

# 

# KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya yang sangat besar sehingga Panduan kurikulum prodi D4 Manajemen Perusahaan Universitas Logistik dan Bisnis Internasional dapat terselesaikan dengan baik. Penyelenggaraan penyusunan panduan kurikulum program studi didukung oleh semua pihak yang berperan sangat penting selama ini

Sebagai harapan dari Prodi dengan selesainya penyusunan panduan kurikulum terkait informasi tentang;

1. Identitas program studi,
2. Evaluasi Kurikulum dan Tracer Study,
3. Landasan Perancangan dan Pengembangan Kurikulum,
4. Rumusan Visi, Misi, Tujuan, Strategi, dan University Value,
5. Rumusan Standar Kompetensi Lulusan (SKL),
6. Penetapan Bahan Kajian
7. Pembentukan Mata Kuliah (MK) dan Penentuan Bobot sks
8. Matriks dan Peta Kurikulum

Kedapannya dapat digunakan sebagai dokumen kelengkapan penilaian akreditasi, memberikan informasi untuk peninjau dan para *stakeholder* yang turut membantu dalam muatan kurikulum prodi D4 Manajemen Perusahaan, termasuk mahasiswa dan dosen prodi agar semuanya bisa diperbaiki dan untuk mencapai kemajuan yang diharapkan.

Dengan demikian, pedoman kurikulum disiapkan guna keperluan dan umpan balik yang konstruktif diharapkan segala kekurangan.

Ketua program Studi

Manajemen Perusahaan 2024

Bambang Triputranto, SE.,MM

# DAFTAR ISI

[KATA PENGANTAR 2](#_Toc160116869)

[DAFTAR ISI 3](#_Toc160116870)

[Bab I Identitas Program Studi 6](#_Toc160116871)

[1.1. Identitas Program Studi 6](#_Toc160116872)

[1.2. Visi dan Misi Program Studi D4 Manajemen Perusahaan 7](#_Toc160116873)

[Bab II Evaluasi Kurikulum dan Tracer Study 9](#_Toc160116874)

[2.1. Evaluasi Kurikulum 9](#_Toc160116875)

[2.2. Tracer Study 15](#_Toc160116876)

[2.2.1. Sistem Pelacakan Lulusan 15](#_Toc160116877)

[2.2.2. Waktu Tunggu Lulusan 22](#_Toc160116878)

[2.2.3. Kesesuaian Bidang Kerja 24](#_Toc160116879)

[2.2.4. Kepuasan Pengguna 25](#_Toc160116880)

[Bab III Landasan Perancangan dan Pengembangan Kurikulum 29](#_Toc160116881)

[Bab IV Rumusan Visi, Misi, Tujuan, Strategi, dan University Value 33](#_Toc160116882)

[4.1. Visi, (Periode 2023-2027) 33](#_Toc160116883)

[4.2. Misi, (Periode 2023-2027) 33](#_Toc160116884)

[4.3. Tujuan, (Tujuan ULBI 2023-2027) 34](#_Toc160116885)

[4.4. Sasaran, (Sasaran ULBI 2023-2027) 34](#_Toc160116886)

[Bab V Rumusan Standar Kompetensi Lulusan (SKL) 36](#_Toc160116887)

[Bab VI Penetapan Bahan Kajian 53](#_Toc160116888)

[Bab VII Pembentukan Mata Kuliah dan Penentuan Bobot sks 54](#_Toc160116889)

[Bab VIII Matriks dan Peta Kurikulum 69](#_Toc160116890)

[8.1. Matriks 69](#_Toc160116891)

[8.1. Peta Mata Kuliah 77](#_Toc160116892)

**DAFTAR TABEL**

[Tabel 2.1 Masukan dari *Stakeholder* Tentang Penyusunan 12](#_Toc160116470)

[Tabel 2.2 Waktu Tunggu Lulusan 22](#_Toc160116471)

[Tabel 2.3 Kesesuaian Bidang Kerja 24](#_Toc160116472)

[Tabel 2.4 Tingkat Kepuasan Pengguna 26](#_Toc160116473)

[Tabel 3.1 Alur Pengembangan Kurikulum 32](#_Toc160116478)

[Tabel 5.1 Kurikulum, Capaian Pembelajaran dan Rencana Pembelajaran 36](#_Toc160116506)

[Tabel 5.2 Capaian Pembelajaran Sesuai dengan SN DIKTI 40](#_Toc160116507)

[Tabel 5.3 Capaian Pembelajaran dengan Profil Prodi 42](#_Toc160116508)

[Tabel 5.4 Capaian Pembelajaran Sesuai dengan 4 Pilar UNESCO 46](#_Toc160116509)

[Tabel 5.5 Capaian Pembelajaran sesuai dengan Bahan Kajian 49](#_Toc160116510)

[Tabel 7.1 Pembentukan Mata Kuliah 54](#_Toc160116515)

[Tabel 7.2 Persebaran Mata Kuliah 62](#_Toc160116516)

[Tabel 7.3 Matakuliah Pengembangan Kepribadian (MPK) 65](#_Toc160116517)

[Tabel 7.4 Matakuliah Keilmuan dan Keterampilan (MKK) 66](#_Toc160116518)

[Tabel 7.5 Matakuliah Keahlian Berkarya (MKB) 66](#_Toc160116519)

[Tabel 7.6 Matakuliah Perilaku (MPB) 67](#_Toc160116520)

[Tabel 7.7 Mata Kuliah Berkehidupan Bermasyarakat 67](#_Toc160116521)

[Tabel 8.1 Matriks Kaitan Antara CPL dengan Bahan Kajian 70](file:///D:\DATAKU\Kurikulum\Panduan%20Kurikulum%20prodi%20D4%20Manajemen%20perusahaan%2029%20Feb%202024.docx#_Toc160116522)

[Tabel 8.2 Matriks untuk Evaluasi Mata Kuliah pada Kurikulum 74](#_Toc160116523)

[Tabel 8.3 Matriks Pembentukan Mata Kuliah Baru Berdasarkan Beberapa Butir CPL yang Dibebankan pada Mata Kuliah 75](#_Toc160116524)

**DAFTAR GAMBAR**

[Gambar 2.1 Mekanisme Penyusunan dan Evaluasi Pemuktahiran Kurikulum 10](#_Toc160116539)

[Gambar 2.2 Kecukupan DT dan DTPS 16](#_Toc160116540)

[Gambar 2.3 Kedudukan Bidang *Tracer Study* dalam Struktur Organisasi CDC di ULBI 19](#_Toc160116541)

[Gambar 2.4 Jumlah Lulusan dan Lulusan yang Terlacak di Program Studi D4 Manajemen Perusahaan 20](file:///D:\DATAKU\Kurikulum\Panduan%20Kurikulum%20prodi%20D4%20Manajemen%20perusahaan%2029%20Feb%202024.docx#_Toc160116542)

[Gambar 2.5 Proporsi Jumlah Lulusan Menurut Waktu Tunggu Memperoleh Pekerjaan 23](#_Toc160116543)

[Gambar 2.6 Proporsi Jumlah Lulusan Terlacak Menurut Kesesuaian Bidang Kerja 25](#_Toc160116544)

[Gambar 2.7 Responden Penggunaan Lulusan 25](#_Toc160116545)

[Gambar 2.8 Rata-Rata Penilaian Pengguna Lulusan 28](#_Toc160116546)

[Gambar 6.1 Body of Knowledge Prodi D4 Manajemen Perusahaan 53](#_Toc160116571)

[Gambar 8.1 Peta Mata Kuliah 78](#_Toc160116583)

# Bab I Identitas Program Studi

## **Identitas Program Studi**

Perguruan Tinggi : Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Unit Pengelola Program Studi : Fakultas Vokasi

Jenis Program : Sarjana Terapan

Gelar Lulusan : S.Tr.M

Nama Program Studi : Program Studi D4 Manajemen Perusahaan

Alamat : Jl. Sariasih No.54 Sarijadi Bandung 40151

Nomor Telepon : 022 2009570 / 022 2009568

E-mail dan Website : [prodid4manajemenperusahaan@ulbi.ac.id](mailto:prodid4manajemenperusahaan@ulbi.ac.id)

<https://www.ulbi.ac.id>

Nomor SK Pendirian PT 1) : 1. 56/D/O/2001 (Politeknik Pos Indonesia)

2. 334/E/O/2022 (Universitas Logistik dan Bisnis

Internasional)

Tanggal SK Pendirian PT : 1. 5 Juli 2021 (Politeknik Pos Indonesia)

2. 24 Mei 2022 (Universitas Logistik dan Bisnis

Internasional)

Pejabat Penandatangan

SK Pendirian PT : 1. Satryo Soemantri Brodjonegoro

2. Nizam

Nomor SK Pembukaan PS 2) : 241/E/O/2011

Tanggal SK Pembukaan PS : 17 Oktober 2011

Pejabat Penandatangan

SK Pembukaan PS : Djoko Santoso

Tahun Pertama Kali

Menerima Mahasiswa : 2011

Peringkat Terbaru

Akreditasi PS : B

Nomor SK BAN-PT : 3377/SK/BAN-PT/Ak-PNB/Str/VIII/2023

## **Visi dan Misi Program Studi D4 Manajemen Perusahaan**

1. **Visi**

*“Menjadi perguruan tinggi vokasi yang unggul secara Nasional dalam Bidang Logistik dan Manajemen Rantai Pasok pada tahun 2020”*

1. **Misi**
2. Menyelenggarakan pendidikan tinggi bidang vokasi berbasis sistem penjaminan mutu;
3. Mengembangkan, menyebarluaskan, dan menerapkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni serta melaksanakan penelitian terapan bidang logistik dan rantai pasok untuk peningkatan kualitas kehidupan masyarakat;
4. Mengembangkan ilmu logistik dan manajemen rantai pasok terapan melalui kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat untuk kemajuan serta kesejahteraan masyarakat;
5. Meningkatkan kualitas sumber daya organisasi dan kualitas manajemen institusi berdasarkan prinsip tata kelola yang baik.
6. **Tujuan**
   * + 1. **Tujuan Tri Dharma Perguruan Tinggi**

Berpijak pada misi Universitas Logistik dan Bisnis Internasional yang telah ditetapkan di atas, adapun tujuan yang ingin dicapai oleh Universitas Logistik dan Bisnis Internasional dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi vokasi adalah sebagai berikut :

1. Menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi ilmu pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan standar industri, kecakapan interpersonal, sikap profesional, moral yang baik, dan berjiwa wirausaha untuk bersaing mendapatkan pekerjaan secara nasional dan internasional.
2. Menghasilkan karya ilmiah yang bermanfaat bagi mitra industri, khususnya dalam bidang logistik dan manajemen rantai pasok.
3. Meningkatkan kerjasama dengan pihak lain yang saling menguntungkan dalam rangka peningkatan kualitas penyelenggaraan Tridharma Perguruan Tinggi.
4. Meningkatkan kepercayaan masyarakat sebagai penyelenggara pendidikan vokasi yang berkualitas.
   * + 1. **Tujuan Berbasis *Balanced Scorecard***
   1. Pers. Finansial

Terkumpulnya Saving Dana Institusi

* + - * 1. Pers. Pelanggan

Populasi student body D4

Tahapan pembukaan pendidikan S2 (Magister) Vokasional / SP1

Jaminan Tingkat kepuasan Student Body

Peningkatan kerjasama Industri

Kompetensi lulusan sesuai kebutuhan Industri

Peningkatan kualitas sumber daya untuk kepentingan masyarakat umum

* + - * 1. Pers. Proses Bisnis Internal

Terbentuknya BHP sesuai Undang-Undang (posisi yayasan dan pemegang saham jelas)

Terbentuknya e-Campus

* + - * 1. Pers. Pembelajaran & Pertumbuhan.

Tahapan memiliki Sarana dan prasarana milik sendiri

Komposisi dan Kompetensi Dosen Tetap Dominan S3

Pengembangan sistem Pengelolaan SDM

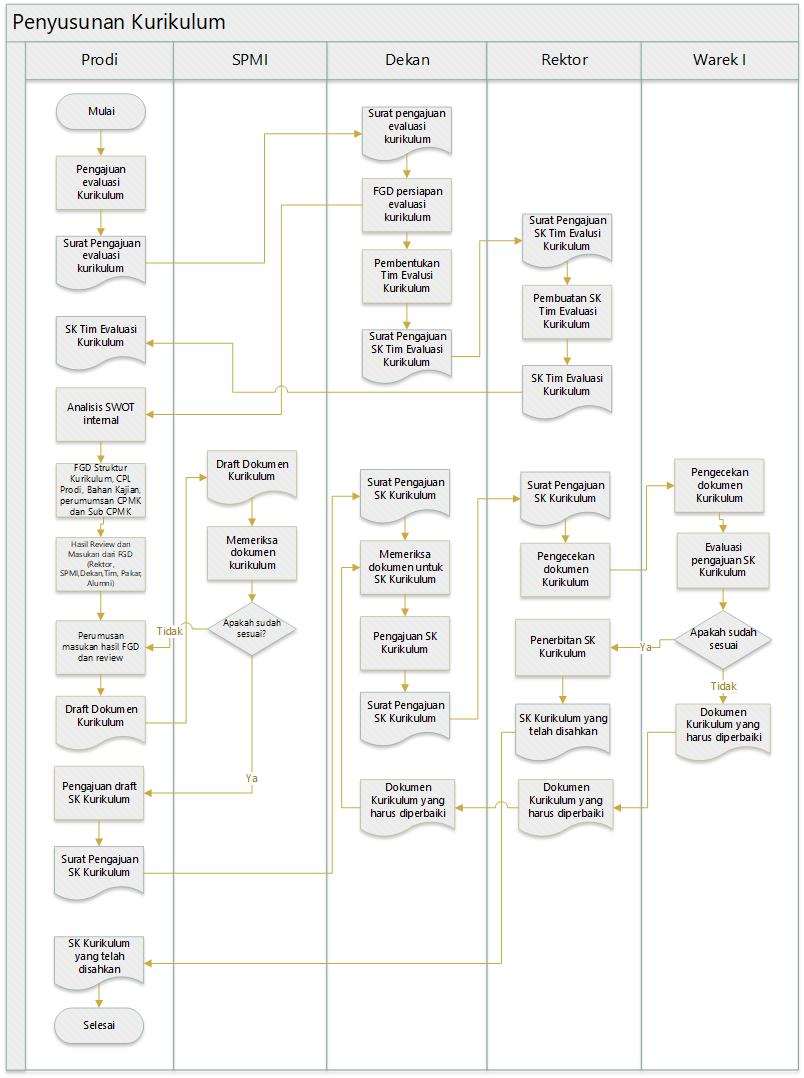
# Bab II Evaluasi Kurikulum dan Tracer Study

## **Evaluasi Kurikulum**

Evaluasi dan pemutakhiran kurikulum di Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI dilakukan secara berkala setiap 4 s.d 5 tahun sekali, yang dilakukan secara mandiri dan komprehenshif, dengan melibatkan stakeholders internal dan eksternal serta mengundang pakar bidang ilmu, asosiasi untuk ikut mereview atas kurikulum yang akan di tetapkan, Hal ini tercantum dalam dokumen standar SPMI ULBI, indikator pencapaian standar proses pembelajaran point 3, “**Evaluasi dan pemutakhiran kurikulum secara berkala tiap 4 s.d. 5 tahun dengan melibatkan pemangku kepentingan internal dan eksternal, serta direview oleh pakar bidang ilmu program studi, industri, asosiasi, serta sesuai perkembangan ipteks dan kebutuhan pengguna.”**

Kurikulum yang berlaku di Program Studi D4 Manajemen Perusahaan saat ini adalah kurikulum Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI 2021 berdasarkan Keputusan Direktur Nomor SK. 256a/DIR/PPI/XI/2021. Kurikulum yang ditetapkan berdasarkan KKNI yang merupakan hasil review Kurikulum 2019. Saat ini, sebagai bagian dari tinjauan rencana, perkuliahan semester tahunan (RPS) kini menjadi bagian dari kurikulum. Pengembangan kurikulum Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI didasarkan pada tujuan pendidikan nasional dan berorientasi masa depan terkait dengan visi, misi dan tujuan pendidikan Universitas Logistik dan Bisnis Internasional.

Serta sesuai dengan Kurikulum Pendidikan Tinggi yang mengacu kepada Permendikbud No 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi dan Perpres No 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI). Selain itu juga merujuk juga pada Standar SPMI, STD.01/ULBI\_PSMS/2022 tentang Standar Isi Pembelajaran. Adapun tahapan mekanisme penyusunan dan evaluasi pemuktahiran Kurikulum Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI dapat digambarkan dalam flowchart sebagai berikut:



Gambar 2.1 Mekanisme Penyusunan dan Evaluasi Pemuktahiran Kurikulum

Adapun mekanisme penyusunan dan pemutakhiran kurikulum berdasarkan flowcart diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

* + - 1. Prodi melakukan FGD evaluasi kurikulum berdasarkan standar SPMI yang mengharuskan prodi melakukan evaluasi kurikulum minimal 4 sd 5 tahun satu kali, dengan mengundang Dekanat.
      2. Dekan membentuk Tim Kelompok Kerja yang terdiri dari Ka. Prodi, Dekan, SPMI, Rektor, Dosen Tetap Prodi untuk mengevaluasi dan pemutakhiran kurikulum atas usulan Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI
      3. Sebelum dilakukan evaluasi dan pemutakhiran kurikulum, Tim FGD Kurikulum melakukan analisis SWOT secara internal dengan melihat kekuatan dan kelemahan prodi serta secara eksternal melihat peluang dan ancaman kedepannya, sehingga Tim FGD dapat mengetahui possisioning Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI dibandingkan dengan prodi Manajemen Perusahaan dikampus lainnya. Analisis SWOT mengacu pada hasil kuesioner yang diperoleh dari stakeholders eksternal yang terdiri dari Akademisi, instansi pemerintah, instansi swasta, perbankan, dan alumni. Selain itu berasal dari hasil pengolahan/analisis dari hasil tracer study. Hasil ini dianalisis sebagai bahan untuk memperbaiki kurikulum yang mengakomodasi kebutuhan pengguna lulusan (*stakeholders*) dan melihat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
      4. Penentuan waktu kegiatan FGD

Tim Pokja Kurikulum melakukan FGD pada tanggal 4 November 2019 bertempat di Ruang *Centre Of Tehnology* (COT), Jl. Sariasih No. 54 Bandung dengan mengundang stakeholders internal (pimpinan fakultas, pimpinan prodi, dosen, dan perwakilan tenaga kependidikan) dan stakeholders eksternal (alumni, pengguna lulusan, pemerintahan/mitra/industri) Pada saat FGD dilakukan beberapa pembahasan:

* + - * 1. Penetapan struktur kurikulum yang terdiri dari profil lulusan, penetapan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) Prodi, penetapan Bahan Kajian, penetapan mata kuliah yang mendukung tercapainya CPL Prodi, penetapan Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK), penetapan sub-CPMK, dan penyusunan RPS
        2. Analisis evaluasi diri (SWOT) di atas menjadi dasar untuk menetapkan profil lulusan dalam menjawab tantangan kebutuhan pengguna/pasar kerja dan melihat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
        3. Setelah menetapkan profil lulusan maka dilakukan penetapkan kemampuan yang dibutuhkan prodi (CPL Prodi) yang mengacu pada Perpres KKNI, SN Dikti, dan APSMBI (Aliansi Program Studi Manajemen dan Bisnis Indonesia)
        4. Langkah berikutnya berupa penetapan Bahan Kajian yang dilakukan sebagai dasar menentukan mata kuliah yang telah disesuaikan dengan kebutuhan pengguna
        5. Langkah terakhir adalah melakukan perumusan CPMK dan Sub CPMK dengan sekaligus melakukan evaluasi atas RPS dan materi/buku ajar. Hasil evaluasi dan pemutakhiran kurikulum yang terdiri dari profil, CPL, Bahan Kajian, Mata Kuliah ini terangkum dalam Struktur Kurikulum.
      1. Hasil FGD yang berupa draft struktur kurikulum, direview oleh pakar bidang ilmu Manajemen Niaga yaitu Dr. Ma’mun Sutisna, Drs., S. Sos., M. Pd. Pada tanggal 2 Desember 2019
      2. Tim FGD kurikulum merumuskan semua masukan hasil dari FGD dan review dari pakar bidang ilmu dan asosiasi dalam bentuk draft kurikulum yang diajukan ke Dekan Vokasi untuk diteruskan kepada Rektor untuk di ajukan SK Kurikulum.
      3. Prodi Mengajukan Permohonan SK Kurikulum kepada Direktur dengan nomor surat 117/PRODI-MB D4/PPI/1121
      4. Rektor ULBI mengeluarkan SK Pengesahan Kurikulum Merdeka Belajar Kampus Medeka (MBKM) Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI pada tanggal 12 November 2021 dengan Nomor SK..256a/DIR/PPI/XI/2021, dan sampai saat penyusunan ISK ini Kurikulum MBKM tahun 2021 masih berlaku dan akan ada rencana evaluasi pada tahun 2024.

Tabel 2.1 Masukan dari *Stakeholder* Tentang Penyusunan

Kurikulum Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Stakeholder** | **Masukan** |
| 1. | Pimpinan Fakultas | Memberikan arahan berupa dalam menetapkan kurikulum mengacu pada *scientific vision* dan terkait dengan visi Fakultas yang merupakan turunan visi Universitas dengan ciri khas Logistik dan Supply Chain Management, namun tanpa mengurangi kompetensi inti dari program studi S1 terapan Manajemen Perusahaan ULBI. |
| 2 | Dosen tetap Prodi | Dosen tetap Prodi menginginkan adanya keleluasaan untuk mata kuliah inti prodi dapat selalu disesuaikan dengan kebutuhan industry dan LO calon lulusan sehingga di perlukan evaluasi kurikulum minor setiap 2 tahun. |
| 3 | Perwakilan Mahasiswa | * + - * 1. Perwakilan mahasiswa an. Prima dalam proses pembelajaran dan kegiatan-kegiatan akademik lainnya yang dapat mendukukung softskill mahasiswa sehingga mahasiswa ke depannya ketrampilan, dapat beradaptasi dan mampu bersaing di pasar kerja. |
| 4 | Perwakilan Alumni | * + - * 1. Asti Reski Apriliani Semoga ulbi semakin menjaya, saya sebagai alumni yang sudah bekerja di PT. Telkomunikasi Indonesia sangat bangga menjadi bagian dari almamater ULBI,         2. Muni Ledia Astuti Masukan nya berupa lebih banyak penambahan jam praktek untuk mata kuliah inti         3. Dengan penggabungan Poltekpos dan ULBI ini harus bisa menjadi kampus yang menciptakan lulusan lulusan terbaik yang akan menjadi penerus bangsa dan yang kedua mudah mudahan bisaenjadi kampus dengan kredibilitas yang tinggi |
| 5 | Perwakilan Asosiasi | Berdasarkan bahan kajian standar dari Aliansi Program Studi Manajemen dan Bisnis Indonesia (APSMBI) yang perlu di garis bawahi adalah kekhasan program studi sebagai *competitive Advantage* calon lulusan harus dibangun dari semester awal sehingga di perlukan road-map kurikulum yang jelas agar LO lulusan dapat tercapai. Selain itu juga pengembangan karakter calon lulusan perlu di akomodir didalam setiap CP mata kuliah. |
| 6 | Perwakilan Stakeholder | Ibu Anita dari Iron Bird Logistik, memberikan masukan berdasarkan beberapa alumni tentang kemampuan Bahasa Inggris yang masih perlu di tingkatkan lagi apabila alumni prodi S1 Terapan Manajemen Perusahan ingin memiliki daya saing yang unggul dengan lulusan-lulusan dari perguruan tinggi yang lain, kemampuan Bahasa menjadi salah satu point ukur industry. |
| 7 | Pakar | Pakar bidang ilmu Manajemen Niaga yaitu Dr. Ma’mun Sutisna, Drs., S. Sos., M. Pd. Memberikan masukan bahwa calon lulusanuntuk mendapat gelar S.Tr.M bisa melalui mekanisme non-Tugas Akhir, artinya sebagai fakultas vokasi mahasiswa bisa lulus dengan menciptakan suatu prototype produk, oleh sebab itu kurikulum dapat diarahkan untuk mengakomodir nya. |

Kurikulum adalah sejumlah mata kuliah yang akan diajarkan pada salah satu program studi tertentu dilingkungan Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, dalam upaya mencapai tujuan program studi, Adapun Resume Perubahan Kurikulum Yang dilakukan oleh Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI dilakukan dengan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

Penyesuaian dengan visi, misi, tujuan Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI

Masukan dari stakeholders (alumni dan Industry pengguna lulusan)

Masukan dari bahan kajian standar dari Aliansi Program Studi Manajemen dan Bisnis Indonesia (APSMBI)

Kita menyaksikan perkembangan pesat dalam ilmu manajemen dan bisnis yang di dukung dengan perkembangan technology menggeser kebutuhan industry akan lulusan. Misalnya, Teknologi mencakup rekayasa perangkat lunak, analisis desain sistem, sistem manajemen basis data, dan sistem informasi manajemen. Sehingga kurikulum dirancang berdasarkan relevansinya dengan tujuan, cakupan dan kedalaman materi, pengorganisasian yang mendorong terbentuknya hard skills dan keterampilan kepribadian dan perilaku (soft skills) yang dapat diterapkan dalam berbagai situasi dan kondisi.

