

**PEDOMAN PENULISAN KARYA AKHIR
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Edisi : Revisi 2015

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter, Jakarta 14350
Telp. +62 21 6530 7062 (Hunting) ext. 314 | 205 | 225
Fax. +62 21 6530 6971
www.kwikiangie.ac.id

Daftar isi

Halaman sampul	i
Daftar isi	ii
I. Prosedur Umum	1
II. Teknik Pembuatan Laporan	2
III. Format Proposal Tesis	7
IV. Format Tajuk Tesis	8
V. Format Tajuk Rencana Bisnis (Business Plan)	9
VI. Format Tajuk Studi Kelayakan Bisnis	13
VII. Format Tajuk Project Problem Solving	14

PEDOMAN PENULISAN KARYA AKHIR

I. PROSEDUR UMUM

Prosedur umum ini mengatur mahasiswa dalam penulisan tesis mulai dari penulisan proposal sampai dengan sidang karya akhir, sebagai berikut :

1. Mahasiswa membuat proposal Karya Akhir (tentatif) dan mengisi formulir Permohonan Izin Penulisan Karya Akhir dan Dosen Pembimbing yang diharapkan (→ **Form 1**). Penyusunan Karya Akhir dimulai pada semester III.
2. Proposal Karya Akhir dan Form-1 diserahkan ke Sekretariat PSMM dengan melampirkan kopi KRS/ KPRS yang berlaku untuk diterbitkan Surat Penunjukan Dosen Pembimbing I & II (SPDP → **Form 2 & 3**).
3. Sekretariat PSMM menyampaikan SPDP kepada Dosen Pembimbing I, dan atau II dan mahasiswa (SPBT → **Form 4**) beserta Kartu Bimbingan Karya Akhir (→ **Form 5**).
4. Proposal (tentatif) Karya Akhir dikaji ulang oleh pembimbing dan mahasiswa untuk ditetapkan proposal final. Proses bimbingan Karya Akhir berlangsung hingga selesai, diharapkan minimum 5 kali konsultasi dengan masing - masing Dosen Pembimbing I dan atau II (dengan mengisi Kartu Bimbingan setiap konsultasi). Kartu Bimbingan wajib dilampirkan pada saat pendaftaran ujian Karya Akhir.
5. Mahasiswa dan Dosen Pembimbing menetapkan Seminar Hasil Penelitian untuk menyiapkan Karya Akhir final dalam rangka Ujian Sidang.
6. Mahasiswa mengajukan Surat Pendaftaran Ujian Karya Akhir yang telah direkomendasikan oleh Dosen Pembimbing I dan atau II (→ **Form 6**), dengan melampirkan *draft* final Karya Akhir *soft cover* 4 rangkap.
7. Sekretariat PSMM memeriksa persyaratan akademis dan administratif yang harus dipenuhi oleh mahasiswa, yaitu telah lulus semua matakuliah dengan $IPK \geq 3.0$ dan tanpa tunggakan keuangan dan syarat administrasi lainnya.
8. Sekretariat PSMM menentukan jadwal ujian dan menyiapkan pemberitahuan/ undangan yang telah ditandatangani oleh Ketua PSMM kepada mahasiswa (→ **Form 7**), Dosen Pembimbing I, dan atau Dosen Pembimbing II, dan Dosen Penguji Independen I dan II (→ **Form 8**), berikut *draft* final Karya Akhir.
9. Sidang ujian Karya Akhir dipimpin oleh Dosen Penguji Independen I. Nilai hasil ujian diberikan dalam bentuk angka dengan mengisi Formulir Penilaian (→ **Form 9**) dan Berita Acara (→ **Form 10**).

Untuk sistem penilaian, rata-rata nilai angka ujian dikonversi menjadi nilai huruf/mutu dengan skala sebagai berikut :

Nilai Angka	Nilai Huruf/ Mutu
85 - 100	A
80 - 84,99	A-
75 - 79,99	B
68 - 74,99	B+
< 68	TIDAK LULUS

Jika mahasiswa dinyatakan tidak lulus ujian Karya Akhir, maka mahasiswa wajib mengisi ulang KRS dan membayar ujian karya akhir ulang sebesar satu kali BPP semester berjalan.

9. Revisi Karya Akhir harus dirampungkan dalam waktu yang diberikan oleh Tim Penguji (maksimum 1 bulan) dan disetujui oleh Pembimbing dan Penguji Utama.
10. Karya Akhir hasil revisi diperiksa dan ditandatangani oleh Dosen Pembimbing dalam rangkap 5 (1 Pembimbing I dan atau 1 Pembimbing II, 1 Perpustakaan PSMM, 1 Perpustakaan Utama, 1 Mahasiswa) yang disampul keras sesuai dengan warna dan format standar Karya Akhir PSMM (contoh dapat dilihat di Sekretariat PSMM) diserahkan kepada Sekretariat PSMM.

