



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
DEWANTARA

Terakreditasi “B” BAN-PT Depdiknas RI No: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS) SMT. GANJIL TA. 2019/2020

PROGRAM STUDI	: S1 MANAJEMEN
MATA KULIAH	: Studi Kelayakan Bisnis
DOSEN	: Drs. Dasmansyah Adyas, MBA
HARI/TANGGAL	: Sabtu, 02 November 2019
WAKTU	: 08.00 - 10.00 WIB (120 Menit)
SIFAT UJIAN	: <i>Open Book</i>

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan singkat tapi jelas :

1. Apa tujuan dari pembuatan studi kelayakan? dan hasil apa yang diharapkan dari suatu studi kelayakan!
2. Apa yang dimaksud dengan sebuah ide menimbulkan bahkan dapat menjadi sebuah objek dari suatu studi kelayakan?
3. Jelaskan apa perbedaan antara pasar dan pemasaran!
4. Jelaskan variabel-variabel berikut ini : *target market, positioning, segmentasi dan marketing mix*, serta hubungannya dengan aspek pasar dan pemasaran dalam menyusun SKB sebuah objek studi!
5. Adakah ada perbedaan antara target market dengan segmentasi? Berikan contoh!
6. Sebutkan beberapa aspek dari SKB yang seharusnya melengkapi sebuah studi kelayakan bisnis!
7. Dalam aspek pemasaran, komponen apa saja yang menjadi bahan pertimbangan untuk menilai suatu bisnis itu layak atau tidak?