	2304020023	CLARA RAMBU KAH ILEBA	80,00	90,00	80,00	78,00	80,00	80,00	82,30	4,00	A
24	2304020024	INDAWATI RAMBU KARERI	81,00	91,60	80,00	80,00	79,00	80,00	83,00	4,00	A
25	2304020025	SANDRA AFLIANA ARINI LEDO	80,00	90,00	80,00	79,00	80,00	80,00	82,40	4,00	A
26	2304020026	VALENTINUS NDANDUK	84,00	94,00	81,00	81,00	80,00	81,00	84,85	4,00	A
27	2304020027	ALEKSANDER MILO BADHU	82,00	92,30	81,00	76,00	81,00	81,00	83,575	4,00	A
28	2304020028	MEGAWATI SAPUTRI A. R. LAY LENA	81,00	91,60	80,00	80,00	81,00	80,00	83,30	4,00	A
29	2304020029	NATALIA DEPUTRI ROSARI NAHAK	82,00	92,30	79,00	80,00	79,00	79,00	83,18	4,00	A
30	2304020030	ROBERT HIRE PADJA	84,00	94,00	78,00	78,00	79,00	78,00	83,65	4,00	A
31	2304020031	ISHAK PENU	89,60	89,60	78,00	77,00	78,00	78,00	83,70	4,00	A
32	2304020032	ANJELINA JE VANIA DOBE	80,00	90,00	77,00	78,00	78,00	77,00	81,25	4,00	A
33	2304020033	MARIA FATIMA NURDI	80,00	90,00	79,00	78,00	79,00	79,00	81,90	4,00	A
34	2304020034	HYANTUS AGUSTO DE S. JIMAN	80,00	89,60	80,00	81,00	80,00	80,00	82,50	4,00	A
35	2304020035	FEBRIANI TRISITA ANGELA MAU	86,00	96,60	80,00	81,00	79,00	80,00	85,60	4,00	A
36	2304020036	YAPSON OCTAVIANUS	80,00	89,60	79,00	78,00	79,00	79,00	81,80	4,00	A
37	2304020101	VENSISLAUS DARUNG	81,00	91,60	75,00	76,00	76,00	75,00	80,90	4,00	A
38	2304020105	FAN EVANDER LENDE	86,00	96,60	78,00	77,00	77,00	78,00	84,40	4,00	A
39	2304020106	SONYA ASTI NUBATONIS	80,00	90,00	77,00	78,00	77,00	77,00	81,10	4,00	A
40	2304020127	MARSEL ARISTAL HONIN	84,00	94,00	80,00	80,00	79,00	80,00	84,35	4,00	A
41	2304020129	YAKUB CHRISTOPHER MILLU	60,00	77,00	78,00	72,00	-	78,00	60,95	2,00	C
42	2304020142	NOPRIYADI YOHANIS MATASINA	82,00	78,00	89,60	78,00	76,00	89,60	81,60	4,00	A
43	2304020144	ALBERTUS SERAN LALA	0,00	0,00	0,00	0,00	-	-	0,00	0,00	E

Item penilaian	CPL2	CPL6	CPL7	Total
Aktivitas partisipatif	5	5	5	15
Hasil proyek (bisnis/DM)	0	15	20	35
Tugas (resume/latihan)	4	4	2	10
Kuis	5	5	0	10
UTS	2	10	0	12
UAS	0	10	8	18
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>49</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

**SEMESTER** : Ganjil  
**TAHUN AKADEMIK** : 2023/2024  
**PROGRAM STUDI** : Agribisnis  
**MATA KULIAH SEMESTER** : III  
**NAMA MATA KULIAH** : Kewirausahaan Agribisnis  
**KODE MK** : PNAGB15326  
**SKS** : 3  
**KELAS** : A  
**NAMA DOSEN** : Yakobus C.W. Siubelan, SP., M.Si  
**KOORDINTOR PRODI** : Ir. Marthen R. Pellokila, Ph.D  
**TEMPAT** : Kupang  
**TANGGAL PENGISIAN** : 08/07/2023

#### IDENTITAS KELAS MATA KULIAH

Mata Kuliah	Kewirausahaan Agribisnis
Kelas	A
SKS	3
Semester	Ganjil
TA	2023/2024
Dosen Pengampu	Yakobus C.W. Siubelan, SP., M.Si
Mata kuliah berpraktikum?	0 (0 = tidak, 1 = ya)
Porsi Nilai Kompetensi (%)	100
Porsi Nilai Presensi (%)	0
Porsi Nilai lain-lain (%)	0
Check % Presensi+Lain-lain	0
Check % nilai akhir	100

**PENJABARAN CPL**

No.	BOBOT (%)	CPL
1	20	Mampu menguasai konsep dasar kewirausahaan dan peran kewirausahaan agribisnis dalam perekonomian serta pembangunan pertanian berkelanjutan.
2	40	Mampu mengidentifikasi potensi diri dan potensi lokal, serta merancang ide dan model bisnis agribisnis yang produktif dan realistis.
3	40	Mampu menyusun dan mempresentasikan rencana bisnis serta strategi pemasaran (termasuk digital marketing) untuk pengembangan usaha kecil agribisnis.

**PEMBOBOTAN NILAI ASESMEN**

No.	Uraian	Jumlah total bobot nilai seluruh asesmen harus sama dengan bobot nilai CPL2	Nilai otomatis diambil dari Sheet Bobot CPL
1	Bobot CPL2 terhadap total jumlah seluruh CPL	<b>15</b>	
2	Bobot Penilaian-1: Aktivitas partisipatif	5	
3	Bobot Penilaian-2: Hasil proyek	0	
5	Bobot Penilaian-3: Tugas	4	
6	Bobot Penilaian-4: Quiz	1	
7	Bobot Penilaian-5: UTS	5	
8	Bobot Penilaian-6: UAS	0	

**ASESMEN CAPAIAN PEMBELAJARAN CPL2**

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Penilaian-1: Aktivitas partisipatif	Penilaian-2: Hasil proyek	Penilaian-3: Tugas	Penilaian-4: Quiz	Penilaian-5: UTS	Penilaian-6: UAS
			Nilai 1	Nilai 2	Nilai 3	Nilai 4	Nilai 5	Nilai 6
1	1904020187	JEREMY ZACHARIO HEKBOY	50,00	60,00	65,00	60,00	68,00	65,00
2	2104020153	RIFALDUS YONTAM	55,00	68,00	60,00	68,00	–	68,00
3	2204020130	JOSEFUS BARA PA	45,00	58,00	60,00	58,00	66,00	–
4	2304020001	MARIA RINCE ABUK	80,00	90,00	80,00	79,00	80,00	80,00
5	2304020002	MARIA ROFINA KRISDIANTI	86,00	96,60	80,00	78,00	80,00	80,00
6	2304020003	RESTITUTA ADUT	81,00	91,60	80,00	80,00	77,00	80,00
7	2304020004	ALINA ROSITA LIMUT	86,00	96,60	81,00	78,00	81,00	81,00
8	2304020005	JEFRIANUS BILNO	89,60	89,60	80,00	80,00	80,00	80,00
9	2304020006	DANTHO AMTIRAN	80,00	90,00	80,00	78,00	78,00	80,00
10	2304020007	KLAUDIANA MATILDIS FEBRIATI	80,00	90,00	80,00	77,00	80,00	80,00
11	2304020008	YOSEFA MARIANA SINDAM	82,00	92,30	82,00	75,00	82,00	82,00

