



ULBI

Universitas Logistik & Bisnis Internasional



BUKU PANDUAN

MARKETING PLAN

Dr. Angga Dewi Anggraeni, SE., MM., CRP

D4 MANAJEMEN PERUSAHAAN
2022

B A B I

P E N D A H U L U A N

A. LATAR BELAKANG

Marketing Plan (selanjutnya disebut dengan MP) merupakan penerapan yang telah direncanakan dari sumber daya pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran. Ini berarti, **Rencana Pemasaran adalah suatu proses sistematis dalam merancang dan mengkoordinasikan keputusan pemasaran.** Rencana Pemasaran akan memfokuskan pada pengumpulan informasi, format penyebaran informasi dan struktur pengembangan dan pengordinasikan respon strategik dan taktikal perusahaan.

Berdasarkan alasan di atas, maka mahasiswa Program studi (prodi) D4 Manajemen Perusahaan (selanjutnya disebut dengan Prodi D4 MP) perlu memahami dan mempraktikan penyusunan *Marketing Plan*. Dalam hal ini merupakan mata kuliah yang ada di kurikulum Program studi (prodi) D4 Manajemen Perusahaan, di mana pada pelaksanaannya sebagai proyek dalam satu semester. Karena itu, *Marketing Plan* (MP) merupakan salah satu tugas praktik, yang harus diselesaikan oleh setiap mahasiswa/siswi Prodi D4 MP, sebagai perwujudan kemampuan sintesis mahasiswa/siswi dalam penalaran keilmuan dan pemanfaatan metoda analisis berdasarkan berbagai disiplin-ilmu di Prodi D4 MP, terutama yang berkaitan dengan analisis perencanaan bisnis.

Marketing Plan dilakukan untuk membuat rencana pemasaran, MP harus memiliki bobot aktualitas, orisinalitas, relevansi keilmuan, yang menggambarkan profesionalisme, yang didasarkan pada keilmuan, yang menjadi tanggung-jawab mahasiswa dengan memperhatikan :

1. Norma akademik dan etika.
2. Penyusunan dan hasil MP, sebagai karya cipta, yang dapat digunakan sebagai bahan rujukan dan pendukung penyusunan MP.
3. Objektif dalam menerima informasi, mengolah, menganalisis, menginterpretasikan, dan mengambil kesimpulan yang didasarkan pada model atau metode yang lazim digunakan dan dapat dipertanggungjawabkan.
4. Relevan dan terintegrasi dengan bidang ilmu Manajemen

5. Memiliki sikap dan pandangan yang baik, demikian pula dalam penggunaan istilah dan relevansi dukungan penunjang pada seluruh sajian karya akademik, baik yang dikomunikasikan secara tertulis maupun lisan dalam forum.

Buku Pedoman ini menyajikan hal-hal penting dan utama sebagai acuan, baik bagi mahasiswa dalam melaksanakan proyek MP sekaligus penyusunan laporannya, maupun bagi dosen dalam pembimbingan sampai dengan tahap penilaianya, dalam penyusunan laporan MP.

B. KARATERISTIK MP DI PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERUSAHAAN UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL

MP di Program Studi D4 Manajemen Perusahaan Universitas Logistik dan Bisnis Internasional mempunyai karakteristik sebagai berikut :

1. Sasaran MP adalah mahasiswa/siswi, yang diharapkan dapat mengintegrasikan seluruh ilmu pengetahuan dan keterampilannya untuk menyelesaikan suatu permasalahan bisnis di lapangan, mencakup berbagai bidang ilmu, dengan cara penyelesaian yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.
2. Hasil laporan Proyek MP sesuai dengan *Learning Outcome* (LO) yang dipelajari selama perkuliahan.
3. MP dibuat sebagai proyek di bidang bisnis, sebagai kelanjutan dari Proyek II (*Business Plan*) yang sudah ditempuh mahasiswa/i.
4. Laporan MP ditulis dalam Bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta memenuhi aturan tata tulis karya ilmiah.
5. MP merupakan matakuliah yang mempunyai bobot 4 SKS.
6. MP dilakukan oleh masing-masing atau kelompok mahasiswa/siswi sesuai dengan yang ditetapkan oleh Program Studi D4 Manajemen Perusahaan, dan dibimbing oleh satu orang Dosen Pembimbing.
7. Dosen Pembimbing MP ditentukan oleh Program Studi D4 Manajemen Perusahaan, yang penentuannya didasarkan pertimbangan atas kompetensi dosen yang disesuaikan dengan topik MP yang dipilih oleh mahasiswa/siswi atau kelompok.