Adanya *Benchmarking* ke beberapa PT (Politeknik Negeri Malang, Telkom University, Maranatha, dll)

Masukan dari dosen mata kuliah tentang *up-dating* matakuliah yang diampunya.

Kurikulum yang dijalankan di Program Studi Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI telah beberapa kali mengalami penyempurnaan, dengan rincian sebagai berikut:

Kurikulum pertama (2011) berlaku untuk angkatan pertama, terdiri dari Kurikulum Nasional (Kurnas) ditambah muatan lokal.

Kurikulum kedua (2013) berlaku untuk angkatan ketiga, merupakan modifikasi dari kurikulum 2011 (revisi). Revisi dilakukan pada konten matakuliah, maupun pergantian mata kuliah lokal dengan menambah muatan yang lebih mengarah pada Logistik Perposan. Keunikan yang ingin dibangun pada Program Studi D4 Manajemen Perusahaan adalah dengan menambahkan aplikasi integrasi sistem informasi logistik melalui matakuliah SAP-ERP serta penambahan jam praktek pada matakuliah Bahasa Inggris.

Kurikulum ketiga (2016), berlaku untuk angkatan 2016/2017. Merupakan revisi minor dari kurikulum 2013. Keunikan yang ingin dibangun adalah dengan mengurangi jumlah jam teori dan menambah jam praktek dengan tidak mengubah jumlah jam SKS secara keseluruhan.

Kurikulum ke 4, berlaku untuk angkatan 2017/2018, merupakan kurikulum berbasis KKNI. Berlaku untuk mahasiswa Tahun angkatan 2017,2018 (Revisi 1), 2019 (Revisi 2) dan tahun 2020 (Revisi 3),Sejalan dengan program MP3EI, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia sejak tahun 2000 telah melakukan berbagai inovasi dalam mewujudkan pendidikan tinggi yang berbasis pada kompetensi lulusan, hal ini semakin diperkuat dengan dikeluarkannya Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) yang memberikan panduan dan acuan bagi perguruan tinggi dalam menghasilkan lulusan yang berdaya saing global. Seiring berjalan nya dinamika perkembangan di prodi D4 Manajemen peusahaan tanpa merubah kurikulum KKNI secara mendasar ada beberapa pergeseran mata kuliah, dan perbaikan pada Capaian Pembelajaran (CP) Mata kuliah.

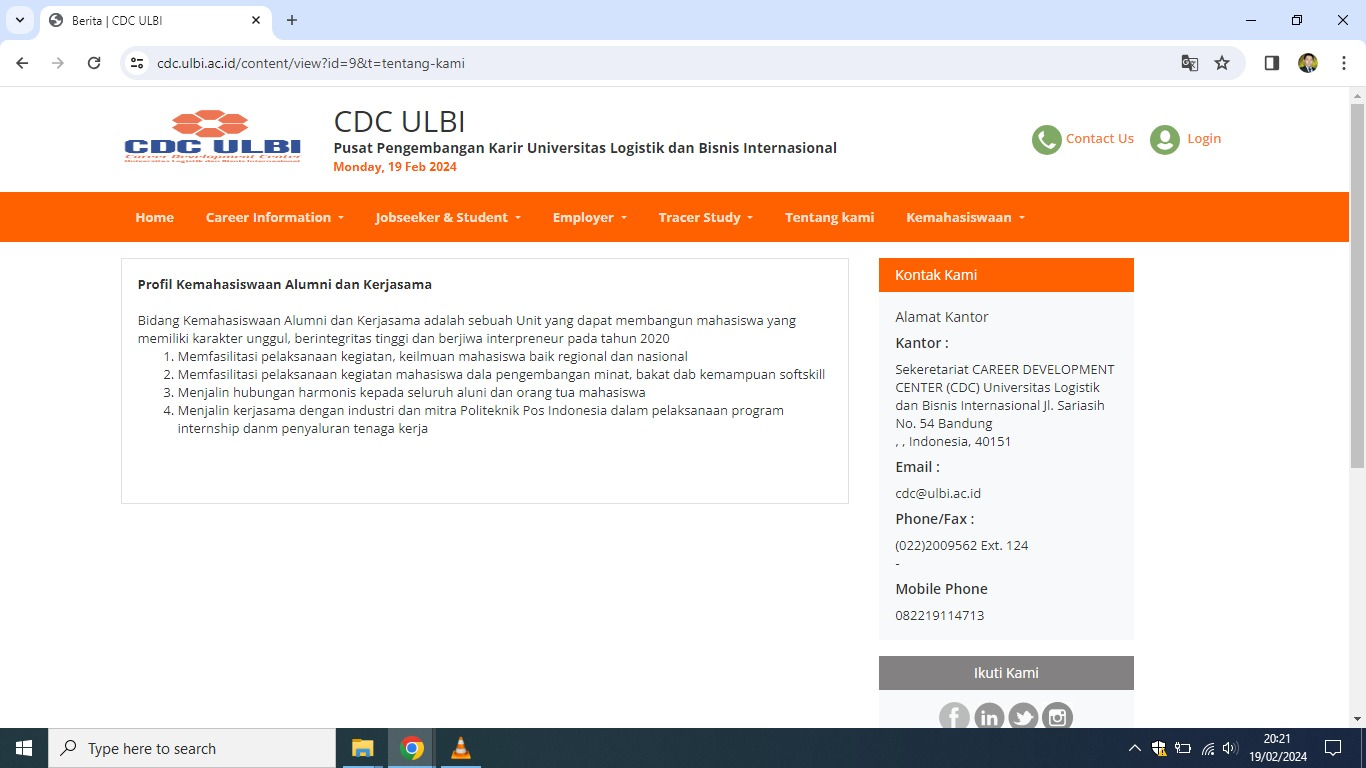
Kurikulum ke 5, Kampus Merdeka (MBKM) merupakan sebuah inovasi yang diluncurkan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan untuk memperkenalkan kebijakan dalam mentransformasi sistem pendidikan tinggi Indonesia guna menghasilkan lulusan yang lebih berkualitas. Pada tahun 2021 kami menyesuaikan kurikulam MBKM yang mengakomodir kegiatan magang pada semester 7 berlaku untuk angkatan 2021 sd angkatan 2023 eksisting pada saat penyusunan Panduan kurikulum ini.

## **Tracer Study**

### **Sistem Pelacakan Lulusan**

1. Organisasi

Pelacakan lulusan (*tracer study*) di Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI merupakan satu kesatuan dalam suatu sistem pelacakan yang dilakukan serentak melalui sistem yang dibangun oleh universitas secara sentralistik dengan menggunakan satu pintu data yakni data yang diperoleh dari pusat pengolahan data yang disinergikan dengan data akademik yakni data lulusan. Organisasi yang menaungi kegiatan *tracer study* pada tingkat pusat adalah Sub Bagian Pengembangan Karir dan Alumni atau yang lebih dikenal dengan *Carier Development Center* atau disingkat CDC. Kegiatan *tracer study* langsung dibawah seorang Kepala Sub Bagian (Kasubag) Pengembangan Karir dan Alumni yang ditetapkan melalui SK Yayasan Pendidikan Bhakti Pos Indonesia (YPBPI) Nomor SK.165/YPBPI/0923. Berikut gambar tampilan dari web CDC ULBI :



Gambar 2.2 Kecukupan DT dan DTPS

Sub Bagian Pengembangan Karir dan Alumni dipimpin oleh seorang Kepala Sub Bagian (Kasubag.) Pengembangan Karir dan Alumni yang dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Kemahasiswaan, Alumni, dan Karir dengan fungsi merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi, mengendalikan dan meningkatkan kegiatan pelayanan non akademik, pengembangan softskill, pelatihan mahasiswa, konseling karir, pemagangan, perekrutan lulusan, tracer study, tracer pengguna lulusan, dan hubungan dengan alumni. Tugas Kasubag Pengembangan Karir dan Alumni adalah :

1. Membantu Kepala Bagian Kemahasiswaan, Alumni, dan Karir dalam penyusunan rencana induk pengembangan, rencana strategis, pengawasan, evaluasi, penilaian kinerja dan pelaporan seluruh kegiatan Pengembangan Karir dan Alumni;
2. Membantu Kepala Bagian Kemahasiswaan, Alumni, dan Karir dalam menyusun program kerja dan anggaran tahunan sebagai penjabaran rencana strategis bidang Pengembangan Karir dan Alumni;
3. Menyusun rencana, menyelenggarakan dan mengembangkan kegiatan layanan karir bagi mahasiswa dan alumni;
4. Mengidentifikasi, menyelenggarakan, mengendalikan dan mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan Program Pengembangan Karakter Mahasiswa yang terkait dengan kepemimpinan (*leadership*) dan kewirausahaan (*entepreneurship*) agar sesuai dengan tantangan karir dalam bidangnya;
5. Mengelola sistem informasi *Career Development Center* (CDC) dan *Tracer Study*;
6. Mengelola data base mahasiswa dan alumni;
7. Melaksanakan Assesment *entry cohort*;
8. Berkoordinasi dengan unit lain terkait pemanfaatan kerja sama dengan institusi yang telah terikat dengan PKS baik untuk tempat Pemagangan, Program *Internship*, rekrutmen lulusan, maupun kerjasama lainnya;
9. Menyediakan informasi lowongan kerja, mengadakan rekrutmen calon tenaga kerja serta membantu mahasiswa untuk mendapatkan pekerjaan sebelum lulus melalui program pemagangan/*internship*;
10. Menyusun dan menyelenggarakan program pelatihan pengembangan kompetensi softskill mahasiswa;
11. Meningkatkan keterserapan lulusan dalam dunia kerja dengan masa tunggu yang singkat dan bidang kerja yang sesuai;
12. Menyelenggarakan kegiatan konseling karir untuk calon lulusan Universitas;
13. Menyelenggarakan kegiatan campus recruitment, campus hiring dan jobfair;
14. Mengelola informasi lowongan kerja dari perusahaan melalui website *Career Development Center* (CDC) Universitas;
15. Melaksanakan kegiatan tracer study untuk seluruh alumni;
16. Melakukan koordinasi dengan Ikatan Alumni Universitas dalam melaksanakan program terkait pendidikan di Universitas yang dapat melibatkan alumni serta penyelenggaraan program dan kegiatan Ikatan Alumni;
17. Menjajaki kerja sama dengan alumni dan/atau ikatan alumni dalammembantu mengumpulkan perolehan dana, bantuan sarana, prasarana dan fasilitas serta bantuan lainnya;
18. Berkoordinasi dengan Fakultas dan/atau Program Studi dalam penyelenggaraan kegiatan yang melibatkan alumni dari Fakultas atau Program Studi tertentu;
19. Menyusun konsep kegiatan layanan kemitraan alumni dalam bentuk pedoman teknis, standar pelayanan serta prosedur operasional baku;
20. Memfasilitasi perusahaan untuk menginformasikan lowongan kerja kepada mahasiswa melalui sistem informasi;
21. Melaksanakan kegiatan survei kepuasan pengguna (mahasiswa & DU/DI);
22. Melakukan publikasi pusat karir pada media masa;
23. Mendukung dan ikut melaksanakan serta mengevaluasi kegiatan marketing bekerjasama dengan Direktur Marketing & Admisi dalam rangka rekrutmen mahasiswa baru;
24. Melaksanakan tugas lainnya yang ditugaskan oleh Kepala Bagian Kemahasiswaan, Alumni, dan Karir sesuai dengan bidangnya.

Adapun susunan lengkap struktur organisasi dalam kepengurusan Bagian Pengembangan Karir dan Alumni dapat dilihat pada Gambar 2.3 berikut:

A computer screen shot of a diagram

Description automatically generated

Gambar 2.3 Kedudukan Bidang *Tracer Study* dalam Struktur Organisasi CDC di ULBI

SK YPBPI diatas kemudian ditindaklanjuti dengan mengangkat Kepala Sub Bagian (Kasubag.) Pengembangan Karir dan Alumni yang dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Kemahasiswaan, Alumni, dan Karir dengan fungsi merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi, mengendalikan dan meningkatkan kegiatan pelayanan non akademik, pengembangan *softskill*, pelatihan mahasiswa, konseling karir, pemagangan, perekrutan lulusan, *tracer study, tracer* pengguna lulusan, dan hubungan dengan alumni. Kepala Bagian (Kabag.) Kemahasiswaan Kemahasiswaan, Pengembangan Karir dan Alumni yang dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya di bawah dan bertanggungjawab kepada Wakil Rektor I Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Teknologi Informasi. Untuk membantu salah satu tugas Bagian Pengengembangan Karir dan Alumni yaitu pelacakan terhadap lulusan maka Prodi membantu melakukan tracer study untuk memaksimalkan ketercapaian hasil tracer.

Kegiatan tracer dilaksanakan dengan beberapa metode yakni menghubungi langsung alumni melalui pengiriman kuesioner dalam bentuk menghubungi melalui telepon, dan melalui Google-form yang disebarkan melalui jalur media sosial (*Whats’up Group*). Kegiatan tracer alumni sebelumnya menempatkan program studi sebagai ujung tombak untuk berbagai keperluan data base internal program studi.

1. Metodologi

Metodologi pengumpulan data pada tracer study yang dilaksanakan oleh ULBI menggunakan pendekatan pengambilan sampling (mahasiswa yang ada nomor kontak/email) dihubungi melalui email dan *what’s up* *blast*. Sumber data yang digunakan adalah *database* yang dimiliki oleh CDC dan Prodi. Sosialisasi pengisian tracer study juga dilakukan melalui media sosisal seperti Instagram, Facebook dan seluruh jaringan media sosial.

Metode analisis data tracer alumni adalah metode deskriptif dengan menggunakan data kuantitatif yang disajikan dalam tabel dan grafis. Analisis deskriptif hasil tracer digunakan UPPS sebagai landasan pengambilan keputusan berbagai program yang dapat dilaksanakan untuk memperkuat karakter dan *hardskill* mahasiswa pada berbagai kegiatan kemahasiwaan untuk mendukung keterserapan mahasiswa di lapangan kerja yang baik serta jiwa kemandiran dan keberanian dalam membuat keputusan sebagai wirausaha.

*Tracer**study* dilakukan 2 (dua) kali dalam setahun yakni pada setiap bulan Juli dan 6 (enam) bulan setelah lulus terhadap lulusan Program Studi D4 Manajemen Perusahaan yang lulus tahun pada TS-2 sd TS-4 yaitu lulusan tahun 2020/2021, 2021/2022 dan 2018/2019. Total sebaran data lulusan pada TS yang dimaksud disajikan pada Gambar 2.4 berikut:

Gambar 2.4 Jumlah Lulusan dan Lulusan yang Terlacak di Program Studi D4 Manajemen Perusahaan

1. Instrumen

Instrumen pelacakan lulusan di Universitas Logistik dan Bisnis Internasional menggunakan instrumen yang shahih dan andal yaitu instrumen yang disebar sudah melalui uji validitas dan reliabilitas. Selain sudah melalui pengujian, pengisian instrument sangat mudah dilakukan oleh responden yaitu responden dapat melakukan pengisian melalui website dan google form. Instrumen kuesioner yang dirancang sudah mengkombinasikan 1) seluruh pertanyaan inti tracer study DIKTI, 2) kekhasan ULBI yang mengacu kepada visi misi. Berikut instrumen berupa pertanyaan tracer study yang digunakan dalam pelacakan Alumni dapat dilihat pada link <https://drive.google.com/file/d/1oiuH15JnKUZEWPju-XVoW3BwyjnP9SjB/view?usp=sharing>

1. Penilaian

Proses penilaian hasil pelacakan lulusan dan kepuasan pengguna dilakukan oleh CDC dan dibantu oleh Prodi. Penilaian lulusan terhadap penyelenggaraan dan mutu layanan di Program Studi D4 Manajemen Perusahaan dilihat dari beberapa indicator yaitu layanan administrasi, pembelajaran, fasilitas proses belajar mengajar, pengalaman belajar. Sedangkan penilaian terkait persepsi penggunan terhadap kepuasan pengguna lulusan dapat dilihat dari beberapa indicator utama yaitu integritas, profesionalisme, penguasaan Bahasa, penguasaan teknologi informasi, komunikasi, kerja sama tim dan pengembangan diri.

Data alumni beserta respon alumni terhadap daftar pertanyaan tracer study dihimpun seluruhnya oleh CDC. Hasilnya disajikan dalam bentuk tabel excel untuk memudahkan UPPS menelusuri sumber data untuk digunakan sesuai kebutuhan UPPS dan Prodi serta sajian data dalam bentuk analisis statistik deskriptif yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan bagi UPPS dan Prodi guna peningkatan mutu proses pembelajaran dan membangun kerjasama dengan dunia usaha dunia industri.

Respon dari UPPS dan Prodi akan menjadi umpan balik bagi pengembangan sistem tracer karena kegiatan tracer juga memperoleh sejumlah catatan penting untuk pengembangan sistem ke depan yang lebih mudah diakses oleh alumni, lebih sederhana, dan lebih fokus pada tujuan.

1. Evaluasi

Dari hasil tracer study menghasilkan masukan, saran dan kritik dari alumni serta hasil kepuasan pengguna dari pihak instansi/industri/perusahaan seperti : peninjauan dan pengembangan kurikulum, peningkatan kualitas pembelajaran, penambahan sarana dan prasarana dan sumber pembelajaran, peningkatan *soft skill* mahasiswa.

1. Pemanfaatan Hasil Studi

Hasil pelacakan lulusan memberikan informasi dan pemahaman baru terkait dengan upaya perbaikan dan pengembangan bagi institusi. Berikut manfaat dari pelacakan lulusan yaitu :

1. Terbentuknya basis data baru alumni karena adanya pembaharuan data dan terjalinnya komunitas alumni yang lebih solid yang dilanjutkan dengan berbagai aktualitasi kegiatan yang produktif berupa berbagi informasi peningkatan kapasitas sumber daya manusia
2. Dapat berbagi informasi seperti peluang pekerjaan bagi lulusan baru, membuka jejaring berbagi peluang bisnis
3. Adanya umpan balik dari alumni sebagai masukan untuk memperbaiki dan pengembangan kurikulum yang dibutuhkan industri. Informasi yang diperoleh dari hasil pelacakan disampaikan kepada pengambil keputusan pada tingkat Universitas dan program studi untuk ditindaklanjuti dalam program kerja berikutnya.

### **Waktu Tunggu Lulusan**

Berikut adalah tabel yang menjelaskan waktu tunggu lulusan pada saat memperoleh pekerjaan pertama dari TS-4 :

Tabel 2.2 Waktu Tunggu Lulusan

| **No.** | **Tahun lulus** | **Jumlah lulusan** | **Jumlah lulusan yang Terlacak** | **Jumlah lulusan dengan waktu tunggu mendapatkan pekerjaan** | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **WT < 6 bulan** | **6 ≤ WT ≤ 18 bulan** | **WT > 18 bulan** |
| **1** | **1** | **2** | **3** | **5** | **6** | **7** |
| 1 | TS-4 | 72 | 41 | 24 | 17 | 0 |
| 2 | TS-3 | 66 | 41 | 16 | 25 | 0 |
| 3 | TS-2 | 84 | 59 | 41 | 18 | 0 |
|  | | **NL= 222** | **NJ= 141** | **WT1= 81** | **WT2= 60** | **WT3= 0** |

Keterangan:

NL = Jumlah lulusan prodi dalam 3 tahun (TS-4 s.d TS-2).

NJ = Jumlah lulusan prodi dalam 3 tahun (TS-4 s.d. TS-2) yang terlacak.

WT1 = Jumlah lulusan terlacak dengan waktu tunggu kurang dari 6 bulan.

WT2 = Jumlah lulusan terlacak dengan waktu lebih atau sama dengan 6 bulan dan kurang atau sama dengan 18 bulan

WT3 = Jumlah lulusan terlacak dengan waktu tunggu lebih dari 18 bulan.

Dalam hal memiliki usaha sendiri, maka waktu tunggu dihitung sejak ijin usaha diperoleh.

Berdasarkan Tabel 4.1 yang diperoleh dari hasil pelacakan lulusan yaitu pengumpulan data melalui *gform* yang disebar melalui *broadcast* email dan *chatting* serta data dari ikatan alumni Program Studi D4 Manajemen Perusahaan dapat diketahui bahwa sebagian waktu tunggu lulusan mendapatkan pekerjaan kurang dari 6 bulan sebesar 57,45% dimana didalamnya terdapat waktu tunggu lulusan sebelum lulus kuliah sebesar 7,09%, waktu tunggu lulusan kurang dari 3 bulan sebesar 36,88% dan waktu tunggu lulusan antara 3 sampai 6 bulan sebesar 13,48% yang artinya lulusan Prodi D4 Manajemen Perusahaan sudah banyak yang bekerja setelah lulus kuliah tanpa membutuhkan waktu tunggu yang lama langsung diserap oleh industri dan waktu tunggu lulusan antara 6 – 18 bulan sebesar 42,55%. Hasil tracer menunjukan bahwa tidak ada lulusan yang tidak bekerja setelah lulus lebih dari 18 bulan. Adapun distribusi lulusan terlacak menurut waktu tunggu yang disajikan pada gambar berikut :

Gambar 2.5 Proporsi Jumlah Lulusan Menurut Waktu Tunggu Memperoleh Pekerjaan

### **Kesesuaian Bidang Kerja**

Berikut adalah tabel yang menjelaskan tingkat kesesuaian bidang kerja :

Tabel 2.3 Kesesuaian Bidang Kerja

| **No.** | **Tahun lulus** | **Jumlah lulusan** | **Jumlah lulusan yang Terlacak** | **Jumlah lulusan terlacak dengan Tingkat Kesesuaian Bidang Kerja** | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rendah 1)** | **Sedang 2)** | **Tinggi 3)** |
| **1** | **1** | **2** | **3** | **5** | **6** | **7** |
| 1 | TS-4 | 72 | 41 | 6 | 11 | 24 |
| 2 | TS-3 | 66 | 41 | 11 | 17 | 13 |
| 3 | TS-2 | 84 | 59 | 8 | 23 | 28 |
|  | | **NL= 222** | **NJ= 141** | **BS1= 25** | **BS2= 51** | **BS3= 65** |

Keterangan:

1. Jenis pekerjaan/posisi jabatan dalam pekerjaan tidak sesuai atau kurang sesuai dengan profil lulusan yang direncanakan dalam dokumen kurikulum.
2. Jenis pekerjaan/posisi jabatan dalam pekerjaan cukup sesuai dengan profil lulusan yang direncanakan dalam dokumen kurikulum.
3. Jenis pekerjaan/posisi jabatan dalam pekerjaan sesuai atau sangat sesuai dengan profil lulusan yang direncanakan dalam dokumen kurikulum.

NL = Jumlah lulusan prodi dalam 3 tahun (TS-4 s.d TS-2).

NJ = Jumlah lulusan prodi dalam 3 tahun (TS-4 s.d. TS-2) yang terlacak.

BS1 = Jumlah lulusan terlacak dengan kesesuaian bidang kerja rendah.

BS2 = Jumlah lulusan terlacak dengan kesesuaian bidang kerja sedang.

BS3 = Jumlah lulusan terlacak dengan kesesuaian bidang kerja tinggi.

Tabel 2.3 mengindikasikan bahwa lulusan terlacak dengan sebagian besar memiliki kesesuaian bidang kerja yang tinggi dengan prodi. Hal ini merupakan input positif bagi upaya pengembangan prodi untuk selalu menampilkan keunggulannya dalam proses pembelajaran sehingga lulusan tidak hanya sekedar terserap di dunia kerja. Proporsi seluruh lulusan terlacak terkait dengan kesesuaian bidang kerja disajikan pada gambar berikut :

Gambar 2.6 Proporsi Jumlah Lulusan Terlacak Menurut Kesesuaian Bidang Kerja

Dari Gambar 2.6 dapat diketahui bahwa prosentase tingkat kesesuaian bidang kerja dengan penilaian tinggi sebesar 46,10 %, penilaian sedang sebesar 36,17 % dan penilaian rendah sebesar 17,73 %, yang artinya sebagian besar lulusan telah bekerja sesuai dengan bidang keahliannya baik di lembaga pemerintahan, lembaga non pemerintah, pendidikan, industri maupun kewirausahaan.