II. TEKNIK PEMBUATAN LAPORAN

1. Jenis Kertas

- (1) Kertas yang digunakan untuk pengetikan Tesis adalah kertas HVS putih 80 gram ukuran A4 (21 x 29,7 cm). Sampul luar (kulit luar) berupa *soft-cover* (tipis, bukan *hard-cover*) dari bahan karton Buffalo atau Linen warna tertentu yang telah ditetapkan untuk draft Tesis. Sampul *hard-cover* digunakan untuk Tesis yang sudah *final* (setelah dinyatakan lulus dan diperbaiki).
- (2) Antara bab yang satu dengan bab yang lain diberi pembatas kertas doorslag (doorslah) warna sesuai dengan sampul luar.

2. Pengetikan

- (1) Lay out pengetikan naskah disertai sebagai berikut:
 - Pinggir atas : 4 cm dari tepi kertas
 - Pinggir kiri : 4 cm dari tepi kertas
 - Pinggir bawah : 3 cm dari tepi kertas
 - Pinggir kanan : 3 cm dari tepi kertas
- (2) Pengetikan hanya dilakukan pada satu muka kertas, tidak diketik bolak-balik
- (3) Jenis huruf yang digunakan adalah Roman atau huruf yang setara, dengan ukuran sebagai berikut:
 - Ukuran font 12 untuk naskah
 - Ukuran font 16 dan bold (tebal) untuk judul
 - Ukuran font 12 dan bold (tebal) untuk nama penulis pada judul
 - Ukuran font 14 dan bold (tebal) untuk nama lembaga pada judul
 - Ukuran font 10 dan bold (tebal) untuk tulisan lain pada judul

Berikut adalah sebuah contoh sampul Tesis. Contoh penulisan Karya Akhir yang lain menyesuaikan dengan contoh Tesis ini.

**PENGARUH KONDISI LINGKUNGAN PERUSAHAAN TERHADAP KUALITAS
STRATEGI PEMASARAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP PENINGKATAN
KINERJA PEMASARAN :**
(Survei pada Usaha *Factory Outlet* di Kota Bandung)

TESIS

**untuk memperoleh gelar Magister Manajemen
konsentrasi Manajemen Pemasaran
pada Kwik Kian Gie School of Business**

Oleh :
Faralamanda
201100301



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
2015**

3. Spasi (jarak antarbaris)

- (1) Jarak antarbaris adalah dua spasi.
- (2) Jarak antara penunjuk bab (misalnya BAB I) dengan tajuk (misalnya PENDAHULUAN) adalah dua spasi.
- (3) Jarak antar tajuk bab (judul bab) dengan teks pertama isi naskah atau antar tajuk bab dengan tajuk anak bab adalah empat spasi.
- (4) Jarak antara tajuk naskah bab (judul bab) dengan baris pertama teks naskah adalah dua spasi.
- (5) Tiap alinea teks isi naskah diketik menjorok kedalam (ke kanan) sejauh lima ketukan.
- (6) Jarak antar baris akhir teks isi naskah dengan tajuk anak bab berikutnya adalah empat spasi.
- (7) Jarak antara teks dengan tabel, gambar grafik, atau diagram adalah tiga spasi.
- (8) Alinea baru diketik menjorok ke dalam (ke kanan) sejauh lima ketukan dari margin kiri teks isi naskah; jarak antara alinea adalah dua spasi.
- (9) Petunjuk bab dan tajuk bab selalu diketik pada halaman baru.

4. Abstrak dan *Abstract*

4.1 Pengetikan Abstrak

- (1) Jarak pengetikan abstrak adalah satu spasi.
- (2) Jarak antara judul ABSTRAK dengan teks pertama abstrak adalah empat spasi.
- (3) Jarak antara alinea yang satu dengan alinea yang lain adalah satu spasi.
- (4) Alinea baru diketik menjorok ke dalam (ke kanan) sejauh lima ketukan dari margin kiri teks.
- (5) Abstrak berisi dua bagian, yaitu :
 - a. Nama peneliti, judul penelitian, bentuk penelitian, nama lembaga, dan tahun penelitian.
 - b. Ringkasan hasil penelitian, terdiri atas lima paragraf (sesuai dengan jumlah bab).
 - c. Kata kunci (*key words*)

4.2 Pengetikan *ABSTRACT*

- (1) Pada dasarnya sama seperti butir 5.1 di atas, tetapi judul *ABSTRACT* dan seluruh teks *ABSTRACT* diketik dengan huruf miring.
- (2) Jarak antara judul *ABSTRACT* dengan teks pertama *ABSTRACT* adalah empat spasi.

Berikut contoh penggalan penulisan Abstrak dan *Abstract* untuk Tesis, sedangkan untuk Karya Akhir lain disesuaikan dengan Tesis.

