PEDOMAN OPERASIONAL BAKU (POB)
PROGRAM MAGANG

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG



2024

SURAT KEPUTUSAN DEKAN
NOMOR : 022.FEB/KEP/II.3.AU/F/2024

Tentang :

PEDOMAN OPERASIONAL BAKU PROGRAM MAGANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG

Menimbang :

a. bahwa dalam rangka memberikan wawasan dan pengalaman bagi mahasiswa tentang kegiatan riil di dunia kerja untuk meningkatkan kompetensi sesuai dengan bidang keahliannya maka dipandang perlu untuk melakukan pembelajaran dalam bentuk magang.
b. Bahwa dalam rangka memberikan panduan dalam pelaksanaan program magang maka perlu disusun Pedoman Operasional Baku Magang Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
c. bahwa untuk maksud sebagaimana tersebut dalam butir (a) dan (b) perlu ditetapkan dengan surat Keputusan Dekan.

Mengingat :

a. Undang-undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
b. Undang-undang Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
c. SK. Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 19/SK.PP/III.B/1.a/1999 tentang Qoidah Perguruan Tinggi Muhammadiyah
d. SK Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang No. 073/KEP/II.3.AU/F/2020 tentang Pedoman Implementasi Merdeka Belajar dan Kampus Merdeka Dalam Proses Pembelajaran di Universitas Muhammadiyah Magelang

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Buku Pendoman Operasional Baku Program Magang Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

Kedua : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapannya akan diperbaiki sebagaimana mestinya

Ditetapkan di : Magelang
Pada tanggal : 7 Agustus 2024 M
2 Shafar 1445 H

Dekan

Dr. Rochiyati Murniningsih, S.E. M.P.
NIK. 98728147

PEDOMAN OPERASIONAL BAKU (POB) PROGRAM MAGANG

PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG

2024

A. DESKRIPSI SINGKAT

Bentuk belajar melalui program magang kerja merupakan pembelajaran berdasarkan pengalaman (*experiental learning*) bagi mahasiswa. Program magang kerja dirancang membidik sikap dan keterampilan mahasiswa agar mahasiswa berhasil dalam pengembangan karier sesuai profil yang diharapkan.

B. SPESIFIKASI MITRA

1. Perusahaan Swasta atau BUMN
2. Pemerintah Daerah dan Pemerintah Pusat
3. Organisasi Multilateral (WTO, IMF, dan lain-lain)
4. Organisasi nirlaba yang meliputi:
    a. Asosiasi dan perkumpulan
    b. Yayasan

C. PERSYARATAN MAHASISWA

1. Minimal semester 6 dan telah menyelesaikan minimal 100 sks.
2. Membuat proposal kegiatan magang
3. Lulus tes seleksi program studi dan mitra
4. Bersedia menandatangani kontrak kegiatan dengan mitra
5. Pendaftaran magang dilaksanakan 1 (satu) bulan sebelum masa input Kartu Rencana Studi (KRS)

D. DOKUMEN KERJASAMA

Wajib ada Dokumen kerjasama (MoU) antara mitra dengan Fakultas/Universitas terkait: bentuk kerjasama, dukungan pihak kedua, hak dan kewajiban, dan jangka waktu perjanjian

E. TOPIK KEGIATAN

Topik kegiatan mengikuti kriteria dan indikator yang digunakan sebagai tolok ukur mahasiswa sarjana, meliputi analisis permasalahan, perencanaan penyelesaian, permasalahan, implementasi hingga pengujian atau validasi dari penyelesaian masalah. Kriteria dan indikator disesuaikan dengan profil program studi mahasiswa.

F. TUJUAN KEGIATAN

Tujuan umum program magang adalah mahasiswa mampu meningkatkan kemampuan jiwa kepemimpinan dalam bekerja sama, komunikasi dalam *teamwork*, literasi/analisa data, literasi teknologi, mampu mengambil keputusan serta *adaptable* terhadap perubahan sosial. Kegiatan ini dapat menjadi penguat atau pengganti mata kuliah yang harus diambil oleh mahasiswa sebagai berikut:

1. Business Islamic Intrapreneurship 1

   Mata kuliah ini merupakan mata kuliah magang pada perusahaan dan organisasi pemerintah dan swasta yang bertujuan untuk mendapatkan kompetensi mahasiswa sesuai dengan konsentrasi/peminatan yang diambil di program studi.

   a. Konsentrasi SDM

      Mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan dan kompetensi dalam bidang Kepemimpinan, Hubungan Industrial, dan MSDM Global.

   b. Konsentrasi Pemasaran

      Mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan dan kompetensi dalam bidang Perilaku Konsumen, Customer Value Creation, dan Pemasaran Stratejik.

   c. Konsentrasi Keuangan

      Mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan dan kompetensi dalam bidang Analisa Laporan Keuangan, Analisis Kredit dan Pembiayaan, Financial Technology.

   d. Konsentrasi Operasi

      Mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan dan kompetensi dalam bidang Manajemen Rantai Pasokan, Manajemen Teknologi dan Pengembangan Produk Baru, serta Manajemen Operasi Jasa.

   e. Konsentrasi Kewirausahaan

Mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan dan kompetensi dalam bidang Global Entrepreneurship, Green Entrepreneurship, dan Business Start-up.

2. Business Islamic Intrapreneurship 2

Mata kuliah ini merupakan kelanjutan dari mata kuliah Business Islamic Intrapreneurship 1 dengan capaian kompetensi:

a. Konsentrasi SDM: E-HRM (Electronic Hurman Resource Management), Leading Change, dan Manajemen Kinerja
b. Konsentrasi Pemasaran: Marketing Communication, E-Marketing, dan Pemasaran Global
c. Konsentrasi Keuangan: Manajemen Perbankan Syariah, Manajemen Risiko, dan Manajemen Keuangan Internasional
d. Konsentrasi Operasi: Value Chains, Outsourcing and Procurement, Green Operation Management, dan Manajemen Operasi Internasional
e. Konsentrasi Kewirausahaan: Social Enterprise Management, Kewirausahaan Pariwisata, dan Franchise and Retail Management.

G. CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN

1. Mampu menginternalisasi nilai Al-Islam, Kemuhammadiyahan dan Pancasila serta menjunjung tanggung jawab sosial, lingkungan dan pekerjaan.
2. Mampu bekerjasama, berkomunikasi, dan berkontribusi dengan beretika dan bertanggung jawab di bidang manajemen secara tim dan mandiri
3. Menguasai pengetahuan konseptual bidang manajemen data, teknologi dan informasi, metode penelitian, kepemimpinan yang mendukung pemecahan masalah bidang manajemen dan kewirausahaan
4. Mampu menguasai konsep teoritis, dan mampu menganalisis bidang manajemen dan memberikan pemecahan masalah yang berwawasan global mengacu pada perkembangan IPTEK
5. Mampu mengkaji implikasi pengembangan dan implikasi iptek dan ilmu manajemen dengan memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan kaidah, tatacara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, dan desain dalam Perusahaan di tingkat lokal, regional dan internasional

6. Mampu mengambil keputusan secara tepat dan mengkomunikasikan dalam konteks penyelesaian masalah di bidang manajemen berdasarkan hasil analisis informasi dan data
7. Mampu merumuskan dan mengimplementasikan rencana strategik perusahaan dan organisasi kedalam rencana operasional

H. CAPAIAN PEMBELAJARAN PROGRAM MAGANG

Mahasiswa program asistensi penelitian diwajibkan untuk menyesuaikan capaian pembelajaran program magang sesuai dengan konsentrasi/peminatan yang diuraikan sebagai berikut:

1. Konsentrasi Sumber Daya Manusia

A. Kepemimpinan

1) Mahasiswa mampu memahami Landasan Kepemimpinan Strategis
2) Mahasiswa mengerti tentang pemimpin dan manajemen perubahan
3) Memahami manajemen strategi untuk lebih mendalami Strategic Leadership
4) Mahasiswa mampu memahami dalam perancangan strategi organisasi
5) Mahasiswa mampu memahami tentang pengorganisasian dan strategic leader
6) Mahasiswa mampu memahami fungsi dan peran Strategic leadership dalam organisasi
7) Mahasiswa mampu memahami tentang membangun budaya organisasi.
8) Mahasiswa mampu memahami keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang strategic leader.
9) Mahasiswa mampu memahami tentang sifat-sifat strategic leader.

Referensi acuan:

a) Gerry Yukle (2020)

b) Muhdiyanto (2024)

B. Hubungan Industrial

1) Mahasiswa mampu memahami cara bekerja sama dalam industri
2) Mahasiswa mampu memahami cara menganalisa kompetisi pasar
3) Mahasiswa mampu memahami cara menganalisis industri
4) Mahasiswa mampu memahami konsep keunggulan kompetitif
5) Mahasiswa mampu memahami konsep *agency measurement* dan insentif dari sebuah perusahaan
6) Mahasiswa mampu memahami konsep strategi dan struktur industri
7) Mahasiswa mampu memahami konsep strategi dan manajer
8) Mahasiswa mampu memahami konsep lingkungan, kekuatan dan budaya

Referensi :

a) Kartawijaya, Adjat Daradjat. (2018). Hubungan Industrial: Pendekatan KomprehensifInter Disiplin. Teori-KebijakanPraktik. Penerbit: Alfabeta
b) Idris Fahmi. (2018). Dinamika Hubungan Industrial. Penerbit: Deepublish. Yogyakarta
c) S. H. (2017). Sytems Theory. The International Enyclopedia of Organizational Communication. Published by John Wiley & Sons, Inc

C. MSDM Global

1) Mahasiswa mampu memahami, menjelaskan dan mempresentasikan lingkungan global, MSDM dan MSDM Internasional.
2) Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan mempresentasikan Konteks organisasional MSDM lintas negara
3) Mahasiswa mampu memahami, mengidentifikasi, dan mempresentasikan berbagai metoda dan teknik MSDM dalam konteks global
4) Mahasiswa mampu memahami, mengidentifikasi, dan mempresentasikan proses repatriasi dan ekspatriasi
5) Mahasiswa mampu mengerti tentang perusahaan multinasional

6) Mahasiswa mampu memahami, menganalisis, dan mempresentasikan berbagai problems dan current issues dalam MSDM Internasional

7) Mahasiswa mampu memahami, menganalisis, dan mempresentasikan berbagai problems dan current issues dalam MSDM Internasional

8) Mahasiswa mampu memahami lingkungan politik, hukum dan teknologi dalam manajemen global. Memahami tentang etika dan moral dalam menjalankan manajemen

9) Mahasiswa mampu memahami, menganalisis dan mempresentasikan Perencanaan sumberdaya manusia Internasional.

10) Mahasiswa mampu memahami pengaruh budaya dalam operasi global. Memahami cara komunikasi. Memahami cara bernegosiasi.

11) Mahasiswa mampu memahami perilaku organisasi dan manajemen SDM dalam organisasi global.

12) Mahasiswa mampu memahami, menganalisis dan mempresentasikan trend MSDM Internasional di masa depan.

Referensi:

a) C.Brewster, P. Sparrow, G. Vernon & E Houldsworth (2011)

b) Dowling, P. J., Festing, M. & Engle,Sr, A. D. (2008). International Human Resource Management, 5th edition. London: South Western Cengage Learning.

c) Briscoe, D. R., Schuler, R. S. & Claus, L. (2009). International Human Resource Management, 3rd edition. London: Routledge.

D. E-HRM (Electronic Hurman Resource Management)

1) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan teknologi ini juga membantu dalam melaksanakan tugas-tugas HR

2) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tujuan implementasi E HRM

3) Mahasiswa mampu memahami dan mempraktikan E HRM

4) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan jeni-jenis E HRM

Referensi :

a) Mulyadi, S.E., M.M., Ph.D. Dan Jonathan Sarwonom E-HRM: Electronic Human Resources Management

E. Leading Change

1) Mahasiswa mampu memahami sejarah pengembangan organisasi.
2) Mahasiswa mampu memahami nilai dalam pengembangan organisasi.
3) Mahasiswa mampu memahami etika dalam pengembangan organisasi.
4) Mahasiswa mampu memahami konsep dasar intervensi kelompok
5) Mahasiswa mampu memahami tentang konsep intervensi pengembangan organisasi
6) Mahasiswa mampu memahami tentang paradigma baru dalam pengembangan organisasi.