### **Kepuasan Pengguna**

Berdasarkan hasil pelacakan lulusan yang diperoleh dari pengumpulan data melalui gform yang disebar melalui broadcast email dan chatting serta data dari ikatan alumni Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Perusahaan, diperoleh data responden pengguna lulusan yang terlacak sebanyak 47,3% dari jumlah lulusan pada TS-4 sampai TS-2. Berikut adalah tabel yang menjelaskan data responden pengguna lulusan :

Gambar 2.7 Responden Penggunaan Lulusan

| **No.** | **Tahun lulus** | **Jumlah lulusan** | **Jumlah Responden Pengguna Lulusan** | **Jumlah lulusan yang dinilai oleh Pengguna** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **1** | **2** | **3** | **5** |
| 1 | TS-4 | 72 | 35 | 35 |
| 2 | TS-3 | 66 | 31 | 31 |
| 3 | TS-2 | 84 | 39 | 39 |
|  | | **NL= 222** | **NR= 105** | **NJ= 105** |

Keterangan:

NL = Jumlah lulusan prodi dalam 3 tahun (TS-4 s.d TS-2).

NR = Jumlah responden pengguna lulusan yang memberikan tanggapan atas studi pelacakan lulusan program studi dalam 3 tahun 3 tahun (TS-4 s.d TS-2).

NJ = Jumlah lulusan prodi dalam 3 tahun (TS-4 s.d. TS-2) yang dinilai oleh pengguna.

Berdasarkan hasil pelacakan lulusan yang diperoleh dari pengumpulan data melalui *gform* yang disebar melalui *broadcast* email dan chatting serta data dari ikatan alumni Program Studi Sarjana Manajemen Perusahaan diketahui bahwa sebagian besar lulusan, pengguna lulusan dalam hal ini baik instusi pemerintah maupun swasta sudah puas dengan kompetensi yang dimiliki alumni baik *hard skill* maupun *soft skill*. Berikut adalah tabel yang menjelaskan tingkat kepuasan pengguna lulusan:

Tabel 2.4 Tingkat Kepuasan Pengguna

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Jenis Kemampuan** | **Tingkat Kepuasan Pengguna (%)** | | | | **Rencana Tindak Lanjut oleh UPPS/PS** |
| **Sangat Baik** | **Baik** | **Cukup** | **Kurang** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** |
| 1 | Etika | 66,67 | 33,33 |  |  | Menerapkan integritas moral dan etika melalui kegiatan *soft skill* |
| 2 | Keahlian pada bidang ilmu (kompetensi utama) | 35,24 | 64,76 |  |  | Menambah matakuliah inti prodi |
| 3 | Kemampuan berbahasa asing | 13,33 | 58,10 | 26,67 | 1,90 | Seluruh mahasiswa harus lulus TOEIC |
| 4 | Penggunaan teknologi informasi | 36,19 | 55,24 | 8,57 |  | Seluruh mahasiswa harus lulus dan mendapatkan sertifikat |
| 5 | Kemampuan berkomunikasi | 41,90 | 52,38 | 5,71 |  | Memberikan pelatihan public speaking |
| 6 | Kerjasama tim | 52,38 | 42,86 | 4,76 |  | Meningkatkan keikutsertaan mahasiswa dalam kelompok penelitian |
| 7 | Pengembangan diri | 50,48 | 47,62 | 1,90 |  | Merekomendasikan untuk melanjutkan kuliah S2 |
| **Jumlah** | | **a=296,19** | **b=354,29** | **c=47,62** | **d=1,90** |  |

Berdasarkan Tabel 2.4 hasil pelacakan alumni mengenai kepuasan pengguna dalam hal ini yaitu industri yang memberi penilaian kepada alumni berdasarkan dari 7 (tujuh) indikator penilaian yaitu etika, keahlian pada bidang ilmu, kemampuan berbahasa asing, penggunaan teknologi informasi, kemampuan berkomunikas, kerjasama dan pengembangan diri.

Hasil pelacakan alumni dilapangan mengenai etika alumni memperoleh hasil 66,67% menilai sangat baik dan 33,33% menilai baik hal ini menunjukan bahwa secara etika alumni Program Studi D4 Manajemen Perusahaan memiliki etika yang sangan baik, dapat dilihat dari kesopan santunan sikap, perbuatan, perkataan, loyal terhadap atasan, menghargai dengan sejawat dan mengayomi kepada bawahan.

Untuk Indikator Keahlian bidang ilmu alumni sebanyak 35,24% sangat baik dalam penguasaan kompetensi dan 64,76% sudah baik artinya bila dilihat dari kompetensi utama atau keahlian yang dimiliki semua yang telah didapatkan selama kuliah mereka dapat memahami dan mempraktekan di lapangan, kemampuan yang diberikan sesuai dengan *Learning Outcome* lulusan Program Studi D4 Manajemen Perusahaan yaitu *Enterpreneur, Selling Promo, Service Operation, Creatorang Development of Businnes,* dan alumni dibekali dengan sertifikasi dari BNSP berupa sertifikat *Service Operation* atau *Selling Operation.*

Kemampuan berbahasa asing merupakan salah satu kompetensi yang prodi berikan kepada mahasiswa dapat ditunjukan setiap semester mahasiswa diberikan matakuliah Bahasa Inggris dari dasar hingga untuk persiapan toefl, yang nantinya mahasiswa pada saat di semester akhir diharuskan mengikuti tes TOEFL/TOEIC dengan skor yang sudah ditentukan dan dijadikan salah satu syarat untuk mahasiswa mengikuti sidang Tugas Akhir.

Tidak hanya itu kemampuan dalam menggunakan teknologi pula dibekali kepada mahasiswa dengan adanya matakuliah SAP yang terdiri dari dua yaitu SAP *Sales Order* dan SAP *Over View* dimana bagi mahasiswa yang menempuh mata kuliah ini dan lulus dalam ujian mendapat sertifikat. Hal ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan kemampuan yang berkitan dengan pemanfaatan teknologi sesuai dengan kebutuhan industri terutama pada bidang logistik dan secara keseluruhan kemampuan mahasiswa dalam penguasaan ini sudah baik. Selain kompetensi yang bersifat *hard skill,* mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Perusahaan dituntut harus memiliki *soft skill* dan upaya yang sudah dilakukan untuk mencapainya dengan diadakannya kegiatan LKMM. Adapun tujuannya agar mahasiswa memiliki kemampuan untuk bekerja sama, berkomunikasi dan pengembangan diri, secara keseluruhan untuk kemampuan ini mahasiswa sudah sangat baik.

Adapun gambaran rata-rata penilaian pengguna terhadap lulusan yang terlacak dapat disajikan pada gambar berikut :

Gambar 2.8 Rata-Rata Penilaian Pengguna Lulusan

Dari Gambar 2.8 dapat dilihat respon pengguna terhadap lulusan dengan penilaian sangat baik sebanyak 42,31%, penilaian baik sebanyak 50,61%, penilaian cukup sebesar 6,8% dan penilaian kurang sebanyak 0,27%.

# Bab III Landasan Perancangan dan Pengembangan Kurikulum

Penyusunan kurikulum hendaknya dilandasi dengan fondasi yang kuat, baik secara filosofis, sosiologis, psikologis, historis, maupun secara yuridis. Landasan filosofis, memberikan pedoman secara filosofis pada tahap perancangan, pelaksanaan, dan peningkatan kualitas pendidikan (Ornstein & Hunkins, 2014), bagaimana pengetahuan dikaji dan dipelajari agar mahasiswa memahami hakikat hidup dan memiliki kemampuan yang mampu meningkatkan kualitas hidupnya baik secara individu, maupun di masyarakat (Zais, 1976).

**Landasan sosiologis**, memberikan landasan bagi pengembangan kurikulum sebagai perangkat pendidikan yang terdiri dari tujuan, materi, kegiatan belajar dan lingkungan belajar yang positif bagi perolehan pengalaman pembelajar yang relevan dengan perkembangan personal dan sosial pembelajar (Ornstein & Hunkins, 2014, p. 128). Kurikulum harus mampu mewariskan kebudayaan dari satu generasi ke generasi berikutnya di tengah terpaan pengaruh globalisasi yang terus mengikis eksistensi kebudayaan lokal. Berkaitan dengan hal ini Ascher dan Heffron (2010) menyatakan bahwa kita perlu memahami pada kondisi seperti apa justru globalisasi memiliki dampak negatif terhadap praktik kebudayaan serta keyakinan seseorang sehingga melemahkan harkat dan martabat manusia? Lebih jauh disampaikan pula oleh mereka bahwa kita perlu mengenali aspek kebudayaan lokal untuk membentengi diri dari pengaruh globalisasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Plafreyman (2007) yang menyatakan bahwa masalah kebudayaan menjadi topik hangat di kalangan civitas academica di berbagai negara dimana perguruan tinggi diharapkan mampu meramu antara kepentingan memajukan proses pembelajaran yang berorientasi kepada kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan unsur keragaman budaya peserta didik yang dapat menghasilkan capaian pembelajaran dengan kemampuan memahami keragaman budaya di tengah masyarakat, sehingga menghasilkan jiwa toleransi serta saling pengertian terhadap hadirnya suatu keragaman. Kurikulum harus mampu melepaskan pembelajar dari kungkungan tembok pembatas budayanya sendiri (*capsulation*) yang kaku, dan tidak menyadari kelemahan budayanya sendiri.

Dalam konteks kekinian peserta didik diharapkan mampu memiliki kelincahan budaya (*cultural agility*) yang dianggap sebagai mega kompetensi yang wajib dimiliki oleh calon profesional di abad ke-21 ini dengan penguasaan minimal tiga kompetensi yaitu, minimisasi budaya (*cultural minimization*, yaitu kemampuan kontrol diri dan menyesuaikan dengan standar, dalam kondisi bekerja pada tataran internasional) adaptasi budaya (cultural adaptation), serta integrasi budaya (cultural integration) (Caliguri, 2012)2. Konsep ini kiranya sejalan dengan pemikiran Ki Hadjar Dewantoro dalam konsep “Tri-Kon” yang dikemukakan di atas.

**Landasan psikologis**, memberikan landasan bagi pengembangan kurikulum, sehingga kurikulum mampu mendorong secara terus-menerus keingintahuan mahasiswa dan dapat memotivasi belajar sepanjang hayat; kurikulum yang dapat memfasilitasi mahasiswa belajar sehingga mampu menyadari peran dan fungsinya dalam lingkungannya; kurikulum yang dapat menyebabkan mahasiswa berpikir kritis, dan berpikir tingkat dan melakukan penalaran tingkat tinggi (higher order thinking); kurikulum yang mampu mengoptimalkan pengembangan potensi mahasiswa menjadi manusia yang diinginkan (Zais, 1976, p. 200); kurikulum yang mampu memfasilitasi mahasiswa belajar menjadi manusia yang paripurna, yakni manusia yang bebas, bertanggung jawab, percaya diri, bermoral atau berakhlak mulia, mampu berkolaborasi, toleran, dan menjadi manusia yang terdidik penuh determinasi kontribusi untuk tercapainya cita-cita dalam pembukaan UUD 1945.

**Landasan historis**, kurikulum yang mampu memfasilitasi mahasiswa belajar sesuai dengan zamannya; kurikulum yang mampu mewariskan nilai budaya dan sejarah keemasan bangsa-bangsa masa lalu, dan mentransformasikan dalam era di mana dia sedang belajar; kurikulum yang mampu mempersiapkan mahasiswa agar dapat hidup lebih baik di abad 21, memiliki peran aktif di era industri 4.0, serta mampu membaca tanda-tanda perkembangannya.

**Landasan yuridis**, adalah landasan hukum yang menjadi dasar atau rujukan pada tahapan perancangan, pengembangan, pelaksanaan, dan evaluasi, serta sistem penjaminan mutu perguruan tinggi yang akan menjamin pelaksanaan kurikulum dan tercapainya tujuan kurikulum. Berikut adalah beberapa landasan hukum yang perlu diacu dalam penyusunan dan pelaksanaan kurikulum:

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 157, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4586);
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);
3. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012, tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI);
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2013, tentang Penerapan KKNI Bidang Perguruan Tinggi;
5. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2016 tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
6. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 59 tahun 2018, tentang Ijazah, Sertifikat Kompetensi, Sertifikat Profesi, Gelar dan Tata Cara Penulisan Gelar di Perguruan Tinggi;
7. Keputusan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi No. 123 Tahun 2019 tentang Magang dan Pengakuan Satuan Kredit Semester Magang Industri untuk Program Sarjana dan Sarjana Terapan.
8. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 3 tahun 2020, tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
9. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 5 tahun 2020, tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi
10. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 7 Tahun 2020 tentang Pendirian Perubahan, Pembubaran Perguruan Tinggi Negeri, dan Pendirian, Perubahan, Pencabutan Izin Perguruan Tinggi Swasta.
11. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 22 tahun 2020, tentang Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

UU No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi yang memuat pengertian kurikulum pendidikan tinggi pada pasal 35 ayat 1 sebagai seperangkat rencana dan pengaturan mengenai tujuan, isi, dan bahan ajar serta cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan Pendidikan Tinggi. Kurikulum yang dikembangkan prodi haruslah memenuhi standar kompetensi yang ditetapkan Menteri. Dalam Pasal 29 UU Pendidikan Tinggi dinyatakan acuan pokok dalam penetapan kompetensi lulusan Pendidikan Akademik, Pendidikan Vokasi, dan Pendidikan Profesi adalah Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI). KKNI telah diatur melalui Peraturan Presiden No. Tahun 2012. Pengembangan kurikulum juga mengacu pada Standar Nasional Pendidikan Tinggi untuk setiap Program Studi yang mencakup pengembangan kecerdasan intelektual, akhlak mulia, dan keterampilan, pada saat ini Standar Nasional Pendidikan Tinggi yang berlaku adalah Permendikbud No. 03 Tahun 2020 menggantikan Permenristekdikti No 44 tahun 2015. Alur Pengembangan Kurikulum dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut ini :

**Alur Pengembangan Kurikulum**

A diagram of a program

Description automatically generated

Sumber : *Buku Panduan Penyusunan Kurikulum MB-KM*

**Prosedur Pengesahan Kuurikulum**

A diagram with black text

Description automatically generated

Tabel 3.1 Alur Pengembangan Kurikulum

# Bab iv Rumusan Visi, Misi, Tujuan, Strategi, dan University Value

Profil Universitas Logistik dan Bisnis Internasional menjawab kebutuhan dan tantangan di sektor jasa logistik, serta berbagai perkembangan di dunia pendidikan nasional maupun global, Yayasan Pendidikan Bhakti Pos Indonesia (YPBPI) telah secara khusus menyiapkan pendirian Universitas Logistik dan Bisnis Internasional atau disingkat ULBI. Hal ini telah disahkan dalam Salinan Surat Keputusan Kemdikbudristek No.334/E/O/2022 tentang izin penggabungan POLTEKPOS dengan STIMLOG menjadi Universitas Logistik dan Bisnis Internasional. Alih status dan penggabungan Politeknik Pos Indonesia (POLTEKPOS) dan Sekolah Tinggi Ilmu Logistik (STIMLOG) yang dirintis oleh YPBPI, dimulai sejak tahun 2020. ULBI diproyeksikan menjadi Research and Entrepreneurial University pada tahun 2047. Pendirian ULBI secara khusus adalah untuk mewujudkan visi dan misi

## **Visi, (Periode 2023-2027)**

Visi jangka menengah ULBI untuk periode 2023-2027 adalah *To be A Good Governance and Excellent Teaching University in Logistic Business and Supply Chain Management* in 2027.

## **Misi, (Periode 2023-2027)**

Sedangkan Misi jangka menengah ULBI untuk periode 2023-2027 adalah sebagai berikut:

* 1. Membangun tata kelola universitas yang baik dan kuat dalam semua dimensi, baik tata kelola akademik maupun non-akademik sesuai dengan standar Akreditasi Nasional, standar pemeringkatan Universitas dunia, serta ISO 21001:2018.
  2. Menyelenggarakan pendidikan tinggi yang unggul/excellent dan mampu memperkaya student’s learning experiences, sehingga dapat menghasilkan lulusan yang kompetitif baik di level nasional maupun global.
  3. Melaksanakan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat melalui pemanfaatan Iptek untuk membantu peningkatan taraf kehidupan masyarakat.
  4. Meningkatkan kualitas dan efektivitas operasional serta layanan kampus dengan membangun digitalisasi layanan akademik, sumber daya manusia (SDM) dan keuangan serta memperkuat infrastruktur teknologi informasi.
  5. Menjaga kesinambungan kinerja finansial untuk memperkuat pembangunan berkelanjutan ULBI dengan memperkuat marketing communication (marcom) dan admisi ULBI.

## **Tujuan, (Tujuan ULBI 2023-2027)**

Tujuan jangka menengah ULBI untuk periode 2023-2027 adalah sebagai berikut:

* + - * 1. Terciptanya efektivitas dan kualitas tata kelola ULBI berlandaskan nilai-nilai dan integritas moral yang tinggi, sesuai dengan standar nasional dan internasional.
        2. Meningkatnya kualitas pengajaran (excellent teaching) dan reputasi akademik sivitas akademik ULBI.
        3. Meningkatnya kontribusi ULBI terhadap masyarakat melalui kegiatan riset dan pengabdian masyarakat, serta melalui pembangunan sumber daya manusia unggul di bidang logistik dan supply chain management.
        4. Tercapainya daya saing alumni ULBI yang kuat di kancah nasional dan global.
        5. Meningkatnya kemampuan financial sustainability dan benefit untuk seluruh stakeholder ULBI.

## **Sasaran, (Sasaran ULBI 2023-2027)**

Sasaran pembangunan strategis ULBI untuk periode 2023-2027 ditargetkan sebagai berikut:

Tercapainya tata kelola universitas yang baik dan berintegritas sesuai dengan standar internasional.

ULBI mampu memberikan jaminan kualitas penyelenggaraan akademik yang terakreditasi secara nasional.

Terbangunnya budaya kerja yang berintegritas, profesional, fair, dan transparan melalui penerapan merit system.

Terciptanya operasionalisasi dan layanan kampus yang efisien, agile, reliable, dan mampu beradaptasi dengan kebutuhan Pendidikan 4.0.

Dosen sebagai elemen inti proses tri dharma mampu memberikan layanan akademik terbaik bagi mahasiswa.

Menghasilkan lulusan yang memiliki integritas yang tinggi, serta hard skills dan soft skills yang kuat agar kompetitif di dunia kerja.

Meningkatnya kepercayaan masyarakat dan industri akan kualitas lulusan ULBI.

Meningkatnya kuantitas dan kualitas penelitian dan pengabdian pada masyarakat sebagai elemen penting dalam penyelenggaraan akademik, akreditasi, dan pemeringkatan ULBI.

Tercapainya pengelolaan dan kinerja keuangan yang sustainable untuk menjamin keberlangsungan hidup dan pengembangan jangka panjang ULBI.

Terbangunnya kompetensi lulusan yang sesuai dengan tren kebutuhan Industri 4.0, serta memperluas minat calon mahasiswa dan bidang kerja lulusan.

Meningkatnya admisi mahasiswa baru sebagai pilar utama sustaibnability ULBI, serta meningkatnya kepercayaan masyarakat dan industri pemakai lulusan.

Meningkatnya kebermanfaatan (leveraging) ULBI di tingkat internasional.

# Bab V Rumusan Standar Kompetensi Lulusan (SKL)

Berikut struktur program dan kelengkapan data mata kuliah sesuai dengan dokumen kurikulum program studi yang berlaku pada saat TS :

Tabel 5.1 Kurikulum, Capaian Pembelajaran dan Rencana Pembelajaran

| **No** | **Semes- ter** | **Kode Mata Kuliah** | **Nama Mata Kuliah** | **Mata Kuliah Kom- petensi1)** | | **Bobot Kredit (sks)** | | | | | | | **Konversi Kredit ke Jam 2)** | | | **Capaian Pembelajaran 3)** | | | | | | | | | **Dokumen Rencana Pembe- lajaran 4)** | **Unit Penyeleng-gara** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kuliah/ Responsi/ Tutorial** | | **Seminar** | | **Praktikum/ Praktik/ Praktik Lapangan** | |  | | | **Sikap** | | | **Pengeta-huan** | | **Keteram-pilan Umum** | | **Keteram-pilan Khusus** | |  | |  |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | | **6** | | **7** | | **8** | | **9** | | | **10** | | | **11** | | **12** | | **13** | | **14** | | **15** |
| 1 | 1 | PPI41021 | Pendidikan Agama (Religion) |  | | 2 | | 0 | | 0 | | 26,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 2 | 1 | PPI44141 | Pancasila (Pancasila) |  | | 2 | | 0 | | 0 | | 26,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 3 | 1 | PPI44151 | Pendidikan Kewarganegaraan (Civilization) |  | | 2 | | 0 | | 0 | | 26,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 4 | 1 | MB42021 | Praktikum Aplikasi Komputer |  | | 2 | | 0 | | 1 | | 72,0 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 5 | 1 | MB41072 | Manajemen Pemasaran |  | | 2 | | 0 | | 1 | | 72,0 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 6 | 1 | PPI43083 | Pengantar Logistik |  | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | |  | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 7 | 1 | MB43031 | Pengantar Akuntansi |  | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 8 | 1 | MB42041 | Ekonomi Managerial |  | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 9 | 1 | PPI42171 | Bahasa inggris I (General English and English for Presentation) |  | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | |  | | V | |  | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 10 | 1 | MB41082 | Pengantar Bisnis | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 11 | 2 | PPI43182 | Basis Data |  | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 12 | 2 | MB42061 | Etika Bisnis | V | | 2 | | 0 | | 0 | | 26,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 13 | 2 | MB41102 | Komunikasi Bisnis dan Presentation Skill | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 14 | 2 | MB41051 | Kreativitas dan Inovasi | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 15 | 2 | MB42011 | Matematika Bisnis |  | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 16 | 2 | MB41143 | Pemasaran Jasa | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | |  | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 17 | 2 | MB41153 | Manajemen Saluran Pemasaran | V | | 3 | | 0 | | 0 | | 40,0 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 18 | 2 | PPI44161 | Hukum Bisnis | V | | 2 | | 0 | | 0 | | 26,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 19 | 2 | MB41122 | Proyek 1: Gagasan Inovasi Tertulis (GIT) | V | | 0 | | 0 | | 4 | | 181,3 | | | V | | | V | |  | |  | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 20 | 3 | PPI44196 | Bahasa Inggris II (English Conversation) |  | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 21 | 3 | MB41194 | Negotiation Skill | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 22 | 3 | MB41163 | Strategi Pemasaran | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 23 | 3 | MB41286 | Brand Management | V | | 2 | | 0 | | 0 | | 26,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 24 | 3 | MB42112 | Manajemen Keuangan | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 25 | 4 | MB41173 | Perilaku Konsumen | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | |  | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 26 | 4 | MB41245 | Proyek 2: Bisnis Plan | V | | 0 | | 0 | | 4 | | 181,3 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 27 | 4 | PPI42104 | SAP Fundamental |  | | 2 | | 0 | | 1 | | 72,0 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 28 | 4 | MB41347 | Strategi Bisnis | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 29 | 4 | MB41204 | Selling Skill | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 30 | 4 | MB41214 | Closing The Sales Technique | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 31 | 4 | MB41224 | Customer Relationship Management | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 32 | 4 | PPI42094 | Suppy Chain Management |  | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 33 | 5 | PPI42124 | E-Commerce | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 34 | 5 | PPI44116 | SAP Sales Order |  | | 2 | | 0 | | 1 | | 72,0 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 35 | 6 | PPI44196 | Bahasa Inggris- III (Correspondence and English for Special Purpose) |  | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 36 | 6 | MB41256 | Management Event | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 37 | 6 | MB41266 | Creative Advertising | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 38 | 6 | MB41276 | Integrated Marketing Communication | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 39 | 6 | MB41133 | Customer Sevice | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 40 | 6 | MB41183 | Eksport Import | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 41 | 6 | MB42307 | Metodologi Penelitian | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 42 | 7 | MB42317 | Statistika Bisnis | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 43 | 7 | PPI41037 | Bahasa Indonesia: Report Writing / tata tulis laporan | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 44 | 7 | PPI42137 | Bahasa Inggris IV (Academic Writing + TOEIC Preparation) | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | PT |
| 45 | 7 | MB42337 | Leadership | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 46 | 7 | MB42092 | Kewirausahaan | V | | 1 | | 0 | | 1 | | 58,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 47 | 7 | M4P743K3 | Manajemen Operasi | V | | 3 | | 0 | | 0 | | 40,0 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 48 | 7 | MB43387 | Kapita Selekta | V | | 2 | | 0 | | 0 | | 26,7 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 49 | 8 | MB41235 | Internship 1 | V | | 0 | | 0 | | 12 | | 544,0 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 50 | 8 | MB41296 | Proyek 3 : Marketing Plan (MP) | V | | 0 | | 0 | | 4 | | 181,3 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 51 | 8 | MB41358 | Internship 2 | V | | 0 | | 0 | | 12 | | 544,0 | | | V | | | V | |  | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 52 | 8 | MB41327 | Seminar Proposal | V | | 0 | | 0 | | 4 | | 181,3 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| 53 | 8 | MB41368 | Tugas Akhir | V | | 0 | | 0 | | 6 | | 272,0 | | | V | | | V | | V | | V | | [bit.ly/RPS\_D4MP](https://drive.google.com/drive/folders/1rQzvGw4Z3oBYpb4xrToMUGHRmDRYgV-_?usp=sharing) | | Prodi |
| **Jumlah** | | | |  | **61** | | **0** | | **83** | | **4576,0** | | |  | | |  | |  | |  | |  | | |  |