ABSTRAK

Faralamanda, 2010-003-01, PENGARUH LINGKUNGAN PERUSAHAAN TERHADAP STRATEGI PEMASARAN DALAM RANGKA PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN : Survei pada Perusahaan *Factory Outlet* di Kota Bandung. Tesis, Jakarta: Program Pascasarjana Magister Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie , Februari 2013.

Pada era globalisasi dan otonomi daerah saat ini, persaingan pada industri pakaian jadi di kota Bandung dan sekitarnya makin ketat. Pihak manajemen perusahaan perlu melakukan berbagai antisipasi atas perubahan tersebut melalui penyusunan perencanaan strategi pemasaran yang efektif dan efisien, serta melaksanakannya secara konsisten.

---- dan seterusnya merupakan paparan dari lima bab ----

Kata Kunci :

--- tuliskan beberapa kata-kata kunci yang dianggap penting---

ABSTRACT

Faralamanda, 2010-003-01, THE INFLUENCE OF BUSINESS'S ENVIRONMENT ON MARKETING STRATEGY AND ITS IMPACT ON THE INCREASE OF MARKETING PERFORMANCE: A Survey on Factory Outlet Business in Bandung. Thesis, Jakarta: Master in Management Program, Institute Business and Informatics Kwik Kian Gie , February 2013.

In the globalization and regional autonomy era, the competition in the garment industry become tighter in Bandung City. The management must anticipate the changes by arranging and planning a marketing strategy effectively, efficiently, and have to implement it consistently.

---- dan seterusnya merupakan paparan dari lima bab ----

Key words :

--- tuliskan beberapa kata-kata kunci yang dianggap penting----

5. Penomoran Bab, Anak Bab, dan Paragraf

- a. Penomoran bab menggunakan angka Romawi kapital di tengah halaman (misalnya BAB I).
- b. Penomoran anak bab menggunakan angka Arab diketik pada margin sebelah kiri (misalnya 2.1, 2.2 dst.).
- c. Penomoran cucu bab disesuaikan dengan nomor bab (misalnya 2.1.1, 2.1.2 dst.).
- d. Penomoran bukan anak bab dilakukan dengan angka Arab dan tanda kurung, misalnya 1), 2), dst. Dan untuk cucu bukan anak bab adalah (1), (2), dst.

6. Penomoran Halaman

6.1. Halaman Bagian Awal

Penomoran halaman bagian awal tesis ditetapkan sebagai berikut:

- (1) Penomoran pada bagian awal tesis, mulai dari halaman Judul Dalam (halaman sesudah sampul luar) sampai dengan halaman Daftar Lampiran menggunakan angka Romawi kecil (misalnya i, ii, dst.).
- (2) Halaman Judul dan halaman Persetujuan Pembimbing tidak diberi nomor urutan halaman, tetapi diperhitungkan sebagai halaman i dan halaman ii (nomor halaman ini tidak diketik).
- (3) Halaman Abstrak sampai dengan halaman Lampiran diberi nomor urutan halaman dengan angka Romawi kecil yang merupakan kelanjutan dari halaman Judul dan halaman Persetujuan Pembimbing (halaman iii, iv, dst.).
- (4) Nomor halaman diketik pada pias (lajur) atas sebelah kanan dengan jarak tiga spasi dari margin atas (baris pertama teks pada halaman itu), dan angka terakhir nomor halaman lurus margin teks.

6.2. Halaman Bagian Inti

Penomoran halaman pada bagian inti tesis ditetapkan sebagai berikut:

- (1) Penomoran mulai dari Bab I (PENDAHULUAN) sampai dengan Bab V (SIMPULAN DAN SARAN) menggunakan angka Arab (1, 2, dst.) dan menggunakan pias (lajur) kanan dengan jarak tiga spasi dari margin atas (baris pertama teks pada halaman itu) serta angka terakhir nomor halaman lurus dengan margin kanan teks.
- (2) Pada tiap halaman yang bertajuk, nomor halaman mulai dari Bab I (PENDAHULUAN) sampai dengan Bab V (SIMPULAN DAN SARAN) diketik pada pias (lajur) bawah persis di tengah-tengah dengan jarak tiga spasi dari margin bawah teks.
- (3) Penomoran bukan bab dan bukan subbab menggunakan angka arab dengan tanda kurung, misalnya 1), 2), dst. dan (1), (2), dan seterusnya.

6.3. Halaman Bagian Akhir

Penomoran halaman pada bagian akhir tesis ditetapkan sebagai berikut:

- (1) Penomoran akhir pada bagian tesis, mulai dari halaman DAFTAR PUSTAKA sampai dengan LAMPIRAN menggunakan angka arab yang diketik pada pias (lajur) atas sebelah kanan dengan jarak spasi dari margin atas (baris pertama teks pada halaman itu) lurus dengan margin kanan teks.
- (2) Penomoran pada tiap halaman yang bertajuk, mulai dari halaman DAFTAR PUSTAKA sampai LAMPIRAN diketik pada pias (lajur) bawah persis di tengah-tengah dengan jarak tiga spasi dari margin bawah teks.