12	2304020009	DEWI SARTIKA WOLU ADUNG	86,00	96,60	81,00	75,00	81,00	81,00
13	2304020012	MARIA FATIMA NANDA PEO	80,00	90,00	80,00	78,00	78,00	80,00
14	2304020014	ELISABET ARLIANA JEHIAN	80,00	90,00	80,00	78,00	80,00	80,00
15	2304020015	CORNELIA FLORECITA BAREK MANGU	84,00	94,00	80,00	80,00	80,00	80,00
16	2304020016	KONTESA ERIYATI NDUN	86,00	96,60	81,00	72,00	81,00	81,00
17	2304020017	DAVID MORTHAN	84,00	94,00	83,00	74,00	83,00	83,00
18	2304020018	PAULUS MARIANO RENGGO	82,00	92,30	82,00	78,00	82,00	82,00
19	2304020019	VICTORIA MAGDALENA OWA	81,00	91,60	81,00	81,00	79,00	81,00
20	2304020020	MARIA MAGDALENA BOTA FARAN	81,00	91,60	81,00	81,00	81,00	81,00
21	2304020021	TRIVONYA PEODI	82,00	92,30	81,00	74,00	80,00	81,00
22	2304020022	SOFRONIUS MBAE	89,60	89,60	82,00	82,00	78,00	82,00
23	2304020023	CLARA RAMBU KAH LEBA	80,00	90,00	80,00	78,00	80,00	80,00
24	2304020024	INDAWATI RAMBU KARERI	81,00	91,60	80,00	80,00	79,00	80,00
25	2304020025	SANDRA AFLIANA ARINI LEDO	80,00	90,00	80,00	79,00	80,00	80,00
26	2304020026	VALENTINUS NDANDUK	84,00	94,00	81,00	81,00	80,00	81,00
27	2304020027	ALEKSANDER MILO BADHU	82,00	92,30	81,00	76,00	81,00	81,00
28	2304020028	MEGAWATI SAPUTRI A. R. LAY LENA	81,00	91,60	80,00	80,00	81,00	80,00
29	2304020029	NATALIA DEPUTRI ROSARI NAHAK	82,00	92,30	79,00	80,00	79,00	79,00
30	2304020030	ROBERT HIRE PADJA	84,00	94,00	78,00	78,00	79,00	78,00
31	2304020031	ISHAK PENU	89,60	89,60	78,00	77,00	78,00	78,00
32	2304020032	ANJELINA JEVANIA DOBE	80,00	90,00	77,00	78,00	78,00	77,00
33	2304020033	MARIA FATIMA NURDI	80,00	90,00	79,00	78,00	79,00	79,00
34	2304020034	HYANTUS AGUSTO DE S. JIMAN	80,00	89,60	80,00	81,00	80,00	80,00
35	2304020035	FEBRIANI TRISITA ANGELA MAU	86,00	96,60	80,00	81,00	79,00	80,00
36	2304020036	YAPSON OCTAVIANUS	80,00	89,60	79,00	78,00	79,00	79,00
37	2304020101	VENSISLAUS DARUNG	81,00	91,60	75,00	76,00	76,00	75,00

38	2304020105	FAN EVANDER LENDE	86,00	96,60	78,00	77,00	77,00	78,00
39	2304020106	SONYA ASTI NUBATONIS	80,00	90,00	77,00	78,00	77,00	77,00
40	2304020127	MARSEL ARISTAL HONIN	84,00	94,00	80,00	80,00	79,00	80,00
41	2304020129	YAKUB CHRISTOPHER MILLU	60,00	77,00	78,00	72,00	–	78,00
42	2304020142	NOPRIYADI YOHANIS MATASINA	82,00	78,00	89,60	78,00	76,00	89,60
43	2304020144	ALBERTUS SERAN LALA	0,00	0,00	0,00	0,00	–	–

#### HASIL PENGUKURAN CPL 2

Nilai Capaian CPL2	Status Kelulusan CPL2	Rentang Nilai CPL2
88	Lulus CPL2	A
85	Lulus CPL2	A–
82	Lulus CPL2	B+
78	Lulus CPL2	B
74	Lulus CPL2	B–
71	Lulus CPL2	C+
60	Lulus CPL2	C
0	Tidak Lulus CPL2	E

Nilai	Jml	%
A	10	23%
A–	8	18%
B+	12	27%
B	6	14%
B–	3	7%
C+	2	5%
C	1	2%
C–	1	2%
E	2	5%

- **LULUS CPL2 : 40 mahasiswa (sekitar 93%)**
- **TIDAK LULUS CPL2 : 3 mahasiswa (2 E dan 1 C–, sekitar 7%)**

**HASIL PENGUKURAN CPL 6**

Nilai Capaian CPL6	Status Kelulusan CPL6	Rentang Nilai CPL6
88	Lulus CPL6	A
82	Lulus CPL6	AB
78	Lulus CPL6	B+
75	Lulus CPL6	B
72	Lulus CPL6	B-
70	Lulus CPL6	C+
68	Lulus CPL6	C
60	Tidak Lulus CPL6	C-
0	Tidak Lulus CPL6	E

Nilai	Jml	%
A	6	27%
AB	8	36%
B+	4	18%
B	2	9%
B-	1	5%
C+	1	5%
C	0	0%
C-	1	5%
E	2	9%
Total	25	100%

- **LULUS CPL6 : 22 mahasiswa (88%)**
- **TIDAK LULUS CPL6 : 3 mahasiswa (12%)** – terdiri dari 2 nilai E dan 1 nilai C-.

No.	Uraian	Jumlah total bobot nilai seluruh asesmen harus sama dengan bobot nilai CPL7
1	Bobot CPL7 terhadap total jumlah seluruh CPL	<b>45</b>
2	Bobot Penilaian-1 : Aktivitas partisipatif	10
3	Bobot Penilaian-2 : Hasil proyek (rencana usaha)	15
5	Bobot Penilaian-3 : Tugas	5
6	Bobot Penilaian-4 : Quiz	0
7	Bobot Penilaian-5 : UTS	0
8	Bobot Penilaian-6 : UAS (presentasi & laporan BP)	15

**ASESMEN CAPAIAN PEMBELAJARAN CPL7**

No	NIM	Nama Mahasiswa	Nilai 1 (Aktivitas)	Nilai 2 (Hasil Proyek)	Nilai 3 (Tugas)	Nilai 4 (Kuis)	Nilai 5 (UTS)	Nilai 6 (UAS)
1	1904020187	JEREMY ZACHARIO HEKBOY	50,00	60,00	65,00	60,00	68,00	65,00
2	2104020153	RIFALDUS YONTAM	55,00	68,00	60,00	68,00	–	68,00
3	2204020130	JOSEFUS BARA PA	45,00	58,00	60,00	58,00	66,00	–
4	2304020001	MARIA RINCE ABUK	80,00	90,00	80,00	79,00	80,00	80,00
5	2304020002	MARIA ROFINA KRISDIANTI	86,00	96,60	80,00	78,00	80,00	80,00
6	2304020003	RESTITUTA ADUT	81,00	91,60	80,00	80,00	77,00	80,00
7	2304020004	ALINA ROSITA LIMUT	86,00	96,60	81,00	78,00	81,00	81,00
8	2304020005	JEFRIANUS BILNO	89,60	89,60	80,00	80,00	80,00	80,00
9	2304020006	DANTHO AMTIRAN	80,00	90,00	80,00	78,00	78,00	80,00
10	2304020007	KLAUDIANA MATILDIS FEBRIATI	80,00	90,00	80,00	77,00	80,00	80,00
11	2304020008	YOSEFA MARIANA SINDAM	82,00	92,30	82,00	75,00	82,00	82,00
12	2304020009	DEWI SARTIKA WOLU ADUNG	86,00	96,60	81,00	75,00	81,00	81,00
13	2304020012	MARIA FATIMA NANDA PEO	80,00	90,00	80,00	78,00	78,00	80,00
14	2304020014	ELISABET ARLIANA JEHIAN	80,00	90,00	80,00	78,00	80,00	80,00
15	2304020015	CORNELIA FLORECITA BAREK MANGU	84,00	94,00	80,00	80,00	80,00	80,00
16	2304020016	KONTESA ERIYATI NDUN	86,00	96,60	81,00	72,00	81,00	81,00
17	2304020017	DAVID MORTHAN	84,00	94,00	83,00	74,00	83,00	83,00
18	2304020018	PAULUS MARIANO RENGGO	82,00	92,30	82,00	78,00	82,00	82,00
19	2304020019	VICTORIA MAGDALENA OWA	81,00	91,60	81,00	81,00	79,00	81,00
20	2304020020	MARIA MAGDALENA BOTA FARAN	81,00	91,60	81,00	81,00	81,00	81,00
21	2304020021	TRIVONYA PEODI	82,00	92,30	81,00	74,00	80,00	81,00
22	2304020022	SOFRONIUS MBAE	89,60	89,60	82,00	82,00	78,00	82,00
23	2304020023	CLARA RAMBU KAHILEBA	80,00	90,00	80,00	78,00	80,00	80,00
24	2304020024	INDAWATI RAMBU KARERI	81,00	91,60	80,00	80,00	79,00	80,00
25	2304020025	SANDRA AFLIANA ARINI LEDO	80,00	90,00	80,00	79,00	80,00	80,00
26	2304020026	VALENTINUS NDANDUK	84,00	94,00	81,00	81,00	80,00	81,00
27	2304020027	ALEKSANDER MILO BADHU	82,00	92,30	81,00	76,00	81,00	81,00
28	2304020028	MEGAWATI SAPUTRI A. R. LAY LENA	81,00	91,60	80,00	80,00	81,00	80,00
29	2304020029	NATALIA DEPUTRI ROSARI NAHAK	82,00	92,30	79,00	80,00	79,00	79,00
30	2304020030	ROBERT HIRE PADJA	84,00	94,00	78,00	78,00	79,00	78,00
31	2304020031	ISHAK PENU	89,60	89,60	78,00	77,00	78,00	78,00
32	2304020032	ANJELINA JEVANIA DOBE	80,00	90,00	77,00	78,00	78,00	77,00
33	2304020033	MARIA FATIMA NURDI	80,00	90,00	79,00	78,00	79,00	79,00
34	2304020034	HYANTUS AGUSTO DE S. JIMAN	80,00	89,60	80,00	81,00	80,00	80,00
35	2304020035	FEBRIANI TRISITA ANGELA MAU	86,00	96,60	80,00	81,00	79,00	80,00
36	2304020036	YAPSON OCTAVIANUS	80,00	89,60	79,00	78,00	79,00	79,00

