

**KURIKULUM MANAJEMEN STRATEGIK**  
**Tahun Ajaran 2006/2007 - JENJANG MAGISTER (S2)**

| <b>Kelompok Mata Kuliah</b>    | <b>SKS</b> |
|--------------------------------|------------|
| A. Mata Kuliah Wajib           | 12         |
| B. Mata Kuliah Keahlian Khusus | 18         |
| C. Mata Kuliah Pilihan         | 6          |
| D. Tesis                       | 6          |
| <b>Total</b>                   | <b>42</b>  |

**Mata Kuliah Wajib**

| <b>Nama Mata Kuliah</b>                                 | <b>SKS</b> |
|---|------------|
| <i>Dynamic Business Environment</i>                     | 2          |
| <i>Research Methodology</i>                             | 2          |
| <i>Competitive Marketing Strategy</i>                   | 2          |
| <i>Corporate Financial Decision</i>                     | 2          |
| <i>Managing Human Capital for Competitive Advantage</i> | 2          |
| <i>Operations &amp; Supply Chain Management</i>         | 2          |
| <b>Total</b>  | <b>12</b>  |

**Mata Kuliah Keahlian Khusus**

| <b>Nama Mata Kuliah</b>                                | <b>SKS</b> |
|--|------------|
| <i>Corporate Strategy for Competitiveness</i>          | 3          |
| <i>Organizational Behavior &amp; Process of Change</i> | 3          |
| <i>Micro-Economic Theory for Competitive Advantage</i> | 3          |
| <i>Corporate Restructuring</i>                         | 3          |
| <i>Seminar on Global Management</i>                    | 3          |
| <i>Seminar on Business Ethics and Social Capital</i>   | 3          |
| <b>Total</b>   | <b>18</b>  |

**Mata Kuliah Pilihan (*Elective*)**

Mahasiswa harus memilih 2 mata kuliah (setara dengan **6 SKS**).

| <b>Nama Mata Kuliah</b>                          | <b>SKS</b> |
|--|------------|
| <i>Knowledge Management for Service Industry</i> | 3          |
| <i>Strategy Process for Implementation</i>       | 3          |
| <i>Entrepreneurship and Strategy</i>             | 3          |
| <i>Strategic Leadership and Competency</i>       | 3          |

**Mata Kuliah Matrikulasi**

| <b>Nama Mata Kuliah</b>                 | <b>SKS</b> |
|---|------------|
| <i>Accounting for Decision Making</i>   | NK         |
| <i>Quantitative Method for Business</i> | NK         |
| <i>Managerial Economics</i>             | NK         |

**Mata Kuliah Non Kredit**

| <b>Nama Mata Kuliah</b>                        | <b>SKS</b> |
|--|------------|
| <i>Business Statistics for Decision Making</i> | NK         |
| <i>Thesis Writing</i>                          | NK         |

## Pentahapan Pengambilan Mata Kuliah

| Group MK                | Mata Kuliah                                    | SKS | Group MK               | Mata Kuliah  | SKS |
|-------------------------|--|-----|------------------------|--|-----|
| <b>Semester Pertama</b> |  |     | <b>Semester Ketiga</b> |  |     |
| Wajib                   | <i>Dynamic Business Environment</i>            | 2   | Wajib                  | <i>Operations &amp; Supply Chain Management</i>  | 2   |
| Wajib                   | <i>Research Methodology</i>                    | 2   | Khusus                 | <i>Micro-Economic Theory for Competitive Advantage</i>   | 3   |
| Wajib                   | <i>Competitive Marketing Strategy</i>          | 2   | Khusus                 | <i>Seminar on Global Management</i>  | 3   |
| Wajib                   | <i>Corporate Financial Decision</i>            | 2   | Khusus                 | <i>Seminar on Business Ethics and Social Capital</i>   | 3   |
| NK                      | <i>Business Statistics for Decision Making</i> | -   | Pilihan 1 MK           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Entrepreneurship and Strategy</i></li> <li>• <i>Strategic Leadership &amp; Competency</i></li> </ul> | 3   |
| NK                      | <i>Thesis Writing</i>                          | -   | NK                     |  |     |