Nomor halaman bagian akhir ini merupakan kelanjutan nomor halaman bagian inti Karya Akhir.

III. FORMAT PROPOSAL TESIS

Format penulisan Proposal Tesis adalah sebagai berikut.

1. Judul
Judul minimal mencerminkan variabel, obyek yang diteliti serta desain penelitian yang dipakai.
2. Latar Belakang Masalah
Latar belakang masalah berisi penjabaran-penjabaran masalah riil mengenai lingkungan makro (ekonomi) dan mikro (industri) dari obyek penelitian. Bila penelitian hanya pada satu perusahaan, maka penjabaran masalah sampai pada satu perusahaan tersebut.
Jika diperlukan dapat dilanjutkan dengan penjabaran mengenai kiprah obyek penelitian tersebut dalam lingkungan industrinya.
3. Identifikasi Masalah
Berisi kumpulan pernyataan masalah-masalah yang dirangkum dari uraian-uraian pada Latar Belakang Masalah.
4. Batasan Masalah
Merupakan kriteria-kriteria dan/atau kebijakan-kebijakan **kualitatif** untuk mempersempit dan atau mengurangi masalah-masalah yang diidentifikasi sebelumnya (menjadi ruang lingkup masalah yang akan dibahas).
5. Rumusan Masalah
Merupakan rumusan mengenai inti masalah (ruang lingkup masalah) yang akan diteliti secara lebih lanjut dan konsisten, setelah dipersempit dengan batasan masalah.
6. Tujuan Penelitian
Menunjukkan hasil yang hendak diperoleh dari penelitian dengan merujuk pada masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.
7. Metode Penelitian
Kualitas hasil penelitian tergantung pada data dan proses pengolahan yang dilakukan. Oleh karenanya variabel yang dipakai, instrumen pengumpulan data, desain penelitian, alat-alat analisis dan lain - lain yang dianggap perlu dalam penelitian harus telah disiapkan. Keabsahan metode dianggap paling penting dalam menilai kualitas hasil penelitian.
Pada bagian ini cukup dijelaskan secara ringkas karena secara detail akan dijelaskan ulang pada bab khusus dari laporan penelitian yang sebenarnya.
8. Tinjauan Pustaka
Studi peninjauan perlu dilakukan untuk menguasai teori-teori yang relevan dengan topik/masalah penelitian dan rencana model analisis yang akan dipakai. Peneliti juga harus mengetahui hal-hal apa yang telah diteliti oleh peneliti terdahulu dan yang belum diteliti.
9. Tahapan Penelitian
Seluruh kegiatan penelitian, mulai dari tahap awal sampai tahap akhir harus merupakan suatu kesatuan kerangka pemikiran yang utuh dalam rangka mencari jawaban-jawaban ilmiah terhadap masalah-masalah yang diteliti. Kerangka pemikiran dibuat dalam suatu skema sehingga isi penelitian secara keseluruhan diketahui dengan jelas, mulai dari mekanisme ketersediaan data, pengolahan dan penyajiannya. Dianjurkan agar kerangka pemikiran ini dilengkapi dengan penjelasan narasi.
10. Kerangka Pemikiran
Dalam hal penelitian sebab-akibat, pada bagian ini dipaparkan secara kritis dalam tujuannya untuk menyusun model penelitian, yaitu skema yang memperlihatkan hubungan-hubungan antar variabel penelitian atau persamaan-persamaan matematis yang memperlihatkan hubungan antara variabel bebas dan variabel tidak bebasnya.

11. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu pernyataan sementara atau dugaan jawaban yang paling memungkinkan walaupun masih harus dibuktikan dengan penelitian. Dugaan jawaban sementara ini pada prinsipnya bermanfaat membantu peneliti agar proses penelitiannya lebih terarah.

IV. FORMAT TAJUK TESIS

Format penulisan Karya Akhir Tesis adalah sebagai berikut.

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I : PENDAHULUAN

- 1.1. Latar Belakang Masalah
- 1.2. Identifikasi Masalah
- 1.3. Batasan Masalah
- 1.4. Rumusan Masalah
- 1.5. Batasan Penelitian
- 1.6. Tujuan Penelitian
- 1.7. Manfaat Penelitian

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN,
DAN HIPOTESIS

- 2.1. Kajian Pustaka
- 2.2. Rerangka Pemikiran
- 2.3. Hipotesis Penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

- 3.1. Objek Penelitian
- 3.2. Desain Penelitian
- 3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian
- 3.4. Teknik Pengumpulan Data
- 3.5. Metode Analisis

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian
- 4.2. Uji Instrumen (jika ada)
- 4.3. Analisis Deskriptif
- 4.4. Uji Klasik (jika ada)
- 4.5. Analisis antar Variabel
- 4.6. Temuan-temuan
- 4.7. Pembahasan