Referensi :

a) Leading Change : John P. Kotter, Harvard Business Press, 2012 - 194 halaman
b) Michael Fullan : Leading in a culture of Change

F. Manajemen Kinerja

1) Mahasiswa mampu memahami dasar manajemen kinerja
2) Mahasiswa mampu menjelaskan dan memahami proses manajemen kinerja
3) Mahasiswa mampu menjelaskan dan memahami praktek manajemen kinerja
4) Mahasiswa mampu memahami perencanaan kinerja dan perjanjian
5) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan pengaturan manajemen kinerja
6) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan peninjauan kinerja
7) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan peramalan kinerja
8) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan peningkatan kinerja

9) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan administrasi manajemen kinerja
10) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan manajemen kinerja dan penghargaan
11) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan peran manajemen kinerja
12) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Pengantar dan pengembangan manajemen kinerja
13) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Mengevaluasi manajemen kinerja

Referensi :

a) HBR Guide to Performance Management. 2017. Harvard Business Review
b) Aguinis, Herman. 2013. Performance Management. 3rd Edition. Pubs: Pearson

2. **Konsentrasi Pemasaran**

A. Perilaku Konsumen

1. Mahasiswa memahami gambaran umum perilaku konsumen memahami hak dan tanggung jawab sosial perspektif pemasaran
2. Mahasiswa mampu memahami dan mengidentifikasi mengenai kepribadian dan gaya hidup konsumen
3. Mahasiswa mampu memahami dan mengidentifikasi mengenai persepsi dan pembelajaran konsumen
4. Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis pembentukan dan perubahan sikap konsumen
5. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan komunikasi dan perilaku konsumen
6. Mahasiswa mampu menganalisis pengaruh dinamika kelompok dan lingkungan , pengaruh kelas dan status sosial, dan pengaruh budaya
7. Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai penyebaran informasi dan inovasi produk terkait keputusan pembelian

8. Mahasiswa mampu menganalisis dan membedakan segmentasi, targeting, dan positioning pasar
9. Mahasiswa mampu membuat riset perilaku konsumen

Referensi:

a) Henry, Assael. (2006). Consumer Behavior and Marketing Action 6th, International Thomson Publishing.
b) Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S,. & Hogg, M.,K. (2006). Consumer Behavior A European Perspective 3rd, Pearson Education.
c) Mangkunegara, A.P. (2002). Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. Bandung: PT Refika Aditama

B. Customer Value Creation

1) Mahasiswa mampu menjelaskan perilaku penciptaan nilai pelanggan
2) Mahasiswa mampu mengkonseptualisasi dan mengukur penciptaan nilai pelanggan
3) Mahasiswa mampu menjelaskan anteseden perilaku penciptaan nilai pelanggan
4) Mahasiswa mampu memahami konsekuensi perilaku penciptaan nilai pelanggan
5) Mahasiswa mampu menjelaskan perilaku pelanggan disfungsional
6) Mahasiswa mampu menjelaskan penerapan perilaku penciptaan nilai pelanggan
7) Mahasiswa mampu menjelaskan penerapan penciptaan nilai pelanggan

Referensi:

a) Youjae, Yi. (2014). Customer Value Creation Behavior. Routledge. London
b) Bradley Gale & Robert Chapman Wood, 1994, Managing Customer Value: Creating Quality and Service That Customers Can See

C. **Pemasaran Stratejik**

1) Mahasiswa mampu menganalisis konsep dan strategi pemasaran
2) Mahasiswa mampu menganalisis dan mengintegrasikan proses pengambilan keputusan dalam bisnis
3) Mahasiswa mampu mengimplementasikan ilmu manajemen pemasaran dengan mengkreasikan aktivitas yang berkontribusi pada Masyarakat

Referensi:

a) Tjiptono, Fandy dan Chandra, G. (2017). Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI
b) Sholihin, Riadhus. (2019). Digital Marketing di Era 4.0. Yogyakarta: Quadrant
c) Kotler; Kartajaya H; Setiawan I. 2019. "Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital". Jakarta: Gramedia.

D. **Marketing Communication**

1. Mahasiswa mampu menganalisis tugas-tugas humas lembaga/korporat, komunikasi pemasaran, dan branding
2. Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan menjelaskan peran, tugas & fungsi PR dalam organisasi, tools PR, publik eksternal dan internal, reputasi/citra perusahaan, krisis kehumasan, dan etika PR
3. Mahasiswa mampu menguasai konsep periklanan, branding, dan berbagai macam strategi pemasaran
4. Mahasiswa mampu menganalisis tentang perilaku konsumen dan mampu membedakan *segmenting, targeting,* dan *positioning*

Referensi:

a) Kotler, Philip. 2011. Marketing Management:13 edition . Prentice Hall Inc.

b) Shimp, Terrence. 2010. Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communications, 8e. South-Western, Cengage Learning
c) Soemirat, Soleh & Elvinaro Ardianto. 2010. Dasar-dasar Public Relations . Bandung: Rosda Karya

E. **E-Marketing**

1. Mampu menjelaskan dan mengimplementasikan pemasaran melalui media elektronik
2. Mampu membangun preferensi dan melakukan penjualan melalui berbagai media elektronik untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu.
3. Mampu mengembangkan pemahaman tentang elemen-elemen pemasaran melalui media elektronik dan dampaknya terhadap model dan strategi pemasaran
4. Mampu mengembangkan rencana pemasaran secara elektronik untuk organisasi.
5. Mampu mengembangkan model penelitian e-marketing

Referensi:

a) Kotler, Ph., Kartajaya H., dan Setiawan I. (2017). Marketing 4.0. Moving from Traditional to Digital. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
b) Diamond, S. (2019). Digital Marketing All-in-One for Dummies. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
c) Kingsnorth, S. (2016). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. 1st Edition. Philadelphia: Kogan Page.
d) Yamagishi, R. (2015). Digital Marketing in Asia: A Start-Up Guide for Search Engine Marketing in APAC.
e) Strauss, J. and Frost, R. (2014) E-Marketing, 7th edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.

F. **Pemasaran Global**

1) Mahasiswa mampu menjelaskan konsep pendekatan dan teori dalam pemasaran global

2) Mahasiswa mampu menjelaskan komponen lingkungan makro dan mikro, serta menganalisis konsekuensinya pada strategi dan taktik pemasaran global
3) Mahasiswa mampu mengambil keputusan pemasaran global terhadap masalah yang dihadapi dengan menerapkan teori pemasaran global yang terkait
4) Mahasiswa mampu mendesain dan menyusun rencana pemasaran global yang unik, inovatif dan etis
5) Mahasiswa mampu mengevaluasi praktik, kegiatan dan strategi pemasaran global

Referensi:

a) Keegan, Waren G. (2000). Global Marketing Management (First book) cetakan ke-4. Elex Media Computindo.
b) Cateoral, Philip R, Graham, John L. (2007). International Marketing. Buku I. Salemba Empat
c) Dafid, Fred R. (2006). Strategic Management. Edisi 10. Salemba Empat
d) Kotler, Philip. (2000). Marketing Management: Millenium Edition. Prentice Hall Inc

3. Konsentrasi Keuangan

A. Analisa Laporan Keuangan

1) Mampu manganalisa laporan keuangan dari aktivitas pendanaan, aktivitas investasi perusahaan, aktivitas investasi antar perusahaan, aktivitas operasi perusahaan dan arus kas.
2) Mampu mengaplikasikan proses proyeksi laporan dan analisisnya.
3) Mampu menjelaskan dan mengaplikasikan bagaimana melakukan analisis kredit.
4) Mampu menjelaskan topik-topik khusus dalam analisa laporan keuangan.