| <b>Semester Kedua</b> |  |   | <b>Semester Keempat</b> |       |   |
|-----------------------|--|---|-------------------------|-------|---|
| Khusus                | <i>Corporate Strategy for Competitiveness</i>  | 3 |                         | Tesis | 6 |
| Khusus                | <i>Organizational Behavior &amp; Process of Change</i>   | 3 |                         |       |   |
| Khusus                | <i>Strategic Alliance, Merger &amp; Acquisition</i>  | 3 |                         |       |   |
| Wajib                 | <i>Managing Human Capital for Competitive Advantage</i>  | 2 |                         |       |   |
| Pilihan 1 MK          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Knowledge Management for Service Industry</i></li> <li>• <i>Strategy Process for Implementation</i></li> </ul> | 3 |                         |       |   |

|             |   |  |  |  |  |
|-------------|---|--|--|--|--|
| Matrikulasi | <i>Accounting for Decision Making</i><br><i>Quantitative Method for Business</i><br><i>Managerial Economics</i> |  |  |  |  |
|-------------|---|--|--|--|--|

### Deskripsi Mata Kuliah:

#### Mata Kuliah Wajib:

##### 1. *Dynamic Business Environment*

Matakuliah ini mencari pemahaman lingkungan bisnis dari wasasan strategi, mulai dari ketidakpastian faktor-faktor lingkungan politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan alam, hukum, pemogokan buruh, isu korupsi, dan persaingan internasional (PESTAHOKI); sampai pada pemanfaatan skenario masa depan untuk menciptakan strategi antisipasi; implikasi perubahan kondisi lingkungan eksternal pada industri, misi dan strategi perusahaan, pilihan teknologi, proses produksi, dan pengembangan produk.

##### 2. *Business Research Methodology*

Matakuliah ini membekali kapabilitas melakukan penelitian untuk memecahkan masalah bisnis yang kompleks dengan topik-topik antara lain desain penelitian, identifikasi variabel-variabel penelitian, pengoperasian variabel-variabel penelitian, desain kuesioner, pemilihan sampel, analisis data baik secara univariat maupun multivariat, kriteria validitas dan reliabilitas penelitian.

### **3. *Competitive Marketing Strategy***

Matakuliah ini meninjau prinsip-prinsip manajemen pemasaran, peluang pemasaran pada perilaku pembeli, proses penciptaan nilai kompetitif, segmentasi pasar dan kaitan dengan lini produk, entri pasar, dukungan brand management, pemanfaatan strategi komunikasi pemasaran, strategi harga, strategi distribusi, landasan pemasaran (antara lain *relationship marketing*), peran internet dalam pemasaran, pengembangan program pemasaran, perkuliahan berbasis teori, presentasi kasus berorientasi aksi dan umpanbalik pengalaman dari mahasiswa.

### **4. *Corporate Financial Decision***

Matakuliah ini mencakup analisis laporan keuangan sebagai landasan manajemen keuangan; prinsip-prinsip valuasi keuangan (antara lain analisis *present value*, *capital budgeting*, sekuritas keuangan, *cost of capital*), konsep risiko dan *return*; analisis keputusan pendanaan (antara lain teori struktur modal, sekuritas untuk pendanaan seperti *IPO*, *public debt*, *financial distress* dan potensi kebangkrutan, membangun interaksi antara keuangan dan strategi korporasi, strategi investasi pada aset finansial; peranan *treasury*, pemahaman konsep-konsep diatas dilakukan melalui perkuliahan, pelatihan dan studi kasus.