C. KEWAJIBAN, HAK, DAN SANKSI

1. Mahasiswa wajib mematuhi semua aturan yang tertera pada Buku Pedoman MP dan mengikuti arahan dari Dosen Pembimbing.
2. Mahasiswa berhak mendapatkan Buku Pedoman MP.
3. Proses penyusunan laporan proyek MP sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan prodi.
4. Dosen Pembimbing tidak dapat diganti, kecuali jika sesuatu hal yang menyebabkan Dosen Pembimbing tidak dapat menjalankan fungsinya dalam kurun waktu yang relatif lama, maka Koordinator MP berkoordinasi dengan Ketua Program Studi yang bertalian, akan mengalokasikan ke Dosen Pembimbing yang lain.
5. Sanksi berupa pembatalan nilai hasil ujian MP dan keharusan mengulang proses pembuatan MP diberlakukan kepada mahasiswa yang melakukan kecurangan, semisal plagiat dalam penyusunan MP. Untuk ini mahasiswa sebelum melakukan pembimbingan dan mengikuti sidang/seminar MP harus menandatangani Surat Pernyataan tentang tidak melakukan kecurangan/plagiat dalam menyusun MP berikut sanksinya jika melakukan kecurangan.
6. Mahasiswa dinyatakan tidak lulus bila tidak hadir tanpa ijin pada saat sidang MP.
7. MP disusun dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia.

B A B II

MEKANISME PENYELESAIAN MP

A. PROSEDUR PENYUSUNAN MP

Tugas Besar Penyusunan MP di Prodi Manajemen Perusahaan disusun melalui prosedur yang harus dilalui oleh mahasiswa/siswi sebagai berikut :

1. **Pendaftaran** : Mahasiswa/siswi terdaftar sebagai peserta MP pada saat melakukan Pendaftaran Ulang pada awal semester yang bertalian melalui KRS (Kartu Rencana Studi) atau dengan cara lain yang ditetapkan Prodi MP.
2. **Workshop / Sosialisasi** : mahasiswa/wi mengikuti workshop / sosialisasi MP yang dilakukan oleh Prodi MP.
3. **Usulan MP (awal)** : setiap mahasiswa membuat usulan penyusunan MP (usaha/produk yang telah ada selama disetujui oleh pembimbing dengan persetujuan Koordinator Tugas Besar MP) untuk dipresentasikan/dibicarakan di depan Dosen Pembimbing yang telah ditetapkan oleh Ka.Prodi MP (secara lisan dengan dosen pembimbing).
4. **Kelanjutan Usulan MP** : Berdasarkan hasil penilaian penguji, maka usulan ditetapkan : 1) untuk dilanjutkan ke MP lengkap, dan 2) ditolak untuk diadakan penggantian usulan MP.
5. **Penyusunan dan Pembimbingan MP** : Penyusunan, pembimbingan dengan Dosen Pembimbing (minimal 8 kali pertemuan), dan penyelesaian MP dapat segera dilakukan oleh mahasiswa. Jadwal pembimbingan ditetapkan oleh Dosen Pembimbing dengan memperhatikan masa penyusunan dan penyelesaian MP.

B. TEMPAT PRAKTIK MP

Pelaksanaan MP dapat dilakukan usaha mandiri (lanjutan proyek *Business Plan*) yang dibentuk mahasiswa/kelompok mahasiswa.

C. WAKTU PENYUSUNAN DAN SEMINAR MP

1. MP disusun dalam satu semester dengan batas waktu yang ditetapkan oleh Prodi MP dalam suatu pengumuman/pemberitahuan tersendiri.

2. Waktu seminar/sidang MP ditetapkan oleh Prodi MP dalam suatu pengumuman/pemberitahuan tersendiri.

BAB III

SISTEMATIKA PENYUSUNAN MARKETING PLAN

Penyusunan MP terdiri atas tiga bagian, yaitu Bagian Awal, Bagian Isi, dan Bagian Akhir.