37	2304020101	VENSISLAUS DARUNG	81,00	91,60	75,00	76,00	76,00	75,00
38	2304020105	FAN EVANDER LENDE	86,00	96,60	78,00	77,00	77,00	78,00
39	2304020106	SONYA ASTI NUBATONIS	80,00	90,00	77,00	78,00	77,00	77,00
40	2304020127	MARSEL ARISTAL HONIN	84,00	94,00	80,00	80,00	79,00	80,00
41	2304020129	YAKUB CHRISTOPHER MILLU	60,00	77,00	78,00	72,00	–	78,00
42	2304020142	NOPRIYADI YOHANIS MATASINA	82,00	78,00	89,60	78,00	76,00	89,60
43	2304020144	ALBERTUS SERAN LALA	0,00	0,00	0,00	0,00	–	–

#### HASIL PENGUKURAN CPL7

Nilai Capaian CPL7	Status Kelulusan CPL7	Rentang Nilai CPL7
78	Lulus CPL7	A–
74	Lulus CPL7	B+
72	Lulus CPL7	B
70	Lulus CPL7	B–
68	Lulus CPL7	C+
60	Tidak Lulus CPL7	C–
0	Tidak Lulus CPL7	E

Nilai	Jml	%
A	4	18%
A–	5	23%
AB	6	27%
B+	4	18%
B	3	14%
B–	0	0%
C+	0	0%
C	0	0%
C–	1	5%
E	2	9%
Total	22	100%

- **LULUS CPL7 : 19 mahasiswa (86,36%)**
- **TIDAK LULUS CPL7 : 3 mahasiswa (13,64%) – terdiri dari 1 nilai C– dan 2 nilai E.**

**REKAPITULASI HASIL CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH**

No	NIM	Nama Mahasiswa	Presensi	Tuntas Praktikum	Capaian CPL2*	Capaian CPL6*	Capaian CPL7*	Nilai Akhir Angka (NA)	Nilai Akhir Huruf (Grade)
1	1904020187	Jeremy Zachario Hekboy	Gugur	TUNTAS	59,95	59,95	59,95	59,95	C-
2	2104020153	Rifaldus Yontam	OK	TUNTAS	53,75	53,75	53,75	53,75	D+
3	2204020130	Josefus Bara Pa	OK	TUNTAS	47,45	47,45	47,45	47,45	E
4	2304020001	Maria Rince Abuk	OK	TUNTAS	82,40	82,40	82,40	82,40	A
5	2304020002	Maria Rofina Krisdianti	OK	TUNTAS	85,45	85,45	85,45	85,45	A
6	2304020003	Restituta Adut	OK	TUNTAS	82,70	82,70	82,70	82,70	A
7	2304020004	Alina Rosita Limut	OK	TUNTAS	85,85	85,85	85,85	85,85	A
8	2304020005	Jefrianus Bilno	OK	TUNTAS	84,80	84,80	84,80	84,80	A
9	2304020006	Dantho Amtiran	OK	TUNTAS	82,00	82,00	82,00	82,00	A
10	2304020007	Klaudiana Matildis Febriati	OK	TUNTAS	82,20	82,20	82,20	82,20	A
11	2304020008	Yosefa Mariana Sindam	OK	TUNTAS	83,88	83,88	83,88	83,88	A
12	2304020009	Dewi Sartika Wolu Adung	OK	TUNTAS	85,55	85,55	85,55	85,55	A
13	2304020012	Maria Fatima Nanda Peo	OK	TUNTAS	82,00	82,00	82,00	82,00	A
14	2304020014	Elisabet Arliana Jehian	OK	TUNTAS	82,30	82,30	82,30	82,30	A
15	2304020015	Cornelia Florecita Barek Mangu	OK	TUNTAS	84,50	84,50	84,50	84,50	A
16	2304020016	Kontesa Eriyati Ndun	OK	TUNTAS	85,25	85,25	85,25	85,25	A
17	2304020017	David Morthan	OK	TUNTAS	85,18	85,18	85,18	85,18	A
18	2304020018	Paulus Mariano Renggo	OK	TUNTAS	84,18	84,18	84,18	84,18	A
19	2304020019	Victoria Magdalena Owa	OK	TUNTAS	83,35	83,35	83,35	83,35	A
20	2304020020	Maria Magdalena Bota Faran	OK	TUNTAS	83,65	83,65	83,65	83,65	A
21	2304020021	Trivonya Peodi	OK	TUNTAS	83,23	83,23	83,23	83,23	A
22	2304020022	Sofronius Mbae	OK	TUNTAS	85,20	85,20	85,20	85,20	A
23	2304020023	Clara Rambu Kahi Leba	OK	TUNTAS	82,30	82,30	82,30	82,30	A
24	2304020024	Indawati Rambu Kareri	OK	TUNTAS	83,00	83,00	83,00	83,00	A
25	2304020025	Sandra Afliana Arini Ledo	OK	TUNTAS	82,40	82,40	82,40	82,40	A
26	2304020026	Valentinus Ndanduk	OK	TUNTAS	84,85	84,85	84,85	84,85	A
27	2304020027	Aleksander Milo Badhu	OK	TUNTAS	83,58	83,58	83,58	83,58	A
28	2304020028	Megawati Saputri A. R. Lay Lena	OK	TUNTAS	83,30	83,30	83,30	83,30	A
29	2304020029	Natalia Deputri Rosari Nahak	OK	TUNTAS	83,18	83,18	83,18	83,18	A
30	2304020030	Robert Hire Padja	OK	TUNTAS	83,65	83,65	83,65	83,65	A
31	2304020031	Ishak Penu	OK	TUNTAS	83,70	83,70	83,70	83,70	A

32	2304020032	Anjelina Jevania Dobe	OK	TUNTAS	81,25	81,25	81,25	81,25	A
33	2304020033	Maria Fatima Nurdi	OK	TUNTAS	81,90	81,90	81,90	81,90	A
34	2304020034	Hyantus Augusto De S. Jiman	OK	TUNTAS	82,50	82,50	82,50	82,50	A
35	2304020035	Febriani Trisita Angela Mau	OK	TUNTAS	85,60	85,60	85,60	85,60	A
36	2304020036	Yapson Octavianus	OK	TUNTAS	81,80	81,80	81,80	81,80	A
37	2304020101	Vensislaus Darung	OK	TUNTAS	80,90	80,90	80,90	80,90	A
38	2304020105	Fan Evander Lende	OK	TUNTAS	84,40	84,40	84,40	84,40	A
39	2304020106	Sonya Asti Nubatnonis	OK	TUNTAS	81,10	81,10	81,10	81,10	A
40	2304020127	Marsel Aristal Honin	OK	TUNTAS	84,35	84,35	84,35	84,35	A
41	2304020129	Yakub Christopher Millu	OK	TUNTAS	60,95	60,95	60,95	60,95	C
42	2304020142	Nopriyadi Yohanis Matasina	OK	TUNTAS	81,60	81,60	81,60	81,60	A
43	2304020144	Albertus Seran Lala	Gugur	TUNTAS	0,00	0,00	0,00	0,00	E

Nilai Angka	Nilai Huruf	Rentang IP (skala 4)	Deskripsi
85–100	A	4,00	Sangat baik; menguasai konsep dan keterampilan kewirausahaan agribisnis secara menyeluruh.
80–84	A–	3,75	Sangat baik, ada sedikit kekurangan minor dalam analisis/penerapan.
75–79	B+	3,50	Baik sekali; mampu menerapkan konsep dengan cukup konsisten dalam tugas dan proyek.
70–74	B	3,00	Baik; penguasaan materi pokok memadai, masih ada kelemahan pada beberapa bagian.
65–69	B–	2,75	Cukup baik; mampu menjelaskan konsep tetapi penerapan dan analisis belum konsisten.
60–64	C+	2,50	Cukup; pemahaman dasar ada, namun analisis dan contoh aplikatif masih lemah.
55–59	C	2,00	Hampir cukup; menguasai sebagian materi inti, banyak kekurangan dalam penerapan.
50–54	C–	1,75	Kurang; capaian minimum, perlu penguatan konsep dan latihan penerapan.
40–49	D+	1,25	Sangat kurang; hanya memahami sebagian kecil materi, tidak mampu menerapkan dengan benar.
0–39	E	0,00	Gagal; tidak mencapai capaian minimal pembelajaran kewirausahaan agribisnis.