### **5. *Managing Human Capital For Competitive Advantage***

Matakuliah ini memfokus pada pemilihan, pemeliharaan dan pengembangan personil sebagai modal manusia yang terkait implikasinya untuk menciptakan keunggulan daya saing; penajaman pemahaman sumberdaya manusia sebagai input yang sangat vital bagi perusahaan; hubungan antara manajemen sumberdaya manusia dan strategi korporasi; kaitan antara pembelajaran karyawan sebagai modal manusia dengan kinerja perusahaan; dengan penerapannya berorientasi pada *best practices* pada topik mulai dari rekruting, *staffing*, *training*, keamanan kerja, dinamika hubungan industrial, pengembangan karir, kebijakan kompensasi, promosi, sampai pada implikasi dalam perencanaan SDM. Kuliah terdapat kombinasi antara pembahasan teori dan kasus, disertai proyek studi manajemen SDM di perusahaan di mana mahasiswa bekerja.

### **6. *Operations and Supply Chain Management***

Matakuliah ini mempelajari manajemen perusahaan dari sisi kinerja operasi sampai ke konsumen; isu-isu penciptaan nilai dalam transformasi input menjadi output; analisis dan strategi manufaktur pada efisiensi, kecepatan, mutu, dan fleksibilitas; analisis jaringan suplai dalam sistem logistik sampai distribusi bagi kepuasan konsumen; desain koordinasi inter-firm dan intra-firm rantain suplai yang efektif.

b) Mata Kuliah Kekhususan

**7. *Corporate Strategy for Competitiveness***

Pemahaman fungsi efektif general management dalam “total business” perusahaan; konsep dan teknik analisis integratif dalam kondisi berbagai masalah lingkungan eksternal; proses formulasi dan implementasi strategi; isu pengembangan strategi penciptaan keunggulan daya saing, kompetensi dan kapabilitas perusahaan; alternatif strategi pemosisian kompetitif di pasar; model bisnis penciptaan nilai konsumen dan peningkatan pendapatan dan profit; isu strategi pertumbuhan perusahaan; disampaikan dalam perkuliahan, studi kasus untuk pembelajaran best practices dalam strategi persaingan, makalah mengkonstruksi strategi persaingan perusahaan mahasiswa.

**8. *Organizational Behavior & Process of Change***

Matakuliah ini membahas proses dan interaksi dalam organisasi untuk meningkatkan efektivitas kinerja eksekutif; topik-topik antara lain, proses pengambilan keputusan dalam organisasi, membangun jejaringan, manajemen konflik, kekuasaan dan politik organisasi, desain struktur organisasi berorientasi pada konsumen; diperkaya dengan wawasan strategi pembaruan organisasi, faktor-faktor pendorong (penghambat) perubahan; penciptaan urgensi perubahan, pemakaian driving force pada visi perubahan, proses transisi pencapaian perubahan, perubahan budaya organisasi, manajemen pertumbuhan dan kemerosotan bisnis, pengembangan transisi dari bisnis start-up wirausaha menjadi bisnis dengan skala dan lingkup ekonomi yang tinggi.

**9. *Micro-Economic Theory for Competitive Advantage***

Matakuliah ini membahas analisis dan strategi pemekaran bisnis melalui pertumbuhan bisnis pada kawasan regional, dengan perbandingan pengembangan kluster bisnis di berbagai kawasan yang didesain oleh Michael E. Porter (kerjasama dengan Harvard Business School); mencakup pengertian kluster, faktor-faktor pengaruh pertumbuhan kluster industri, peranan dan manfaat perusahaan dalam pemekaran kluster.

**10. *Corporate Restructuring***

Matakuliah ini mengeksplorasi alternatif strategi pertumbuhan (atau perampingan) korporasi; analisis mekanisme penciptaan (atau penghancuran) nilai pada aliansi, merger, akuisisi, dan corporate restructuring; alasan aliansi dan M&A, pemilihan target, strategi pembentukan aliansi dan transaksi merger & akuisisi; antisipasi masalah baru dan resiko; isu penciptaan nilai melalui efektivitas biaya, peningkatan pendapatan, transfer pengetahuan, kapabilitas dan kompetensi.