A. Bagian Awal, mencakup :

1. Lembar Judul

Lembar judul terdiri dari kulit muka luar dan kulit muka dalam. Kulit muka luar dan dalam berikan judul *Marketing Plan*, pernyataan mengenai penulisan *Marketing Plan*, Nama dan NPM, serta nama Kampus dan Tahun penulisan (**lihat lampiran 1**)

2. Lembar Persetujuan

Lembar ini memuat tanda tangan Dosen Pembimbing dan Koordinator *Marketing Plan* sebagai bukti bahwa penulisan *Marketing Plan* mahasiswa yang bersangkutan telah disetujui untuk diseminarkan. Lembar persetujuan (**Lihat Lampiran 2**)

3. Daftar Isi

Daftar isi merupakan petunjuk tentang urutan dan bagian-bagian *Marketing Plan* yang memberikan gambaran tentang isi dan sistematika *Marketing Plan*.

4. Daftar Tabel

Semua tabel yang terdapat di dalam uraian dan tidak merupakan lampiran, dibuatkan daftar yang memuat nomor urut, judul table, dan nomor halaman tempat table tercantum. (Lihat Lampiran 3)

B. Bagian Isi, mencakup :

EXECUTIVE SUMMARY

Executive Summary berisi ringkasan dari *Marketing Plan* secara keseluruhan. *Executive Summary* mencakup pembahasan *business review*, analisa situasi, *marketing objective*, *marketing budget* serta *control and evaluation* dan ditulis secara ringkas dan jelas.

BAB 1 BUSINESS REVIEW

1.1 Sejarah Perusahaan

a. Latar belakang Bisnis

Bagaimana sejarah bisnis, kapan dimulai, bagaimana bisnis tersebut bertumbuh dan mengapa bisa berhasil hingga sekarang.

b. Visi, Misi dan tujuan perusahaan

- Apa tujuan (jangka panjang dan jangka pendek perusahaan)
- Uraikan mengenai *operating budget* perusahaan, berapa margin yang diperoleh dan uraikan *profit contribution* untuk setiap produk/jasa yang diambil dari data bisnis.

c. Produk/Jasa Perusahaan

- Jelaskan dan uraikan produk-produk yang dijual perusahaan
- Uraikan volume penjualan, *margin* dan *profitabilitas* setiap produk. Produk mana yang paling penting atau memberikan kontribusi terbanyak untuk perusahaan apabila memiliki lini produk yang lebih dari satu (perhitungan BP disimpan di lampiran saja, isi dari sub bab ini hanya deskripsi)
- Kapan produk tersebut mengalami kegagalan atau sukses (bisa dilihat dari *product life cycle*)

d. Struktur Organisasi Divisi Pemasaran

- Gambarkan struktur organisasi divisi Marketing
- Jelaskan tugas dan wewenang bagian marketing

e. *Target Market Analysis*

- Menjelaskan definisi pasar target market perusahaan secara Segmentasi pasat tertentu.
- *Heavy user*, apakah ada kelompok pembeli produk perusahaan (stimulus), jelaskan mana target utama dan target sekunder dari perusahaan

f. Kepuasan Pelanggan

Bagian ini berisi mengenai strategi perusahaan untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya, dengan menggunakan teori elemen program kepuasan pelanggan. Perusahaan dapat menggunakan beberapa elemen program kepuasan pelanggan untuk digunakan sebagai startegi pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan perusahaan.

BAB II ANALISA SITUASI

Bagian ini menjelaskan mengenai menganalisa lingkungan pemasaran (*micro environment* dan *macro environment*) keadaan intern dan ekstern perusahaannya. Keadaan mikro meliputi gambaran terakhir serta analisis jumlah yang diperoleh, melakukan analisa sumber daya. Keadaan eksternal yang perlu diperhatikan adalah keadaan makro yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan. Analisa makro ini meliputi keadaan politik, ekonomi, social, budaya, analisis intern dan ekstern tersebut dilengkapi lagi dengan analisis S.W.O.T Lalu dibuatkan IFAS, EFAS dan Matrixnya.