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

- 5.1. Simpulan
- 5.2. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

V. FORMAT TAJUK RENCANA BISNIS (*BUSINESS PLAN*)

Format Tajuk Rencana Bisnis yang utama adalah sebagai berikut;

RINGKASAN EKSEKUTIF

Gambaran Ringkas dan hal-hal yang mendasar tentang rencana bisnis. Memuat tujuan dan alasan rencana, berbagai cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan itu; konsep bisnis, pembiayaan, personil, pengorganisasian, upaya pemasaran, dan daya tarik saat rencana ini berhasil dijalankan.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I. GAMBARAN RENCANA BISNIS

1.1. Konsep Bisnis

Berisikan penjelasan ringkas tentang identitas bisnis, meliputi :

- ➔ Apakah perusahaan baru untuk membuat produk baru?
- ➔ Apakah perusahaan lama dan melakukan pengembangan komersialisasi dengan produk baru, kemitraan baru, dan lain-lain.

Sampaikan secara singkat dan umum tentang konsep bisnis: apa yang ditawarkan, mengapa konsumen memerlukan dan akan membeli produk bisnis tersebut. Lengkapi konsep bisnis ini dilengkapi dengan sebuah pernyataan visi dan misi perusahaan. Pernyataan misi ini dapat digunakan untuk menyatakan tujuan awal atas penawaran bisnis; mulai dari tawaran produk, kepuasan pelanggan, kesejahteraan karyawan, kompensasi ke pemilik. Perumusan misi bisnis ini perlu untuk mengkomunikasikan diri dengan stakeholders.

Pada bagian ini lengkapi beberapa sasaran yang spesifik dan terukur atas hal-hal kunci yang harus dicapai dalam rencana (bisa jangka pendek, menengah, panjang). Sasaran ini bisa bersifat kuantitatif (terutama untuk produk “barang”, dan bisa pula kualitatif). Misalnya unit dan nilai penjualan, margin penjualan, tingkat laba, dan tingkat pengembalian investasi.

Dalam beberapa hal, seperti perusahaan jasa, sasaran yang kualitatif bisa ditonjolkan dengan prosentase, tingkat ketepatan, dan lain-lain.

1.2. Lingkungan Makro Bisnis

Gambaran tentang lingkungan bisnis yang telah dirumuskan, menjelaskan secara rinci. **Pertama** mengenai analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial Budaya, Teknologi, *environment*/Lingkungan dan Legal) dan **kedua** menjelaskan mengenai Lingkungan Persaingan Industri (Persaingan dalam Industri, Kekuatan tawar menawar pembeli, Kekuatan tawar menawar Pemasok, Ancaman Pendetang Baru dan Ancaman produk Pengganti). Pada bagian ini dijelaskan rumusan “industri” nya, skala dan ukuran industri. Begitu pula tentang pelaku bisnis terkait yang terlibat, dan rumusan tentang pesaing terdekat. Jika mungkin di gambarkan pula tentang pola umum penawaran produk dan perilaku pembeli pada perusahaan-perusahaan yang menjadi pesaing.

1.2.1 Analisis Lingkungan Makro

1.2.1.1. Politik

1.2.1.2. Ekonomi

1.2.1.3. Sosial Budaya

1.2.1.4. Teknologi

1.2.1.5. Lingkungan

1.2.2.6. Legal

1.2.2. Lingkungan Industri

1.2.2.1. Persaingan Dalam Industri

1.2.2.2. Ancaman Pendetang baru

1.2.2.3. Kekuatan Tawar menawar pemasok

1.2.2.4. Kekuatan Tawar Menawar pembeli

1.2.2.5. Ancaman Produk Subtitu

1.3. Analisis Competitive Profile Matrixs (CPM)

Pada bagian ini dipaparkan analisis untuk menetapkan posisi perusahaan yang direncanakan terhadap pesaingnya berdasarkan faktor-faktor kunci sukses (*Key Success Factors*) beserta perhitungannya berdasarkan bobot dan rating.

1.4. Analisis SWOT

Pada bagian ini dipaparkan analisis untuk menetapkan kondisi perusahaan yang dikelompokkan ke dalam kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Berdasarkan hasil analisis SWOT, langkah-langkah berikutnya dapat dilanjutkan.

1.4.1. Kekuatan (*strenght*)

1.4.2. Kelemahan (*weakness*)

1.4.3. Peluang (*opportunity*)

1.4.4. Ancaman (*threat*)

1.4.5. Matriks TOWS

1.5. Faktor Kunci Sukses

Pada dasarnya setiap bisnis memiliki kunci sukses dan yang sekaligus kunci gagal bila tidak dijalankan. Misalnya, aspek kemasan, suasana toko, mutu bahan, kecepatan layanan yang semuanya tergantung pada jenis bisnisnya. Misalnya: dalam distribusi makanan faktor kesegaran, variasi tawaran, atau harga. Atau mungkin jejaring dengan pengecer, atau pemasok bahan baku. Jadi, yang menjadi “rahasia” suksesnya. Jelaskan pula mengenai reputasi, citra, kekuatan merek, dan lain-lain yang perlu.