**11. *Seminar on Global Management***

Matakuliah ini mengeksplorasi pemahaman bisnis internasional dan implikasi pada strategi bisnis dalam konteks pasar global; diversitas lingkungan bisnis global (sistem ekonomi, politik dan budaya negara-negara); globalisasi pasar, produk, dan persaingan; alternatif market entry modes (ekspor-impor, kontrak manajemen, waralaba, aliansi strategik, foreign direct investment); koordinasi dan integrasi bisnis lintas negara (produk, pemasaran, keuangan, produksi, supply); transfer pengetahuan dan ketrampilan lintas negara; peluang usaha kecil di pasar global; isu dampak globalisasi pada masyarakat dan keamanan berbisnis. Penyelenggaraan kuliah dengan presentasi dan diskusi teori dan praktik dari makalah mahasiswa, serta laporan dari kunjungan pada beberapa negara di ASEAN dalam seminggu.

#### ***12. Seminar on Business Ethics and Social Capital.***

Matakuliah ini mengupas hubungan antara hukum dan etika, eksplorasi proses pembuatan keputusan bisnis berbasis etika bisnis yang kompleks dalam lingkungan persaingan yang sulit dan persaingan global yang timpang; penjajagan prinsip-prinsip etika bisnis (“*what is right and fair*”); tanggung jawab eksekutif terhadap stakeholders (konsumen, pemilik, karyawan, kreditor, pemasok, distributor); isu korupsi perusahaan dan publik; modal sosial sebagai sumber keunggulan daya saing berkelanjutan untuk membangun perusahaan sebagai “*civil corporation*” dan “*corporate citizenship*” dalam “*civil society*”, menegakkan reputasi, tanggung jawab sosial, serta integritas bisnis.

#### c) Mata Kuliah Pilihan:

#### ***13. Knowledge Management in Professional Service Firms.***

Matakuliah ini mengeksplorasi bisnis jasa profesional yang mencakup jasa konsultan, akuntansi, pembela hukum, konstruksi, engineering, biro perjalanan, real estat, kehumasan; membangun sistem bisnis dan proses manajemen pada *back office* dan *front office*; pola persaingan industri jasa, membangun nilai tambah serta strategi pertumbuhan; pemahaman perbedaan antara antara bisnis jasa profesional dan bisnis lainnya.

#### ***14. Strategy Process For Implementation***

Matakuliah ini membahas peran manajemen puncak dalam membentuk, melaksanakan, dan mengubah strategi, serta eksplorasi prinsip-prinsip eksekusi manajemen perusahaan; penyimpulan dan pemaknaan implikasi atas perubahan lingkungan bisnis terhadap kondisi internal pada struktur, sistem dan proses manajemen, dalam rangka reevaluasi strategi, dan melancarkan *competitive moves* baru di pasar; tuntutan inovasi korporat yang harus dijalankan oleh manajemen puncak bagi pengembangan kapabilitas organisasi; konsolidasi dan harmonisasi proses pembaharuan yang berkesinambungan, peran manajer menengah dalam proses strategi.

### **15. *Entrepreneurship and Strategy***

Matakuliah ini mengaitkan teori dan pengalaman tentang perilaku berwirausaha (*entrepreneurial behavior*) dalam ventura-ventura baru (*new ventures*), bisnis keluarga (*family enterprise*), dan kewirausahaan korporasi (perusahaan mapan); membangun mind-set eksekutif dengan jiwa inovasi dan pertumbuhan, untuk menopang strategi memasuki jalur baru peningkatan profit di tengah keterbatasan sumberdaya; strategi memperluas kapabilitas untuk meraih peluang di pasar yang turbulan; isu-isu kewirausahaan lintas generasi (*transgenerational entrepreneurship*), dan wanita wirausaha dalam transisi.