BAB III MARKETING OBJECTIVES

Menjelaskan tujuan pemasaran perusahaan beraneka ragam sesuai dengan kepentingan perusahaan masing-masing sebagai contoh dapat dikemukakan tujuan pemasaran, mempertahankan posisi perusahaan sebagai *market leader* atau memperluas penguasaan market. Dasar teorinya bisa menggunakan tujuan pemasaran dan strategi pemasaran.

BAB IV CALENDAR AND MARKETING BUDGET

Calendar, mengatur jadwal kegiatan pemasaran yang akan dilakukan dalam jangka waktu 1 (satu) tahun.

Anggaran Pemasaran, Didalam *marketing budget* dengan jelas harus dinyatakan besar biaya yang diperlukan, segala bentuk jenis kegiatan pemasaran untuk berbagai teknik promosi, melakukan riset pemasaran, dsb dalam jangka waktu 1 (satu) tahun. Dasar teori dapat menggunakan teori efektivitas kegiatan komunikasi pemasaran.

BAB V CONTROL AND EVALUATION

Pengawasan , Untuk semua implementasi marketing plan harus dilakukan pengawasan. Bagaimana Cara Pengawasan yang dilakukan? Jika terjadi penyimpangan atau kendala, cara bagaimana yang harus segera diambil tindakan perbaikannya? Dalam pembahasan ini penulis dapat menggunakan teori fungsi manajemen (*controlling*)

Evaluasi, kapan bagaimana dan oleh siapa evaluasi terhadap rencana dilakukan. Dalam pembahasan ini penulis dapat menggunakan teori fungsi manajemen (*controlling*).

C. Bagian Akhir, mencakup :

Daftar Pustaka

Lampiran (jika ada)

Data-data, semisal Data-Riset pasar, dll

Surat-surat, dll

BAB IV

TEKNIK PENULISAN LAPORAN MP

A. BAHAN KERTAS, UKURAN, DAN JUMLAH HALAMAN

1. Jenis kertas yang digunakan untuk menyusun usulan dan MP adalah kertas HVS 70 gram, berwarna putih dan berukuran A4.
2. Sampul MP dari kertas buffalo atau sejenisnya dengan warna dasar ungu (soft-cover), sedangkan gambar dan asesoris lainnya lihat contoh di atas, dan dijilid langsung tanpa plat ban.
3. Untuk seminar MP, draft MP yang sudah disetujui Pembimbing, dan akan diujikan digandakan sebanyak 2 (dua) eksemplar dengan aslinya untuk Ketua Pengaji, anggota Pengaji, serta untuk mahasiswa menyiapkan sendiri.
4. Laporan MP yang sudah final, mahasiswa menyiapkan soft file dengan beberapa bagian : a. Lembar Pengesahan (pdf); b. Lembar Revisi (pdf); c. Kartu bimbingan (pdf); dan d. Laporan akhir keseluruhan (word dan pdf). Mahasiswa wajib mengupload melalui google drive yang akan disiapkan oleh Prodi.

B. PENGETIKAN LAPORAN PENYUSUNAN

1. Pengetikan antar baris berjarak 1 ½ (satu setengah) spasi dengan tipe huruf Times New Roman ukuran 12 (kecuali untuk Ringkasan Eksekutif 1 spasi jarak antar baris).
2. Pengetikan pada kertas hanya diketik pada satu muka (tidak bolak-balik) dengan batas pengetikan selebar 4 (empat) sentimeter pada tepi kiri dan atas serta lebar 3 (tiga) sentimeter pada tepi kanan dan bawah.
3. Pengetikan alinea baru dimulai pada karakter yang keenam dari batas tepi kiri pada masing-masing tingkatannya.
4. Judul/nama bab ditulis dengan huruf kapital yang diatur simetris dengan batas pengetikan yang telah ditentukan.
5. Sub judul/anak bab diketik mulai dari batas tepi kiri pada setiap tingkatannya. Setiap kata dimulai dengan huruf kapital, kecuali kata penghubung dan kata depan. Pengetikan tanpa garis bawah dan atau ditebalkan, serta tidak diakhiri

dengan titik. Kalimat pertama dalam sub bab judul dimulai dengan alinea baru.