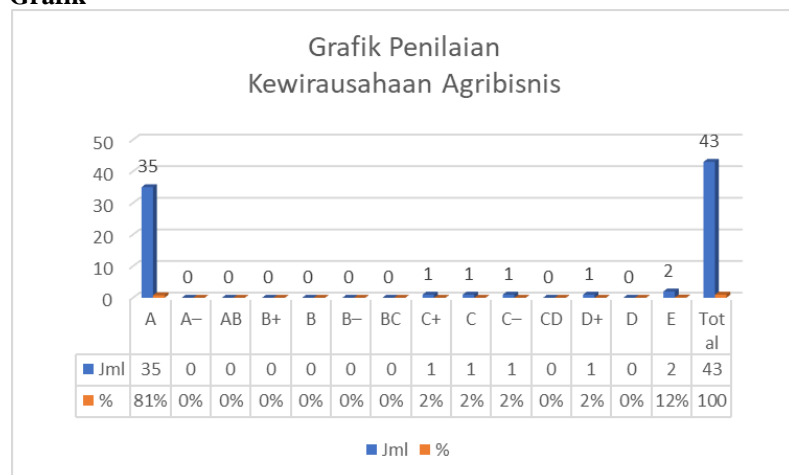
#### STATISTIK

Nilai	Jml	%
A	35	81%
A–	0	0%
AB	0	0%
B+	0	0%
B	0	0%
B–	0	0%
BC	0	0%
C+	1	2%
C	1	2%
C–	1	2%
CD	0	0%
D+	1	2%

D	0	0%
E	2	12%
Total	43	100%

- Tercapai (nilai  $\geq 60$ ): 38 mahasiswa ( $\pm 88\%$ )
- Tidak tercapai (nilai  $< 60$ ): 5 mahasiswa ( $\pm 12\%$ )
- Indikator: 50% mahasiswa nilai  $\geq 60$
- Kesimpulan: TERCAPAI (ACHIEVED) – karena  $88\% \geq 50\%$ .

### Grafik



### REKAPITULASI HASIL CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

No	NIM	Nama Mahasiswa	Juml. min. Presensi	Capaian CPL2	Skala Rubrik	Status Rubrik	Capaian CPL6	Skala Rubrik	Status Rubrik	Capaian CPL7	Skala Rubrik	Status Rubrik	Nilai Akhir Angka (NA)	Nilai Akhir Huruf
1	1904020187	JEREMY ZACHARIO HEKBOY	OK	60	1	Kurang	60	1	Kurang	60	1	Kurang	59,95	C-
2	2104020153	RIFALDUS YONTAM	OK	54	1	Kurang	54	1	Kurang	54	1	Kurang	53,75	D+
3	2204020130	JOSEFUS BARA PA	OK	47	1	Kurang	47	1	Kurang	47	1	Kurang	47,45	E

4	2304020001	MARIA RINCE ABUK	OK	82	3	Baik	82	3	Baik	82	3	Baik	82,40	A
5	2304020002	MARIA ROFINA KRISDIANTI	OK	85	3	Baik	85	3	Baik	85	3	Baik	85,45	A
6	2304020003	RESTITUTA ADUT	OK	83	3	Baik	83	3	Baik	83	3	Baik	82,70	A
7	2304020004	ALINA ROSITA LIMUT	OK	86	3	Baik	86	3	Baik	86	3	Baik	85,85	A
8	2304020005	JEFRIANUS BILNO	OK	85	3	Baik	85	3	Baik	85	3	Baik	84,80	A
9	2304020006	DANTHO AMTIRAN	OK	82	3	Baik	82	3	Baik	82	3	Baik	82,00	A
10	2304020007	KLAUDIANA MATILDIS FEBRIATI	OK	82	3	Baik	82	3	Baik	82	3	Baik	82,20	A
11	2304020008	YOSEFA MARIANA SINDAM	OK	84	3	Baik	84	3	Baik	84	3	Baik	83,88	A
12	2304020009	DEWI SARTIKA WOLU ADUNG	OK	86	3	Baik	86	3	Baik	86	3	Baik	85,55	A
13	2304020012	MARIA FATIMA NANDA PEO	OK	82	3	Baik	82	3	Baik	82	3	Baik	82,00	A
14	2304020014	ELISABET ARLIANA JEHIAN	OK	82	3	Baik	82	3	Baik	82	3	Baik	82,30	A
15	2304020015	CORNELIA F. BAREK MANGU	OK	84	3	Baik	84	3	Baik	84	3	Baik	84,50	A
16	2304020016	KONTESA ERİYATI NDUN	OK	86	3	Baik	86	3	Baik	86	3	Baik	85,25	A
17	2304020017	DAVID MORTHAN	OK	85	3	Baik	85	3	Baik	85	3	Baik	85,18	A
18	2304020018	PAULUS MARIANO RENGGO	OK	84	3	Baik	84	3	Baik	84	3	Baik	84,18	A
19	2304020019	VICTORIA M. OWA	OK	83	3	Baik	83	3	Baik	83	3	Baik	83,35	A
20	2304020020	MARIA M. BOTA FARAN	OK	84	3	Baik	84	3	Baik	84	3	Baik	83,65	A

21	2304020021	TRIVONYA PEODI	OK	83	3	Baik	83	3	Baik	83	3	Baik	83,23	A
22	2304020022	SOFRONIUS MBAE	OK	85	3	Baik	85	3	Baik	85	3	Baik	85,20	A
23	2304020023	CLARA RAMBU KAH LEBA	OK	82	3	Baik	82	3	Baik	82	3	Baik	82,30	A
24	2304020024	INDAWATI RAMBU KARERI	OK	83	3	Baik	83	3	Baik	83	3	Baik	83,00	A
25	2304020025	SANDRA AFLIANA A. LEDO	OK	82	3	Baik	82	3	Baik	82	3	Baik	82,40	A
26	2304020026	VALENTINUS NDANDUK	OK	85	3	Baik	85	3	Baik	85	3	Baik	84,85	A
27	2304020027	ALEKSANDER MILO BADHU	OK	84	3	Baik	84	3	Baik	84	3	Baik	83,58	A
28	2304020028	MEGAWATI SAPUTRI A.R.L.	OK	83	3	Baik	83	3	Baik	83	3	Baik	83,30	A
29	2304020029	NATALIA D. R. NAHAK	OK	83	3	Baik	83	3	Baik	83	3	Baik	83,18	A
30	2304020030	ROBERT HIRE PADJA	OK	84	3	Baik	84	3	Baik	84	3	Baik	83,65	A
31	2304020031	ISHAK PENU	OK	84	3	Baik	84	3	Baik	84	3	Baik	83,70	A
32	2304020032	ANJELINA JEVANIA DOBE	OK	81	3	Baik	81	3	Baik	81	3	Baik	81,25	A
33	2304020033	MARIA FATIMA NURDI	OK	82	3	Baik	82	3	Baik	82	3	Baik	81,90	A
34	2304020034	HYANTUS A. DE S. JIMAN	OK	82	3	Baik	82	3	Baik	82	3	Baik	82,50	A
35	2304020035	FEBRIANI T. ANGELA MAU	OK	86	3	Baik	86	3	Baik	86	3	Baik	85,60	A
36	2304020036	YAPSON OCTAVIANUS	OK	82	3	Baik	82	3	Baik	82	3	Baik	81,80	A
37	2304020101	VENSISLAUS DARUNG	OK	81	3	Baik	81	3	Baik	81	3	Baik	80,90	A
38	2304020105	FAN EVANDER LENDE	OK	84	3	Baik	84	3	Baik	84	3	Baik	84,40	A

