



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Program Studi Magister Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Mata kuliah

: Kapita Selekta

Kode

:

Dosen Pengampu

: 1. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos.,

SKS

: 3 (tiga)

M.Si

2. Dr. Yanuar Luqman, S.Sos., M.Si

Semester

: Ganjil

3. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., MAB

4. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si

Capaian Pembelajaran :

1. Mahasiswa memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam menganalisis isu-isu terkini yang berhubungan dengan ilmu administrasi bisnis, terutama dalam menghadapi era Revolusi Industri 4.0.
2. Mahasiswa memiliki kemampuan untuk mengkritisi isu-isu tersebut dari sudut pandang ilmiah yang dapat dipertanggung jawabkan.
3. Mahasiswa memiliki kemampuan dalam menentukan ide/topic penulisan Tesis.
4. Mahasiswa memiliki kemampuan membuat kerangka konseptual sebagai dasar dalam penulisan Tesis.

Deskripsi Singkat :

Mata Kuliah ini merupakan bunga rampai dari isu-isu terkini yang berhubungan dengan Ilmu Administrasi Bisnis, dan diharapkan dari pembahasan isu-isu tersebut akan mendorong mahasiswa untuk menemukan ide/topic penulisan karya ilmiah (Tesis) dan kebaruan dari sebuah penelitian.

Mg ke	Kemampuan akhir tiap tahapan pembelajaran	Pokok Bahasan	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria & Indikator	Bobot (%)
1	Mahasiswa memahami isu-isu terkini ilmu Administrasi Bisnis dan memiliki kemampuan menulis paper sesuai format yang diharapkan yang berkaitan dengan isu-isu yang akan menjadi diskusi pada perkuliahan Kapita Selekta	Pengantar dan Format Penulisan 1. Penjelasan Isu-Isu yang akan dibahas dalam mata kuliah Kapita Selekta 2. Format Penulisan Paper dan PPT 3. Penggunaan Daftar Referensi	Paparan Dosen, Diskusi, Pembagian Kelompok	150 mnt tatap muka	Memahami penjelasan tentang isu-isu terkini Ilmu Administrasi Bisnis dan Format Penulisan Paper	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%
2	Mahasiswa memahami dan mampu menjelaskan fenomena Big Data dan bagaimana implementasinya	Big Data	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Mampu memahami dan menjelaskan pemanfaatan Big Data dalam Bisnis	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%

Mgg ke	Kemampuan akhir tiap tahapan pembelajaran	Pokok Bahasan	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria & Indikator	Bobot (%)
3	Mahasiswa memahami dan mampu menjelaskan Peranan Business Intelligence (BI) melalui transformasi data dan manfaat yang dapat digunakan dalam keputusan stratejik.	Business Intelligence (BI)	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Mampu memahami dan menjelaskan konsep Business Intelligence melalui transformasi data/informasi guna menghasilkan keputusan stratejik	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%
4	Mahasiswa memahami dan mampu menjelaskan proses Strategic Thinking sebagai kemampuan Soft Skill yang berhubungan dengan kinerja dan kesuksesan organisasi	Strategic Thinking	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Mampu memahami proses Strategic Thinking dalam peningkatan kinerja dan kesuksesan organisasi	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%

Mgg ke	Kemampuan akhir tiap tahapan pembelajaran	Pokok Bahasan	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria & Indikator	Bobot (%)
5	Mahasiswa memahami dan mampu menjelaskan Strategic Innovation yang dapat membentuk nilai baru bagi pengguna, customer dan organisasi	Strategic Innovation	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Mampu memahami strategi persaingan dalam inovasi bisnis	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%
6	Mahasiswa memahami dan mampu menjelaskan solusi organisasi menghadapi persaingan melalui teknologi	Digital and Technology Solution	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Mampu memahami tujuan, strategi dan praktek organisasi dalam rencana strategis untuk menerapkan teknologi digital	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%

Mgg ke	Kemampuan akhir tiap tahapan pembelajaran	Pokok Bahasan	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria & Indikator	Bobot (%)
7	Mahasiswa memahami dan mampu menjelaskan Industry 4.0 dan karakteristiknya	Industry 4.0	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Mampu memahami dampak 4.0 terhadap bisnis	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%
8	Mahasiswa memahami dan mampu menjelaskan Society 5.0 dan karakteristiknya	Society 5.0	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Mampu memahami dan menjelaskan dampak Society 5.0 dan karakteristiknya	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%

Mgg ke	Kemampuan akhir tiap tahapan pembelajaran	Pokok Bahasan	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria & Indikator	Bobot (%)
9	Mahasiswa memahami dan menjelaskan situasi krisis yang dihadapi organisasi dan kesiapan organisasi menghadapi krisis tersebut	Leadership In Crisis	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Mampu memahami kepribadian pemimpin sebagai dasar terjadinya krisis kepemimpinan	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%
10	Mahasiswa memahami dan menjelaskan pendekatan bisnis untuk mengatasi dampak lingkungan, ekonomi, sosial demi berlangsungnya pembangunan perusahaan berkelanjutan	Corporate Sustainability	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Mampu memahami teori-teori yang mendasari kinerja keberlanjutan perusahaan	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%