Referensi Acuan:

a) Analisis Laporan Keuangan oleh K.R. Subramanyam & John J Wild, penerbit Salemba 4,edisi 11 jilid 1 dan 2 (WSB)

b) Hanafi & Mamduh,Abdul Halim" 2009" Analisis Laporan Keuangan Edisi 4, UPP YKPN

B. Analisis Kredit dan Pembiayaan

1) Mahasiswa mampu memahami konsep dasar perkreditan perbankan;
2) Mahasiswa mampu memahami jenis produk perkreditan;
3) Mahasiswa mampu memahami mekanisme perkreditan di perbankan.;
4) Mahasiswa mampu menganalisis laporan keuangan perbankan;
5) Mahasiswa mampu menganalisis perhitungan penetapan suku bunga perbankan;
6) Mahasiswa mampu memahami konsep perencanaan dan penganggaran perkreditan;

Referensi Acuan :

a) Dr. Kasmir, SE., MM ” Manajemen Perbankan” Rajawali Press, 2015 Edisi Revisi ke 13
b) Rachmat Firdaus, Manajemen Perkreditan Bank Umum, Alfabeta, Bandung, 2017
c) Ikatan Bankir Indonesia, Mengenal operasional perbankan, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2017
d) Ikatan Bankir Indonesia, Mengelola Kredit Secara Sehat, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2018
e) Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. PT. Sinar Grafika

C. Financial Technology

1) Memahami lanskap dan infrastruktur FinTech dan menjelaskan peran bank dan penyedia layanan keuangan dalam membentuk dan menanggapi inovasi dan gangguan.
2) Mengorganisasikan ide-ide FinTech dengan memahami kekuatan di balik perubahan teknologi dalam industri keuangan
3) Mahasiswa mampu menerapkan ide fintech dalam bisnis

Referensi Acuan :

a) Susanne Chishti. 2016. The Fintech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries. WILEY.

b) Parag Y Arjunwankar. 2018. Fintech: The Technologi Driving Disruption in Financial Services Industry. Taylor-Francis.

D. Manajemen Perbankan Syariah

1) Mahasiswa memiliki pengetahuan konseptual mengenai manajemen perbankan syariah di Indonesia;
2) Mahasiswa memiliki kemampuan menjelaskan perbedaan manajemen pada lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan Islam di Indonesia;
3) Mahasiswa memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan dalam manajemen perbankan syariah di Indonesia

Referensi:

a) Ryandono, M. N. H., & Wahyudi, R. (2021). Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek.
b) Alam Choudhury, M. (2007). Development of islamic economic and social thought. Handbook of Islamic Banking, 21– 37. https://doi.org/10.4337/9781847205414.00010
c) Andrianto, & Firmansyah, M. A. (2019). Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek). CV. Penerbit Qiara Media, 536.
d) Rusby, Z., & Arif, M. (2022). Manajemen Perbankan Syariah. https://repository.uir.ac.id/18071/1/Manajemen Perbankan Syariah_2022.pdf

E. Manajemen Risiko

1) Mahasiswa mampu menjelaskan konsep-konsep dasar tentang manajemen risiko
2) Mahasiswa mampu menjelaskan konsep risiko yang meliputi pengertian risiko dari beberapa ahli, perbedaan risiko dan ketidakpastian, dan menerangkan sumber-sumber dan jenis risiko.
3) Mahasiswa mampu menjelaskan mengidentifikasi risiko dengan berbagai metode seperti menguraikan cara mengidentifikasi risiko dengan berbagai metode yang ada.
4) Mahasiswa menjelaskan dan menguraikan konsep probabilitas dalam mengukur risiko, tafsiran tentang probabilitas, dan deskripsi probabilitas.

5) Mahasiswa mampu menjelaskan menguraikan tentang pengendalian risiko yang terdiri atas penanggulangan risiko dan pembiayaan risiko.

6) Mahasiswa mampu menguraikan pengertian asuransi secara otentik juga pengertian secara umum baik dari pihak terjamin maupun pihak penjamin, perbedaan asuransi dengan judi, obyek risiko yang dapat diasuransikan, dan berbagai penggolongan asuransi.

Referensi Acuan :

a) Hull, John C, 2007. Risk Management and Financial Institutions. Prentice Hall. Singapore
b) Herman Darmawi, 2016. Manajemen Risiko: Edisi 2. PT. Bumi Aksara. Jakarta
c) Irham Fahmi, 2014. Manajemen Risiko: Teori, Kasus dan Solusi. Mitra Wacana Media. Jakarta
d) Sunaryo, T, 2007. Manajemen Risiko Finansial. Salemba Empat. Jakarta

F. Manajemen Keuangan Internasional

1) Mahasiswa mampu menafsirkan lingkungan keuangan internasional melalui studi literatur dengan baik

2) Mahasiswa mampu memonitor perilaku nilai tukar melalui review jurnal terkait dengan tepat

3) Mahasiswa mampu mengukur risiko manajemen nilai tukar melalui contoh studi kasus dengan akurat

4) Mahasiswa mampu mengukur manajemen aset dan hutang jangka panjang pada keuangan internasional melalui contoh studi kasus dengan akurat

5) Mahasiswa mampu mengukur manajemen aset dan hutang jangka pendek pada keuangan internasional melalui contoh studi kasus dengan akurat

Referensi Acuan :

a) M. Jeff. 2015. International Finance Management, 13thEdition. Cengage Learning.

4. Konsentrasi Operasional

A. Manajemen Rantai Pasokan

1) Mahasiswa memahami konsep manajemen rantai pasokan (supply chain management);
2) Mahasiswa melakukan kegiatan yang berkaitan dengan distribusi dan transportasi produk (barang atau jasa);
3) Mahasiswa melakukan kegiatan yang berkaitan dengan peramalan permintaan;
4) Mahasiswa melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan persediaan (inventory);
5) Mahasiswa melakukan kegiatan yang berkaitan dengan strategi, kolaborasi, dan integrasi dalam rantai pasokan;
6) Mahasiswa mampu melakukan manajemen risiko terkait rantai pasokan
7) Mahasiswa paham akan gangguan-gangguan pada rantai pasokan
8) Mahasiswa paham akan tingkat ketersediaan produk yang optimal
9) Mahasiswa paham akan teknologi informasi dalam rantai pasokan

Referensi:

a) Heizer, J., & Render, B. 2014. Operations Management Sustainability and Supply Chain Management 11th edition. Pearson Education International.
b) Krajewski, L.J., Malhotra, M.K., Ritzman, L.P. 2016. Operations Management: Process and Supply Chain. Pearson Education Limited