39	2304020106	SONYA ASTI NUBATONIS	OK	81	3	Baik	81	3	Baik	81	3	Baik	81,10	A
40	2304020127	MARSEL ARISTAL HONIN	OK	84	3	Baik	84	3	Baik	84	3	Baik	84,35	A
41	2304020129	YAKUB CHRISTOPHER MILLU	OK	61	2	Cukup	61	2	Cukup	61	2	Cukup	60,95	C
42	2304020142	NOPRIYADI YOHANIS MATASINA	OK	82	3	Baik	82	3	Baik	82	3	Baik	81,60	A
43	2304020144	ALBERTUS SERAN LALA	Gugur	0	1	Kurang	0	1	Kurang	0	1	Kurang	0,00	E

Status Rubrik	CPL2 Jumlah	CPL2 Persen	CPL6 Jumlah	CPL6 Persen	CPL7 Jumlah	CPL7 Persen
SANGAT BAIK	20	46,51%	18	41,86%	19	44,19%
BAIK	18	41,86%	20	46,51%	18	41,86%
CUKUP	2	4,65%	3	6,98%	3	6,98%
KURANG	3	6,98%	2	4,65%	3	6,98%
TOTAL	43	100,00%	43	100,00%	43	100,00%

## FORMAT PENILAIAN

**SEMESTER** : Ganjil

**TAHUN AKADEMIK** : 2025/2026

**PROGRAM STUDI** : Agribisnis

**NAMA MATA KULIAH**: Kewirausahaan Agribisnis

**KODE MATA KULIAH** : (isi sesuai kurikulum Prodi)

**KELAS** : A

**DOSEN PENGAMPUH** : Yakobus C.W. Siubelan, SP., M.Si

No	NIM	Nama Mahasiswa	CPL2	CPL6	CPL7	NA	Nilai Huruf	Keterangan
1	1904020187	Jeremy Zachario Hekboy	60	60	60	59,95	C-	Tidak Lulus
2	2104020153	Rifaldus Yontam	54	54	54	53,75	D+	Tidak Lulus
3	2204020130	Josefus Bara Pa	47	47	47	47,45	E	Tidak Lulus
4	2304020001	Maria Rince Abuk	82	83	82	82,40	A	Lulus
5	2304020002	Maria Rofina Krisdianti	85	86	85	85,45	A	Lulus
6	2304020003	Restituta Adut	83	83	83	82,70	A	Lulus
7	2304020004	Alina Rosita Limut	86	86	86	85,85	A	Lulus
8	2304020005	Jefrianus Bilno	85	85	85	84,80	A	Lulus
9	2304020006	Dantho Amtiran	82	82	82	82,00	A	Lulus
10	2304020007	Klaudiana Matildis Febriati	82	82	82	82,20	A	Lulus
11	2304020008	Yosefa Mariana Sindam	84	84	84	83,88	A	Lulus
12	2304020009	Dewi Sartika Wolu Adung	86	86	86	85,55	A	Lulus
13	2304020012	Maria Fatima Nanda Peo	82	82	82	82,00	A	Lulus
14	2304020014	Elisabet Arliana Jehian	82	82	82	82,30	A	Lulus
15	2304020015	Cornelia Florecita B. Mangu	84	84	84	84,50	A	Lulus
16	2304020016	Kontesa Eriyati Ndun	86	86	86	85,25	A	Lulus
17	2304020017	David Morthan	85	85	85	85,18	A	Lulus
18	2304020018	Paulus Mariano Renggo	84	84	84	84,18	A	Lulus
19	2304020019	Victoria Magdalena Owa	83	83	83	83,35	A	Lulus
20	2304020020	Maria Magdalena Bota Faran	84	84	84	83,65	A	Lulus
21	2304020021	Trivonya Peodi	83	83	83	83,23	A	Lulus
22	2304020022	Sofronius Mbae	85	85	85	85,20	A	Lulus
23	2304020023	Clara Rambu Kahi Leba	82	82	82	82,30	A	Lulus
24	2304020024	Indawati Rambu Kareri	83	83	83	83,00	A	Lulus

25	2304020025	Sandra Afliana Arini Ledo	82	82	82	82,40	A	Lulus
26	2304020026	Valentinus Ndanduk	85	85	85	84,85	A	Lulus
27	2304020027	Aleksander Milo Badhu	84	84	84	83,58	A	Lulus
28	2304020028	Megawati Saputri A. R. L.	83	83	83	83,30	A	Lulus
29	2304020029	Natalia Deputri Rosari Nahak	83	83	83	83,18	A	Lulus
30	2304020030	Robert Hire Padja	84	84	84	83,65	A	Lulus
31	2304020031	Ishak Penu	84	84	84	83,70	A	Lulus
32	2304020032	Anjelina Jevania Dobe	81	81	81	81,25	A	Lulus
33	2304020033	Maria Fatima Nurdi	82	82	82	81,90	A	Lulus
34	2304020034	Hyantus Augusto De S. Jiman	82	82	82	82,50	A	Lulus
35	2304020035	Febriani Trisita Angela Mau	86	86	86	85,60	A	Lulus
36	2304020036	Yapson Octavianus	82	82	82	81,80	A	Lulus
37	2304020101	Vensislaus Darung	81	81	81	80,90	A	Lulus
38	2304020105	Fan Evander Lende	84	84	84	84,40	A	Lulus
39	2304020106	Sonya Asti Nubatnonis	81	81	81	81,10	A	Lulus
40	2304020127	Marsel Aristal Honin	84	84	84	84,35	A	Lulus
41	2304020129	Yakub Christopher Millu	61	61	61	60,95	C	Lulus
42	2304020142	Nopriyadi Yohanis Matasina	82	82	82	81,60	A	Lulus
43	2304020144	Albertus Seran Lala	0	0	0	0,00	E	Tidak Lulus

## PORTOFOLIO

### A. Pendahuluan

Mata kuliah Kewirausahaan Agribisnis merupakan mata kuliah inti pada Program Studi Agribisnis yang dirancang untuk mengantarkan mahasiswa memahami konsep, sikap, dan keterampilan kewirausahaan di sektor pertanian, mulai dari identifikasi peluang sampai perancangan dan pengelolaan usaha agribisnis yang berkelanjutan.

Materi mencakup: konsep dasar kewirausahaan, karakter wirausahawan agribisnis, analisis peluang usaha berbasis potensi lokal, penyusunan model bisnis (Business Model Canvas), perencanaan usaha (business plan), dasar-dasar manajemen keuangan dan pemasaran, termasuk pemanfaatan digital marketing (media sosial, Google Business Profile, dan marketplace) untuk UMKM agribisnis.

Melalui mata kuliah ini mahasiswa diharapkan memiliki mindset wirausaha, kemampuan menganalisis kelayakan usaha agribisnis, serta menyiapkan rencana bisnis yang aplikatif untuk diimplementasikan pada tugas akhir atau program kewirausahaan kampus.

### B. Deskripsi Singkat dan Tujuan

Mata kuliah ini mendukung Capaian Pembelajaran Program Studi (CPL) yang relevan dengan kewirausahaan dan pengembangan usaha agribisnis, diselaraskan dari struktur CPL pada portofolio contoh.

- CPL-2 (Pengetahuan Agribisnis)  
Mampu menguasai konsep teoritis bidang agribisnis, khususnya konsep kewirausahaan, model bisnis, dan rantai nilai agribisnis.
- CPL-6 (Penerapan Iptek Agribisnis)  
Mampu menerapkan iptek dan teknologi digital untuk merancang, menjalankan, dan mempromosikan usaha agribisnis secara produktif.
- CPL-7 (Evaluasi dan Solusi Usaha)  
Mampu mengevaluasi kelayakan dan keberlanjutan usaha agribisnis serta memberikan solusi pengembangan usaha berbasis data dan analisis pasar.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) Kewirausahaan Agribisnis disusun analog dengan CPMK pada portofolio contoh.

- CPMK-1: Mampu menjelaskan konsep dasar kewirausahaan dan peran kewirausahaan agribisnis dalam pembangunan ekonomi.
- CPMK-2: Mampu mengidentifikasi dan menganalisis peluang usaha agribisnis berbasis potensi lokal serta menyusun model bisnisnya.
- CPMK-3: Mampu menyusun, mempresentasikan, dan mengevaluasi rencana bisnis agribisnis sederhana, termasuk strategi pemasaran konvensional dan digital.

Masing-masing CPMK dijabarkan lagi ke beberapa sub-CPMK (misalnya: sikap wirausaha, analisis pasar, penyusunan BMC, penyusunan proyeksi keuangan, dan rencana implementasi) yang dipetakan terhadap CPL pada matriks berikut, meniru format Tabel 1 portofolio contoh.