Mgg ke	Kemampuan akhir tiap tahapan pembelajaran	Pokok Bahasan	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria & Indikator	Bobot (%)
11	Mahasiswa memahami dan menjelaskan aktivitas dan keputusan perusahaan terkait pemasok, manufaktur, gudang, jasa transportasi, pengecer dan konsumen	Supply Chain Management	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Mampu memahami distribusi barang dan jasa untuk meminimumkan biaya	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%
12	Mahasiswa memahami dan menjelaskan perluasan ruang lingkup bisnis ke pasar yang lebih luas dan strategi perluasan pasar	Diversity in Business	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Mampu memahami strategi diversifikasi bisnis	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%

Mgg ke	Kemampuan akhir tiap tahapan pembelajaran	Pokok Bahasan	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria & Indikator	Bobot (%)
13	Mahasiswa memahami dan menjelaskan aktivitas dalam cryptocurrency beserta potensi dan ancamannya bagi perekonomian Negara	Cryptocurrency	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Mampu memahami dampak cryptocurrency terhadap hubungan internasional	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%
14	Mahasiswa memahami dampak NFC Marketing terhadap bisnis	Near Field Communication (NFC) Marketing	Presentasi Mahasiswa dan Diskusi Kelompok	150 mnt tatap muka	Memahami dampak penerapan NFC terhadap strategi produk, harga, promosi	Ketepatan penggunaan istilah, kemampuan dalam menjelaskan ulang	8%

Daftar Referensi :

Airinei, D., & Berta, D. (2012). Semantic Business Intelligence - a New Generation of Business Intelligence. *Informatica Economica Journal*, 16(2), 72–80.

Afuah, A. (2009). Strategic Innovation: New Game Strategies for Competitive Advantage. Routledge

Bevan, J. and Weeks, B., (2017). The Power of the NFC Marketing Tool Brand Owners & Consumer Engagement, Vandagraf International

Bourcier, C. (2012). NFC and Marketing Bridging the Gap. A white paper. Gauge Mobile.

- Cox, T. 2001. Creating the multicultural organization: a strategy for capturing the power of diversity. Business school management series. Michigan: University of Michigan.
- Cox, T. & S. Blake. 1991. Managing cultural diversity: implications for organizational competitiveness. *Academy of Management Executive*, 5: 45–56
- Godwyn, M. 2015. *Ethics and Diversity in Business Management Education*, Springer-Verlag Berlin Heidelberg
- Grabowski, M. (2019). *Cryptocurrencies: A Primer on Digital Money*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Govindarajan, V., & Trimble, C. (2005). *10 Rules for Strategic Innovators*. Harvard University Press
- Hawthorne J. (2018). 4IR Industrial Revolution (4IR) Characteristics. Retrieved from: <http://senat.me/en/4th-industrial-revolution-4ir-characteristics/>
- Hattar, M., (2018). How to transform marketing for the fourth industrial revolution. Retrieved from: <https://www.forbes.com>
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: moving from traditional to digital*. John Wiley and Sons Inc. Hoboken, New Jersey.
- Otley, D. (2003). *Measuring performance: The accounting perspective* (A. Neely (ed.)). Cambridge University Press.
<http://eprints.lancs.ac.uk/47745/>
- Oosthuizen, J. (2017). The determinants of fourth industrial revolution leadership dexterity A proposed framework for 4IR – intelligence and subsequent 4IR leadership development. Retrieved from: <https://researchgate.com>
- Salgues, B. (2018). *Society 5.0: Industry of the Future, Technologies, Methods and Tools*. John Wiley & Sons.
- Ryan Clements, Assessing the Evolution of Cryptocurrency: Demand Factors, Latent Value, and Regulatory Developments, 8 MICH. BUS. & ENTREPRENEURIAL L. REV. 73 (2018). Available at: <https://repository.law.umich.edu/mbelr/vol8/iss1/4>
- Tutar, H., (2004). *Crisis and Stress Management*. Ankara: Seckin Publishing.p.105-148
- Tutar, H., (2007). *Management in States of Crisis and Stress*. Second Edition. Istanbul.p.85
- Tuz, M. V., (1996). *Business Management in State of Crisis*, Bursa: Ekin Bootstore, 1st Edition p.85
- Ustundag, A., & Cevikcan, E. (2018). *Industry 4.0: Managing The Digital Transformation* (D. T. Pham (ed.)). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-57870-5_16
- Willem Siahaya., (2013). *Supply Chain Management, Akses Demand Chain Management*