B. Manajemen Teknologi dan Pengembangan Produk Baru

1) Mahasiswa mampu menguasai prinsip dan teknik perancangan sistem terintegrasi dengan pendekatan sistem

2) Mahasiswa mampu merencanakan perancangan sistem terintegrasi sesuai standar teknis, keselamatan dan kesehatan lingkungan yang berlaku dengan mempertimbangkan aspek kinerja dan keandalan, kemudahan penerapan dan keberlanjutan, serta memperhatikan faktor-faktor ekonomi, sosial, dan kultural

3) Mahasiswa mampu meneliti dan menyelidiki masalah rekayasa kompleks pada sistem terintegrasi menggunakan dasar prinsip-prinsip rekayasa dan dengan melaksanakan riset, analisis, interpretasi data dan sintesa informasi untuk memberikan solusi

Referensi:

a) Putra, Angga R., et al. Manajemen Pengembangan Produk. Edited By Masruroh, Aas, Cv Widina Media Utama, 2022.

b) Marcus Vinicius Pereira and Trabasso, Luis Gonzaga. 2017. The Lean Product Design and Development Journey: A Practical View Pessôa . English: Springer

C. Manajemen Operasi Jasa

1) Mahasiswa memahami hakikat layanan dan konsep layanan
2) Mahasiswa mampu memahami pentingnya desain dan penyampaian layanan
3) Mahasiswa mampu menganalisis secara kritis faktor-faktor utama dalam desain layanan
4) Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan memprioritaskan area-area utama untuk desain lanjutan proses layanan
5) Mahasiswa mampu menganalisis secara kritis faktor-faktor untuk pencapaian keunggulan dalam penyampaian layanan
6) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan pengaruh-pengaruh utama faktor manusia pada penyampaian layanan
7) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan pengaruh-pengaruh utama peran teknologi dalam desain dan penyampaian layanan
8) Mahasiswa mampu menganalisis secara kritis faktor-faktor yang berdampak pada harapan, persepsi, dan kepuasan pelanggan
9) Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengidentifikasi pendekatan-pendekatan yang sesuai untuk pengukuran kualitas layanan dan kepuasan pelanggan

10) Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan memprioritaskan tindakan-tindakan utama untuk menangani masalah dan kegagalan layanan
11) Mahasiswa mampu menganalisis secara kritis faktor-faktor rantai pasokan untuk penyampaian layanan
12) Mahasiswa mampu mengidentifikasi pendekatan-pendekatan yang sesuai untuk inovasi layanan
13) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan pentingnya manajemen kapasitas layanan
14) Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan menyarankan strategi-strategi pertumbuhan utama untuk organisasi-organisasi layanan
15) Mahasiswa mampu menggunakan konsep layanan untuk mengevaluasi tingkat keselarasan organisasi dan untuk mengidentifikasi peluang-peluang untuk pengembangan konsep-konsep layanan baru untuk mendorong inovasi dan keunggulan strategis.

Referensi:

a) Johnston, R. (2012). Service operations management: Improving service delivery (4. ed.). Harlow [u.a.] : Pearson.
b) McManus, John, Jannis Angelis, and Mats Winroth. Service Operations Management : A Strategic Perspective. London, England: Macmillan Education, 2019. Print.

D. Value Chains, Outsourcing and Procurement

1) Mahasiswa mampu mengevaluasi secara kritis konsep rantai nilai dan alasan perusahaan berupaya mengubah posisi.
2) Mahasiswa mampu menilai secara kritis kemudahan perusahaan mengubah posisi dengan sukses dalam rantai nilai, termasuk melalui alih daya;
3) Mahasiswa memahami prinsip-prinsip yang harus mendasari strategi pengadaan perusahaan dan bagaimana prinsip-prinsip tersebut dapat diterapkan dalam konteks bisnis dan nasional yang berbeda;

4) Mahasiswa mampu menganalisis praktik dalam strategi pengadaan, termasuk negosiasi, manajemen hubungan pemasok, dan kontrak, menggunakan konsep yang diambil dari ekonomi manajerial;

5) Mahasiswa mampu mendemonstrasikan keterampilan dalam komunikasi lisan dan tertulis, kerja tim, dan analisis kritis.

Referensi:

a) Low, Patrick and Pasadilla, Gloria O., Services in Global Value Chains: Manufacturing-Related Services (November 15, 2015). Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=2698977 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2698977

b) Dhiordan Cunha Tadaiesky & Joaquim Lima das Neves Neto & André Cristiano Silva Melo & Rosley Anholon & Eliane de Castro Coutinho & Vitor William Batista Martins, 2022. "Challenges to Promoting Resilience in Supply Chains Observed during the COVID-19 Pandemic: An Exploratory Study of the Amazon Region Using the TOPSIS Technique," Logistics, MDPI, vol. 6(4), pages 1-13, November.

E. Green Operation Management

1) Mahasiswa mampu memahami gambaran umum *Green Operation Management*

2) Mahasiswa mampu memahami Rantai Pasokan *Loop Tertutup*: Remanufaktur dan Daur Ulang

3) Mahasiswa mampu memahami *Green Product Design*

4) Mahasiswa mampu memahami konsep Manufaktur ramping & JIT

5) Mahasiswa mampu memahami *Green Supply Chain Management*

6) Mahasiswa mampu memahami mobilitas Berkelanjutan

Referensi:

a) David B. Grant & Chee Yew Wong & Alexander Trautrims, 2017, Sustainable Logistics and Supply Chain Management: Principles and Practices for Sustainable Operations and Management

b) Dou, Guowei & Ma, Lijun & Wei, Kun & Zhang, Qingyu. (2023). Operations Management for Environmental Sustainability: Operational Measures, Regulations and Carbon Constrained Decisions. 10.1007/978-3-031-37600-9.