Keterangan:

1. Diisi dengan tanda centang V jika mata kuliah termasuk dalam mata kuliah kompetensi program studi.
2. Diisi dengan konversi kredit ke jam pelaksanaan pembelajaran.
3. Diisi dengan tanda centang V pada kolom unsur pembentuk Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) sesuai dengan RPS.
4. Diisi dengan nama dokumen rencana pembelajaran yang digunakan.
   1. **Capaian Pembelajaran Sesuai dengan SN DIKTI**

Tabel 5.2 Capaian Pembelajaran Sesuai dengan SN DIKTI

|  |  |
| --- | --- |
| **NO** | **RUMUSAN CAPAIAN PEMBELAJARAN** |
| **SIKAP** |
| 1 | Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius; |
| 2 | Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika; |
| 3 | Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila; |
| 4 | Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa; |
| 5 | Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain; |
| 6 | Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan; |
| 7 | Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara; |
| 8 | Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik; |
| 9 | Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri; |
| 10 | Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan. |
| 11 | Menunjukkan sikap adaptif, fleksibel, dan mampu bekerja sama dalam memecahkan permasalahan di bidang bisnis khususnya marketing. |
| **NO** | **KETRAMPILAN UMUM** |
| 1 | Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, kreatif, inovatif, bermutu, dan terukur dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang bisnis, khususnya marketing serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan. |
| 2 | Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur. |
| 3 | Mampu mengkaji kasus penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora untuk pengembangan bisnis dalam rangka menghasilkan prototype, desain, menyusun hasil kajiannya dalam bentuk kertas kerja, dan spesifikasi desain. |
| 4 | Mampu mengambil keputusan secara tepat berdasarkan prosedur baku, spesifikasi desain, persyaratan keselamatan dan keamanan kerja dalam melakukan supervisi dan evaluasi pada pekerjaannya. |
| 5 | Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja sama dan hasil kerja sama didalam maupun di luar lembaganya. |
| 6 | Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya. |
| 7 | Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri. |
| 8 | Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi. |
| 9 | Mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan kerja dengan tekanan pekerjaan yang bervariasi yang dilandasi pada sikap mental kerja keras, kerja cerdas, dan kerja profesional. |
| 10 | Mampu berkomunikasi dalam bahasa inggris secara lisan dan tulisan untuk kebutuhan pengembangan diri pada bidang pekerjaan *Customer Service,*Penjualan, dan Periklanan. |
| **NO** | **KETERAMPILAN KHUSUS** |
| 1 | Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan |
| 2 | Melaksanakan komunikasi efektif |
| 3 | Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*) |
| 4 | Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial |
| 5 | Melaksanakan keterampilan penjualan |
| 6 | Menyusun rencana aktifitas penjualan |
| 7 | Merencanakan Riset terhadap sebuah Merek |
| 8 | Mengolah data Riset |
| 9 | Melaksanakan Event (bagian dari komunikasi merek) |
| 10 | Mengelola dan mengevaluasi kegiatan bisnis *e-commerce* |
| 11 | Menjelaskan produk/jasa perusahaan |
| 12 | Mendokumentasikan data keluhan pelanggan |
| 13 | Membuat laporan profil dan keluhan pelanggan |
| 14 | Mewujudkan kepuasan pelanggan |
| 15 | Menangani keluhan pelanggan |
| 16 | Menyusun perencanaan dan pelaksanaan kegiatan promosi |
| 17 | Melakukan Hubungan Kerja Harian dengan Klien |
| 18 | Mengidentifikasi Kebutuhan Periklanan Klien |
| 19 | Mengajukan Persetujuan Klien |
| 20 | Melakukan Penyusunan Laporan Pertemuan |
| **NO** | **PENGETAHUAN** |
| 1 | Menguasai teori dan terapan manajemen pemasaran untuk pemecahan masalah |
| 2 | Menguasai teori, metode STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) |
| 3 | Menguasai pengetahuan konsep, teori dan terapan *Personal Selling* |
| 4 | Menguasai prinsip-prinsip manajemen periklanan, promosi penjualan dan *marketing public relation* |
| 5 | Menguasai konsep perilaku konsumen |
| 6 | Menguasai konsep dasar dan terapan *business and sales older* |
| 7 | Menguasai konsep terapan *e-marketing* |
| 8 | Menguasai konsep dasar dan terapan basis data |
| 9 | Menguasai konsep dasar dan terapan manajemen pelayanan pelanggan |
| 10 | Menguasai konsep dasar dan terapan manajemen pemasaran jasa |
| 11 | Menguasai konsep dasar dan terapan manajemen penjualan |
| 12 | Menguasai konsep dasar dan terapan komunikasi pemasaran terpadu (*Integrated Marketing Communication*) |
| 13 | Menguasai konsep dasar statistika terapan |
| 14 | Menguasai konsep dasar Manajemen Merek |
| 15 | Menguasai konsep dasar Sistem Informasi Pemasaran |
| 16 | Menguasai konsep dasar dan terapan manajemen event |
| 17 | Menguasai aplikasi komputer |
| 18 | Menguasai konsep dasar dan terapan Kepemimpinan |
| 19 | Menguasai konsep pengambilan keputusan bisnis |
| 20 | Menguasai konsep dasar *customer relationship management* |
| 21 | Menguasai konsep dan prinsip-prinsip penyusunan dan pengelolaan keuangan dasar (jurnal, laporan rugi laba dan neraca), serta menguasai dasar *customer relationship management*. |
| 22 | Menguasai prinsip-prinsip dasar komunikasi verbal dan nonverbal dan menguasai dasar-dasar pengambilan keputusan |
| 23 | Menguasai prinsip kepemimpinan dan kewirausahaan |
| 24 | Menguasai konsep tentang metode penelitian yang mencakup studi kasus, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif; |
| 25 | Menguasai minimal satu metode penelitian (studi kasus, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif) |
| 26 | Menguasai etika bisnis dan nilai-nilai kemanusiaan *(humanity values)*; |
| 27 | Menguasai prinsip dan teknik komunikasi persuasif dalam organisasi bisnis; |
| 28 | Menguasai prinsip-prinsip Manajemen Keuangan |
| 29 | Menguasai teori dasar Ekonomi & manajemen |
| 30 | Menguasai teori dan terapan matematika bisnis untuk pemecahan masalah |

* 1. **Capaian Pembelajaran dengan Profile Prodi**

Tabel 5.3 Capaian Pembelajaran dengan Profil Prodi

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **CAPAIAN PEMBELAJARAN** | **PROFILE LULUSAN** | | | | |
| **SELLING** | **CUSTOMER SERVICE** | **BUSINESS CREATOR (Creation Business Consultants)** | **ENTREPRENEUR** |
| 1 | Mampu mengaplikasikan elemen strategi pemasaran perusahaan dengan pendekatan *Segmenting, Targeting, Positioning* dalam menyelesaikan permasalahan pemasaran perusahaan serta mampu beradaptasi terhadap lingkungan pemasaran perusahaan | √ | √ | √ | √ |
| 2 | Mampu mengaplikasikan elemen taktik pemasaran perusahaan dengan pendekatan bauran pemasaran *(marketing mix)* dan proses penjualan (*selling*) untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, pola promosi dan distribusi yang tepat. | √ | √ | √ | √ |
| 3 | Mampu mengaplikasikan elemen *value* pemasaran perusahaan dengan menerapkan differensiasi merek dan layanan untuk menghasilkan produk dan pelayanan yang memiliki keunggulan bersaing. | √ | √ | √ | √ |
| 4 | Mampu melakukan pengambilan keputusan bidang penjualan berdasarkan analisis informasi dan data, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi yang sesuai dengan konsep pemasaran perusahaan secara mandiri maupun kelompok | √ | √ | √ | √ |
| 5 | Mampu mengaplikasikan model komunikasi pelanggan dengan metode *Seven C’s Effective Communication* yang hasilnya ditunjukkan oleh kesamaan persepsi tentang produk/layanan perusahaan. | √ | √ | √ | √ |
| 6 | Mampu meaplikasikan komunikasi langsung menggunakan bahasa verbal dan non verbal sehingga konsumen akan memiliki kesadaran terhadap merek, sikap merek, dan maksud pembelian merek. | √ | √ | √ | √ |
| 7 | Mampu mengaplikasikan metoda penulisan bisnis dengan menggunakan model *5 Giant Steps* sehingga menghasilakan tulisan bisnis yang "menjual" | √ | √ | √ | √ |
| 8 | Mampu mengaplikasikan pesan bisnis dengan metode AIDA (*Attention, Interst, Desire, Action*) dengan hasil kenginan untuk bertransaksi. | √ | √ | √ | √ |
| 9 | Mampu mengambil keputusan yang tepat dengan menggunakan data dan Sistem Informasi Pemasaran serta mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif calon pelanggan potensial, baik dilakukan secara mandiri maupun tim sehingga menghasilkan daftar prospek potensial | √ | √ | √ | √ |
| 10 | Mampu mengaplikasikan proses selling dalam berinteraksi dengan calon pelanggan potensial sehingga diperoleh kesepakatan dengan pelanggan | √ | √ | √ | √ |
| 11 | Mampu menguasai konsep *effective communication* sehingga dapat melakukan percakapan yang efektif dengan calon pelanggan potensial dan menghasilkan *customer relationship* | √ | √ | √ | √ |
| 12 | Mampu menguasai konsep *need analysis* calon pelanggan potensial dengan teknik *questioning* yang menghasilkan data kebutuhan pelanggan. | √ | √ | √ | √ |
| 13 | Mampu menguasai teknik presentasi penjualan dengan metode AIDA yang menghasilkan transaksi penjualan. | √ | √ | √ | √ |
| 14 | Mampu mengaplikasikan teknik *handling customer* dengan pendekatan *handling complain* yang menghasilkan keyakinan untuk membeli produk. | √ | √ | √ | √ |
| 15 | Mampu mengaplikasikan teknik negosiasi penjualan sehingga menghasilkan transaksi penjualan. | √ | √ | √ | √ |
| 16 | Mampu mengaplikasikan teknik *closing the sales* dengan pendekatan *Yes Clossing* yang menghasilkan penjualan | √ | √ | √ | √ |
| 17 | Mampu mengaplikasikan pengelolaan waktu dengan metode manajemen waktu yang menghasilkan efektifitas penjualan. | √ | √ | √ | √ |
| 18 | Mampu mengaplikasikan pengelolaan teritori dengan pendekatan karakteristik wilayah yang menghasilkan wilayah penjualan. | √ | √ | √ | √ |
| 19 | Mampu mengaplikasikan konsep riset pasar dengan pendekatan eksploratori sehingga menghasilkan tujuan dan metode riset yang jelas. | √ | √ | √ | √ |
| 20 | Mampu mengaplikasikan instrumen riset pasar dengan pendekatan kuesioner yang menghasilkan daftar pertanyaan riset. | √ | √ | √ | √ |
| 21 | Mampu menganalisa dan memperkirakan permintaan pasar dengan metode *forecasting* yang menghasilkan data permintaan pasar. | √ | √ | √ | √ |
| 22 | Mampu mengambil keputusan berdasarkan data riset pasar dengan menggunakan aplikasi microsoft excel sehingga menghasilkan data yang mendukung proses keputusan | √ | √ | √ | √ |
| 23 | Mampu menganalisa data riset pasar dengan aplikasi statistik yang menghasilkan hasil analisis data. | √ | √ | √ | √ |
| 24 | Mampu merancang event dengan metode manajemen event dengan hasil even yang kreatif. | √ | √ | √ | √ |
| 25 | Mampu mengatur acara pada event dengan pendekatan persuasif yang menghasilkan event yang berjalan dengan baik. | √ | √ | √ | √ |
| 26 | Mampu mengevaluasi penyelenggaraan event dengan metode evaluasi dengan hasil efektivitas event | √ | √ | √ | √ |
| 27 | Mampu membuat konten dengan metode atraktif yang menghasilkan konten yang menarik. | √ | √ | √ | √ |
| 28 | Mampu merancang iklan dengan metode 5M (*mission*, *massage, money, media, measurement*) dengan hasil iklan yang efektif. | √ | √ | √ | √ |
| 29 | Mampu mengelola data pelanggan dengan menggunakan metode CRM (*Customer Relationship Management*) yang menghasilkan loyalitas pelanggan. | √ | √ | √ | √ |
| 30 | Mampu menganalisis varian dan keunggulan masing-masing produk dengan pendekatan product knowledge yang menghasilkan pemahaman tentang produk. | √ | √ | √ | √ |
| 31 | Mampu mendemonstrasikan unjuk kerja produk dengan metode presentasi yang menghasilkan minat untuk membeli produk. | √ | √ | √ | √ |
| 32 | Mampu menganalisis data keluhan pelanggan melalui penyebaran kuesioner yang hasilnya dapat dipakai untuk pengambilan keputusan | √ | √ | √ | √ |
| 33 | Mampu mengaplikasikan data keluhan pelanggan dengan aplikasi *database* pelanggan yang menghasilkan data keluhan pelanggan. | √ | √ | √ | √ |
| 34 | Mampu mengelompokkan profil dan karakteristik pelanggan dengan metode *clustering* yang menghasilkan profil pelanggan. | √ | √ | √ | √ |
| 35 | Mampu menyusun bentuk keluhan pelanggan berdasarkan kriteria keluhan pelanggan dengan hasil berupa data keluhan pelanggan. | √ | √ | √ | √ |
| 36 | Mampu menggali kebutuhan pelayanan pelanggan dengan metode survei yang menghasilkan data kebutuhan pelayanan yang diinginkan pelanggan. | √ | √ | √ | √ |
| 37 | Mampu mengaplikasikan pelaksanaan layanan dengan metode *service exelent* yang menghasilkan layanan yang prima. | √ | √ | √ | √ |
| 38 | Mampu mengaplikasikan pelayanan prima dengan metode ABC (*Attitude, Behavior, Cognitive*) yang menghasilkan kepuasan pelanggan. | √ | √ | √ | √ |
| 39 | Mampu mengaplikasikan metode Yes-But untuk menyusun keluhan pelanggan sehingga dapat diketahui dengan rinci jenis keluhan pelanggan. | √ | √ | √ | √ |
| 40 | Mampu mengaplikasikan penanganan keluhan pelanggan dengan metode ADEMIN (Atensi, Dengarkan, Empati, Maaf, dan Inisiatif) yang menghasilkan solusi terhadap keluhan pelanggan. | √ | √ | √ | √ |
| 41 | Mampu mendesain proses bisnis baru mapun dari evaluasi bisnis yang ada | √ | √ | √ | √ |
| 42 | Mampu menganalisa baik eksternal dan internal dalam lingkungan Bisnis | √ | √ | √ | √ |
| 43 | Mampu menganalisa peluang usaha yang dimasa yang akan datang, serta mempersiapkan suatu strategi bisnis dalam mengatisipasi datang nya peluang | √ | √ | √ | √ |
| 44 | Mampu membuat analisa secara ilmiah dan komprehensip dangan data-data yang ada, dan menghasilkan sebuah saran ide gagasan bisnis yang sudah berjalan maupun yang akan di rintis dari awal | √ | √ | √ | √ |
| 45 | Mampu mengurus dokumen legalitas usaha | √ | √ | √ | √ |
| 46 | Mampu mengadopsi kemajuan literasi teknologi informasi kedalam bisnis | √ | √ | √ | √ |
| 47 | Mampu menyusun strategi marketing baik offline maupun online | √ | √ | √ | √ |
| 48 | Mahasiswa mampu menjelaskan konsep Dasar Kewirausahaan | √ | √ | √ | √ |
| 49 | Mahasiswa mampu menjelaskan Mahasiswa Karakteristik nilai-nilai Kewirausahaan | √ | √ | √ | √ |
| 50 | Mahasiswa mampu menjelaskan menciptakan dan memulai usaha | √ | √ | √ | √ |
| 51 | Mahasiswa mampu mendemonstrasikan Inspirasi dan Peluang Bisnis | √ | √ | √ | √ |
| 52 | Mahasiswa mampu menjelaskan Modal dasar dan Berwirausaha | √ | √ | √ | √ |
| 53 | Mahasiswa mampu mendemontrasikan Sikap dan Perilaku Wirausaha yang Sukses | √ | √ | √ | √ |
| 54 | Mahasiswa mampu mendemontrasikan kreaivitas dan Inovasi | √ | √ | √ | √ |
| 55 | Mahasiswa mampu mendemontrasikan Pengembangan Usaha Kecil | √ | √ | √ | √ |
| 56 | Mahasiswa mampu menjelaskan konsep Manajemen Strategi Wirausaha | √ | √ | √ | √ |
| 57 | Mahasiswa mampu menjelaskan Konsep dan Paradigma Resiko Usaha | √ | √ | √ | √ |
| 58 | Mahasiswa mampu menjelaskan Setudi Kelayakan Bisnis | √ | √ | √ | √ |
| 59 | Mahasiswa mampu menjelaskan Konsep Usaha Waralaba | √ | √ | √ | √ |
| 60 | Mahasiswa mampu menerapkan Konsep Etika Bisnis dalam menjalankan bisnis | √ | √ | √ | √ |
| 61 | Mahasiswa mampu mendemonstrasikan Aspek Global kewirausahaan untuk keberlangsungan hidup. | √ | √ | √ | √ |

* 1. **Capaian Pembelajaran Sesuai dengan 4 Pilar UNESCO**

Tabel 5.4 Capaian Pembelajaran Sesuai dengan 4 Pilar UNESCO

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **CAPAIAN PEMBELAJARAN** | **EMPAT PILAR UNESCO** | | | |
| **To Know** | **To Do** | **To Be** | **To Live Together** |
| 1 | Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius; | √ | √ | √ | √ |
| 2 | Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika; | √ | √ | √ | √ |
| 3 | Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila; | √ | √ | √ | √ |
| 4 | Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa; | √ | √ | √ | √ |
| 5 | Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain; | √ | √ | √ | √ |
| 6 | Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan; | √ | √ | √ | √ |
| 7 | Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara; | √ | √ | √ | √ |
| 8 | Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik; | √ | √ | √ | √ |
| 9 | Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri; | √ | √ | √ | √ |
| 10 | Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan. | √ | √ | √ | √ |
| 11 | Menunjukkan sikap adaptif, fleksibel, dan mampu bekerja sama dalam memecahkan permasalahan di bidang bisnis khususnya marketing. | √ | √ | √ | √ |
| 12 | Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, kreatif, inovatif, bermutu, dan terukur dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang bisnis, khususnya marketing serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan. | √ | √ | √ | √ |
| 13 | Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur. | √ | √ | √ | √ |
| 14 | Mampu mengkaji kasus penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora untuk pengembangan bisnis dalam rangka menghasilkan prototype, desain, menyusun hasil kajiannya dalam bentuk kertas kerja, dan spesifikasi desain. | √ | √ | √ | √ |
| 15 | Mampu mengambil keputusan secara tepat berdasarkan prosedur baku, spesifikasi desain, persyaratan keselamatan dan keamanan kerja dalam melakukan supervisi dan evaluasi pada pekerjaannya. | √ | √ | √ | √ |
| 16 | Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja sama dan hasil kerja sama didalam maupun di luar lembaganya. | √ | √ | √ | √ |
| 17 | Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya. | √ | √ | √ | √ |
| 18 | Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri. | √ | √ | √ | √ |
| 19 | Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untukmenjamin kesahihan dan mencegah plagiasi. | √ | √ | √ | √ |
| 20 | Mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan kerja dengan tekanan pekerjaan yang bervariasi yang dilandasi pada sikap mental kerja keras, kerja cerdas, dan kerja profesional. | √ | √ | √ | √ |
| 21 | Mampu berkomunikasi dalam bahasa inggris secara lisan dan tulisan untuk kebutuhan pengembangan diri pada bidang pekerjaan *Customer Service,*Penjualan, dan Periklanan. | √ | √ | √ | √ |
| 22 | Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan | √ | √ | √ | √ |
| 23 | Melaksanakan komunikasi efektif | √ | √ | √ | √ |
| 24 | Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*) | √ | √ | √ | √ |
| 25 | Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial | √ | √ | √ | √ |
| 26 | Melaksanakan keterampilan penjualan | √ | √ | √ | √ |
| 27 | Menyusun rencana aktifitas penjualan | √ | √ | √ | √ |
| 28 | Merencanakan Riset terhadap sebuah Merek | √ | √ | √ | √ |
| 29 | Mengolah data Riset | √ | √ | √ | √ |
| 30 | Melaksanakan Event (bagian dari komunikasi merek) | √ | √ | √ | √ |
| 31 | Mengelola dan mengevaluasi kegiatan bisnis *e-commerce* | √ | √ | √ | √ |
| 32 | Menjelaskan produk/jasa perusahaan | √ | √ | √ | √ |
| 33 | Mendokumentasikan data keluhan pelanggan | √ | √ | √ | √ |
| 34 | Membuat laporan profil dan keluhan pelanggan | √ | √ | √ | √ |
| 35 | Mewujudkan kepuasan pelanggan | √ | √ | √ | √ |
| 36 | Menangani keluhan pelanggan | √ | √ | √ | √ |
| 37 | Menyusun perencanaan dan pelaksanaan kegiatan promosi | √ | √ | √ | √ |
| 38 | Melakukan Hubungan Kerja Harian dengan Klien | √ | √ | √ | √ |
| 39 | Mengidentifikasi Kebutuhan Periklanan Klien | √ | √ | √ | √ |
| 40 | Mengajukan Persetujuan Klien | √ | √ | √ | √ |
| 41 | Melakukan Penyusunan Laporan Pertemuan | √ | √ | √ | √ |
| 42 | Menguasai teori dan terapan manajemen pemasaran untuk pemecahan masalah | √ | √ | √ | √ |
| 43 | Menguasai teori, metode STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) | √ | √ | √ | √ |
| 44 | Menguasai pengetahuan konsep, teori dan terapan *Personal Selling* | √ | √ | √ | √ |
| 45 | Menguasai prinsip-prinsip manajemen periklanan, promosi penjualan dan *marketing public relation* | √ | √ | √ | √ |
| 46 | Menguasai konsep perilaku konsumen | √ | √ | √ | √ |
| 47 | Menguasai konsep dasar dan terapan *business and sales older* | √ | √ | √ | √ |
| 48 | Menguasai konsep terapan *e-marketing* | √ | √ | √ | √ |
| 49 | Menguasai konsep dasar dan terapan basis data | √ | √ | √ | √ |
| 50 | Menguasai konsep dasar dan terapan manajemen pelayanan pelanggan | √ | √ | √ | √ |
| 51 | Menguasai konsep dasar dan terapan manajemen pemasaran jasa | √ | √ | √ | √ |
| 52 | Menguasai konsep dasar dan terapan manajemen penjualan | √ | √ | √ | √ |
| 53 | Menguasai konsep dasar dan terapan komunikasi pemasaran terpadu (*Integrated Marketing Communication*) | √ | √ | √ | √ |
| 54 | Menguasai konsep dasar statistika terapan | √ | √ | √ | √ |
| 55 | Menguasai konsep dasar Manajemen Merek | √ | √ | √ | √ |
| 56 | Menguasai konsep dasar Sistem Informasi Pemasaran | √ | √ | √ | √ |
| 57 | Menguasai konsep dasar dan terapan manajemen event | √ | √ | √ | √ |
| 58 | Menguasai aplikasi komputer | √ | √ | √ | √ |
| 59 | Menguasai konsep dasar dan terapan Kepemimpinan | √ | √ | √ | √ |
| 60 | Menguasai konsep pengambilan keputusan bisnis | √ | √ | √ | √ |
| 61 | Menguasai konsep dasar *customer relationship management* | √ | √ | √ | √ |
| 62 | Menguasai konsep dan prinsip-prinsip penyusunan dan pengelolaan keuangan dasar (jurnal, laporan rugi laba dan neraca), serta menguasai dasar *customer relationship management*. | √ | √ | √ | √ |
| 63 | Menguasai prinsip-prinsip dasar komunikasi verbal dan nonverbal dan menguasai dasar-dasar pengambilan keputusan | √ | √ | √ | √ |
| 64 | Menguasai prinsip kepemimpinan dan kewirausahaan | √ | √ | √ | √ |
| 65 | Menguasai konsep tentang metode penelitian yang mencakup studi kasus, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif; | √ | √ | √ | √ |
| 66 | Menguasai minimal satu metode penelitian (studi kasus, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif) | √ | √ | √ | √ |
| 67 | Menguasai etika bisnis dan nilai-nilai kemanusiaan *(humanity values)*; | √ | √ | √ | √ |
| 68 | Menguasai prinsip dan teknik komunikasi persuasif dalam organisasi bisnis; | √ | √ | √ | √ |
| 69 | Menguasai prinsip-prinsip Manajemen Keuangan | √ | √ | √ | √ |
| 70 | Menguasai teori dasar Ekonomi & manajemen | √ | √ | √ | √ |
| 71 | Menguasai teori dan terapan matematika bisnis untuk pemecahan masalah | √ | √ | √ | √ |