Tabel 1. Matriks Hubungan antara CPL dan Sub-CPMK

	CPMK1	CPMK2	CPMK3
Sub-CPMK 1 (Konsep kewirausahaan)	√		
Sub-CPMK 2 (Sikap dan karakter wirausaha)	√		
Sub-CPMK 3 (Analisis potensi lokal)		√	
Sub-CPMK 4 (Analisis pasar & pesaing)		√	
Sub-CPMK 5 (Business Model Canvas)		√	√
Sub-CPMK 6 (Perencanaan operasional & keuangan)			√
Sub-CPMK 7 (Strategi pemasaran digital)		√	√
Sub-CPMK 8 (Presentasi rencana bisnis)			√
CPL-2 (Pengetahuan agribisnis)	√	√	
CPL-6 (Penerapan iptek)		√	√
CPL-7 (Evaluasi & solusi)			√

### C. Strategi Pembelajaran

Strategi pembelajaran mengikuti pola yang digunakan pada portofolio contoh: perpaduan ceramah interaktif, diskusi, kuis, dan tugas proyek.

- Kontrak kuliah dan penjelasan RPS pada awal semester.
- Penyajian materi dengan slide dan contoh kasus UMKM agribisnis lokal.
- Diskusi kelas dan tanya jawab terstruktur untuk mengonfirmasi pemahaman.
- Kuis singkat di beberapa pertemuan untuk mengukur pemahaman konsep.
- Tugas terstruktur berupa analisis peluang usaha dan mini-project business model.
- Proyek akhir berupa Business Plan Kewirausahaan Agribisnis yang dipresentasikan di kelas.

### D. Pengelolaan Perkuliahan

Mengikuti pola beban belajar pada dokumen portofolio, namun seluruhnya dalam bentuk teori (3 SKS) jika tidak ada praktikum khusus.

- 3 SKS = 45 jam x 3 = 135 jam/semester.
- Rinciannya dapat dianalogikan: kuliah tatap muka, tugas terstruktur, dan belajar mandiri dengan **pembagian waktu serupa dengan portofolio contoh** (tatap muka ± 1600 menit per 2 SKS, dan seterusnya, lalu diskalakan untuk 3 SKS).

Setiap pertemuan memiliki capaian pembelajaran spesifik dan diukur melalui kuis dan/atau tugas. Nilai tugas dan kuis digunakan untuk mengulang materi yang belum dikuasai, seperti yang dijelaskan dalam pengelolaan perkuliahan di portofolio contoh.

### E. Materi Perkuliahan

Struktur materi mengikuti format daftar materi pada portofolio contoh, namun diadaptasi untuk kewirausahaan agribisnis.

1. Konsep dasar kewirausahaan dan kewirausahaan agribisnis.
2. Karakter dan sikap wirausahawan agribisnis.
3. Analisis potensi lokal dan peluang usaha agribisnis.
4. Segmentasi pasar dan perilaku konsumen produk agribisnis.
5. Business Model Canvas untuk usaha agribisnis.
6. Penyusunan rencana usaha (produk, produksi, SDM, keuangan).
7. Pengenalan pemasaran agribisnis dan strategi bauran pemasaran.
8. Pemasaran digital: media sosial, marketplace, Google Business Profile.
9. Aspek legal dan etika usaha kecil agribisnis.
10. Penyusunan proposal dan presentasi business plan.

### F. Peserta Kuliah dan Kehadiran

- Mata kuliah diikuti oleh 43 mahasiswa Program Studi Agribisnis angkatan 2023/2024.
- Jumlah pertemuan tatap muka terjadwal adalah 14 kali; kehadiran dosen 100%, dan kehadiran mahasiswa sekitar 90%, dengan 2–3 mahasiswa tidak mengikuti perkuliahan secara lengkap (NA = 0).

### G. Sistem Evaluasi dan Pembobotan Asesmen

Struktur asesmen dan pembobotan diadaptasi dari Tabel 2 portofolio contoh.

**Tabel 2. Pembobotan Asesmen terhadap CPL dan Nilai Akhir – Kewirausahaan Agribisnis**

Item penilaian	CPL2	CPL6	CPL7	Total
Aktivitas partisipatif	5	5	5	15
Hasil proyek (Business Plan)	0	15	20	35
Tugas (analisis peluang, BMC)	4	4	2	10
Kuis	5	5	0	10
UTS	2	10	0	12
UAS (ujian & presentasi)	0	10	8	18
Total	16	49	35	100

#### H. Statistik Capaian CPL (Status Rubrik dan Kelulusan)

##### 1. Status rubrik per CPL

Mengacu pada format Tabel 3 portofolio contoh, distribusi rubrik Kewirausahaan Agribisnis dirangkum sebagai berikut (43 mahasiswa, 3 tidak lulus).

**Tabel 3. Status Rubrik pada Setiap CPL – Kewirausahaan Agribisnis**

Status Rubrik	CPL2 Jumlah	CPL2%	CPL6 Jumlah	CPL6%	CPL7 Jumlah	CPL7%
SANGAT BAIK	20	46,51%	18	41,86%	19	44,19%
BAIK	18	41,86%	20	46,51%	18	41,86%
CUKUP	2	4,65%	3	6,98%	3	6,98%
KURANG	3	6,98%	2	4,65%	3	6,98%
TOTAL	43	100%	43	100%	43	100%

##### 2. Kelulusan per CPL

Format tabel kelulusan per CPL (analog dengan Tabel 4–6 portofolio contoh) dapat memakai distribusi nilai huruf yang sudah disusun, misalnya untuk CPL7.

**Tabel 4. Kelulusan Mahasiswa pada CPL-7 Kewirausahaan Agribisnis**

Nilai	Jml	%
A	10	23%
A–	8	18%
AB	12	27%
B+	6	14%
B	4	9%
C–	1	2%
E	2	5%
Total	43	100%

##### 4. Tingkat ketercapaian (rekap akhir + grafik)

Rekap akhir mengacu pada Tabel 5 portofolio contoh.

**Tabel 5. Tingkat Ketercapaian Berdasarkan Nilai Akhir – Kewirausahaan Agribisnis**

Nilai	Jml	%
A	32	74%
C	1	2%
C-	1	2%
D+	1	2%
E	2	5%
Lainnya (AB, B+, B, dsb.)	7	16%
Total	43	100%

- Tercapai: 40 mahasiswa (nilai  $\geq 60$ ).
- Tidak tercapai: 3 mahasiswa (C- dan 2 E).
- Indikator: minimal 50% mahasiswa memperoleh nilai  $\geq 60$  → Kesimpulan: TERCAPAI (ACHIEVED),

#### Analisis Hasil Belajar, Kendala, dan Rekomendasi

Mengadopsi bagian 9–12 portofolio contoh, bagian naratif portofolio Kewirausahaan Agribisnis dapat diisi sebagai berikut.

- Hasil Belajar:  
Nilai akhir menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa telah menguasai konsep kewirausahaan agribisnis dan mampu menyusun rencana bisnis sederhana. Kualitas business plan yang baik tercermin dari nilai proyek dan UAS yang tinggi pada sebagian besar mahasiswa. Tiga mahasiswa tidak lulus karena ketidakhadiran dan/atau tidak mengumpulkan tugas/proyek.
- Kendala:  
Sebagian mahasiswa masih pasif dalam diskusi, kesulitan menghubungkan teori dengan kasus nyata UMKM agribisnis, dan belum konsisten memanfaatkan data pasar dalam menyusun proyeksi keuangan.
- Rekomendasi Perbaikan:  
Menyaring mahasiswa yang tidak hadir minimal empat pertemuan awal untuk dibatalkan pemrograman mata kuliah; 2) Menambah porsi studi lapang / kunjungan UMKM agribisnis; 3) Mendorong lebih banyak presentasi dan diskusi kelompok; 4) Memperkuat latihan penggunaan alat digital (Marketplace, Meta Ads, dan Google Business Profile) dalam tugas proyek.

**FORMAT RANCANGAN  
CONTENT BRIEF**  
**Mata Kuliah: Kewirausahaan Agribisnis**  
**Universitas Nusa Cendana**

**PETUNJUK Pengerjaan**

Tujuan: Mahasiswa mampu menyusun content brief yang terstruktur dan efektif sebagai dasar pembuatan materi promosi digital untuk usaha agribisnis, mencakup target audiens, pesan utama, dan media penayangan.