1.6. Posisi dan Peluang Bisnis

Bagian ini digunakan untuk menjawab pertanyaan di mana posisi perusahaan dan konsep yang ditawarkan dalam lingkungan bisnis. Secara umum ditunjukkan kelebihan konsep yang ada, dan kemungkinan untuk bertahan dan unggul bila nantinya dijalankan.

BAB II. DATA PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan

Bagian ini menggambarkan Profil perusahaan, identitas perusahaan, identitas pemilik, Visi dan Misi, Nilai dan tujuan perusahaan, legalisasi, fasilitas yang dibutuhkan untuk menjalankan rencana serta profil perusahaan lainnya yang mendasar; kepemilikan, kemitraan, lama beroperasi, aset yang ada, lokasi perusahaan, dan laion-lain. Informasi bersifat angka-angka, misalnya nilai aset, investasi awal, kebutuhan modal dan sebagainya ditunjukkan di sini.

2.1.1. Identitas perusahaan

2.1.2. Identitas pemilik

2.1.3. Visi, Misi, Nilai dan Tujuan perusahaan

2.2. Produk /Jasa yang Ditawarkan

Pada bagian ini digambarkan produk atau jasa yang ditawarkan, dan apa alasan utama sehingga orang ingin membelinya. Apa manfaat utamanya. Mengapa orang akan memilih produk ini dibandingkan dengan yang ada sekarang. Manfaat apa saja yang menutupi kelemahan penawaran produk yang sudah ada. Pada bagian ini juga hendaknya dipaparkan secara ringkas tahapan produksi, teknologi yang digunakan, dan rencana untuk penawaran masa depan produk.

BAB III. PERENCANAAN OPERASIONAL

Pada bagian ini dijelaskan deskripsi rencana operasi, waktu operasi, alur proses produksi, teknologi, Peralatan dan Perlengkapan yang dibutuhkan, perencanaan bangunan Fisik, nama pemasok dan lainnya yang termasuk dalam perencanaan operasional bisnis yang akan dijalankan.

- 3.1. Deskripsi dan Rencana Operasi
- 3.2. Deskripsi Rencana Waktu Operasi
- 3.3. Deskripsi dan Alur Proses Produksi/Penjualan
- 3.4. Teknologi, Peralatan dan Perlengkapan
 - 3.4.1. Teknologi
 - 3.4.2. Perlengkapan dan Peralatan
- 3.5. Lay out Bangunan Fisik
- 3.6. Nama pemasok

BAB IV. RENCANA PEMASARAN

Pada bagian ini dijelaskan rumusan perusahaan tentang pasar; pengelompokan / segmentasi seperti apa yang dilakukan, bagaimana kebutuhan yang ada, serta *trend* / kemungkinan pertumbuhannya.

4.1. Analisis Pasar

Pada bagian ini dijelaskan tentang 3 hal, yaitu penetapan segmentasi pasar, target pasar serta posisi produk yang membedakannya dengan produk sejenis lain yang akan ditawarkan di pasar.

Segmentasi pasar dikelompokkan berdasarkan aspek geografi, demografi, psikografi, perilaku, dan loyalitas merek.

Target pasar ditetapkan berdasarkan :

- 4.1.1. Segmentasi Pasar
- 4.2.2. Target Pasar
- 4.3.3. *Positioning*

4.2. RENCANA PEMASARAN

1. Keunggulan Bersaing

Dijelaskan apa keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan / produk yang ditawarkan. Seperti apa perbedaannya dari tawaran dan perusahaan lain yang ada.

2. Bauran Pemasaran

Pada bagian ini dijelaskan strategi bauran pemasaran pada target pasar yang dipilih dan kebijakan pemasaran yang merupakan turunan dari strategi pemasarannya. Strategi dan kebijakan pemasaran ini ditujukan lebih kepada peningkatan citra (*image*), *awareness* dan *kecenderungan* membeli. Setelah

strategi dan kebijakan pemasaran ditetapkan, selanjutnya dilakukan perencanaan program-program pemasaran yang merupakan tindak lanjut dari kebijakan pemasarannya.