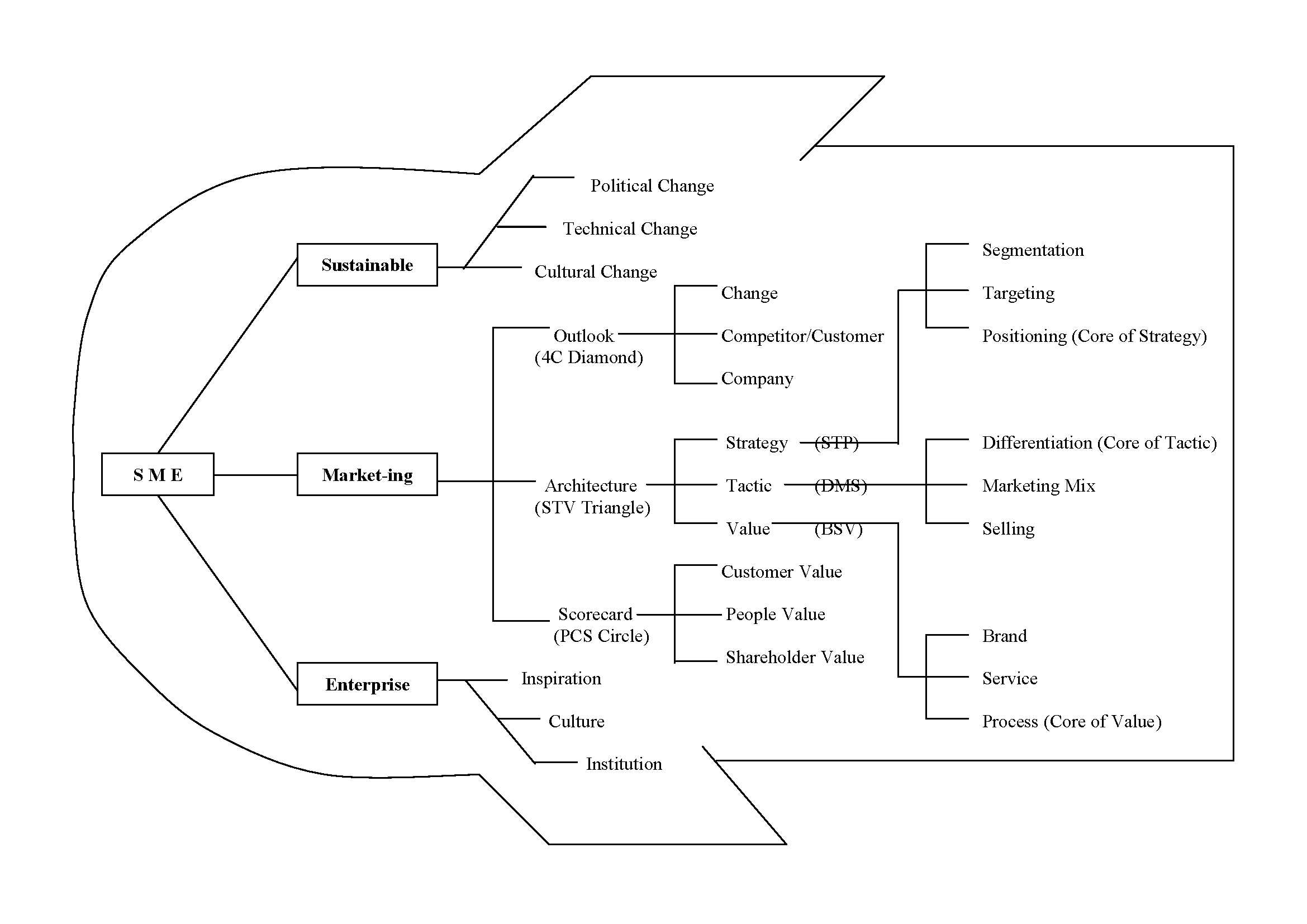
* + - 1. Penjabaran capaian pembelajaran ke dalam bahan kajian dan struktur kurikulum
  1. **Capaian Pembelajaran sesuai dengan Bahan Kajian**

Tabel 5.5 Capaian Pembelajaran sesuai dengan Bahan Kajian

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **CAPAIAN PEMBELAJARAN** | **BAHAN KAJIAN** |
| 1 | Mampu mengaplikasikan elemen strategi pemasaran perusahaan dengan pendekatan *Segmenting, Targeting, Positioning* dalam menyelesaikan permasalahan pemasaran perusahaan serta mampu beradaptasi terhadap lingkungan pemasaran perusahaan | Basis Segmentasi dan Prosedur Segmentasi Pasar, Kriteria dasar penetapan pasar sasaran, Langkah-langkah penentuan positioning produk |
| 2 | Mampu mengaplikasikan elemen taktik pemasaran perusahaan dengan pendekatan bauran pemasaran *(marketing mix)* dan proses penjualan (*selling*) untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, pola promosi dan distribusi yang tepat. | Konsep produk dan karakteristik produk, Bauran produk, Lini produk, Fitur produk, Level produk, Klasifikasi produk, Konsep harga, Langkah-langkah penetapan harga, *Markup Pricing, Target Return Pricing, Perceived Value Pricing, Value Pricing, Going-Rate Pricing, Sealed-Bid Pricing,*Konsep promosi dan alat-alat promosi, Pemilihan saluran pemasaran. |
| 3 | Mampu mengaplikasikan elemen *value* pemasaran perusahaan dengan menerapkan differensiasi merek dan layanan untuk menghasilkan produk dan pelayanan yang memiliki keunggulan bersaing. | Konsep merek, Citra Merek, Ekuitas merek, Dieferensiasi merek, Diferensiasi produk dan pelayanan, Dimensi pelayanan, dan Kualitas pelayanan. |
| 4 | Mampu melakukan pengambilan keputusan bidang penjualan berdasarkan analisis informasi dan data, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi yang sesuai dengan konsep pemasaran perusahaan secara mandiri maupun kelompok | Pengambilan keputusan, sistem informasi manajemen, *selling process* |
| 5 | Mampu mengaplikasikan model komunikasi pelanggan dengan metode *Seven C’s Effective Communication* yang hasilnya ditunjukkan oleh kesamaan persepsi tentang produk/layanan perusahaan. | Konsep dasar komunikasi pemasaran, Elemen proses komunikasi, Teknik komunikasi dengan pelanggan, *The Communications Process, Developing Effective Communications, Deciding on the Marketing Communications Mix, Seven C’s Effective Communication .* |
| 6 | Mampu meaplikasikan komunikasi langsung menggunakan bahasa verbal dan non verbal sehingga konsumen akan memiliki kesadaran terhadap merek, sikap merek, dan maksud pembelian merek. | Perancangan pesan, Response Hierarchy Models, Pemilihan saluran komunikasi, Teknik pemilihan kata-kata dalam berkumonikasi, Tata cara berpenampilan secara profesional, Teknik pengendalian bahasa tubuh dan ekspresi wajah. |
| 7 | Mampu mengaplikasikan metoda penulisan bisnis dengan menggunakan model *5 Giant Steps* sehingga menghasilakan tulisan bisnis yang "menjual" | perancangan pesan, metode 5 giant, teknik presentasi, metode persuasi penjualan |
| 8 | Mampu mengaplikasikan pesan bisnis dengan metode AIDA (*Attention, Interst, Desire, Action*) dengan hasil kenginan untuk bertransaksi. | metode AIDA, teknik penulisan pesan bisnis, keterampilan bertransaksi |
| 9 | Mampu mengambil keputusan yang tepat dengan menggunakan data dan Sistem Informasi Pemasaran serta mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif calon pelanggan potensial, baik dilakukan secara mandiri maupun tim sehingga menghasilkan daftar prospek potensial | identifikasi pelanggan potensial, sistem informasi pemasaran, calon porspek |
| 10 | Mampu mengaplikasikan proses selling dalam berinteraksi dengan calon pelanggan potensial sehingga diperoleh kesepakatan dengan pelanggan | teknik komunikasi, proses komunikasi, proses selling, teknik closing |
| 11 | Mampu menguasai konsep *effective communication* sehingga dapat melakukan percakapan yang efektif dengan calon pelanggan potensial dan menghasilkan *customer relationship* | customer relationship, teknik komunikasi, komunikasi yang efektif dalam penjualan. |
| 12 | Mampu menguasai konsep *need analysis* calon pelanggan potensial dengan teknik *questioning* yang menghasilkan data kebutuhan pelanggan. | Teknik *Pre-Approach, Approach*, wawancara |
| 13 | Mampu menguasai teknik presentasi penjualan dengan metode AIDA yang menghasilkan transaksi penjualan. | skenario penjualan, proses presentasi penjualan, mempersiapkan materi penawaran penjualan |
| 14 | Mampu mengaplikasikan teknik *handling customer* dengan pendekatan *handling complain* yang menghasilkan keyakinan untuk membeli produk. | jenis keberatan prospek, strategi umum dan khusus mengatasi keberatan pelanggan |
| 15 | Mampu mengaplikasikan teknik negosiasi penjualan sehingga menghasilkan transaksi penjualan. | Teknik Negosiasi, BATNA (*Best Alternative to a Neotiated Agreement*) |
| 16 | Mampu mengaplikasikan teknik *closing the sales* dengan pendekatan *Yes Clossing* yang menghasilkan penjualan | Proses Selling, penutupan penjualan |
| 17 | Mampu mengaplikasikan pengelolaan waktu dengan metode manajemen waktu yang menghasilkan efektifitas penjualan. | Manajemen waktu efektif, nilai waktu |
| 18 | Mampu mengaplikasikan pengelolaan teritori dengan pendekatan karakteristik wilayah yang menghasilkan wilayah penjualan. | Marketing, analisa teritori/wilayah penjualan, mengelola tenaga penjualan, personal selling dan perencanaan jadwal |
| 19 | Mampu mengaplikasikan konsep riset pasar dengan pendekatan eksploratori sehingga menghasilkan tujuan dan metode riset yang jelas. | Metodologi penelitian |
| 20 | Mampu mengaplikasikan instrumen riset pasar dengan pendekatan kuesioner yang menghasilkan daftar pertanyaan riset. | Analisis Lingkungan eksternal, Metodologi Penelitian, Membuat Kuesioner riset |
| 21 | Mampu menganalisa dan memperkirakan permintaan pasar dengan metode *forecasting* yang menghasilkan data permintaan pasar. | trend analisis, pertumbuhan industri dan pasar |
| 22 | Mampu mengambil keputusan berdasarkan data riset pasar dengan menggunakan aplikasi microsoft excel sehingga menghasilkan data yang mendukung proses keputusan | aplikasi pengolahan data, analisis data, pengelompokan data |
| 23 | Mampu menganalisa data riset pasar dengan aplikasi statistik yang menghasilkan hasil analisis data. | statistik bisnis |
| 24 | Mampu merancang event dengan metode manajemen event dengan hasil even yang kreatif. | perencanaan event manajemen (budgeting, scheduling side selection, kreatif thinking |
| 25 | Mampu mengatur acara pada event dengan pendekatan persuasif yang menghasilkan event yang berjalan dengan baik. | pembuatan proposal event, kordinasi, emergency plan, komunikasi pemasaran event |
| 26 | Mampu mengevaluasi penyelenggaraan event dengan metode evaluasi dengan hasil efektivitas event | keberhasilan program, keberhasilan sasaran, kepuasan terhadap program, tingkat input dan output |
| 27 | Mampu membuat konten dengan metode atraktif yang menghasilkan konten yang menarik. | kreatif konten manajemen, produksi konten |
| 28 | Mampu merancang iklan dengan metode 5M (*mission*, *massage, money, media, measurement*) dengan hasil iklan yang efektif. | perencanaan iklan, creatif konten, maping iklan |
| 29 | Mampu mengelola data pelanggan dengan menggunakan metode CRM (*Customer Relationship Management*) yang menghasilkan loyalitas pelanggan. | CRM, Loyalitas pelanggan, pengelolaan data pelanggan |
| 30 | Mampu menganalisis varian dan keunggulan masing-masing produk dengan pendekatan product knowledge yang menghasilkan pemahaman tentang produk. | product knowledge, komunikasi pemasaran |
| 31 | Mampu mendemonstrasikan unjuk kerja produk dengan metode presentasi yang menghasilkan minat untuk membeli produk. | presentasi produk, promosi, simulasi produk, demonstrasi produk |
| 32 | Mampu menganalisis data keluhan pelanggan melalui penyebaran kuesioner yang hasilnya dapat dipakai untuk pengambilan keputusan | Penentuan keluhan pelanggan, metode identifikasi keluhan pelanggan, menyusun instrumen keluhan pelanggan |
| 33 | Mampu mengaplikasikan data keluhan pelanggan dengan aplikasi *database* pelanggan yang menghasilkan data keluhan pelanggan. | metode input data keluhan pelanggan, pengolahan data, penyajian data |
| 34 | Mampu mengelompokkan profil dan karakteristik pelanggan dengan metode *clustering* yang menghasilkan profil pelanggan. | metode clustering, identifikasi profil, karakteristik pelanggan |
| 35 | Mampu menyusun bentuk keluhan pelanggan berdasarkan kriteria keluhan pelanggan dengan hasil berupa data keluhan pelanggan. | bentuk-bentuk keluhan pelanggan, metode penetapan keluhan pelanggan |
| 36 | Mampu menggali kebutuhan pelayanan pelanggan dengan metode survei yang menghasilkan data kebutuhan pelayanan yang diinginkan pelanggan. | *need and want* pelanggan, metode survey, data kebutuhan pelanggan |
| 37 | Mampu mengaplikasikan pelaksanaan layanan dengan metode *service exelent* yang menghasilkan layanan yang prima. | Metode *service excelent, jenis-jenis service excelent* |
| 38 | Mampu mengaplikasikan pelayanan prima dengan metode ABC (*Attitude, Behavior, Cognitive*) yang menghasilkan kepuasan pelanggan. | Metode ABC (*Attitude, behavior, cognitif*) kepuasan pelanggan. |
| 39 | Mampu mengaplikasikan metode Yes-But untuk menyusun keluhan pelanggan sehingga dapat diketahui dengan rinci jenis keluhan pelanggan. | handling complain, metode *yes-but*, jenis-jenis complain |
| 40 | Mampu mengaplikasikan penanganan keluhan pelanggan dengan metode ADEMIN (Atensi, Dengarkan, Empati, Maaf, dan Inisiatif) yang menghasilkan solusi terhadap keluhan pelanggan. | metode ADEMIN, Solusi keluhan pelanggan, jenis solusi keluhan pelanggan |
| 41 | Membuat rancangan promosi dengan pendekatan *promotion mix* yang menghasilkan informasi produk dan layanan | *Promotion Mix, Promotion Plan, Budget Promotion* |
| 42 | Memilih metode promosi yang tepat dengan pendekatan STP (*Segmenting, Targetting, Positioning*) sehingga menghasilkan keputusan media promosi yang tepat sasaran | Metode promosi, STP, media promosi, promotion tools |
| 43 | Mampu melakukan evaluasi kegiatan promosi dengan metode *Cognitif, Afektif, Behavior* dengan menunjukan hasil keputusan pembelian | Metode Cognitif, affectif, behavior, proses keputusan pembelian, metode evaluasi promosi |
| 44 | Mampu menyusun laporan kontak, mendokumentasikan, dan mendistribusikannya untuk menyamakan referensi hasil pertemuan dengan klien dengan menggunakan aplikasi *microsoft excel* yang menghasilkan data klien | microsoft excel, mengolah data, menyajikan data |
| 45 | Mampu membina hubungan baik dengan klien secara interpersonal dengan metode CRM agar terjadi kelancaran dalam proses pengembangan program berdasarkan kesepakatan | interpersonal skill, CRM |
| 46 | Mampu menyusun data kebutuhan klien untuk menjaga relevansi rencana program dengan tujuan perusahaan klien. | Metode survey, observasi, metode pendekatan terhadap calon klien |
| 47 | Mampu melakukan presentasi rancangan iklan kepada klien untuk memperoleh kesepakatan rencana program yang akan dilaksanakan. | Metode presentasi, perancangan iklan, aplikasi correldraw/adobe illustrator, photoshop, |
| 48 | Mampu melakukan negosiasi dengan klien agar terjadi pemahaman substansi yang mungkin berbeda dengan persepsi klien. | Teknik negosiasi, proses negosiasi |
| 49 | Mampu menyusun data hasil pertemuan dengan klien sebagai pedoman apabila ada perkembangan atau perubahan program yang sudah direncanakan. | negosiasi, notulensi, laporan |
| 50 | Mampu menyusun hasil pertemuan, mendistribusikan dan dilaporkan untuk menjaga keselarasan pada semua bagian yang terkait dengan penyusunan rencana program. | notulensi, laporan |
| 51 | Mampu menyusun dan mengolah data perkembangan pasar untuk memahami proses dan hasil capaian program yang sudah diterapkan. | Analisis Lingkungan eksternal, statistik, teknik presentasi |
| 52 | Mampu melakukan evaluasi dan melaporkan data perkembangan pasar sebagai dasar pertimbangan dalam memberikan masukkan ke klien untuk perbaikan atau dasar pertimbangan dalam penyusunan program mendatang untuk kesinambungan. | Teknik presentasi, analisis dan pengolahan data |

# Bab vi Penetapan Bahan Kajian

Berdasarkan CPL dan/atau menggunakan *Body of Knowledge* sebagai bahan rujukan penetapan bahan kajian dan matakuliah Prodi D4 Manajemen Perusahaan Universitas Losgistik dan Bisnis Internasional didasarkan pada pohon keilmuan (dari berbagai sumber), dengan gambar sebagai berikut:



Gambar 6.1 Body of Knowledge Prodi D4 Manajemen Perusahaan

*Body of Knowledge* dari Program Studi D4 Manajemen Perusahaan adalah program studi dengan himpunan pengetahuan tentang ilmu manajemen yang dipadukan dengan pengetahuan ilmu marketing, sehingga upaya menganalisis, merancang, dan memperbaiki fungsi-fungsi pemasaran, operasi, keuangan, dan sumber daya manusia dari sebuah sistem bisnis dapat diaplikasikan pada industri secara efektif. Mahasiswa Prodi D4 Manajemen Perusahaan Universitas Losgistik dan Bisnis Internasional nantinya akan memiliki bekal kompetensi manajemen yang dapat diaplikasikan di industri.