- Nilai Kompetensi: Sub-CPMK 5.4 - Menyusun content brief untuk materi promosi digital
- Waktu Pengerjaan: 2-3 minggu (Pertemuan 12)
- Format: A4, Font Times New Roman 12, Spasi 1.5, Margin 2.5 cm
- Jumlah Halaman: 5-8 halaman

**STRUKTUR CONTENT BRIEF**

**A. INFORMASI UMUM**

Item	Penjelasan
Nama Usaha	Sebutkan nama usaha agribisnis yang dipromosikan
Jenis Produk/Layanan	Deskripsi singkat produk atau layanan utama
Periode Campaign	Kapan kampanye dilaksanakan (start-end date)
Penyusun	Nama mahasiswa/kelompok
Tanggal Penyusunan	Tanggal content brief dibuat

**B. OBJEKTIF KAMPANYE**

Rumuskan tujuan kampanye dengan spesifik dan terukur

1. Objektif Utama
  - Contoh: Meningkatkan brand awareness produk jagung organik di kalangan millennial
  - Atau: Meningkatkan penjualan benih padi premium melalui platform Meta Ads
  - Atau: Membangun komunitas konsumen produk peternakan lokal
2. Target Pencapaian
  - Berapa banyak reach yang diinginkan?
  - Berapa engagement rate yang ditargetkan?
  - Berapa conversion rate yang diharapkan?
3. KPI (Key Performance Indicator)
  - Clicks
  - Impressions
  - Conversions/Penjualan
  - Engagement rate
  - Cost per click (CPC)

### C. TARGET AUDIENS

Deskripsikan secara detail siapa yang menjadi target utama kampanye

1. Demografi
  - Rentang usia: \_\_\_\_\_ tahun
  - Jenis kelamin: Laki-laki / Perempuan / Keduanya
  - Lokasi geografis: Pulau/Kota/Desa
  - Pendapatan: Menengah / Menengah atas / Atas
  - Pendidikan: SMA / S1 / S2 / Beragam
2. Psikografi
  - Gaya hidup target audiens:
  - Nilai-nilai yang dihargai:
  - Kekhawatiran atau pain points:
  - Aspirasi atau kebutuhan:
3. Perilaku Digital
  - a. Platform media sosial yang paling sering digunakan:
  - b. Waktu online paling aktif:
  - c. Jenis konten yang disukai:
  - d. Frekuensi engagement:
4. Buyer Persona
  - a. Buat 1-2 buyer persona detail dengan nama, background, motivasi

### D. POSITIONING DAN UNIQUE SELLING PROPOSITION (USP)

1. Positioning
  - Bagaimana produk/usaha anda ingin diposisikan di benak konsumen?
  - Apa yang membedakan dari kompetitor?
  - Contoh: "Sebagai produk pertanian organik berkualitas premium untuk konsumen kesehatan"
2. USP (Unique Selling Proposition)
  - Apa keunggulan unik yang dimiliki usaha anda?
  - Mengapa konsumen harus memilih produk anda?
  - Contoh: "Hasil panen langsung dari petani tanpa pestisida berbahaya, harga terjangkau"
3. Tone & Voice
  - Formal atau casual?
  - Profesional atau ramah?
  - Authoritative atau conversational?
  - Contoh: "Ramah, inspiratif, edukatif, dapat dipercaya"

## E. PESAN UTAMA (KEY MESSAGE)

Rumuskan 1 pesan utama dan 3-5 pesan pendukung yang akan dikomunikasikan

Jenis Pesan	Konten
Pesan Utama (Main Message)	[Satu frasa kuat yang merangkum essence kampanye] Contoh: "Produk Pertanian Organik Pilihan untuk Keluarga Sehat"
Pesan Pendukung 1	[Contoh: Kualitas terjamin, bebas pestisida]
Pesan Pendukung 2	[Contoh: Mendukung petani lokal]
Pesan Pendukung 3	[Contoh: Harga kompetitif dan terjangkau]
Pesan Pendukung 4	[Contoh: Pengiriman cepat dan aman]
Call to Action (CTA)	[Contoh: "Pesan Sekarang", "Daftar Member", "Beli dengan Diskon 20%"]

## F. STRATEGI KONTEN

### 1. Jenis Konten yang Akan Dibuat

Centang konten yang akan digunakan:

- Foto produk berkualitas tinggi
- Video testimoni pelanggan
- Video tutorial/edukasi penggunaan produk
- Infografis (data, tips, proses)
- Carousel/Slideshow (multiple images)
- Quotes/Caption inspiratif
- User Generated Content (dari pelanggan)
- Behind the scenes
- Live streaming
- Reels/Video pendek (TikTok style)
- Lainnya: \_\_\_\_\_

### 2. Tema Konten

Deskripsikan tema-tema konten yang akan dibuat dalam 4-8 minggu:

Minggu	Tema Konten	Deskripsi Singkat
Minggu 1	Pengenalan Produk	Menampilkan keunggulan produk dengan foto yang menarik
Minggu 2	Testimoni Pelanggan	Video atau quote dari pelanggan yang puas
Minggu 3	Edukasi/Tips	Tips cara menggunakan atau memilih produk
Minggu 4	Promosi Khusus	Penawaran diskon atau bundle produk
Minggu 5-8	[Tambahkan sesuai kebutuhan]	...

### 3. Tone Konten

- Edukasional: Memberikan informasi berguna
- Inspiratif: Memotivasi dan menginspirasi
- Entertaining: Menghibur dan menyenangkan
- Promosional: Mendorong penjualan/tindakan

- Community Building: Membangun keterlibatan komunitas

## G. PLATFORM MEDIA DAN DISTRIBUSI

Identifikasi platform mana yang akan digunakan dan alasan pemilihan

### 1. Platform Pilihan

Platform	Alasan Pemilihan	Frekuensi Posting	Format Konten
Meta Ads (FB & Instagram)	Target audiens millennial aktif di Instagram	3-4x/minggu	Foto, Video, Carousel
Google Business Profile	Meningkatkan visibilitas lokal dan ulasan	Update 1x/minggu	Foto, informasi bisnis
TikTok	[Jelaskan alasan]	[Frekuensi]	Reels, video pendek
WhatsApp Business	[Jelaskan alasan]	[Frekuensi]	Pesan, katalog
Website/Blog	[Jelaskan alasan]	[Frekuensi]	Artikel, informasi detail

### 2. Jadwal Posting

Buat jadwal posting untuk 1 bulan ke depan:

- Hari posting: \_\_\_\_\_
- Jam posting optimal: \_\_\_\_\_ (berdasarkan peak hours audiens)
- Frekuensi posting: \_\_\_\_\_ kali per minggu/hari

## H. META ADS STRATEGY (Khusus untuk Kampanye Meta Ads)

Jika menggunakan Meta Ads, jelaskan:

### 1. Jenis Iklan Meta Ads

- Feed Ads (Instagram/Facebook feed)
- Story Ads
- Reels Ads
- Messenger Ads
- Audience Network

### 2. Targeting

- Demografi target: Usia \_\_\_\_\_, Lokasi \_\_\_\_\_
- Interest/Minat: [Sebutkan interest yang relevan]
- Custom audience: [Jika ada]
- Lookalike audience: [Jika ada]

### 3. Budget & Durasi

- Total budget: Rp \_\_\_\_\_
- Durasi kampanye: \_\_\_\_\_ hari/minggu
- Daily budget: Rp \_\_\_\_\_

### 4. Conversion Goal

- Lead generation / Page engagement / Catalog sales / Lainnya

## I. GOOGLE BUSINESS PROFILE OPTIMIZATION

Strategi optimasi Google Business Profile:

1. Informasi Bisnis
  - Foto usaha yang menarik dan berkualitas tinggi (minimal 5-10 foto)
  - Deskripsi bisnis yang SEO-friendly dan menarik
  - Kategori bisnis yang tepat
  - Jam operasional lengkap
2. Engagement
  - Update posting minimal 1x/minggu
  - Merespons customer reviews dengan cepat
  - Menambahkan product list dengan foto dan harga
3. Conversion
  - CTA button yang jelas (Hubungi, Pesan, Arah)
  - Link WhatsApp/Website
  - Link untuk pre-order atau pembelian online

## J. METRIK PENGUKURAN DAN ANALISIS

Tentukan metrik apa yang akan digunakan untuk mengukur keberhasilan kampanye

Metrik	Target	Cara Pengukuran	Frekuensi Review
Reach	_____ impressions	Google Analytics / Meta Ads Manager	Mingguan
Engagement Rate	_____ %	(Likes + Comments + Shares) / Reach	Mingguan
Click-Through Rate (CTR)	_____ %	Clicks / Impressions	Mingguan
Conversion Rate	_____ %	Conversions / Clicks	Mingguan
Cost Per Click (CPC)	Rp _____	Total Ad Spend / Clicks	Mingguan
Return on Ad Spend (ROAS)	_____ %	Revenue / Ad Spend	Bulanan
Follower Growth	_____ orang	Platform analytics	Mingguan
Customer Acquisition Cost (CAC)	Rp _____	Total Marketing Cost / New Customers	Bulanan

