



PERANGKAT PEMBELAJARAN

(RPS, Rencana Penilaian & Evaluasi, Silabus Singkat, Rencana Tugas)

STRATEGI PERTUMBUHAN BISNIS EP 621 (3 SKS)

Dr. Samsurijal Hasan, SP., MM

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI

2024

I. Rencana Pembelajaran Semester

		UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN				
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun Mata Kuliah	BOBOT (sks)		S E M E S T E R	Tgl Penyusunan
STRATEGI PERTUMBUHAN BISNIS	EP 621	Mata kuliah Keilmuan dan Keterampilan	T=3	P=0	V	04 Juli 2024
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator Rumpun Mata Kuliah		Koordinator Program Studi	
	 Dr.Samsurijal Hasan, SP.,MM		 Dr.Samsurijal Hasan, SP.,MM		 Efti Novita Sar,MM	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	CPL7	Taat Hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara				
	CPL 9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri				
	CPL13	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, inovatif, bermutu dan terukur dalam melakukan pekerjaan yang spesifik dan strategis dalam pertumbuhan bisnis				
	CPL14	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
CPMK1	Mendeskripsikan karakteristik lingkungan bisnis dengan bisnis dan kritis serta holistic (CPL7, CPL9)					

	CPMK ₂	Menganalisis tipologi lingkungan bisnis meliputi kondisi makro, mikro , internal dan eksternal bisnis dengan teliti (CPL ₉ , CPL ₃₃)																																																															
	CPMK ₃	Menganalisis pertumbuhan bisnis dan kebijakan nasional (CPL ₁₃ , CPL ₁₄)																																																															
	CPMK ₄	Konsep Strategi Perusahaan dan Mengembangkan Business Model yang efektif (CPL ₁₃ , CPL ₁₄)																																																															
	CPMK ₅	Menyusun Business Plan dan Analisa pasar (CPL ₇ , CPL ₉ , CPL ₁₃ , CPL ₁₄)																																																															
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																
	Sub-CPMK ₁	Mampu mendeskripsikan lingkungan bisnis dengan benar dan kritis																																																															
	Sub-CPMK ₂	Mampu menganalisis kondisi makro, mikro , internal dan eksternal bisnis dengan teliti																																																															
	Sub-CPMK ₃	Mampu menganalisis posisi pasar dengan melakukan analisa segmentasi, targetting dan positioning dengan teliti																																																															
	Sub-CPMK ₄	Mampu menganalisis eksisting perusahaan dengan kebijakan Nasional dan kondisi internasional yang teliti																																																															
	Sub-CPMK ₅	Mampu menganalisis Lingkungan Bisnis & Tantangannya serta memposisikan bisnis dalam strategi bersaing yang realistis																																																															
	Sub-CPMK ₆	Mampu mengidentifikasi faktor-faktor di luar lingkungan perusahaan yang mempengaruhi kelangsungan bisnis perusahaan yang valid																																																															
	Sub-CPMK ₇	Merancang perusahaan dan membuat “kerangka” atau building block yang terintegrasi dengan baik, logis dan kritis																																																															
	Korelasi CPL Terhadap Sub-CPMK																																																																
		<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>CPL1 (%)</th> <th>CPL3 (%)</th> <th>CPL7 (%)</th> <th>CPL10 (%)</th> <th>Bobot penilaian (%)</th> <th>Jumlah Minggu</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SubCPMK1</td> <td>5</td> <td></td> <td>5</td> <td></td> <td>10</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>SubCPMK2</td> <td></td> <td>5</td> <td>5</td> <td></td> <td>10</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>SubCPMK3</td> <td></td> <td>5</td> <td>5</td> <td></td> <td>10</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>SubCPMK4</td> <td></td> <td>5</td> <td>5</td> <td></td> <td>10</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>SubCPMK5</td> <td></td> <td>5</td> <td>10</td> <td></td> <td>15</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>SubCPMK6</td> <td></td> <td>5</td> <td>10</td> <td></td> <td>15</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>SubCPMK7</td> <td>5</td> <td>5</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>30</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>CPMK</td> <td>10</td> <td>30</td> <td>50</td> <td>10</td> <td>100</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		CPL1 (%)	CPL3 (%)	CPL7 (%)	CPL10 (%)	Bobot penilaian (%)	Jumlah Minggu	SubCPMK1	5		5		10	1	SubCPMK2		5	5		10	2	SubCPMK3		5	5		10	2	SubCPMK4		5	5		10	2	SubCPMK5		5	10		15	2	SubCPMK6		5	10		15	2	SubCPMK7	5	5	10	10	30	3	CPMK	10	30	50	10	100	
	CPL1 (%)	CPL3 (%)	CPL7 (%)	CPL10 (%)	Bobot penilaian (%)	Jumlah Minggu																																																											
SubCPMK1	5		5		10	1																																																											
SubCPMK2		5	5		10	2																																																											
SubCPMK3		5	5		10	2																																																											
SubCPMK4		5	5		10	2																																																											
SubCPMK5		5	10		15	2																																																											
SubCPMK6		5	10		15	2																																																											
SubCPMK7	5	5	10	10	30	3																																																											
CPMK	10	30	50	10	100																																																												
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini memperelajari tentang Pertumbuhan bisnis (<i>business growth</i>) adalah bagian dari target manajemen. Dengan tumbuh, perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak uang untuk pemegang saham mereka atau peningkatan profit bagi pemilik ataupun investor. Pertumbuhan juga penting bagi daya saing kompetitif. Dalam bersaing, bisnis yang lebih besar selangkah lebih maju daripada perusahaan yang lebih kecil. Mereka memiliki sumber daya dan kemampuan yang lebih baik untuk merebut peluang pasar dan mendominasi pasar.																																																																

Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendahuluan : Kontrak perkuliahan, pengertian, konsep, peranan strategi,. 2. Sistem informasi dan riset pemasaran, 3. Analisis perilaku konsumen dan pesaing, 4. Segmentation, Targetting and positioning, 5. Bauran pemasaran dan bagaimana mengorganisa Pena sikan melaksanakan serta mengendalikan usaha-usaha pemasaran. 6. Analisa Lingkungan Bisnis Internal dan Eksternal 7. Konsep strategi perusahaan 					
Pustaka	Utama :					
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oscarius (2017) Stratgi Manajemen (Hubungan Pelanggan dan orientasi Pasar).Deepublish 2. Thomas I. Wheelen (3th Ed) 2012 Strategic Mangement and Busines PolicyPearson Education. Incpublishing an Prentice.All 		Oscarius, Stratgi Manajemen (Hubungan Pelanggan dan orientasi Pasar).Deepublish			
	Pendukung :					
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, Philip. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Erlangga. Jakarta 2. Samsurijal,dkk, 2021,Manajemen Strategi, Pena Persada Purwokerto 3. Samsurijal,dkk, 2021, Manajemen Pemasaran, Pena Persada, Purwokerto 4. Salusu, J. 2015. Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit. Jakarta: PT Grasindo. 5. Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran. Andi Offset. Yogyakarta. 6. Kotler, Philips, dkk. 2011. Manajemen Pemasaran Perspektif Asia. Buku Dua, Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta 				
Dosen Pengampu	1. Dr. Samsurijal Hasan,SP.,MM					
Matakuliah syarat	Manajemen Pemasaran					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Rujukan]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Teknik & Kriteria	Luring (offline)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(7)	(8)
1	Sub-CPMK-1: Mampu mendeskripsikan lingkungan bisnis	1. Menjelaskan ruang lingkup lingkungan Bisnis	Kriteria: Pedoman Penskoran (Marking Scheme)	Bentuk Pembelajaran : <ul style="list-style-type: none"> • Kuliah PB: (3x50") • PT [1]: (3x50") Membuat ringkasan perkuliahan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kontrak Perkuliahan 2. Jenis – jenis lingkungan bisnis 3. Karakteristik lingkungan bisnis 	10