# Bab vii Pembentukan Mata Kuliah dan Penentuan Bobot sks

Tabel 7.1 Pembentukan Mata Kuliah

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Kode** | **Kelompok Bahan Kajian Untuk Pembentukan Mata Kuliah** | **Mata Kuliah** | **Bobot Mata Kuliah** | | | **Hitung SKS** | | **SKS** | |
| 1 | PPI41021 | Iman, Islam dan Ihsan | Pendidikan Agama *(Religion*) | 18 | 67 | | 2,119 | | 2 | |
|  |  | Pengelolaan Zakat dan Wakaf |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Optimalisasi Peran dan Fungsi Mesjid untuk Kesejahteraan Umat |  | 16 |  | |  | |  | |
|  |  | Islam Menghadapi Tantangan Modernisasi |  | 18 |  | |  | |  | |
| 2 | PPI44141 | Pancasila dalam Perspektif Sejarah Bangsa Indonesia; | Pancasila (*Pancasila*) | 15 | 69 | | 2,182 | | 2 | |
|  |  | Pancasila sebagai Ideologi NKRI, Upaya pemberantasan Tipikor; |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Pancasila sebagai Sistem Filsafat; Pancasila sebagai |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Dasar Negara Republik Indonesia dan Pandangan Hidup Bangsa Indonesia |  | 17 |  | |  | |  | |
|  |  | (Tipikor dalam Perundang-Undangan dan Dampak Tipikor); |  | 10 |  | |  | |  | |
| 3 | MB42021 | Peralatan Input, Peralatan Output pada Komputer. | Praktikum Aplikasi Komputer | 17 | 94 | | 2,972 | | 3 | |
|  |  | Representasi Data dan Bilangan, Alur Pemrosesan Data |  | 20 |  | |  | |  | |
|  |  | Central Processing Unit (CPU) dan Memori |  | 17 |  | |  | |  | |
|  |  | Tempat Penyimpanan (Storage), dan Standard Ukur Peralatan Komputer |  | 20 |  | |  | |  | |
|  |  | Disk Operating System: Manajemen Proses dan Memori |  | 20 |  | |  | |  | |
| 4 | MB41072 | Strategi Pemasaran | Manajemen Pemasaran | 15 | 93 | | 2,941 | | 3 | |
|  |  | Perencanaan Pemasaran |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Prilaku Konsumen |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Strategi Positioning Merk |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Pasar Global |  | 16 |  | |  | |  | |
|  |  | Strategi Produk |  | 17 |  | |  | |  | |
| 5 | PPI43083 | Beda Log dan SCM | Pengantar Logistik | 10 | 64 | | 2,024 | | 2 | |
|  |  | Inventory Management |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Order Processing an Logistics Information System |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Pengadaan Barang Jasa, Pemilihan Vendor |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Peranan Teknologi Informasi dalam SCM Final |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Logistik dalam Perdagangan Internasional |  | 12 |  | |  | |  | |
| 6 | MB43031 | Perbedaan Nama Akun, Debit Kredit, Pencatatan Transaksi ke Jurnal Umum dan Buku Besar | Pengantar Akuntansi | 12 | 64 | | 2,024 | | 2 | |
|  |  | Akuntansi Perusahaan Dagang, Jurnal Khusus Penjualan dan Penerimaan Kas |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Akuntansi Persediaan barang secara Perpetual dan Periodik |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Aset Tetap dan Perlakuan Akuntansinya |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Membuat, Membaca, Menyajikan dan Mengaplikasiakn Laporan Keuanagn |  | 12 |  | |  | |  | |
| 7 | MB42041 | Sifat dan Ruang Lingkup Ekonomi Manajerial | Ekonomi Managerial | 10 | 63 | | 1,992 | | 2 | |
|  |  | Fungsi Permintaan Penawaran dan Equilibrium Pasar |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Analisis Sensitivitas / Elastisitas Kurva Permintaan |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Analisis Penaksiran dan Peramalan Biaya |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Pengambilan Keputusan dalam Ketidakpastian |  | 12 |  | |  | |  | |
| 8 | PPI42171 | *Describing subject & verb agreement* | Bahasa Inggris I *(General English and English for Presentation)* | 10 | 63 | | 1,992 | | 2 | |
|  |  | *Describing feelings* |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | *Describing belongings* |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | *The functions and meanings of verbs in English* |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | *Describing Meanings* |  | 15 |  | |  | |  | |
| 9 | MB41082 | Konsep dan Fungsi Bisnis | Pengantar Bisnis | 10 | 62 | | 1,960 | | 2 | |
|  |  | Bentuk-Bentuk Organisasi Bisnis |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Struktur Organisasi dan Manajemen Perusahaan. |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Pemilihan Letak Perusahaan |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Kewirausahaan dan Usaha Kecil |  | 12 |  | |  | |  | |
| 10 | PPI44151 | Pengembangan manusia Indonesia | Pendidikan Kewarganegaraan (*Civilization*) | 18 | 64 | | 2,024 | | 2 | |
|  |  | Penataan Negara Indonesia |  | 18 |  | |  | |  | |
|  |  | Jenis-Jenis Sistem Negara |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Penduduk dan Warga Negara |  | 13 |  | |  | |  | |
| 11 | PPI43182 | Perancangan Basis Data | Basis Data | 15 | 63 | | 1,992 | | 2 | |
|  |  | Model Data Reasional |  | 17 |  | |  | |  | |
|  |  | Transformasi Model E-R ke Relasi |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Normalisasi |  | 16 |  | |  | |  | |
| 12 | MB42061 | Bisnis dan Etika | Etika Bisnis | 10 | 61 | | 1,929 | | 2 | |
|  |  | Etika Utilatarianisme dalam Bisnis |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Keadilan dalam Bisnis |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Iklan dan Dimensi Etisnya |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Etika Pasar Bebas |  | 13 |  | |  | |  | |
| 13 | MB41102 | Perencanaan, Pengorganisasian dan Revisi Pesan-Pesan Bisnis | Komunikasi Bisnis dan Presentation Skill | 12 | 66 | | 2,087 | | 2 | |
|  |  | Penulisan *bad news* |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Penulisan Pesan Persuasif |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Penulisan Surat Lamaran Kerja dan *Resume* |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Wawancara Kerja |  | 12 |  | |  | |  | |
| 14 | MB41051 | Konsep Dasar Berpikir Kreatif dan Inovatif | Kreativitas dan Inovasi | 12 | 64 | | 2,024 | | 2 | |
|  |  | Kreatifitas ; Tahapan Berpikir Kreatif |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Konsep “Brainstrorming” |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Konsep Bebas Batas Berpikir |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Membangun Inovasi Perusahaan |  | 14 |  | |  | |  | |
| 15 | MB42011 | Bilangan, Deret, Fungsi | Matematika Bisnis | 16 | 67 | | 2,119 | | 2 | |
|  |  | Penerapan Fungsi dalam Bisnis dan Ekonomi |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Matriks, Determinan |  | 17 |  | |  | |  | |
|  |  | Penggunaan Matriks dan Determinan dalam Bisnis dan Ekonomi |  | 20 |  | |  | |  | |
| 16 | MB41143 | Positioning Jasa di dalam Pasar yang Kompetitif | Pemasaran Jasa | 10 | 65 | | 2,055 | | 2 | |
|  |  | Pendistribusian Jasa Melalui Saluran Fisik dan Elektronik |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Mempromosikan Jasa dan Mengedukasi Pelanggan |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Merancang dan Mengelola Proses Jasa |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Mengelola Manusia demi Keunggulan Jasa |  | 14 |  | |  | |  | |
| 17 | MB41153 | Overview dan Lingkup Manajemen Pemasaran | Manajemen Saluran Pemasaran | 10 | 62 | | 1,960 | | 2 | |
|  |  | Pemasaran di Abad ke-21 |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Identifikasi Segmen dan Pasar Sasaran |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Strategi Positioning Merk |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Pasar Global |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Desain & Jaringan Pemasaran |  | 10 |  | |  | |  | |
| 18 | MB41122 | Latar Belakang, Tujuan dan Manfaat | Proyek 1: Gagasan Inovasi Tertulis (GIT) | 30 | 120 | | 3,794 | | 4 | |
|  |  | Kondisi kekinian Pencetus Gagasan, Solusi yang pernah Ditawarkan Sebelumnya, Gagasan yang Ditawarkan |  | 30 |  | |  | |  | |
|  |  | Pihak yang dapat Mengimplementasikan Gagasan, Langkah yang Harus Dilakukan Untuk Mengimplementasikan Gagasan |  | 30 |  | |  | |  | |
|  |  | Kesimpulan, Gagasan yang Diajukan, Prediksi yang akan Diperoleh |  | 30 |  | |  | |  | |
| 19 | PPI44196 | *How Terribly Clever!* | Bahasa Inggris II *(English Conversation)* | 15 | 64 | | 2,024 | | 2 | |
|  |  | *Bigger and Better* |  | 17 |  | |  | |  | |
|  |  | *Conditional If* |  | 17 |  | |  | |  | |
|  |  | *If You Go, I Will Cry.* |  | 15 |  | |  | |  | |
| 20 | PPI44161 | Definisi Hukum, Ilmu Hukum | Hukum Bisnis | 12 | 66 | | 2,087 | | 2 | |
|  |  | Legal Drafting |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Badan Usaha Berbadan Hukum dan tidak Berbadan Hukum |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Prinsip dan Asas Pengangkutan, Darat, Laut, Udara Pos |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Hukum Perlindungan Konsumen |  | 15 |  | |  | |  | |
| 21 | MB41194 | Strategi Pengambilan Keputusan dalam Negosiasi | Negotiation Skill | 10 | 64 | | 2,024 | | 2 | |
|  |  | Komunikasi Bernegosiasi : Interpersonal Skill, kekuatan Negosiasi, Etika Negosiasi |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Alur dan Fase Negoisasi |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Teknik Presentasi Persuasif Negosiasi Bisnis |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Presesimulasi Ntasi Negosiasi Bisnis |  | 14 |  | |  | |  | |
| 22 | MB41163 | *Market-Driven Strategy* | Strategi Pemasaran | 8 | 62 | | 1,960 | | 2 | |
|  |  | *Mark.Vision, Structure, Competitive Analysis* |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | *Market Targeting* dan *Positioning* |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Perencanaan Produk Baru dan Strategic Brand Management |  | 9 |  | |  | |  | |
|  |  | Strategi Rantai *(Value-Chain Strategic)* |  | 9 |  | |  | |  | |
|  |  | Strategi, Promosi, Periklanan dan Promosi Penjualan |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Implementasi dan Pengendalian Strategi Pemasaran |  | 10 |  | |  | |  | |
| 23 | MB41286 | *Brand Positioning And Values* | Brand Management | 11 | 63 | | 1,992 | | 2 | |
|  |  | *Designing Marketing Program To Build Brand Equity* |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | *Developing A Brand Equity Measurement And Management System* |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | *Measuring Sources Of Brand Equity: Capturing Customer Mindset* |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | *Designing And Implementing Brand Strategies* |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | *Managing Brands Over Time* |  | 12 |  | |  | |  | |
| 24 | MB42112 | Analisis Laporan Keuangan | Manajemen Keuangan | 8 | 62 | | 1,960 | | 2 | |
|  |  | Nilai Waktu Uang |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Investasi Dalam Kas |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Metode Pemilihan Investasi |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Sumber dan Penggunaan Dana |  | 7 |  | |  | |  | |
|  |  | *Break Event Point* |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Struktur Modal |  | 7 |  | |  | |  | |
|  |  | Fungsi Pasar Uang dan Pasar Modal |  | 8 |  | |  | |  | |
| 25 | MB41173 | Segmentasi Pasar dan Analisis Demografi | Perilaku Konsumen | 10 | 63 | | 1,992 | | 2 | |
|  |  | Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Pembelian |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Sumberdaya Konsumen dan Pengetahuan |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Sikap, Motivasi dan Konsep Diri |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Kepribadian, Nilai dan Gaya Hidup |  | 13 |  | |  | |  | |
| 26 | MB41245 | Ringkasan Bisnis | Proyek 2: Bisnis Plan | 15 | 124 | | 3,921 | | 4 | |
|  |  | Pendahuluan : Gambaran Umum Usaha, Visi dan Misi, Tujuan dan Sasaran Perusahaan, Rencana Perkembangan Bisnis |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Rencana Pemasaran : Produk yang Ditawarkan, Target Konsumen, Rencana Penjualan, Strategi Pemasaran, Biaya Pemasaran |  | 20 |  | |  | |  | |
|  |  | Rencana Produksi / Rencana Dagang |  | 17 |  | |  | |  | |
|  |  | Rencana Organisasi |  | 17 |  | |  | |  | |
|  |  | Analisis Resiko |  | 20 |  | |  | |  | |
|  |  | Rencana Keuangan |  | 20 |  | |  | |  | |
| 27 | PPI42104 | Sejarah SAP, Perkembangan SAP, Organisasi SAP, Ketenagaan SAP, *Customer* dan Portal SAP | SAP Fundamental | 14 | 90 | | 2,846 | | 3 | |
|  |  | *Navigation* |  | 16 |  | |  | |  | |
|  |  | *System-Wide Concepts* |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | *Financial And Accounting* |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | *Human Capital Management* |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | *SAP Technology* |  | 15 |  | |  | |  | |
| 28 | MB41347 | Sumber Daya Manusia *Value Chain Management* CRM | Strategi Bisnis | 8 | 62 | | 1,960 | | 2 | |
|  |  | SWOT Analysis, STP |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | *Eksternal* dan *Internal Environmental Scanning* |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | *Growth, Stability,Rentrenchment,Bcg-Matrix* |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Laporan Neraca Laporan Laba Rugi |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Bisnis Strategi dan *Coorporate* Strategi |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | *Environmental Scanning (Internal & Eksternal) Coorporate Strategy, Financial* |  | 10 |  | |  | |  | |
| 29 | MB41204 | Teknik Penjualan | Selling Skill | 10 | 62 | | 1,960 | | 2 | |
|  |  | Dasar-Dasar Proses Penjualan |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Menjaga Relasi Pelanggan |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Strategi Presentasi |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Elemen Presentasi Penjualan yang Baik |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Psikologi dalam Penjualan |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Motivasi dan Kompensasi |  | 10 |  | |  | |  | |
| 30 | MB41214 | BATNA (*Best Alternative to a Negotiated Aggreement*) Win – Win Solution. | Closing The Sales Technique | 10 | 60 | | 1,897 | | 2 | |
|  |  | Cara Cara Mengatasi Situasi Deadlock |  | 9 |  | |  | |  | |
|  |  | Konsep Tawar Menawar dan Komunikasi Yang Efektif |  | 9 |  | |  | |  | |
|  |  | Komunikasi Bernegosiasi dan Interpersonal Skill |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Strategi Negosiasi |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Pendekatan Yang Tepat dalam Menawarkan Produk dan Tahapan Dan Fase dalam Bernegosiasi |  | 8 |  | |  | |  | |
|  |  | Kekuatan dan Manfaat Negosiasi |  | 8 |  | |  | |  | |
| 31 | MB41224 | Pengertian Tujuan, Alasan, CRM Strategis, CRM Operational, CRM Analitis | Customer Relationship Management | 10 | 60 | | 1,897 | | 2 | |
|  |  | Definisi Portofolio, Pelanggan, Segmentasi, Toolkit Analisis Porotfolio dan Strategi |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Definisi Pelanggan, Estimasi Nilai Pelanggan, Prospecting, KPI Pemerolehan Pelanggan, Pemanfaatan Data Pelanggan |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | *Retention Customer*, Strategi Perawatan Pelanggan,Strategi Perkembangan Pelanggan dan Strategi Pembuangan Pelanggan |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Tujuan Strategi CRM, Organisasi Jaringand dan *Virtual*, Hubungan *Interpersonal* |  | 14 |  | |  | |  | |
| 32 | PPI42094 | *Supply Chain Drivers And Metrics* | Suppy Chain Management | 10 | 60 | | 1,897 | | 2 | |
|  |  | Distribusi & *Desain Network* dalam *Supply Chain* |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Keputusan *Sourcing* dalam *Supply Chain* |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Peranan *Pricing & Revenue* dalam S*upply Chain* |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | *Value Chain Sustainability And Supply Chain* |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | *Green Supply Chain* |  | 10 |  | |  | |  | |
| 33 | PPI42124 | Model-Model Bisnis E-Commerce | E-Commerce | 8 | 58 | | 1,834 | | 2 | |
|  |  | Interface Pelanggan E-Commerce |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Kerangka Kerja Implementasi E-Commerce |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Evaluasi Implementasi E-Commerce |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Arsitektur Website E-Commerce |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Modal Finansial dan Sumber Daya Manusia |  | 10 |  | |  | |  | |
| 34 | PPI44116 | Enterprise Structures in Sales and Distribution | SAP Sales Order | 14 | 93 | | 2,941 | | 3 | |
|  |  | Master Data in Sales and Distribution |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Avaibility Check |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Make – to – Order |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Complaints Processing |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Analysis for Sales and Distribution Processes |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Integrating SAP ECC and SAP CRM |  | 15 |  | |  | |  | |
| 35 | PPI44196 | *Company Establishment* | Bahasa Inggris- III (Correspondence and English for Special Purpose) | 10 | 66 | | 2,087 | | 2 | |
|  |  | *Company Activities* |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | *Staff Recruitment* |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | *Finding A Job* |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | *Job Interview* |  | 15 |  | |  | |  | |
| 36 | MB41256 | Pengertian dan Definisi *Event* | Management Event | 12 | 69 | | 2,182 | | 2 | |
|  |  | Studi Kelayakan Event |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Perencanaan Penyelenggaraan Event |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Mengelola Keuangan Event |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Event dan Pemasaran Event |  | 15 |  | |  | |  | |
| 37 | MB41266 | Pengertian iklan, sejarah, fungsi, tujuan, advertising agencies dan anggaran periklanan | Creative Advertising | 16 | 64 | | 2,024 | | 2 | |
|  |  | Model komunikasi periklanan dan peranan iklan dalam pemasaran terpadu |  | 18 |  | |  | |  | |
|  |  | Proses perancangan kreatif, merancang iklan cerdas, strategi kreatif (AIDCA) |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Membuat portofolio iklan |  | 15 |  | |  | |  | |
| 38 | MB41276 | Komunikasi Pemasaran Terpadu *(Integrated Marketing Communication)* | Integrated Marketing Communication | 12 | 63 | | 1,992 | | 2 | |
|  |  | Periklanan *(Advertising)* |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Promosi Penjualan *(Sales Promotion)* |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | *Experimental Marketing* |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | *Social Media Marketing* |  | 14 |  | |  | |  | |
| 39 | MB43406 | Esensi dan Pengertian SDM | Manajemen Sumber daya Manusia | 12 | 66 | | 2,087 | | 2 | |
|  |  | Fungsi Pokok dan Fungsi Operasional MSDM |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Mendefinisikan penarikan tenaga kerja dengan benar |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Mengidentifikasi 6 kualifikasi seleksi |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Mendefinisikan konsep kinerja dengan tepat |  | 15 |  | |  | |  | |
| 40 | MB41133 | Sifat Dasar *Service* | Customer Sevice | 10 | 67 | | 2,119 | | 2 | |
|  |  | Mengelola *Customer Service* |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Paradigma Baru Memahami Pelanggan |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Profesionalisme dalam *Customer Service* |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Komunikasi *Subconscious* |  | 10 |  | |  | |  | |
| 41 | MB41183 | Memahami penerapan K3 di Lingkungan Kegiatan Ekspor-Impor | Eksport Import | 10 | 65 | | 2,055 | | 2 | |
|  |  | Memahami cara mengidentifikasi komoditi ekspor |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Memahami ketentuan dan prosedur ekspor |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Memahami cara promosi dan strategi pemasaran ekspor |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Memahami cara membuat kontrak impor barang |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Memahami regulasi dan kebijakan pemerintah di bidang perdagangan, kepabeanan |  | 15 |  | |  | |  | |
| 42 | MB42307 | Konsep dasar penelitian | Metodologi Penelitian | 12 | 62 | | 1,960 | | 2 | |
|  |  | Desain dan Proposal Penelitian |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Pengolahan dan Penyajian Data |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Validitas dan Reliabilitas Alat ukur |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Rancangan dan teknik penulisan Laporan Ilmiah dan Presentasi |  | 12 |  | |  | |  | |
| 43 | MB42317 | Data dan jenis data | Statistika Bisnis | 13 | 63 | | 1,992 | | 2 | |
|  |  | Penyajian data |  | 13 |  | |  | |  | |
|  |  | Peluang dan Hipotesis |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Regresi Linear Sederhana dan Berganda |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Path Analisis |  | 12 |  | |  | |  | |
| 44 | PPI41037 | Pengertian laporan ilmiah (makalah) | Bahasa Indonesia: Report Writing / tata tulis laporan | 10 | 64 | | 2,024 | | 2 | |
|  |  | Sistematika laporan ilmiah |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Penyusunan proposal penelitian |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Uji kompetensi proposal |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Pengumpulan data ke lapangan |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Teknik Pengolahan dan analisis data |  | 10 |  | |  | |  | |
| 45 | PPI42137 | Question & Response | Bahasa Inggris IV (Academic Writing + TOEIC Preparation) | 15 | 62 | | 1,960 | | 2 | |
|  |  | Conversation Skill |  | 17 |  | |  | |  | |
|  |  | Incomplete Sentenses |  | 15 |  | |  | |  | |
|  |  | Reading Comprehension |  | 15 |  | |  | |  | |
| 46 | MB42337 | Pengertian Kepemimpinan dan Kepemimpinan Strategik | Leadership | 10 | 62 | | 1,960 | | 2 | |
|  |  | Teori Kepemimpinan dengan Pendekatan Perilaku |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Kepemimpinan Partisipatif |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Sumber Kekuasaan dan Pengaruh |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Sifat dan Keterampilan Manajerial |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Teori Situasional dalam Kepemimpinan |  | 12 |  | |  | |  | |
| 47 | MB42092 | Mahasiswa mampu menjelaskan konsep Dasar Kewirausahaan | Kewirausahaan | 10 | 64 | | 2,024 | | 2 | |
|  |  | Mahasiswa mampu menjelaskan Modal dasar dan Berwirausaha |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Mahasiswa mampu mendemontrasikan Sikap dan Perilaku Wirausaha yang Sukses |  | 14 |  | |  | |  | |
|  |  | Mahasiswa mampu menjelaskan konsep Manajemen Strategi Wirausaha |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Mahasiswa mampu menjelaskan Konsep dan Paradigma Resiko Usaha |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Mahasiswa mampu menjelaskan Setudi Kelayakan Bisnis |  | 10 |  | |  | |  | |
| 48 | MB43396 | Operation Management System & Hubungan Bussines; Corporation; Manufacturing | Manajemen Operasi | 12 | 64 | | 2,024 | | 2 | |
|  |  | Strategi Operasi untuk Barang dan Jasa |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Strategi Proses dan Perencanaan Kapasitas |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Desain Tata Letak (Layout) |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Sumber Daya Manusia dan Desain Pekerjaan |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Manajemen Persediaan |  | 10 |  | |  | |  | |
| 49 | MB43387 | Perubahan Strategi Komunikasi Marketing dan Etika Bisnis | Kapita Selekta | 10 | 64 | | 2,024 | | 2 | |
|  |  | Green Logistic dan Halal Logistic |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Offline and Online Changis The Channel |  | 12 |  | |  | |  | |
|  |  | Best Practice Entrepreneurship in Digital Era |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Review Jurnal Tentang 4 Pilar Bisnis (Production, Accounting Finance, HRD, dan Sales Marketing) |  | 10 |  | |  | |  | |
|  |  | Research and Publishing Journal |  | 10 |  | |  | |  | |
| 50 | MB41235 | Latar Belakang yang Mencakup Fenomena Permasalahan yang Terjadi di Tempat Internship | Internship 1 | 55 | 380 | | 12,016 | | 12 | |
|  |  | Teori yang akan Dipakai untuk Menganalisi Fenomena Permasalahan yang Terjadi |  | 55 |  | |  | |  | |
|  |  | Gambaran Umum Perusahaan, Deskripsi dan Kegiatan Internship |  | 55 |  | |  | |  | |
|  |  | Analisis Permasalahan yang Ada di Lapangan dan Dibandingkan dengan Teori yang Dipaparkan |  | 60 |  | |  | |  | |
|  |  | Upaya yang Telah dilakukan oleh Organisasi/Perusahaan |  | 55 |  | |  | |  | |
|  |  | Solusi atau Ide yang Ditawarkan untuk Mengatasi Permasalahan yang ditemukan di lapangan |  | 55 |  | |  | |  | |
|  |  | Kesimpulan dan Saran |  | 45 |  | |  | |  | |
| 51 | MB41296 | Situasi Pemasaran Terkini | Proyek 3 : Marketingn Plan (MP) | 20 | 130 | | 4,111 | | 4 | |
|  |  | Analisis SWOT |  | 25 |  | |  | |  | |
|  |  | Pasar Sasaran |  | 25 |  | |  | |  | |
|  |  | Tujuan dan Strategi Pemasaran |  | 20 |  | |  | |  | |
|  |  | Strategi *Positioning* |  | 20 |  | |  | |  | |
|  |  | *Marketing Mix* |  | 20 |  | |  | |  | |
| 52 | MB41358 | Latar Belakang, Identifikasi Masalah | Internship 2 | 55 | 380 | | 12,016 | | 12 | |
|  |  | Tujuan dan Manfaat |  | 55 |  | |  | |  | |
|  |  | Landaran Teori : Grand Theory, Middle Theory, Applied Theory dari Objek yang dianalisis |  | 55 |  | |  | |  | |
|  |  | Gambaran Umum Perusahaan |  | 55 |  | |  | |  | |
|  |  | Deskripsi Kegiatan Internship |  | 55 |  | |  | |  | |
|  |  | Pembahasan |  | 55 |  | |  | |  | |
|  |  | Kesimpulan dan Saran |  | 50 |  | |  | |  | |
| 53 | MB41327 | Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah | Seminar Proposal | 30 | 125 | | 3,953 | | 4 | |
|  |  | Tujuan Penelitian dan Manfaat |  | 35 |  | |  | |  | |
|  |  | Tinjauan Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian |  | 35 |  | |  | |  | |
|  |  | Metode Penelitian |  | 25 |  | |  | |  | |
| 54 | MB41368 | Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian | Tugas Akhir | 55 | 190 | | 6,008 | | 6 | |
|  |  | Tinjauan Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian |  | 55 |  | |  | |  | |
|  |  | Operasional Variabel, Lokasi Penelitian, Populasi Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Realibilitas, Analisis Data, Pengujian Hipotesis |  | 50 |  | |  | |  | |
|  |  | Gambaran Umum Pembahasan, Pembahasan |  | 30 |  | |  | |  | |
| Jumlah | | | | 4554 | 4554 | 144 | | 144 | |