6. Sub-sub judul bagian anak bab, ditulis dengan menggunakan huruf kapital untuk huruf pertama pada kalimat saja dan tidak bergaris bawah dan atau ditebalkan, serta tidak diakhiri dengan titik, serta ditulis mulai dari batas tepi kiri pada tingkatannya dan diberi garis bawah.
7. Penulisan kata tabel, gambar, dan lampiran ditulis huruf kapital pada huruf pertama kata tersebut dan diletakan secara simetris kiri kanan dari batas yang telah ditentukan.
8. Nama tabel, gambar, dan lampiran ditulis dengan huruf kapital pada huruf pertama setiap kata kecuali pada penghubung dan disusun secara simetris kiri dan kanan dari batas yang telah ditetapkan. Apabila lebih panjang dari satu baris, maka harus disusun sedemikian rupa sehingga menyerupai trapesium terbalik dan berjarak satu spasi.
9. Pencantuman tabel, gambar, dan lampiran tidak boleh disajikan terpotong kecuali terdapat keterangan yang menunjukkan “lanjutan” (diberi garis).
10. Tabel, gambar, dan lampiran yang lebar, dapat disajikan pada posisi memanjang dengan kepala judul dicantumkan pada posisi halaman sebelah kiri. Apabila tabel, gambar, dan lampiran lebih lebar lagi, maka dapat diperlebar dengan cara direkat dan dilipat.
11. Tulisan pada sampul sama dengan tulisan pada halaman judul yang dicetak dengan menggunakan tinta warna hitam.

C. PENULISAN LAPORAN

1. Lembar Judul terdiri dari kulit muka luar dan kulit muka dalam. Contoh Lembar Judul dapat dilihat pada contoh di lampiran.
2. Ringkasan Eksekutif adalah gambaran singkat tentang isi MP secara keseluruhan, termasuk setiap bab, dan Daftar Isi MP, dengan menyebutkan halamannya masing-masing.
3. Penomoran bab dan sub-bab (beserta turunannya) dilakukan dengan cara :

- a. Setiap halaman diberi nomor. Pada bagian awal diberi nomor angka romawi kecil, yaitu : i, ii, iii dst yang diketik pada bagian tengah bawah.
- b. Setiap halaman di bagian isi dan bagian akhir diberi nomor angka ; (1, 2, 3, dan seterusnya). Penomoran diketik pada sudut kanan atas sejauh dua spasi dari teks dan tiga sentimeter dari garis tepi kertas. Kecuali apabila pada halaman itu dimulai bab baru. Dalam hal ini nomor halaman ditempatkan di tengah di bagian bawah halaman simetris kiri kanan. Dibelakang penulisan nomor halaman tidak diberi tanda titik.
- c. Nomor urut untuk bab, sub bab, sub-sub bab, dan seterusnya dilakukan secara berturut-turut sebagai berikut :

Angka Romawi huruf besar	: Menunjukkan Bab
Angka	: Sub Bab
Angka titik angka	: Sub-sub Bab
Angka titik angka titik angka	: sub-sub-sub Bagian
Dan seterusnya	
- d. Tanda tabel, gambar, dan lampiran diberi nomor urut dari awal sampai akhir dengan angka (1, 2, 3, dan seterusnya), tidak untuk masing-masing bab. Nomor Tabel ditulis di atas tabel dan nomor Gambar ditulis di bawah gambar.
- e. Halaman daftar pustaka tidak diberi nomor.

4. Pembagian Bab dan Sub Bab

- a. Setiap laporan MP terbagi dalam sejumlah bab, setiap bab baru dimulai dengan halaman baru.
- b. Sebuah bab yang besar dapat diperinci lebih lanjut dalam kesatuan-kesatuan bertingkat yang lebih kecil yang disebut anak-anak bab atau sub bab, setiap sub bab baru tidak harus dimulai dengan halaman baru.
- c. Untuk membedakan sub bab, sub-sub bab, dan seterusnya, maka cara penulisan bagian tersebut dilakukan dengan penomoran berbentuk angka dan huruf secara berturut-turut dapat disebutkan sebagai berikut :

I. Bab (Bab tingkat 1), contoh :BAB I

1. Sub-bab (tingkat 2)

1.1 Sub-sub bab (tingkat 3)

1.1.1 Sub-sub bab (tingkat 4)

Dan seterusnya.