F. Manajemen Operasi Internasional

1) Mahasiswa mampu memahami Dorongan operasi internasional
2) Mahasiswa mampu memahami Model-model operasi internasional
3) Mahasiswa mampu memahami Strategi operasi dalam lingkungan global
4) Mahasiswa mampu memahami Inovasi dan desain produk
5) Mahasiswa mampu memahami Pengembangan produk dan pengendalian kualitas
6) Mahasiswa mampu memahami Manajemen rantai supplai dan persediaan bahan
7) Mahasiswa mampu memahami Sumber daya manusia dan budaya
8) Mahasiswa mampu memahami Pemilihan lokasi
9) Mahasiswa mampu memahami Ketidakpastian lingkungan dan risiko bisnis
10) Mahasiswa mampu memahami Sistem informasi manajemen
11) Mahasiswa mampu memahami Etika dalam kegiatan operasi internasional

Referensi:

a) Sobarsa Kosasih, 2009, Manajemen operasi internasional
b) Ricky W. Griffin & Michael W. Pustay, 2015, Bisnis Internasional

5. Konsentrasi Kewirausahaan

a. Global Entrepreneurship

1) Mahasiswa menguasai teori-teori ekonomi yang berkaitan dengan global entrepreneur dan memahami pelaku yang terlibat didalamnya
2) Mahasiswa memahami pentingnya pemahaman budaya dan lingkungan suatu negara tempat bisnis akan dikembangkan
3) Mahasiswa menguasai aspek perencanaan dan pengembangan pasar global
4) Mahasiswa mampu untuk menganalisis aktivitas dan tantangan global untuk memitigasi resiko yang ada dalam global entrepreneurship
5) Mahasiswa mampu untuk membuat *business plan* untuk sebagai pondasi pengembangan ide bisnis ke pasar global.

Referensi:

a) European International Business Academy. (2022). Internatioanl Business in Times of Crisis: Volume 16. Emerald Publisihing. United Kingdom.
b) Bulatov, A. (2023). World Economy and international Business: Theories, Trends, and Challenges. Springer. Switzerland

B. Green Entrepreneurship

1) Mahasiswa mampu memahami konsep dari green bisnis sebagai upaya perusahaan dalam membangun daya saing jangka panjang.
2) Mahasiswa mampu mengidentifikasi berbagai kegiatan perusahaan dalam mewujudkan green business
3) Mahasiswa mampu mengidentifikasi perilaku sumber daya manusia diperusahaan dalam mendukung proses green business
4) Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisa strategi yang dilakukan perusahaan untuk selalu mengimplementasikan green bisnis
5) Mahasiswa mampu menyusun konseptualisasi model pengembangan green business masa depan untuk mewujudkan *sustainable competitive advantage*

Referensi:

a) Fischer M, et al. 2022 Sustainable Business. Sustainable Business Managing the Challenges of the 21st Century. SpringerBriefs in Business ISBN 978-3-031-25396-6 ISBN 978-3-031-25397-3 (eBook) https://doi.org/10.1007/978-3-031-25397-3.
b) Naparin, Muhammad. 2023. Green Business Model, Megatren Masa Depan: Solusi Kelestarian Global Dengan Pendekatan Environmental-Based View (EBV). Deepublish digital
c) Joseph Sarkis and Yijie. 2018. Green Supply Chain Management. Taylor & Francis

C. Business Start-up

1) Mahasiswa mampu menjelaskan dan memahami konsep Business Start-up
2) Mahasiswa mampu mengintegrasikan teknologi dan inovasi dalam hubungannya dengan Business Start-up
3) Mahasiswa mampu mempraktekkan pendirian business start-up dari ide hingga eksekusi
4) Mahasiswa mampu melakukan perhitungan finansial dan peramalahan kondisi melalui laporan keuangan dan arus kas Business Start-up mereka
5) Mahasiswa mampu melakukan investor pitch sebagai bagian dari sustainability funding untuk Business Start-up mereka

Referensi:

a) Bachtiar, N. K., Waharini, F. M., & Yuliani, N. L. (2023, October). MSMEs Sustainability: Application of GSM-DE as a Business Growth Model for MSME. In 4th Borobudur International Symposium on Humanities and Social Science 2022 (BIS-HSS 2022) (pp. 314-322). Atlantis Press.
b) Kaukab, M. E., & Bachtiar, N. K. (2022). A Review of Business Model Transformation in Transportation Business Post Pandemic. Automotive Experiences, 5(3), 452-466

D. Social Enterprise Management

1) Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, tujuan dan prinsip-prinsip kewirausahaan sosial.
2) Mahasiswa mampu untuk mengidentifikasi peluang bisnis sosial.
3) Mahasiswa mampu menganalisis kelayakan bisnis sosial.
4) Mahasiswa mampu menyusun rencana bisnis sosial yang lengkap dan komprehensif.

Referensi:

a) Beugré, C. (2016). Social entrepreneurship: Managing the creation of social value. Routledge.

b) Kickul, J., & Lyons, T. S. (2020). Understanding social entrepreneurship: The relentless pursuit of mission in an ever changing world. Routledge.

E. Kewirausahaan Pariwisata

1) Mahasiswa mampu menyusun dan menganalisis berbagai pengertian destinasi wisata, mengetahui perkembangan ilmu pengetahuan yang mendorong pemahaman destinasi wisata.
2) Mahasiswa mampu mengetahui cara mengkategorikan destinasi wisata terutama berdasarkan batas fisik/geografis, administratif/politik, interpretasi jurnalis
3) Mahasiswa mampu menguasai teori Konsep Dasar dalam bidang kepariwisataan, mengenali contoh praktik baik dan buruk dalam pengelolaan destinasi di dalam dan luar negeri.

Referensi:

a) Cook, R., Hsu, C. H., & Marqua, J. (2014). Tourism: The business of hospitality and travel. Pearson.

F. Franchise and Retail Management

1) Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dan peran Manajemen Ritel dan *franchise* dalam dunia bisnis
2) Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis teknologi dan innovasi yang dapat dikembangkan dalam Manajemen Ritel dan *franchise*
3) Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis peluang dalam industri ritel dan franchise
4) Mahasiswa mampu menyusun konseptualisasi model pengembangan Manajemen Ritel dan *franchise* masa depan untuk mewujudkan *sustainable competitive advantage*

Referensi:

a) Berman, Barry & Evans, Joel R. 2017. Retail Management: A Strategic Approach. Pearson Prentice Hall.11 th edition. Upper Saddle River, New Jersey. ISBN 0-13- 187076-5