* 1. **Persebaran Mata Kuliah**

Tabel 7.2 Persebaran Mata Kuliah

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| a)      Mata Kuliah Ciri Khas Universitas Logistik dan Bisnis Internasional | | | | | | | | | | |
| **NO.** | **KODE** | **Nama Mata Kuliah** | **SKS** | **RINCIAN JAM** | | | | **SMTR** | |
| **T** | **P** | **L** | **TJ** | **GJL** | **GNP** |
| 1 | PPI43083 | Pengantar Logistik | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 1 |
| 2 | PPI42104 | SAP Fundamental | 3 | 2 | 0 | 3 | 5 | 4 |  |
| 3 | PPI42094 | Suppy Chain Management | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 4 |  |
| 4 | PPI44116 | SAP Sales Order | 3 | 2 | 0 | 3 | 5 |  | 5 |
| 5 | MB41183 | Eksport Import | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 5 |
|  |  | **Jumlah SKS / Jam** | **12** | **7** | **9** | **6** | **22** | **8** | **11** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| b)      Mata Kuliah Penunjang Profil Selling | | | | | | | | | | |
| **NO.** | **KODE** | **Nama Mata Kuliah** | **SKS** | **RINCIAN JAM** | | | | **SMTR** | |
| **T** | **P** | **L** | **TJ** | **GJL** | **GNP** |
| 1 | MB41276 | Integrated Marketing Communication | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 5 |
| 2 | MB41173 | Perilaku Konsumen | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 3 |
| 3 | MB41072 | Manajemen Pemasaran | 3 | 2 | 3 | 0 | 5 |  | 1 |
| 4 | MB41102 | Komunikasi Bisnis dan Presentation Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 2 |  |
| 5 | MB41143 | Pemasaran Jasa | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 2 |  |
| 6 | MB41153 | Manajemen Saluran Pemasaran | 3 | 3 | 0 | 0 | 3 | 2 |  |
| 7 | MB41122 | Proyek 1: Gagasan Inovasi Tertulis (GIT) | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 | 2 |  |
| 8 | MB41194 | Negotiation Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 3 |
| 9 | MB41163 | Strategi Pemasaran | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 3 |
| 10 | MB41245 | Proyek 2: Bisnis Plan | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 |  | 3 |
| 11 | MB41204 | Selling Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 4 |  |
| 12 | MB41214 | Closing The Sales Technique | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 4 |  |
| 13 | MB41235 | Internship 1 | 12 | 0 | 36 | 0 | 36 |  | 7 |
| 14 | MB41296 | Proyek 3 : Marketingn Plan (MP) | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 |  | 7 |
| 15 | MB41358 | Internship 2 | 12 | 0 | 36 | 0 | 36 | 8 |  |
| 16 | MB41327 | Seminar Proposal | 3 | 0 | 9 | 0 | 9 | 8 |  |
| 17 | MB41368 | Tugas Akhir | 6 | 0 | 18 | 0 | 18 | 8 |  |
|  |  | **Jumlah SKS / Jam** | **67** | **13** | **162** | **0** | **175** |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| c)       Mata Kuliah Penunjang Profil Service | | | | | | | | | | |
| **NO.** | **KODE** | **Nama Mata Kuliah** | **SKS** | **RINCIAN JAM** | | | | **SMTR** | |
| **T** | **P** | **L** | **TJ** | **GJL** | **GNP** |
| 1 | MB41276 | Integrated Marketing Communication | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 5 |  |
| 2 | MB41173 | Perilaku Konsumen | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 3 |  |
| 3 | MB42061 | Etika Bisnis | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 |  | 2 |
| 4 | MB41072 | Manajemen Pemasaran | 3 | 2 | 3 | 0 | 5 | 1 |  |
| 5 | MB41102 | Komunikasi Bisnis dan Presentation Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 2 |
| 6 | MB41143 | Pemasaran Jasa | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 2 |
| 7 | MB41122 | Proyek 1: Gagasan Inovasi Tertulis (GIT) | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 |  | 2 |
| 8 | MB41194 | Negotiation Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 3 |  |
| 9 | MB41163 | Strategi Pemasaran | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 3 |  |
| 10 | MB41245 | Proyek 2: Bisnis Plan | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 | 3 |  |
| 11 | MB41204 | Selling Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 4 |
| 12 | MB41235 | Internship 1 | 12 | 0 | 36 | 0 | 36 | 7 |  |
| 13 | MB41296 | Proyek 3 : Marketingn Plan (MP) | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 | 7 |  |
| 14 | MB41358 | Internship 2 | 12 | 0 | 36 | 0 | 36 |  | 8 |
| 15 | MB41327 | Seminar Proposal | 3 | 0 | 9 | 0 | 9 |  | 8 |
| 16 | MB41368 | Tugas Akhir | 6 | 0 | 18 | 0 | 18 |  | 8 |
| 17 | MB41051 | Kreativitas dan Inovasi | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 2 |  |
| 18 | MB41286 | Brand Management | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 | 3 |  |
| 19 | MB41347 | Strategi Bisnis | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 3 |  |
| 20 | MB41224 | Customer Relationship Management | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 4 |
|  |  | **Jumlah SKS / Jam** | **72** | **16** | **168** | **0** | **184** |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| d)      Mata Kuliah Penunjang Profil Creating Entrepeneurship | | | | | | | | | | |
| **NO.** | **KODE** | **Nama Mata Kuliah** | **SKS** | **RINCIAN JAM** | | | | **SMTR** | |
| **T** | **P** | **L** | **TJ** | **GJL** | **GNP** |
| 1 | MB41173 | Perilaku Konsumen | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 3 |
| 2 | MB42061 | Etika Bisnis | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 | 2 |  |
| 3 | MB41072 | Manajemen Pemasaran | 3 | 2 | 3 | 0 | 5 |  | 1 |
| 4 | MB41102 | Komunikasi Bisnis dan Presentation Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 2 |  |
| 5 | MB41143 | Pemasaran Jasa | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 2 |  |
| 6 | MB41122 | Proyek 1: Gagasan Inovasi Tertulis (GIT) | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 | 2 |  |
| 7 | MB41194 | Negotiation Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 3 |
| 8 | MB41163 | Strategi Pemasaran | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 3 |
| 9 | MB41245 | Proyek 2: Bisnis Plan | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 |  | 3 |
| 10 | MB41235 | Internship 1 | 12 | 0 | 36 | 0 | 36 |  | 7 |
| 11 | MB41296 | Proyek 3 : Marketingn Plan (MP) | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 |  | 7 |
| 12 | MB41358 | Internship 2 | 12 | 0 | 36 | 0 | 36 | 8 |  |
| 13 | MB41327 | Seminar Proposal | 3 | 0 | 9 | 0 | 9 | 8 |  |
| 14 | MB41368 | Tugas Akhir | 6 | 0 | 18 | 0 | 18 | 8 |  |
| 15 | MB41286 | Brand Management | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 |  | 3 |
| 16 | MB41347 | Strategi Bisnis | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 4 |  |
| 17 | MB41224 | Customer Relationship Management | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 4 |  |
| 18 | MB41082 | Pengantar Bisnis | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 1 |
| 19 | MB41153 | Manajemen Saluran Pemasaran | 3 | 3 | 0 | 0 | 3 | 2 |  |
| 20 | PPI42124 | E-Commerce | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 4 |  |
| 21 | MB41256 | Management Event | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 5 |
| 22 | MB41266 | Creative Advertising | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 5 |
| 23 | MB43406 | Manajemen Sumber daya Manusia | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 |  | 5 |
| 24 | MB41133 | Customer Sevice | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 5 |
| 25 | MB42337 | Leadership | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 6 |  |
| 26 | MB42092 | Kewirausahaan | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 6 |  |
| 27 | MB43396 | Manajemen Operasi | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 | 6 |  |
|  |  | **Jumlah SKS / Jam** | **87** | **27** | **180** | **0** | **207** |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| e)       Mata Kuliah Penunjang Profil Entrepeneurship | | | | | | | | | | |
| **NO.** | **KODE** | **Nama Mata Kuliah** | **SKS** | **RINCIAN JAM** | | | | **SMTR** | |
| **T** | **P** | **L** | **TJ** | **GJL** | **GNP** |
| 1 | MB41173 | Perilaku Konsumen | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 3 |  |
| 2 | MB42061 | Etika Bisnis | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 |  | 2 |
| 3 | MB41072 | Manajemen Pemasaran | 3 | 2 | 3 | 0 | 5 | 1 |  |
| 4 | MB41102 | Komunikasi Bisnis dan Presentation Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 2 |
| 5 | MB41143 | Pemasaran Jasa | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 2 |
| 6 | MB41122 | Proyek 1: Gagasan Inovasi Tertulis (GIT) | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 |  | 2 |
| 7 | MB41194 | Negotiation Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 3 |  |
| 8 | MB41163 | Strategi Pemasaran | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 3 |  |
| 9 | MB41245 | Proyek 2: Bisnis Plan | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 | 3 |  |
| 10 | MB41235 | Internship 1 | 12 | 0 | 36 | 0 | 36 | 7 |  |
| 11 | MB41296 | Proyek 3 : Marketingn Plan (MP) | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 | 7 |  |
| 12 | MB41358 | Internship 2 | 12 | 0 | 36 | 0 | 36 |  | 8 |
| 13 | MB41327 | Seminar Proposal | 3 | 0 | 9 | 0 | 9 |  | 8 |
| 14 | MB41368 | Tugas Akhir | 6 | 0 | 18 | 0 | 18 |  | 8 |
| 15 | MB41286 | Brand Management | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 | 3 |  |
| 16 | MB41347 | Strategi Bisnis | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 4 |
| 17 | MB41224 | Customer Relationship Management | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 4 |
| 18 | MB41082 | Pengantar Bisnis | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 1 |  |
| 19 | MB41256 | Management Event | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 6 |
| 20 | MB41266 | Creative Advertising | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 6 |
| 21 | MB43406 | Manajemen Sumber daya Manusia | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 |  | 6 |
| 22 | MB41133 | Customer Sevice | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 6 |
| 23 | MB42337 | Leadership | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 6 |
| 24 | MB42092 | Kewirausahaan | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 6 |
| 25 | MB43396 | Manajemen Operasi | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 |  | 6 |
| 26 | MB42317 | Statistika Bisnis | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 6 |
|  |  | **Jumlah SKS / Jam** | **84** | **24** | **180** | **0** | **204** |  |  |

* 1. **Pembagian Jenis Mata Kuliah**

Kurikulum adalah sejumlah mata kuliah yang akan diajarkan pada salah satu program studi tertentu dilingkungan Universitas Logistik dan Bisnis Internasional dalam upaya mencapai tujuan program studi. Mata kuliah-mata kuliah yang masuk dalam kurikulum dikelompokkan sebagai berikut:

1. Kelompok mata kuliah pengembangan kepribadian (MPK), adalah kelompok bahan kajian dan pelajaran dalam kurikulum untuk menunjang pembentukan kepribadian dan sikap sebagai bekal mahasiswa memasuki kehidupan bermasyarakat.

Tabel 7.3 Matakuliah Pengembangan Kepribadian (MPK)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **KODE** | **Nama Mata Kuliah** | **SKS** | **RINCIAN SKS** | | | | **SMTR** | | **STATUS MK** |
| **T** | **P** | **L** | **TJ** | **GJL** | **GNP** |
| 1 | PPI41021 | Pendidikan Agama (Religion) | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 |  | 1 | MK Pembentukan Kepribadian-ULBI-MKWU |
| 2 | PPI44141 | Pancasila (Pancasila) | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 |  | 1 | MK Pembentukan Kepribadian-ULBI-MKWU |
| 3 | PPI44151 | Pendidikan Kewarganegaraan (Civilization) | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 |  | 1 | MK Pembentukan Kepribadian-ULBI-MKWU |
| 4 | MB42061 | Etika Bisnis | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 |  | 1 | MK Pembentukan Kepribadian-ULBI-MKWU |
|  |  | **Jumlah SKS / JAM** | **8** | **8** | **0** | **0** | **8** |  |  |  |

1. Kelompok mata kuliah keilmuan dan keterampilan (MKK), adalah kelompok bahan kajian dan pelajaran dalam kurikulum untuk memberikan dasar pembentukan keahlian, baik untuk kepentingan profesi maupun untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Tabel 7.4 Matakuliah Keilmuan dan Keterampilan (MKK)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **KODE** | **Nama Mata Kuliah** | **SKS** | **RINCIAN SKS** | | | | **SMTR** | | **STATUS MK** |
| **T** | **P** | **L** | **TJ** | **GJL** | **GNP** |
| 1 | MB41072 | Manajemen Pemasaran | 3 | 2 | 3 | 0 | 5 |  | 1 | MK Dasar Keahlian-Prodi- Wajib |
| 2 | MB41082 | Pengantar Bisnis | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 1 | MK Dasar Keahlian-Prodi- Wajib |
| 3 | MB41051 | Kreativitas dan Inovasi | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 2 |  | MK Dasar Keahlian-Prodi- Wajib |
| 4 | MB43406 | Manajemen Sumber Daya Manusia | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 |  | 5 | MK Dasar Keahlian-Prodi- Wajib |
| 5 | MB43396 | Manajemen Operasi | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 | 6 |  | MK Dasar Keahlian-Prodi- Wajib |
| 6 | MB41102 | Komunikasi Bisnis dan Presentation Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 2 |  | MK Dasar Keahlian-Prodi- Wajib |
| 7 | MB41163 | Strategi Pemasaran | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 3 | MK Dasar Keahlian-Prodi- Wajib |
| 8 | MB41347 | Strategi Bisnis | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 4 |  | MK Dasar Keahlian-Prodi- Wajib |
| 9 | MB41194 | Negotiation Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 3 | MK Dasar Keahlian-Prodi- Wajib |
| 10 | MB41143 | Pemasaran Jasa | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 2 |  | MK Dasar Keahlian-Prodi- Wajib |
| 11 | MB42317 | Statistika Bisnis | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 6 |  | MK Dasar Keahlian-Prodi- Wajib |
|  |  | **Jumlah SKS / JAM** | **23** | **14** | **27** | **0** | **41** |  |  |  |

1. Kelompok mata kuliah keahlian berkarya (MKB), adalah kelompok bahan kajian dan pelajaran dalam kurikulum untuk menghasilkan tenaga ahli dalam bidang tertentu.

Tabel 7.5 Matakuliah Keahlian Berkarya (MKB)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **KODE** | **Nama Mata Kuliah** | **SKS** | **RINCIAN SKS** | | | | **SMTR** | | **STATUS MK** |
| **T** | **P** | **L** | **TJ** | **GJL** | **GNP** |
| 1 | MB41153 | Manajemen Saluran Pemasaran | 3 | 3 | 0 | 0 | 3 | 2 |  | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 2 | MB41122 | Proyek 1: Gagasan Inovasi Tertulis (GIT) | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 | 2 |  | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 3 | MB41245 | Proyek 2: Bisnis Plan | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 |  | 3 | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 4 | PPI42124 | E-Commerce | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 4 |  | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 5 | MB42307 | Metodologi Penelitian | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 6 |  | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 6 | MB41235 | Internship 1 | 12 | 0 | 36 | 0 | 36 |  | 7 | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 7 | MB41296 | Proyek 3 : Marketingn Plan (MP) | 4 | 0 | 12 | 0 | 12 |  | 7 | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 8 | MB41358 | Internship 2 | 12 | 0 | 36 | 0 | 36 | 8 |  | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 9 | MB41327 | Seminar Proposal | 3 | 0 | 9 | 0 | 9 | 8 |  | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 10 | MB41368 | Tugas Akhir | 6 | 0 | 18 | 0 | 18 | 8 |  | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 11 | MB42092 | Kewirausahaan | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 6 |  | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 12 | MB41286 | Brand Management | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 |  | 3 | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 13 | MB41173 | Perilaku Konsumen | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 3 | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 14 | MB41204 | Selling Skill | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 4 |  | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 15 | MB41214 | Closing The Sales Technique | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 4 |  | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 16 | MB41224 | Customer Relationship Management | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 4 |  | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 17 | MB41256 | Management Event | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 5 | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 18 | MB41266 | Creative Advertising | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 5 | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 19 | MB41276 | Integrated Marketing Communication | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 5 | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 20 | MB41133 | Customer Sevice | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 5 | MK Keahlian Prodi - Wajib |
| 21 | MB42337 | Leadership | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 6 |  | MK Keahlian Prodi - Wajib |
|  |  | **Jumlah SKS / JAM** | **74** | **17** | **171** | **0** | **188** |  |  |  |

1. Kelompok mata kuliah perilaku (MPB) serta mata kuliah berkehidupan bermasyarakat (MBB), adalah kelompok bahan kajian dan pelajaran dalam kurikulum untuk melengkapi ilmu pengetahuan dan keterampilan yang menopang keahlian utama.

Tabel 7.6 Matakuliah Perilaku (MPB)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **KODE** | **Nama Mata Kuliah** | **SKS** | **RINCIAN SKS** | | | | **SMTR** | | **STATUS MK** |
| **T** | **P** | **L** | **TJ** | **GJL** | **GNP** |
| 1 | MB42061 | Etika Bisnis | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 | 2 |  | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 2 | MB43387 | Kapita Selekta | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 | 6 |  | MK-Pelengkap-Prodi-Wajib |
|  |  | **Jumlah SKS / JAM** | **4** | **4** | **0** | **0** | **4** |  |  |  |

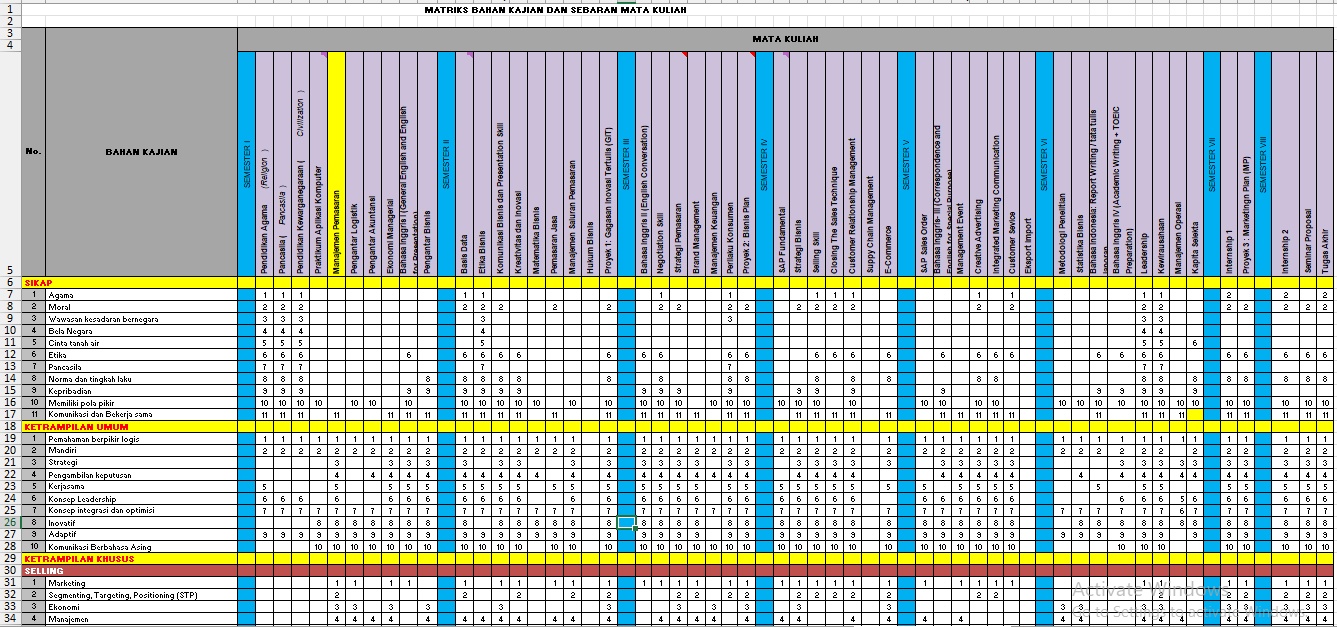
Tabel 7.7 Mata Kuliah Berkehidupan Bermasyarakat

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **KODE** | **Nama Mata Kuliah** | **SKS** | **RINCIAN SKS** | | | | **SMTR** | | **STATUS MK** |
| **T** | **P** | **L** | **TJ** | **GJL** | **GNP** |  |
| 1 | MB42021 | Praktikum Aplikasi Komputer | 3 | 2 | 0 | 3 | 5 |  | 1 | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 2 | PPI43083 | Pengantar Logistik | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 1 | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 3 | MB43031 | Pengantar Akuntansi | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 1 | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 4 | MB42041 | Ekonomi Managerial | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 1 | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 5 | PPI42171 | Bahasa inggris I (General English and English for Presentation) | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 1 | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 6 | PPI43182 | Basis Data | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 2 |  | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 7 | MB42011 | Matematika Bisnis | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 2 |  | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 8 | PPI44161 | Hukum Bisnis | 2 | 2 | 0 | 0 | 2 | 2 |  | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 9 | PPI44196 | Bahasa Inggris II (English Conversation) | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 3 | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 10 | MB42112 | Manajemen Keuangan | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 3 | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 11 | PPI42104 | SAP Fundamental | 3 | 2 | 0 | 3 | 5 | 4 |  | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 12 | PPI42094 | Suppy Chain Management | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 4 |  | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 13 | MB41183 | Eksport Import | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 5 | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 14 | PPI44116 | SAP Sales Order | 3 | 2 | 0 | 3 | 5 |  | 5 | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 15 | PPI44196 | Bahasa Inggris- III (Correspondence and English for Special Purpose) | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 |  | 5 | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 16 | PPI41037 | Bahasa Indonesia: Report Writing / tata tulis laporan | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 6 |  | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
| 17 | PPI42137 | Bahasa Inggris IV (Academic Writing + TOEIC Preparation) | 2 | 1 | 3 | 0 | 4 | 6 |  | MK-Pelengkap-ULBI-Wajib |
|  |  | **Jumlah SKS / JAM** | **37** | **21** | **39** | **9** | **69** |  |  |  |

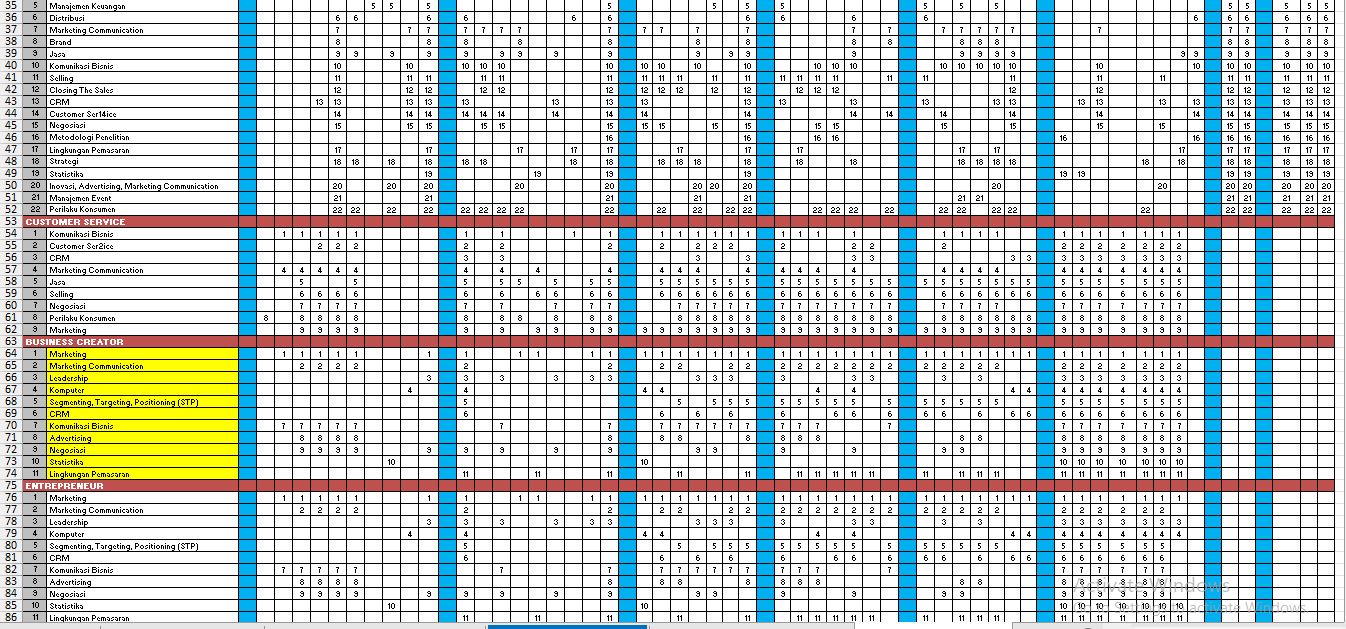
# Bab viii Matriks dan Peta Kurikulum

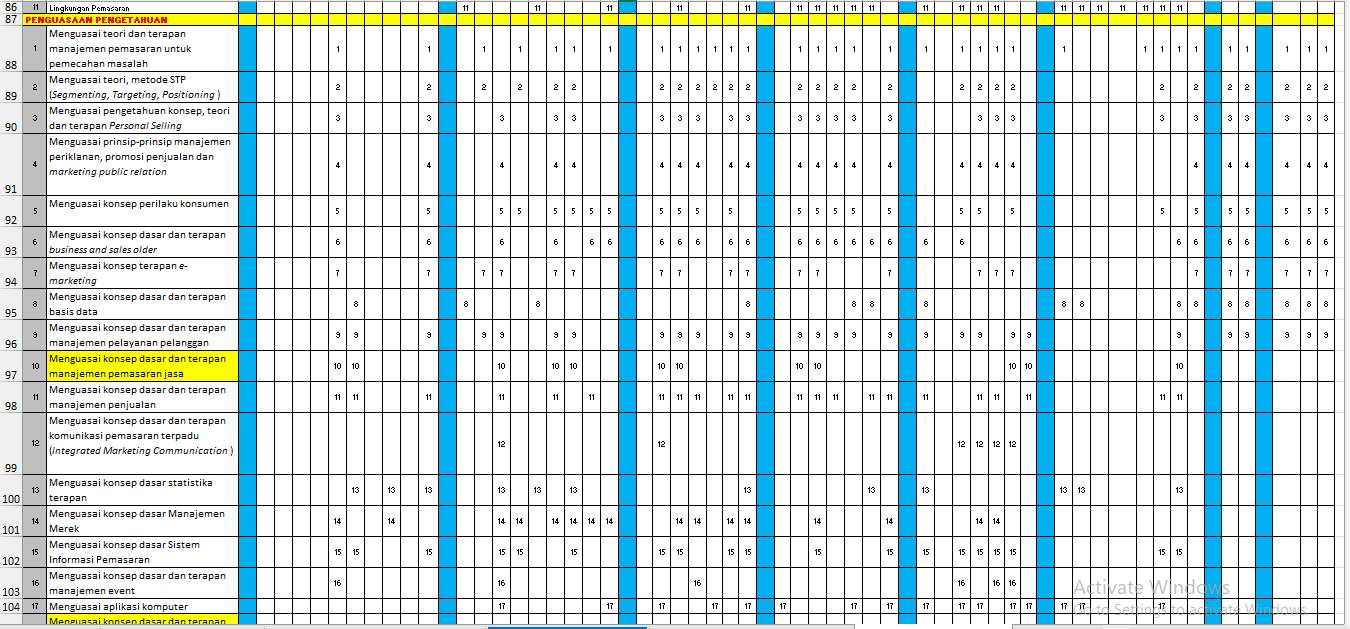
1. **Matriks**

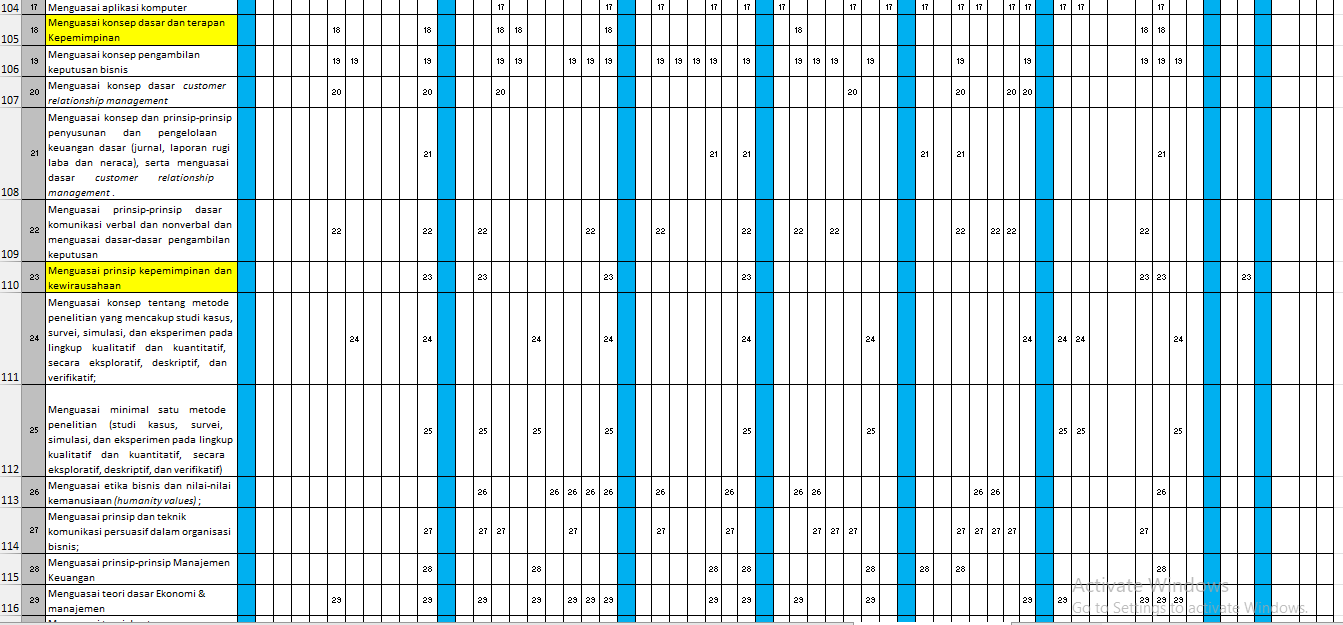
Selanjutnya CPL Prodi yang telah disusun, setiap butir dicek apakah telah mengandung kemampuan dan bahan kajian, beserta konteksnya sesuai dengan jenjangnya dengan menggunakan Tabel 3. Letakkan butir-butir CPL Prodi pada bagian lajur, sedangkan bahan kajian yang dikandung oleh butir-butir CPL tersebut diletakkan pada bagian kolom tabel tersebut. Selanjutnya silahkan diperiksa apakah bahan kajian–bahan kajian tersebut telah sesuai dengan disiplin bidang ilmu yang dikembangkan di program studi dan apakah bahan kajian tersebut telah sesuai dengan kebutuhan belajar mahasiswa sesuai dengan jenjang program studinya. Jika jawaban atas kedua pertanyaan tersebut adalah sesuai, maka butir-butir CPL tersebut selanjutnya akan digunakan sebagai dasar pembentukan mata kuliah.