## K. TIMELINE IMPLEMENTASI

Buat timeline pelaksanaan kampanye

Fase	Waktu	Aktivitas	PIC
Persiapan	Minggu 1	Design konten, setup Meta Ads, setup Google Business Profile	_____
Launch	Minggu 2	Publikasi konten pertama, aktivasi Meta Ads	_____
Maintenance	Minggu 3-4	Posting regular, monitor analytics, respond comments	_____
Optimization	Minggu 5-6	A/B testing, adjust targeting, optimize creative	_____
Review & Reporting	Minggu 7-8	Analisis hasil, buat laporan, rekomendasi	_____

## L. BUDGET BREAKDOWN (Opsional)

Jika ada alokasi budget:

Item	Jumlah	Keterangan
Meta Ads Budget	Rp _____	[Periode]
Content Creation (design, foto, video)	Rp _____	[Deskripsi]
Tools & Software	Rp _____	Canva, analytics tools, dll
Total	Rp _____	

## M. RISIKO DAN MITIGASI

Identifikasi potensi risiko dan cara mengatasinya

Risiko	Dampak	Mitigasi
Engagement rate rendah	Kampanye tidak efektif	A/B testing konten, adjust targeting, increase budget
Budget terbatas	Reach terbatas	Fokus pada organic reach, optimize posting time
Konten tidak resonan dengan audiens	Poor conversion	Monitor feedback, adjust messaging, refresh creative
Kompetitor menggunakan strategi serupa	Share of voice menurun	Fokus pada USP, build community, consistent engagement

## N. LAMPIRAN (OPTIONAL)

Sertakan:

- Contoh visual konten yang akan dibuat (mockup/sketch)
- Calon copy/caption untuk konten
- Screenshot Google Business Profile
- Competitor analysis
- Market research data

## RUBRIK PENILAIAN CONTENT BRIEF

Aspek Penilaian	Bobot	Kriteria Penilaian
Kelengkapan Dokumen	15%	Semua bagian lengkap dan sesuai struktur
Kualitas Objektif & Target Audiens	20%	Objektif spesifik, target audiens detail dan relevan
Pesan & USP	15%	Pesan utama kuat, USP jelas dan menarik
Strategi Konten & Platform	20%	Konten relevan, platform tepat sasaran, alasan pemilihan logis
Meta Ads & Google Business Profile Strategy	15%	Strategi digital marketing praktis dan implementatif
Metrik & Timeline	10%	KPI terukur, timeline realistis
Presentasi & Format	5%	Format rapi, writing clear, bahasa profesional

Total Nilai: 100%

## CONTOH JUDUL CONTENT BRIEF

1. Content Brief Kampanye Meta Ads untuk UMKM Panen Organik (Sayuran Organik)

2. Content Brief Digital Marketing Produk Madu Lokal di Instagram
3. Content Brief Promosi Usaha Peternakan Kambing "Ternak Mandiri" melalui Google Business Profile
4. Content Brief Campaign Meta Ads Benih Padi Premium "Golden Rice"
5. Content Brief Strategi Digital Marketing Produk Keramik Keluarga Petani

#### KETENTUAN PENGUMPULAN

- Format: Word (.docx) atau PDF
- Nama File: ContentBrief\_NamaUsaha\_NamaKelompok.pdf
- Pengumpulan: Via Learning Management System (LMS) / Email
- Deadline: [Sesuai jadwal yang ditentukan]
- Penilai: Dosen mata kuliah

#### SUMBER REFERENSI

1. Buku:
  - Kotler & Keller. (2021). *Marketing Management* (16th ed.)
  - Neil Patel. *The Definitive Guide to Digital Marketing*
2. Jurnal:
  - [TRANSFORMASI DIGITAL UMKM MELALUI PEMANFAATAN META ADS DAN GOOGLE BUSINESS PROFILE DALAM PROGRAM PENDAMPINGAN DI P4S DAMAI](#)
  - [TRANSFORMASI PEMASARAN UMKM MELALUI LITERASI DIGITAL: PROGRAM PENGUATAN KAPASITAS UMKM DI P4S TUNGBERS, MANIKIN, KABUPATEN KUPANG](#)
3. Online Resources:
  - Meta Business Help Center: <https://www.facebook.com/business/help>
  - Google Business Profile Help: <https://support.google.com/business>
  - HubSpot Content Marketing Guide
  - Sprout Social: Content Planning Guide

#### Evaluasi Feedback Mahasiswa

No.	Aspek Evaluasi	Sangat Kurang (1)	Kurang (2)	Cukup (3)	Baik (4)	Sangat Baik (5)	Catatan/Masukan
<b>A. KUALITAS PEMBELAJARAN</b>							
1	Kejelasan tujuan pembelajaran mata kuliah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Relevansi materi dengan industri agribisnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Tingkat kesulitan materi sesuai dengan level S1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	Penguasaan materi oleh dosen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	Kualitas penjelasan materi di kelas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>B. METODE DAN STRATEGI PEMBELAJARAN</b>							

6	Variasi metode pembelajaran (kuliah, diskusi, praktik, project)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	Efektivitas pembelajaran dengan Meta Ads dan Google Business Profile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	Penggunaan studi kasus/project based dan contoh nyata dalam pembelajaran	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	Keterlibatan mahasiswa dalam proses belajar-mengajar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10	Pendekatan pembelajaran yang mendorong kreativitas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>C. BAHAN AJAR DAN MEDIA PEMBELAJARAN</b>							
11	Ketersediaan dan kualitas bahan ajar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12	Keefektifan media pembelajaran (slide, video, handout)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13	Kelengkapan referensi (jurnal, buku, online resources)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
14	Aksesibilitas materi pembelajaran (online/offline)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>D. TUGAS DAN PENILAIAN</b>							
15	Kejelasan instruksi tugas dan project	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
16	Kelayakan beban tugas (tidak berlebihan)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
17	Ketepatan waktu pengumpulan tugas dan feedback	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
18	Kualitas rubrik penilaian yang digunakan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
19	Keadilan dan konsistensi dalam memberikan nilai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
20	Kualitas feedback dari dosen terhadap hasil kerja mahasiswa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>E. KOMPETENSI YANG DICAPAI</b>							
21	Peningkatan pemahaman konsep kewirausahaan agribisnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
22	Peningkatan keterampilan merancang usaha agribisnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
23	Peningkatan keterampilan digital marketing (Meta Ads, Google Business Profile)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
24	Peningkatan keterampilan menyusun content brief dan rencana bisnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
25	Peningkatan kemampuan presentasi dan komunikasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

F. RELEVANSI DENGAN INDUSTRI/PRAKTIK LAPANGAN							
26	Kesesuaian materi dengan kebutuhan industri agribisnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
27	Kesiapan lulusan dalam menghadapi dunia kerja/berwirausaha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
28	Koneksi dengan praktisi/narasumber dari industri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
G. FASILITAS DAN DUKUNGAN PEMBELAJARAN							
29	Kualitas ruang kelas dan sarana belajar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
30	Aksesibilitas dosen untuk konsultasi/bimbingan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
31	Ketersediaan lab/ruang praktik untuk digital marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
H. SIKAP DAN KOMUNIKASI DOSEN							
32	Profesionalisme dan dedikasi dosen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
33	Kemampuan dosen mendengarkan masukan mahasiswa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
34	Komunikasi dosen yang jelas dan responsif	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

### Pertanyaan Terbuka

No.	Pertanyaan	Jawaban/Tanggapan
1	Apa aspek terbaik dari mata kuliah ini?	_____
2	Apa yang perlu ditingkatkan dalam mata kuliah ini?	_____
3	Materi atau topik apa yang ingin ditambahkan?	_____
4	Bagaimana pengalaman Anda mengikuti proyek Content Brief dan digital marketing?	_____
5	Apakah pembelajaran ini mempersiapkan Anda untuk berwirausaha atau bekerja di industri agribisnis?	_____
6	Saran dan masukan tambahan untuk perbaikan mata kuliah kedepannya	_____

Skala Penilaian:

1 = Sangat Kurang (Tidak memuaskan, perlu perbaikan signifikan)

2 = Kurang (Kurang memuaskan, perlu perbaikan)

3 = Cukup (Cukup memuaskan, standar)

4 = Baik (Memuaskan, di atas standar)

5 = Sangat Baik (Sangat memuaskan, luar biasa)

KEWIRAUSAHAAN AGRIBISNIS