### **16. *Strategic Leadership and Competency***

Matakuliah ini membahas karakteristik dan tantangan pemimpin dalam berbagai konteks organisasi; peranan eksekutif dalam membentuk, melaksanakan, dan mengubah strategi; pengembangan kompetensi pemimpin dalam memotivasi manusia, menciptakan hubungan yang produktif dan mempengaruhi lingkungan kerja untuk pencapaian kinerja yang tinggi; satu sama lain memperhitungkan kondisi bisnis yang mengalami perubahan yang cepat dan menyulitkan operasi bisnis; penguasaan kapabilitas pembelajaran berkelanjutan bagi pemimpin; didukung oleh studi literatur, studi kasus, dan benchmarking dengan pembicara tamu.

d) Mata Kuliah Non-Kredit:

### **17. *Business Statistics for Decision Making***

Matakuliah ini mengenalkan tehnik analisis kuantitatif untuk melengkapi intuisi dalam pengambilan keputusan pada lingkungan bisnis yang kompleks; penguasaan tehnik analisis informasi untuk mencerahkan pilihan dalam bisnis. Penekanan mata kuliah pada konsep-konsep statistik dan jalan pikirannya; topik termasuk statistik deskriptif, distribusi probabilitas (seperti normal dan binomial), analisis data sampel (termasuk estimasi, *confidence interval*, pengujian hipotesis), deteksi hubungan pada data dan model regresi, analisis *covariance*, korelasi, dan statistik analisis portofolio.

### **18. *Thesis Writing***

Matakuliah ini membahas teknik penulisan untuk menjamin mutu tesis dan penyelesaian yang cepat, tehnik mengidentifikasi isu atau gap teori dan praktek untuk tesis; tehnik penalaran ilmiah; proses review literatur menuju perumusan hipotesa, penstrukturan tulisan draft tesis; dilengkapi dengan tehnik membaca cepat, analisis atau bedah artikel jurnal, mentransformasi tesis menjadi artikel jurnal ilmiah.

c) Mata Kuliah Matrikulasi:

### **19. *Accounting for Decision Making***

Matakuliah ini mengenalkan proses mengkonstruksi laporan keuangan perusahaan, praktek pengukuran akuntansi; penyesuaian data akuntansi untuk analisis; mengevaluasi dan penggunaan data akuntansi; pengkaitan informasi akuntansi pada perencanaan manajemen, pengambilan keputusan dan pengendalian keuangan.

#### **20. *Quantitative Method For Business***

Matakuliah ini mempelajari mengapa matematik dipakai dalam bisnis; konsepsualisasi data kuantitatif pada praktek bisnis; penguasaan paket komputer seperti SPSS; topik-topik tentang proses pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan interpretasi data kuantitatif dengan menggunakan standar tehnik statistik; descriptive statistics dalam presentasi data pada tabel, grafik, frekuensi dan distribusi frekuensi akumulatif, dispersion dan skewness, angka indek dan aplikasinya; pembelajaran didukung dengan pelatihan aplikasi hubungan antara matematika dan masalah bisnis.

#### **21. *Managerial Economics***

Matakuliah ini mengembangkan kapabilitas pembuatan keputusan dalam lingkungan persaingan yang terdapat pemain besar, memanfaatkan prinsip-prinsip dari aplikasi mikroekonomi, teori perusahaan; *game theory* dan *decision theory* dalam menyikapi peluang dan tantangan bisnis; topik al. analisis permintaan & penawaran, analisis produksi & biaya, strategi harga dan non-harga, analisis risiko, pengaruh struktur pasar dan persaingan; pemahaman keunggulan daya saing dan peranan inovasi; peranan pemerintah pada pasar ekonomi modern; pembahasan dengan pendekatan kuantitatif yang minimal.