****

Tabel 8.1 Matriks Kaitan Antara CPL dengan Bahan Kajian



**



* 1. Melakukan evaluasi Mata Kuliah pada Kurikulum dengan Matriks (jika tidak ada perubahan pada poin a,b.

Penetapan mata kuliah untuk kurikulum yang sedang berjalan dilakukan dengan mengevaluasi tiap-tiap mata kuliah dengan acuan CPL prodi yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Evaluasi dilakukan dengan mengkaji seberapa jauh keterkaitan setiap mata kuliah (materi pembelajaran, bentuk tugas, soal ujian, dan penilaian) dengan CPL yang telah dirumuskan. Kajian ini dilakukan dengan menyusun matriks antara butir-butir CPL dengan mata kuliah yang sudah ada seperti Tabel 8.2

Tabel 8.2 Matriks untuk Evaluasi Mata Kuliah pada Kurikulum

A picture containing schematic

Description automatically generated

Matriks tersebut terdiri dari bagian kolom yang berisi mata kuliah yang sudah ada (mata kuliah yang sedang berjalan), dan bagian baris berisi CPL prodi (terdiri dari sikap, keterampilan umum, keterampilan khusus, dan pengetahuan) yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Evaluasi terhadap mata kuliah yang ada dilakukan dengan melihat kesesuainnya dengan butir-butir CPL tsb. Butir CPL yang sesui dengan mata kuliah tertentu diberi tanda. Matriks tersebut di atas dapat menguraikan hal-hal berikut:

* Mata kuliah yang secara tepat sesuai dengan beberapa butir CPL yang ditetapkan dapat diberi tanda pada kotak, dan mata kuliah tersebut dapat ditetapkan sebagai bagian dari kurikulum baru. Pemberian tanda berarti menyatakan ada bahan kajian yang dipelajari atau harus dikuasai untuk memberikan kemampuan pada mahasiswa sesuai butir CPL tersebut.
* Bila terdapat mata kuliah yang tidak terkait atau tidak berkontribusi pada pemenuhan CPL, maka mata kuliah tersebut dapat dihapuskan atau diintegrasikan dengan mata kuliah lain. Sebaliknya bila ada beberapa butir dari CPL belum terkait pada mata kuliah yang ada, maka dapat diusulkan mata kuliah baru.
  1. Melakukan analisis atau perubahan Pembentukan Mata Kuliah Baru Berdasarkan Beberapa Butir CPL yang Dibebankan pada Mata Kuliah.

Kurikulum program studi baru diperlukan tahapan pembentukan mata kuliah baru. Pembentukan mata kuliah baru didasarkan pada beberapa butir CPL yang dibebankan padanya. Mekanisme pembentukan mata kuliah baru dapat dibantu dengan menggunakan matriks pada Tabel 9.

Tabel 8.3 Matriks Pembentukan Mata Kuliah Baru Berdasarkan Beberapa Butir CPL yang Dibebankan pada Mata Kuliah

Diagram

Description automatically generated

Cara pembentukan mata kuliah baru seperti disajikan pada Tabel 5 adalah sebagai berikut:

* + - 1. Pilih beberapa butir CPL yang terdiri dari sikap, pengetahuan, keterampilan (umum atau/dan khusus), beri tanda pada sel tabel, sebagai dasar pembentukan mata kuliah;
      2. Bahan kajian yang dikandung oleh CPL yang dibebankan pada mata kuliah tersebut, selanjutnya dijabarkan sebagai materi pembelajaran dengan keluasan dan kedalaman sesuai dengan kebutuhan jenjang program
      3. Pastikan bahwa setiap butir CPL Prodi telah habis dibebankan pada seluruh mata kuliah, pada kolom paling kanan (Jmlh) dapat diketahui jumlah/distribusi butir CPL pada masing-masing mata kuliah;
      4. Sedangkan pada dua baris terakhir dapat digunakan untuk mengestimasi waktu yang diperlukan untuk mencapai CPL yang dibebankan pada mata kuliah tersebut, kemudian dikonversi dalam besaran sks (1 sks = 170 menit).

Besarnya bobot sks suatu mata kuliah dimaknai sebagai waktu yang dibutuhkan oleh mahasiswa untuk dapat memiliki kemampuan yang dirumuskan dalam sebuah mata kuliah tersebut. Unsur penentu perkiraan besaran bobot sks adalah:

* 1. tingkat kemampuan yang harus dicapai (lihat Standar Kompetensi Lulusan untuk setiap jenis prodi dalam SN-Dikti);
  2. kedalaman dan keluasan materi pembelajaran yang harus dikuasai (lihat Standar Isi Pembelajaran dalam SN-Dikti);
  3. metode/strategi pembelajaran yang dipilih untuk mencapai kemampuan tersebut (lihat Standar Proses Pembelajaran dalam SN-Dikti).
  4. Melakukan penyusunan organisasi matakuliah yang telah dilakukan penyesuaian dengan bahan kain dan CPL.

Tahapan penyusunan struktur kurikulum dalam bentuk organisasi matrik mata kuliah per semester perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

* + - 1. Tahapan pembelajaran mata kuliah yang direncanakan dalam usaha memenuhi capaian pembelajaran lulusan;
      2. Ketepatan letak mata kuliah yang disesuaikan dengan keruntutan tingkat kemampuan dan integrasi antar mata kuliah baik secara vertikal maupun horisontal;
      3. Beban belajar mahasiswa secara normal antara 8–10 jam per hari per minggu yang setara dengan beban 17-21 sks per semester.
      4. Proses penyusunannya melibatkan seluruh dosen program studi dan selanjutnya ditetapkan oleh program studi.

Organisasi mata kuliah dalam struktur kurikulum perlu dilakukan secara cermat dan sistematik untuk memastikan tahapan belajar mahasiswa telah sesuai, menjamin pembelajaran terselenggara secara efisien dan efektif untuk mencapai CPL Prodi. Organisasi mata kuliah dalam struktur kurikulum terdiri dari organisasi horisontal dan organisasi vertikal (Ornstein & Hunkins, 2014, p. 157). Organisasi mata kuliah horisontal dalam semester dimaksudkan untuk perluasan wacana dan keterampilan mahasiswa dalam konteks yang lebih luas. Sebagai contoh dalam semester yang sama mahasiswa belajar tentang sains dan humaniora dalam kontek untuk mencapai kemampuan sesuai salah satu butir CPL pada Keterampilan Umum “mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya”. Sedangkan organisasi mata kuliah secara vertikal dalam jenjang semester dimaksudkan untuk memberikan ke dalam penguasaan kemampuan sesuai dengan tingkat kesulitan belajar untuk mencapai CPL Program studi yang telah ditetapkan.

### **Peta Mata Kuliah**

Peta Kurikulum Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI dibuat guna menghubungkan Visi/Misi dan Tujuan Program Studi dengan Kompetensi yang ingin dicapai pada lulusan Program Studi D4 Manajemen Perusahaan. Peta Kurikulum menghubungkan antara setiap mata kuliah dengan kompetensi lulusan. Peta kurikulum mengarah pencapaian kompetensi lulusan melalui pembelajaran setiap mata kuliah. Berdasarkan peta kurikulum tersebut maka dirumuskan perancangan pembelajaran secara sistematis dilakukan agar menghasilkan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) beserta perangkat pembelajaran yang lainnya, di antaranya instrumen penilaian, rencana tugas, bahan ajar, dan lain-lain yang dapat dijalankan dalam proses pembelajaran secara efisien dan efektif dari setiap matakuliah. Berikut adalah peta mata kuliah setiap semester:

Graphical user interface, application, table, Excel

Description automatically generated

Gambar 8.1 Peta Mata Kuliah

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Universitas Logistik & Bisnis Internasional  **Jl. Sariasih No. 54 Sarijadi Bandung 40151, 🕿 022-2009562; 022-2009570** | | | Notula  Rapat |
| Jenis Rapat:  Rapat Prodi | | Judul Rapat:  Evaluasi Kurikulum | Hari: Selasa  Tanggal: 7 November 2023  Waktu: 09.00 - selesai | Ruang:  Ruang Prodi |
| Agenda Rapat | | | | |
| 1. Peninjauan Kurikulum 2. Evaluasi Kurikulum | | | | |
| Peserta Rapat | | | | |
| 1. Bambang Triputranto,SE.,MM (Hadir) 2. Hesti Sugesti, S.Pd.,MM (Hadir 3. Asaretkha Adjane Annisawati, S.E.,MBA (Hadir) 4. Dr. Prety Diawati, S.Sos.,MM (Hadir) 5. Dr. Senny Handayani, SE., MM (Hadir) 6. Dr. Angga Dewi Anggraeni, SE.,MM (Hadir) 7. Farid Madani, SH.,MH (Hadir) 8. Dr. Nur Aziz Sugiharto, SE.,MM (Hadir) 9. Dr. Kiagus Muhammad Amran, SE., MM. (Hadir) | | | | |
| Hasil Rapat | | | | |
| Tim pengembang kurikulum mereview dengan hasil berikut :   1. Kurikulum pertama (2011) berlaku untuk angkatan pertama, terdiri dari Kurikulum Nasional (Kurnas) ditambah muatan lokal. 2. Kurikulum kedua (2013) berlaku untuk angkatan ketiga, merupakan modifikasi dari kurikulum 2011 (revisi). Revisi dilakukan pada konten matakuliah, maupun pergantian mata kuliah lokal dengan menambah muatan yang lebih mengarah pada Logistik Perposan. Keunikan yang ingin dibangun pada Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Perusahaan adalah dengan menambahkan aplikasi integrasi sistem informasi logistik melalui matakuliah SAP-ERP serta penambahan jam praktek pada matakuliah Bahasa Inggris. 3. Kurikulum ketiga (2016), berlaku untuk angkatan 2016/2017. Merupakan revisi minor dari kurikulum 2013. Keunikan yang ingin dibangun adalah dengan mengurangi jumlah jam teori dan menambah jam praktek dengan tidak mengubah jumlah jam SKS secara keseluruhan. 4. Kurikulum ke 4, berlaku untuk angkatan 2017/2018, merupakan kurikulum berbasis KKNI. Berlaku untuk mahasiswa Tahun angkatan 2017,2018 (Revisi 1), 2019 (Revisi 2) dan tahun 2020 (Revisi 3),Sejalan dengan program MP3EI, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia sejak tahun 2000 telah melakukan berbagai inovasi dalam mewujudkan pendidikan tinggi yang berbasis pada kompetensi lulusan, hal ini semakin diperkuat dengan dikeluarkannya Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) yang memberikan panduan dan acuan bagi perguruan tinggi dalam menghasilkan lulusan yang berdaya saing global. Seiring berjalan nya dinamika perkembangan di Prodi Sarjana Terapan Manajemen peusahaan tanpa merubah kurikulum KKNI secara mendasar ada beberapa pergeseran mata kuliah, dan perbaikan pada Capaian Pembelajaran (CP) Mata kuliah. 5. Kurikulum ke 5, Kampus Merdeka (MBKM) merupakan sebuah inovasi yang diluncurkan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan untuk memperkenalkan kebijakan dalam mentransformasi sistem pendidikan tinggi Indonesia guna menghasilkan lulusan yang lebih berkualitas. Pada tahun 2021 kami menyesuaikan kurikulam MBKM yang mengakomodir kegiatan magang pada semester 7 berlaku untuk angkatan 2021 sd angkatan 2023 eksisting pada saat penyusunan Panduan kurikulum ini. | | | | |
| **ttd pak bambang capPimpinan Rapat :**  **Ka. Prodi D4 Manajemen Perusahaan,**  **Bambang Triputranto.,S.E.,MM.** | | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Universitas Logistik & Bisnis Internasional  **Jl. Sariasih No. 54 Sarijadi Bandung 40151, 🕿 022-2009562; 022-2009570** | | | Notula  Rapat |
| Jenis Rapat:  Rapat Prodi | | Judul Rapat:  Evaluasi Kurikulum | Hari: Selasa  Tanggal: 21 November 2023  Waktu: 09.00 - selesai | Ruang:  Ruang Prodi |
| Agenda Rapat | | | | | |
| 1. Evaluasi Kurikulum | | | | | |
| Peserta Rapat | | | | | |
| 1. Bambang Triputranto,SE.,MM (Hadir) 2. Hesti Sugesti, S.Pd.,MM (Hadir 3. Asaretkha Adjane Annisawati, S.E.,MBA (Hadir) 4. Dr. Prety Diawati, S.Sos.,MM (Hadir) 5. Dr. Senny Handayani, SE., MM (Hadir) 6. Dr. Angga Dewi Anggraeni, SE.,MM (Hadir) 7. Farid Madani, SH.,MH (Hadir) 8. Dr. Nur Aziz Sugiharto, SE.,MM (Hadir) 9. Dr. Kiagus Muhammad Amran, SE., MM. (Hadir) | | | | | |
| Hasil Rapat | | | | | |
| Tim pengembang kurikulum mengevaluasi dengan hasil berikut :  Harus ada penyesuaian dengan visi, misi, tujuan Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Perusahaan ULBI  Pengembangan kurikulum harus ada masukan dari stakeholders (alumni dan Industry pengguna lulusan)  Masukan dari bahan kajian standar dari Aliansi Program Studi Manajemen dan Bisnis Indonesia (APSMBI)  Kurikulum dirancang berdasarkan relevansinya dengan tujuan, cakupan dan kedalaman materi, pengorganisasian yang mendorong terbentuknya hard skills dan keterampilan kepribadian dan perilaku (soft skills) yang dapat diterapkan dalam berbagai situasi dan kondisi.  Melakukan *Benchmarking* ke beberapa PT (Politeknik Negeri Malang, Telkom University, Maranatha, dll)  Masukan dari dosen mata kuliah tentang *up-dating* matakuliah yang diampunya. | | | | | |
| **ttd pak bambang capPimpinan Rapat :**  **Ka. Prodi D4 Manajemen Perusahaan,**  **Bambang Triputranto.,S.E.,MM.** | | | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Universitas Logistik & Bisnis Internasional  **Jl. Sariasih No. 54 Sarijadi Bandung 40151, 🕿 022-2009562; 022-2009570** | | | Notula  Rapat |
| Jenis Rapat:  Rapat Prodi | | Judul Rapat:  Evaluasi Kurikulum | Hari: Kamis  Tanggal: 7 Desember 2023  Waktu: 09.00 - selesai | Ruang:  Ruang Prodi |
| Agenda Rapat | | | | | |
| 1. Masukan dari *stakeholder* | | | | | |
| Peserta Rapat | | | | | |
| 1. Bambang Triputranto,SE.,MM (Hadir) 2. Hesti Sugesti, S.Pd.,MM (Hadir 3. Asaretkha Adjane Annisawati, S.E.,MBA (Hadir) 4. Dr. Prety Diawati, S.Sos.,MM (Hadir) 5. Dr. Senny Handayani, SE., MM (Hadir) 6. Dr. Angga Dewi Anggraeni, SE.,MM (Hadir) 7. Farid Madani, SH.,MH (Hadir) 8. Dr. Nur Aziz Sugiharto, SE.,MM (Hadir) 9. Dr. Kiagus Muhammad Amran, SE., MM. (Hadir) | | | | | |
| Hasil Rapat | | | | | |
| Tim pengembang kurikulum menerima masukan dari berbagai *stakeholder* dengan hasil berikut:   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **No.** | **Stakeholder** | **Masukan** | | 1. | Pimpinan Fakultas | Memberikan arahan berupa dalam menetapkan kurikulum mengacu pada *scientific vision* dan terkait dengan visi Fakultas yang merupakan turunan visi Universitas dengan ciri khas Logistik dan Supply Chain Management, namun tanpa mengurangi kompetensi inti dari program studi S1 terapan Manajemen Perusahaan ULBI. | | 2 | Dosen tetap Prodi | Dosen tetap Prodi menginginkan adanya keleluasaan untuk mata kuliah inti prodi dapat selalu disesuaikan dengan kebutuhan industry dan LO calon lulusan sehingga di perlukan evaluasi kurikulum minor setiap 2 tahun. | | 3 | Perwakilan Mahasiswa | * + - * 1. Perwakilan mahasiswa an. Prima dalam proses pembelajaran dan kegiatan-kegiatan akademik lainnya yang dapat mendukukung softskill mahasiswa sehingga mahasiswa ke depannya ketrampilan, dapat beradaptasi dan mampu bersaing di pasar kerja. | | 4 | Perwakilan Alumni | * + - * 1. Asti Reski Apriliani Semoga ulbi semakin menjaya, saya sebagai alumni yang sudah bekerja di PT. Telkomunikasi Indonesia sangat bangga menjadi bagian dari almamater ULBI,         2. Muni Ledia Astuti Masukan nya berupa lebih banyak penambahan jam praktek untuk mata kuliah inti         3. Dengan penggabungan Poltekpos dan ULBI ini harus bisa menjadi kampus yang menciptakan lulusan lulusan terbaik yang akan menjadi penerus bangsa dan yang kedua mudah mudahan bisaenjadi kampus dengan kredibilitas yang tinggi | | 5 | Perwakilan Asosiasi | Berdasarkan bahan kajian standar dari Aliansi Program Studi Manajemen dan Bisnis Indonesia (APSMBI) yang perlu di garis bawahi adalah kekhasan program studi sebagai *competitive Advantage* calon lulusan harus dibangun dari semester awal sehingga di perlukan road-map kurikulum yang jelas agar LO lulusan dapat tercapai. Selain itu juga pengembangan karakter calon lulusan perlu di akomodir didalam setiap CP mata kuliah. | | 6 | Perwakilan Stakeholder | Ibu Anita dari Iron Bird Logistik, memberikan masukan berdasarkan beberapa alumni tentang kemampuan Bahasa Inggris yang masih perlu di tingkatkan lagi apabila alumni prodi S1 Terapan Manajemen Perusahan ingin memiliki daya saing yang unggul dengan lulusan-lulusan dari perguruan tinggi yang lain, kemampuan Bahasa menjadi salah satu point ukur industry. | | 7 | Pakar | Pakar bidang ilmu Manajemen Niaga yaitu Dr. Ma’mun Sutisna, Drs., S. Sos., M. Pd. Memberikan masukan bahwa calon lulusanuntuk mendapat gelar S.Tr.M bisa melalui mekanisme non-Tugas Akhir, artinya sebagai fakultas vokasi mahasiswa bisa lulus dengan menciptakan suatu prototype produk, oleh sebab itu kurikulum dapat diarahkan untuk mengakomodir nya. | |  |  |  | | | | | | |
| **ttd pak bambang capPimpinan Rapat :**  **Ka. Prodi D4 Manajemen Perusahaan,**  **Bambang Triputranto.,S.E.,MM.** | | | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Universitas Logistik & Bisnis Internasional  **Jl. Sariasih No. 54 Sarijadi Bandung 40151, 🕿 022-2009562; 022-2009570** | | | Notula  Rapat |
| Jenis Rapat:  Rapat Prodi | | Judul Rapat:  Evaluasi Kurikulum | Hari: Senin  Tanggal: 18 Desember 2023  Waktu: 09.00 - selesai | Ruang:  Ruang Prodi |
| Agenda Rapat | | | | | |
| 1. Resume Perubahan Kurikulum | | | | | |
| Peserta Rapat | | | | | |
| 1. Bambang Triputranto,SE.,MM (Hadir) 2. Hesti Sugesti, S.Pd.,MM (Hadir 3. Asaretkha Adjane Annisawati, S.E.,MBA (Hadir) 4. Dr. Prety Diawati, S.Sos.,MM (Hadir) 5. Dr. Senny Handayani, SE., MM (Hadir) 6. Dr. Angga Dewi Anggraeni, SE.,MM (Hadir) 7. Farid Madani, SH.,MH (Hadir) 8. Dr. Nur Aziz Sugiharto, SE.,MM (Hadir) 9. Dr. Kiagus Muhammad Amran, SE., MM. (Hadir) | | | | | |
| Hasil Rapat | | | | | |
| Kurikulum adalah sejumlah mata kuliah yang akan diajarkan pada salah satu program studi tertentu dilingkungan Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, dalam upaya mencapai tujuan program studi, Adapun Resume Perubahan Kurikulum yang dilakukan oleh Program Studi D4 Manajemen Perusahaan ULBI dilakukan dengan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :   1. Penyesuaian dengan visi, misi, tujuan Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Perusahaan ULBI 2. Masukan dari stakeholders (alumni dan Industry pengguna lulusan) 3. Masukan dari bahan kajian standar dari Aliansi Program Studi Manajemen dan Bisnis Indonesia (APSMBI) 4. kurikulum dirancang berdasarkan relevansinya dengan tujuan, cakupan dan kedalaman materi, pengorganisasian yang mendorong terbentuknya hard skills dan keterampilan kepribadian dan perilaku (soft skills) yang dapat diterapkan dalam berbagai situasi dan kondisi. 5. Adanya *Benchmarking* ke beberapa PT (Politeknik Negeri Malang, Telkom University, Maranatha, dll) 6. Masukan dari dosen mata kuliah tentang *up-dating* matakuliah yang diampunya. | | | | | |
| **ttd pak bambang capPimpinan Rapat :**  **Ka. Prodi D4 Manajemen Perusahaan,**  **Bambang Triputranto.,S.E.,MM.** | | | | | |