I. STANDAR PELAKSANAAN

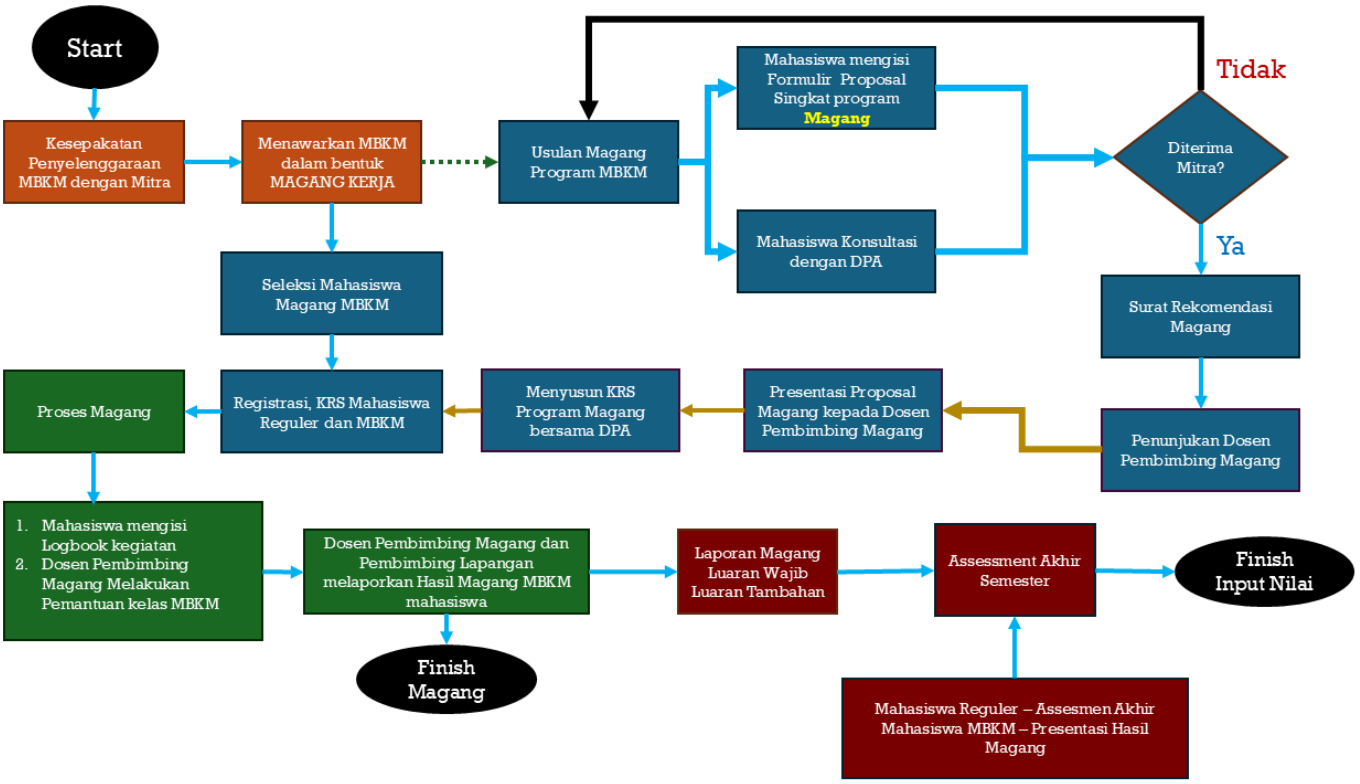
1. Lama Kegiatan: 600 – 900 jam
2. Pembimbing Magang:
   a. Pembimbing Internal (Dosen yang ditunjuk oleh Prodi)
   b. Pembimbing Eksternal (Pembimbing yang ditunjuk oleh mitra)
3. Mekanisme Monitoring:
   a. Mahasiswa mengisi Logbook kegiatan & Worksheet
   b. Pembimbing memantau aktivitas melalui interaksi secara daring/luring
   c. Mahasiswa membuat laporan akhir yang akan diujikan oleh Dosen yang ditunjuk oleh program studi.

J. STANDAR PENILAIAN DAN EVALUASI

1. Output Kegiatan:
   a. Luaran wajib:
      1) Logbook harian
      2) Laporan akhir kegiatan (portofolio dalam bentuk executive summary)
   b. Luaran Tambahan (pilih salah satu):
      1) Artikel/poster/video yang merupakan desiminasi hasil kegiatan
      2) HKI, Hak Cipta, Paten, dll
2. Mekanisme Penilaian
   a. Penilaian dari pembimbing internal dan eksternal
   b. Penilaian dari hasil laporan akhir kegiatan oleh program studi
3. Komponen Portofolio Kegiatan untuk mengikuti ujian akhir program:
   a. Logbook Harian
   b. Worksheet
   c. Luaran Wajib
   d. Luaran Tambahan

K. SOP PROGRAM MAGANG MBKM

1. Konsultasi ke DPA terkait rencana program magang
2. Temukan profil mitra magang yang sesuai
3. Mahasiswa membuat proposal magang di Form yang telah disediakan dan dikonsultasikan DPA serta disetujui oleh mitra
4. Pembuatan Surat Rekomendasi Magang oleh Program Studi
5. Penunjukan Dosen Pembimbing Magang oleh Program Studi
6. Mahasiswa mempresentasikan proposal magang kepada dosen pembimbing magang yang ditunjuk program studi.
7. Menyusun KRS Magang MBKM bersama DPA
8. Registrasi dan KRS mahasiswa
9. Memulai magang sebagaimana dijadwalkan
10. Monitoring program magang oleh dosen pembimbing magang
11. Asesmen akhir semester melalui persentasi hasil magang yang diuji oleh dosen pembimbing magang dan satu dosen yang ditunjuk oleh program studi.



Gambar 2. SOP Program Magang

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Contoh Halaman Sampul

Font 14, *Bold*, dan *Time New Roman*

PENGELOLAAN BUMDES

BERDASARKAN EKONOMI ISLAM

Laporan Magang

Ukuran: 4 x 3,5cm



Font 12, *Bold*, dan *Time New Roman*

Disusun Oleh:

Khafidhotul Uliyah

NPM. 24.0101.0061

Font 13, *Bold*, dan *Time New Roman*

FORM KONSULTASI PROGRAM MAGANG

Nama Mahasiswa	:
NIM	:
Semester	: Ganjil/ Genap
Jumlah sks telah ditempuh	:
IPK	:
Mitra magang	:
Alamat Mitra magang	:

1. Penjelasan Singkat Motivasi Program Magang Mahasiswa (150 kata)
   (Berisi alasan mengusulkan program magang, durasi kegiatan, relevansi dengan MK MBKM yang dipilih dan manfaat yang diharapkan dapat diperoleh serta melampirkan KHS semester sebelumnya)
2. Profil mitra (150 kata)
   (berisi informasi terkait jenis perusahaan/organisasi/UMKM, jumlah karyawan, omset yang dihasilkan, dll)

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Akademik

Nama Dosen Pembimbing
NIP/NIK .....

Magelang, ...2024
Pengusul

Nama Mahasiswa
NIM.....

…….Hanya diisi oleh evaluator mitra…….