D. LAMPIRAN, terdiri dari :

a. Lembar Persetujuan

Lembar ini memuat tandatangan Dosen Pembimbing, dan Koordinator MP sebagai bukti bahwa penulisan/penyusunan MP mahasiswa yang bersangkutan telah disetujui untuk diseminarkan. Lembar Persetujuan ini bertuliskan kalimat : "Diterima dan Disetujui untuk Diseminarkan". Contoh Lembar Persetujuan dapat dilihat pada Lampiran Buku Pedoman ini. Namun apabila menggunakan sistem iTeung lembar ini tidak diperlukan, karena sudah diwakilkan oleh kambing (kartu bimbingan) sebagai bukti sudah *approve* oleh dosen pembimbing.

b. Kartu Bimbingan (Kambing) yang telah ditandatangani dan disetujui untuk diujikan oleh Dosen Pembimbing.

BAB V

PENILAIAN

5.1 UJIAN PRAKTIK MP

Ujian MP adalah ujian lisan bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan penyusunannya yang telah disetujui oleh Dosen Pembimbing. Pengujian MP disebut sebagai **Seminar/sidang ujian MP**, dimana mahasiswa/Tim melakukan presentasi dan ujian laporan penyusunan MP yang telah dibuat.

Ujian MP bertujuan untuk menilai kemampuan mahasiswa terhadap penguasaan materi Laporan Praktik Penyusunan MP dan kemampuan berfikir ilmiah.

5.1.1 Persyaratan Menempuh Ujian Praktik MP

Untuk dapat menempuh Ujian / seminar MP, mahasiswa harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :

1. Masih terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi D4 MP Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, pada saat ujian dilaksanakan.
2. Sedang mengambil mata kuliah Proyek MP pada semester yang bersangkutan (terdaftar di sistem melalui KRS).
3. Telah menyelesaikan Pelaporan Penyusunan MP, dengan menunjukkan laporan Kemajuan yang telah ditandatangani serta disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan.
4. Menyerahkan draft laporan MP yang telah disetujui oleh Dosen Pembimbing sebanyak 2 (dua) eksemplar. Laporan tersebut diserahkan ke Sekretariat Prodi MP sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Penandatangan laporan harus diawali dari Dosen Pembimbing, dan terakhir Koordinator Proyek MP.
5. Melampirkan Surat Pernyataan Mahasiswa/i Tentang Keaslian Penyusunan MP.

5.1.2 Penguji

1. Tim Penguji Seminar Praktik MP terdiri dari : minimal 2 dosen dengan keanggotaan sebagai berikut :
 - a) Ketua Sidang merangkap anggota Penguji Utama yaitu Dosen Pembimbing MP;

- b) Anggota Pengaji, yaitu dosen yang mempunyai keahlian sesuai dengan materi MP yang dibahas.
- c) Dosen Pengaji ini ditentukan oleh Koordinator Proyek MP.
- d) Jadwal Seminar MP ditentukan oleh Koordinator proyek MP.

5.1.3 PENILAIAN PRAKTIK MARKETING PLAN (MP)

- 1. Penilaian Praktik MP dilakukan terhadap komponen-komponen pembahasan (sistematika penilaian disiapkan oleh prodi).
- 2. Nilai kelulusan Praktik MP akan diumumkan setelah mahasiswa menyerahkan laporan akhir MP berupa 1 buah *hardcopy* warna ungu dan 1 CD berlogo Universitas Logistik dan Bisnis Internasional dan bertuliskan judul laporan, nama NPM dan tahun penyusunan untuk diserahkan ke perpustakaan, 1 buah CD berlogo Universitas Logistik dan Bisnis Internasional dan bertuliskan judul laporan, nama NPM dan tahun penyusunan untuk diserahkan ke prodi.
- 3. Mahasiswa (Tim MP) yang dinyatakan tidak lulus diwajibkan untuk mengulang MP.