- 4.2.1. Keunggulan Bersaing
- 4.2.2. Strategi Bauran Pemasaran
 - 4.2.2.1. Produk (*Product*)
 - 4.2.2.2. Harga (*Price*)
 - 4.2.2.3. Promosi (*Promotion*)
 - 4.2.2.4. Distribusi (*Place*)
 - 4.2.2.5. Tampilan Fisik (*Physical Evident*)
 - 4.2.2.6. Proses (*Process*)
 - 4.2.2.7. Orang (*People*)

4.3. STRATEGI PENJUALAN

Bagian ini menjelaskan fokus aktivitas yang bermuara kepada *transaksi* dan *mendapatkan pesanan*. Dibahas pula di bagian ini perkiraan penjualan yang nanti ada kaitannya dengan penyusunan rencana keuangan. Strategi penjualan disesuaikan dengan strategi pemasaran. Misalnya, bagaimana strategi dan taktik mendekati prospek, bagaimana menetapkan kompensasi penjualan, bagaimana mengoptimalkan proses database pelanggan, harga dan penyerahan barang. Perlu juga ditunjukkan faktor apa yang paling dominan untuk mendorong suksesnya strategi penjualan, dan apa yang memungkinkan gagalnya rencana ini.

BAB V RENCANA ORGANISASI DAN PERSONEL

Bagaimana struktur organisasi, *job description* dan *job specification*, rencana staffing, proses rekrutmen dan seleksi, rencana penggajian, rencana pengembangan kompetensi karyawan dan rencana evaluasi kinerja dan pengendalian karyawan dipaparkan pada bagian ini.

- 5.1. Rencana Struktur Organisasi
- 5.2. Job Description dan Job Specification
- 5.3. Rencana Staffing
- 5.4. Rencana Proses Rekrutmen dan Seleksi
- 5.5. Rencana Penggajian
- 5.6. Rencana Pengembangan Kompetensi Karyawan
- 5.7. Rencana Evaluasi Kinerja dan Pengendalian Karyawan.

BAB VI. RENCANA KEUANGAN

Bagian ini menjelaskan berapa dana yang dibutuhkan untuk pelaksanaan rencana dan dari mana kemungkinan memperolehnya, bagaimana mengembalikannya dan lain-lain. Penjelasan dipaparkan dalam beberapa bagian berikut :

- 6.1. Pendanaan
- 6.2. Biaya – biaya Pendirian dan Operasional
 - 6.2.1. Pendirian Usaha
 - 6.2.2. Biaya Beli/Sewa Bangunan
 - 6.2.3. Biaya Pra-Operasi
 - 6.2.4. Biaya Renovasi
 - 6.2.5. Biaya Pemasaran

- 6.2.6. Biaya Perlengkapan
 - 6.2.7. Biaya Peralatan
 - 6.2.8. Biaya Penyusutan
 - 6.2.9. Biaya Gaji
 - 6.2.10.
- (Bagian ini dapat ditambahkan)

- 6.3. Asumsi Pertumbuhan
- 6.4. Proyeksi Pendapatan Usaha
- 6.5. Laporan Keuangan , meliputi
 - 6.5.1. Laporan Rugi Laba/*Income Statement*.
 - 6.5.2. Laporan Arus Kas/*Cash Flow*
 - 6.5.3. Neraca/*Balance Sheet*
- 6.6. Analisis Investasi, meliputi :

Bagian ini merupakan analisis kelayakan yang meliputi analisis :

- 6.6.1. *Break Event Point* (BEP)
- 6.6.2. *Net Present Value* (NPV)
- 6.6.3. *Payback Periode* (PP)
- 6.6.4. *Profability Indexs* (PI)
- 6.6.5. *Internal Rate of Return* (IRR).

BAB VII. PERENCANAAN PENGENDALIAN RESIKO BISNIS

Bagian ini memaparkan resiko bisnis yang ada yang dapat menghambat jalannya bisnis dimasa datang dan menjelaskan mengenai pengendalian resiko bisnis yaituantisipasi terhadap kemungkinan resiko bisnis terjadi sehingga resiko bisnis dapat dikendalikan.

- 7.1. Analisis Resiko Bisnis
 - 7.1.1. Faktor Internal
 - 7.1.2. Faktor Eksternal
- 7.2. Program Pengendalian Resiko Bisnis
 - 7.2.1. Faktor Internal
 - 7.2.2. Faktor Eksternal

BAB VIII. SIMPULAN DAN SARAN

- 8.1. Simpulan
- 8.2. Saran

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN

VI. FORMAT TAJUK STUDI KELAYAKAN BISNIS

Format Tajuk Rencana Bisnis yang utama adalah sebagai berikut.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Gambaran ringkas dan hal yang mendasar tentang studi kelayakan bisnis. Memuat tujuan dan alasan rencana studi, berbagai cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan itu; konsep bisnis, pembiayaan, personil, pengorganisasian, upaya pemasaran, dan daya tarik saat studi ini dilanjutkan pada tahap perencanaan lebih lanjut.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I : ANALISIS PASAR

- A. Permintaan dan Penawaran
- B. Bentuk Pasar yang Dituju
- C. Pengukuran dan Peramalan Permintaan
- D. Hasil Studi Analisis Pasar