Tanggal seleksi :
Keputusan :
Nama evaluator mitra :
Tandatangan evaluator :

Lampiran 3. Pedoman Penyusunan Proposal Magang

PROPOSAL USULAN PROGRAM MAGANG

NAMA PERUSAHAAN

TAHUN

Proposal disusun maksimal 10 halaman diluar daftar pustaka dan cover

1. Latar belakang
2. Tujuan
3. Solusi yang ditawarkan mengacu capaian pembelajaran sesuai dengan konsentrasi
4. Deskripsi Pekerjaan (Job Description)
5. Daftar Pustaka

Lampiran 4. Contoh Logbook

LOGBOOK MINGGUAN

Nama :

Program Magang :

Tempat Magang :

No	Hari/Tanggal	Uraian Kegiatan	Durasi/ Jam	Output Kegiatan	Dokumentasi	Paraf

Lampiran 5. Contoh dan Pedoman Penyusunan Worksheet

WORKSHEET 1

PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA (MBKM) MANDIRI

MATA KULIAH : Business Islamic Entrepreneurship 1

SEMESTER : 5 **SKS : 12**

PENYUSUN : Mahasiswa

1. Kompetensi

Bagian ini terkait dengan kompetensi yang dicapai dalam magang

Contoh: Kemampuan Kepemimpinan dalam organisasi

2. CPMK

Bagian ini terkait dengan capaian pembelajaran mata kuliah yang dicapai dalam magang

Contoh CMPK Kepemimpinan:

- Mahasiswa mampu memahami Landasan Kepemimpinan Strategis
- Mahasiswa mengerti tentang pemimpin dan manajemen perubahan
- Memahami manajemen strategi untuk lebih mendalami Strategic Leadership
- Mahasiswa mampu memahami dalam perancangan strategi organisasi
- Mahasiswa mampu memahami tentang pengorganisasian dan strategic leader
- Mahasiswa mampu memahami fungsi dan peran Strategic leadership dalam organisasi
- Mahasiswa mampu memahami tentang membangun budaya organisasi.

- Mahasiswa mampu memahami keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang strategic leader.
- Mahasiswa mampu memahami tentang sifat-sifat strategic leader.

3. URAIAN TUGAS

Tuliskan kegiatan yang mendukung pencapaian CPMK meliputi:

a. Kegiatan Magang

Mahasiswa mengikuti dan atau melakukan kegiatan yang berhubungan dengan Leadership

b. Metodologi yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan

Mahasiswa mendeskripsikan bentuk kegiatan yang dilakukan (pelatihan, workshop, fieldtrip, wawancara, observasi, dan sebagainya)

c. Hasil

Mahasiswa mendeskripsikan hasil kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kegiatan magang

4. PENILAIAN (diisi oleh pembimbing)

a. Pembimbing Eksternal (60%)

No	Penilaian	Nilai (0-100)
1	Kegiatan	
2	Metodologi	
3	Hasil	
Jumlah		100

b. Pembimbing Internal (40%)

No	Penilaian	Nilai (0-100)
1	Kegiatan	
2	Metodologi	
3	Hasil	
Jumlah		100

Catatan: Worksheet dibuat sejumlah 3 (tiga) kompetensi sesuai konsentrasi

Lampiran 6. Contoh Halaman Persetujuan

LEMBAR PERSETUJUAN

1	Judul	:
2	Nama Instansi Tujuan	:
3	Identitas Mahasiswa	
	Nama	:
	NPM	:
	Fakultas	:
	Perguruan Tinggi	:
	Alamat	:
4	Lokasi Magang	
	Kabupaten/Kota	:
	Provinsi	:
	Jarak Lokasi	:
5	Luaran	:
6	Jangka Waktu	:

Magelang, ...

Mengetahui

Pembimbing Internal	Pembimbing Eksternal
(Nama Dosen) NIK. …	(Nama Pembimbing Mitra)

Menyetujui,

Kepala Program Studi

(Nama Kaprodi)
NIK. ….

Lampiran 7. Contoh Halaman Kata Pengantar

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan Laporan Magang di PT.... .Selama proses pelaksanaan magang dan penyusunan laporan magang ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak .... selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Bapak/ibu.... selaku pembimbing internal.....

TTD
(Nama lengkap)

Lampiran 8. Pedoman Pembuatan Halaman Ringkasan

Ringkasan mencakup mitra atau tempat kegiatan, jenis kegiatan, tujuan kegiatan, capaian kompetensi, metodologi, dan hasil kegiatan (maksimal satu halaman, satu spasi).

Lampiran 9. Sistematika Penulisan Laporan Magang

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.2 Tujuan dan Manfaat

BAB II LANDASAN PEMIKIRAN

2.1 Landasan Teori

2.2 Dasar Pemikiran Pemilihan Lokasi

2.3 Dasar Pemikiran Pemilihan Bidang Magang

BAB III PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

3.1 Gambaran Umum Organisasi

3.2 Aktivitas Magang

3.3 Metode Pelaksanaan Magang

3.4 Bentuk-Bentuk Dukungan

3.5 Kendala

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Analisis

4.2 Rekomendasi Perbaikan

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 10. Contoh Daftar Isi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	**i**
KATA PENGANTAR	**ii**
RINGKASAN	**iii**
DAFTAR ISI	**iv**
BAB 1 PENDAHULUAN	**1**
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat	3
BAB II LANDASAN PEMIKIRAN	**4**
2.1 Landasan Teori	4
2.2 Dasar Pemikiran Pemilihan Lokasi	6
2.3 Dasar Pemikiran Pemilihan Bidang Magang	7
BAB III PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG	**8**
3.1 Gambaran Umum Organisasi	8
3.2 Aktivitas Magang	10
3.3 Metode Pelaksanaan Magang	11
3.4 Bentuk-Bentuk Dukungan	12
3.5 Kendala	13
BAB IV PEMBAHASAN	**14**
4.1 Analisis	14
4.2 Rekomendasi Perbaikan	16
BAB V PENUTUP	**17**
5.1 Kesimpulan	18
DAFTAR PUSTAKA	**19**
LAMPIRAN	**20**

Lampiran 11. Contoh Halaman Daftar Tabel

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Obyek Magang 1

Lampiran 12. Contoh Halaman Daftar Gambar

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Obyek Magang 1

Lampiran 13. Contoh Halaman Daftar Lampiran

DAFTAR GAMBAR

Lampiran 1 Obyek Magang 1

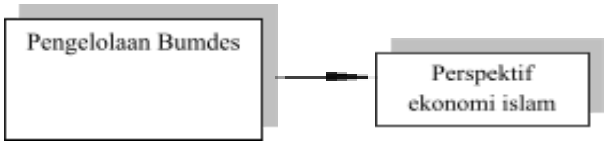
Lampiran 14. Contoh Tabel

Tabel 1.1
Data Responden

No.	Nama
1.	
2.	

Sumber: data diolah

Lampiran 14. Contoh Gambar



Gambar 1.1
Kerangka Berfikir
Sumber: data diolah