Lampiran-1: Lembar Contoh Judul Laporan MP

MARKETING PLAN

Times New Roman;
16;Bold

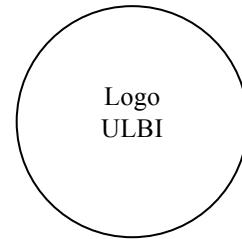
JUDUL PROYEK

Times New Roman;
14;Bold

*Diajukan untuk memenuhi persyaratan kelulusan Mata Kuliah Proyek
Marketing Plan di Program Studi D4 Manajemen Perusahaan Universitas*

Logistik dan Bisnis Internasional

Times New Roman;
14;italic;spasi 1.5



Disusun oleh :

Nama Mahasiswa (NPM)

Times New Roman;
14;Bold

Dosen Pembimbing :

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERUSAHAAN
UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL

BANDUNG

TAHUN

Times New Roman;
14;Bold

Lampiran-2: Lembar Persetujuan untuk disemianar/disidangkan

MARKETING PLAN
PANEN/PETIK SENDIRI BUAH STROWBERI OLEH PEMBELI

Disusun Oleh :
Nama Mahasiswa
NPM

Diterima dan disetujui untuk diseminarkan/disidangkan

Mengetahui :

Dosen Pembimbing :

Koordinator Marketing Plan :

Nama Dosen Pembimbing
NIK/NIP/NIDN :

Dr. Angga Dewi Anggraeni, SE., MM., CRP
NIK : 115.87.197

Lampiran-3: Lembar Pengesahan (setelah lulus sidang dan pengganti Lembar Persetujuan)

MARKETING PLAN
PANEN/PETIK SENDIRI BUAH STROWBERI OLEH PEMBELI

Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa NPM

(jika kelompok ditulis nama dan NPM disusun simetris)

Penguji :

NAMA PENGUJI NIK :	
NAMA PENGUJI NIK :	

Laporan MP telah diseminarkan dan disidangkan pada tanggal..... Universitas Logistik dan Bisnis Internasional dan disahkan sesuai dengan ketentuan.

Bandung,20.....

Mengetahui:

Ketua Prodi D4 Manajemen Perusahaan

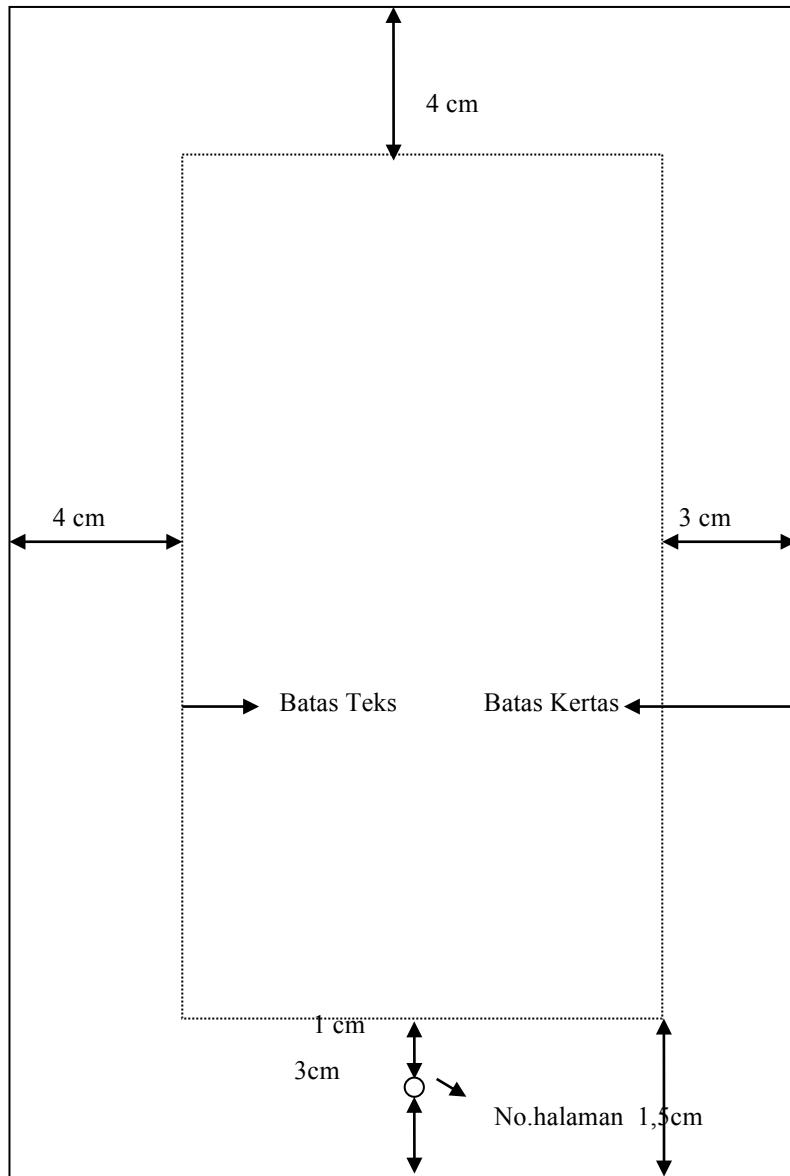
Koordinator Marketing Plan

.....