BAB II : ANALISIS PEMASARAN

- A. Segmentasi-Target-Posisi Produk di Pasar
- B. Perilaku Konsumen
- C. Manajemen Pemasaran
- D. Hasil Studi Analisis Pemasaran

BAB III : ANALISIS TEKNIK DAN TEKNOLOGI

- A. Manajemen Operasional
- B. Proses Produksi dan Operasi
- C. Hasil Studi Analisis Teknik dan Teknologi

BAB IV : ANALISIS ASPEK MANAJEMEN

- A. Perencanaan
- B. Pengorganisasian
- C. Hasil Studi Analisis Aspek Manajemen

BAB V : ANALISIS ASPEK SUMBERDAYA MANUSIA

- A. Analisis Pekerjaan
- B. Perencanaan SDM
- C. Hasil Studi Analisis Aspek SDM

BAB-6 : ANALISIS ASPEK FINANSIAL

- A. Kebutuhan Dana dan Sumbernya
- B. Aliran Kas (*Cash Flow*)
- C. Biaya Modal (*Cost of Capital*)
- D. *Initial dan Operational Cash Flow*
- E. Analisis Kepekaan (*Sensitivity Analysis*)
- F. Hasil Studi Analisis Keuangan

BAB-7 : ANALISIS ASPEK LINGKUNGAN MAKRO DAN PERSAINGAN

- A. Aspek Lingkungan Makro
- B. Aspek Persaingan Usaha
- C. Hasil Studi Analisis aspek Makro dan Persaingan

BAB-8 ANALISIS KELOLA LINGKUNGAN USAHA

- A. Rencana Kelola Lingkungan
- B. Hasil Studi Analisis Kelola Lingkungan

BAB-9 SIMPULAN DAN SARAN

- A. Simpulan
- B. Saran

Catatan : Jumlah Bab dan Sub-bab masih dapat disesuaikan dengan objek yang diteliti, sesuai persetujuan pembimbing.

VII. FORMAT TAJUK *PROJECT PROBLEM SOLVING*

Format Tajuk *Project Problem Solving* yang utama adalah sebagai berikut.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Gambaran Ringkas dan hal-hal yang mendasar tentang *project problem solving*. Memuat tujuan dan alasan rencana *project* ini, paparan tentang masalah, langkah-langkah mengatasi masalah, hingga perumusan solusi masalah.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I : SITUASI DAN MASALAH

- A. Latar Belakang Masalah Manajerial Perusahaan
- B. Fakta Temuan sebagai Latar Belakang Akar Masalah
- C. Rumusan Masalah
- D. Gambaran Profil Perusahaan
- E. Dampak Masalah terhadap Perusahaan
- D. Dampak Masalah bagi Pelanggan
- E. Dampak Masalah dalam Konteks Lingkungan Bisnis
- F. Pernyataan Masalah

BAB II : DIAGNOSIS MASALAH

Bagian ini menunjukkan dasar berpikir untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi penyebab munculnya masalah/peluang dan upaya-upaya untuk mengatasinya berdasarkan pengalaman, logika, dan ilmu pengetahuan (konsep, teori serta hasil penelitian) sebagai referensi.

- A. Diagram Tulang Ikan
- B. Pernyataan 5W-2H
- C. Hukum Pareto
- D. Upaya Mengatasi Masalah

BAB III : PROSEDUR PEMECAHAN MASALAH

Urutan langkah-langkah yang digunakan dalam upaya pemecahan masalah dijelaskan di bagian ini, antara lain menyangkut data dan alat analisis (jika ada) yang digunakan, responden atau partisipan, metode pengumpulan data (wawancara, kuesioner, observasi), dan kriteria yang dipakai untuk mengembangkan alternatif solusi.

- A. Langkah-1 : Memahami Latar Belakang Masalah
- B. Langkah-2 : Menyatakan Masalah
- C. Langkah-3 : Analisis Akar Penyebab Masalah
- D. Langkah-4 : Rencana Pengembangan Solusi Masalah
- E. Langkah-5 : Pemilihan Pengembangan Solusi Masalah
- F. Langkah-6 : Mekanisme Rencana Pelaksanaan dan Pengawasan Solusi

BAB IV : ALTERNATIF SOLUSI

Bagian ini menjelaskan proses pengembangan alternatif solusi yang layak untuk dipertimbangkan (sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan) berikut kelebihan, kendala, dan konsekuensi masing-masing berdasarkan analisis data yang telah dihimpun sesuai “prosedur pemecahan masalah”.

BAB V : PERUMUSAN SOLUSI

Proses perbandingan dan pemilihan alternatif solusi berikut pertimbangan/argumentasi (analisis keputusan) merupakan inti bagian ini sehingga akhirnya menghasilkan rekomendasi solusi.

- A. Ringkasan Tindakan Perbaikan Mutu Manajemen
- B. Manual Panduan
- C. Prosedur Program

DAFTAR PUSTAKA DAFTAR LAMPIRAN