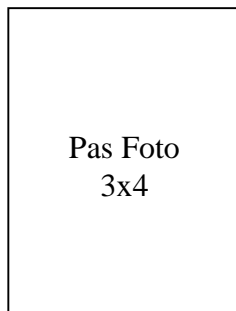


**FORMULIR PENDAFTARAN
BEASTUDI MUDA (MAHASISWA UNGGUL INDONESIA)
DIVISI PENDIDIKAN – PKPU**

BIODATA CALON PESERTA



DATA DIRI PENDAFTAR

Nama Lengkap	
Jenis Kelamin	
Fakultas/Jurusan	
Golongan Darah	
Tinggi/Berat Badan	
No HP/Telp	
Alamat Email/Facebook/Twitter	
Alamat Asal	
Alamat Saat Ini	

DATA KELUARGA (Diisi semua anggota keluarga)

No.	Nama	Status Dalam Keluarga	Umur	Pekerjaan	Jumlah Penghasilan (wajib diisi)
1					
2					
3					
4					
5					
6					

Anak ke dari Saudara (Wajib diisi)

DATA PRESTASI

Akademik

No.	Nama Lomba	Tahun	Peringkat / Rangking
1			
2			
3			
4			
5			

Non Akademik

No	Nama Lomba	Ruang Lingkup (Kec / Kab / Prop / Nas / Inter)	Tahun	Peringkat
1				
2				
3				
4				
5				

PENGALAMAN ORGANISASI

No	Nama Organisasi	Jabatan	Tahun Kepengurusan
1			
2			
3			
4			
5			

KARYA TULIS YANG PERNAH DIBUAT*

- 1.
- 2.

**Contoh:*

Potensi Limbah Cair Terasi di Kabupaten Cirebon Sebagai Penghasil Energi Listrik. Diajukan dalam Program Kreativitas Mahasiswa Penelitian. September 2008

Kelebihan diri :

Kelemahan diri :

Rencana hidup

- 1 Tahun mendatang :
- 5 Tahun mendatang (setelah lulus kuliah) :
- 10 Tahun mendatang :

Motto hidup :

Bacaan favorit :

Tokoh pemimpin idola :

Kesuksesan yang pernah diraih / dirasakan :

Ceritakan pengalaman yang paling berharga tentang kontribusi anda di masyarakat:

.....

.....

.....

Ceritakan rencana bisnis anda:

.....

.....

.....

Kemukakan alasan yang menunjukkan anda layak mendapatkan beasiswa ini :

.....

.....

....., Januari 2015

(Nama Lengkap)

FORMAT BUSINESS PLAN (FORMAT RENCANA USAHA)

FORMAT PROPOSAL TERTULIS

1. COVER DEPAN

2. PENDAHULUAN

2.1 Sejarah Berdirinya Usaha

Sejarah berdirinya usaha menggambarkan awal mula berdirinya usaha

2.2 Visi & Misi Usaha

Visi merupakan cita-cita yang ingin dicapai usaha dalam jangka panjang (What to Be?)

Misi merupakan cara-cara yang digunakan usaha dalam mencapai visi usaha (How to Be?). Misi dapat berupa pernyataan kalimat atau kata yang mengingatkan pelaku usaha untuk bekerja sesuai Misi dalam mencapai Visi.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Gambaran Umum Pasar (STP)

Segmen Pasar merupakan gambaran umum dari konsumen usaha kita

Target Pasar merupakan sasaran khusus bagi konsumen potensial dari usaha kita.

Positioning adalah bagaimana kita menempatkan usaha kita diantara pesaing usaha yang sejenis.

3.2. Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Rencana Penjualan adalah rencana produk yang akan dijual dalam waktu 1 tahun disesuaikan dengan kondisi permintaan dan penawaran.

3.3. Strategi Pemasaran Perusahaan dan Pesaing

Strategi Pemasaran Perusahaan dilakukan berdasarkan analisa 7 P dengan alat analisis SWOT menurut Kotler yang terdiri atas :

3.3.1. Product

Strategi mengenai bagaimana produk usaha kita dapat menarik hati konsumen untuk membelinya. Produk usaha kita dapat dibedakan berdasarkan mutu / kualitas, ukuran, desain, kemasan, dan kegunaan lebih dibandingkan pesaing.

3.3.2. Price

Strategi mengenai bagaimana produk kita lebih menarik konsumen dari segi harga dibandingkan pesaing. Umumnya konsumen lebih tertarik kepada produk dengan harga yang lebih murah. Selainnya itu dari segi harga, kita dapat membedakan produk kita berdasarkan harga satuan dan harga grosir, syarat pembayaran, diskon/potongan harga,

3.3.3. Promotion

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan konsumen. Sistem distribusi yang dilakukan dapat secara langsung ke

konsumen atau melalui pedagang perantara seperti *wholesaler* (pedagang besar) atau *retailer* (pedagang kecil).

3.3.4. People

Merupakan kriteria sumber daya manusia secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung ataupun tidak langsung.

3.3.5. Process

Proses yang ditampilkan kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli. Proses yang dapat ditampilkan seperti proses produksi yang baik ataupun proses pelayanan terhadap konsumen.

3.3.6. Physical Evidence

Penampilan fisik dari fasilitas pendukung atau sarana dalam menjual produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen. Seperti tempat yang menarik dan bersih untuk restoran.

Note :

6. ASPEK KEUANGAN

6.1. Proyeksi Keuangan

Rancangan keuangan/ modal yang diperlukan untuk usaha