Dr. Angga Dewi Anggraeni, SE., MM., CRP

NIK.

NIK. 115.98.197

Lampiran-4 : Pembagian Halaman

Lampiran-5: Surat Pernyataan Keaslian Penyusunan MP**Pernyataan Keaslian**

Proyek Marketing Plan ini adalah hasil karya kami sendiri dibawah arahan dari pembimbing. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk berdasarkan referensi dari daftar pustaka yang dicantumkan dengan baik dan benar. Pernyataan ini kami buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan-penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka kami bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi lain.

Tanggal : tahun

Di tanda tangani oleh :

Mahasiswa 1

Mahasiswa 2

Materai 6000

(.....)
NPM.....

(.....)
NPM.....

*Lampiran-6: Kartu Bimbingan (Kambing)***ABSENSI BIMBINGAN**

Nama Mahasiswa :

NPM :

Judul Laporan MP :

.....

Dosen Pembimbing :

NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	TTD PEMBIMBING	TTD MAHASISWA

Mengetahui,
Dosen Pembimbing MP,

(.....)

Lampiran-7: Absen Bimbingan dengan Dosen Penguji (setelah sidang untuk revisi)**ABSENSI REVISI**

Nama Mahasiswa :

NPM :

KELAS :

Judul Laporan MP :

.....

Dosen Pembimbing :

NO	TANGGAL	URAIAN REVISI / MASUKAN PENGUJI	HAL. REVISI	TTD PENGUJI 1	TTD PENGUJI 2

Bandung,

Dosen Pengaji I,

Pengaji II,

(.....)

NIK.

(.....)

NIK.

Lampiran-8: Formulir Penilaian Seminar MP Setiap Mahasiswa (dibuat oleh Prodi)***Form-1 : Penilaian oleh Pembimbing (dibuat oleh prodi)***

PENILAIAN SEMINAR MARKETING PLAN			
PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERUSAHAAN			
UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL			
N A M A		NPM	
1.			
2.			
JUDUL MP :			
PEMBIMBING :			
PENGUJI :			
No	Komponen Yang dinilai	PENILAIAN (ANGKA)	
MAHASISWA NO :			
1	PROSES BIMBINGAN	1	2
	A. KERAJINAN		
	B. KEMAMPUAN		
2	LAPORAN MP	1	2
	A. MATERI		
	B. TINGKAT KESULITAN		
3	SEMINAR	1	2
	A. PRESENTASI		
	B. PENGUASAAN MATERI		

KONVERSI PENILAIAN :**85 ≤ BAIK ≤ 100 ; 70 ≤ CUKUP < 85;****56 ≤ KURANG < 70 ; 0 ≤ JELEK < 56**

BANDUNG,

DOSEN PEMBIMBING

.....

Form-2 : Penilaian oleh Penguji (dibuat oleh Prodi)

PENILAIAN SEMINAR MARKETING PLAN			
PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERUSAHAAN			
UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL			
N A M A		NPM	
1.			
2.			
JUDUL MP :			
PEMBIMBING :			
PENGUJI :			
NO	Komponen Yang dinilai	PENILAIAN (ANGKA)	
MAHASISWA NO :			
1	LAPORAN MP	1	2
	A. MATERI		
	B. TINGKAT KESULITAN		
2	SEMINAR	1	2
	A. PRESENTASI		
	B. PENGUASAAN MATERI		

KONVERSI PENILAIAN :**85 ≤ BAIK ≤ 100 ; 70 ≤ CUKUP < 85;****56 ≤ KURANG < 70 ; 0 ≤ JELEK < 56**

BANDUNG,

DOSEN PENGUJI

.....