	dengan benar dan kritis	2. Mendeskripsikan karakteristik lingkungan Bisnis	1-100 Bentuk non-test: • Meringkas materi kuliah	<ul style="list-style-type: none"> • KM: (3x60") Memperkaya referensi tentang lingkungan bisnis Metode Pembelajaran : Diskusi Penugasan-1: Menyusun ringkasan dalam bentuk makalah tentang pengertian lingkungan bisnis internal dan eksternal		
2,3	Sub-CPMK-2: Mampu menganalisis kondisi makro, mikro, internal dan eksternal bisnis dengan teliti	1. Menganalisis karakteristik kondisi makro dan mikro bisnis: 2. Mendeskripsikan kondisi internal dan eksternal bisnis 3. Menganalisis perilaku konsumen	Kriteria: Pedoman Penskoran (<i>Marking Scheme</i>) 1-100 Bentuk non-test: • Makalah presentasi	Bentuk pembelajaran: Kuliah PB: 3x(3x50") Metode pembelajaran: <i>CaseMethod</i> <i>Pertemuan 1-</i> <ul style="list-style-type: none"> • Dosen memberikan kasus kebijakan fiscal dan moneter • Berdasarkan kasus tersebut mahasiswa diminta untuk dapat menganalisis pengaruh terhadap pertumbuhan bisnis • Dosen membagi mahasiswa menjadi beberapa kelompok <i>Pertemuan 2-</i> <ul style="list-style-type: none"> • Dosen mengarahkan kelompok mahasiswa untuk melakukan analisis dan menemukan solusi dari permasalahan yang telah dipaparkan dengan didukung oleh referensi jurnal terbaru • Masing – masing kelompok mempresentasikan hasil pengamatan dan diskusinya. Penugasan-2: - Tugas kelompok mencari referensi terkait dengan kebijakan fiscal dan moneter (pertumbuhan ekonomi, suku bunga, inflasi, dll)	1. Karakteristik Faktor Fiskal dan moneter yang menjadi kebijakan Pemerintah 2. Unsur biaya tetap dan biaya variable bisnis 3. Perubahan perilaku konsumen	10

4,5	Sub-CPMK-3: Mampu menganalisis posisi pasar dengan melakukan analisa segmentasi, targetting dan positioning dengan teliti	<ol style="list-style-type: none"> Menganalisis posisi pasar dengan melakukan analisa segmentasi, targetting dan positioning Mendeskripsikan posisi pasar dengan melakukan analisa segmentasi, targetting dan positioning Menganalisis Peluang Pengembangan Bisnis 	Kriteria: Pedoman Penskoran (<i>Marking Scheme</i>) 1-100 Bentuk non-test: • Makalah presentasi	[PT:3mgx(3sksx60")] [KM:3x(3x60")] Bentuk pembelajaran: Kuliah PB: 2x(2x50") Metode pembelajaran: Case Method <i>Pertemuan 1-</i> <ul style="list-style-type: none"> Dosen memberikan Analisis STP usaha UMKM. Berdasarkan kasus tersebut mahasiswa diminta untuk dapat mengidentifikasi unsur-unsur untuk menentukan STP Dosen membagi mahasiswa menjadi beberapa kelompok <i>Pertemuan 2-</i> <ul style="list-style-type: none"> Dosen mengarah kelompok mahasiswa untuk melakukan analisis dan menetapkan STP suatu usaha Masing – masing kelompok mempresentasikan hasil pengamatan dan diskusinya. Penugasan-3: - Tugas kelompok mencari referensi terkait dengan melakukan analisis dan penetapan STP [PT:2mgx(3sksx60")] [KM:2x(2x60")]	<ol style="list-style-type: none"> Karakteristik Faktor dalam menentukan STP Unsur dalam penetapan STP Faktor pendorong dan penghambat STP 	10
6,7	Sub-CPMK-4: Mampu menganalisis eksisting perusahaan dengan kebijakan Nasional dan kondisi internasional dengan teliti	<ol style="list-style-type: none"> Menganalisis kondisi eksisting bisnis terkait kebijakan nasional dan tren perubahan bisnis internasional Mendeskripsikan kebijakan dan 	Kriteria: Pedoman Penskoran (<i>Marking Scheme</i>) 1-100 Bentuk non-test: • Makalah presentasi	Bentuk pembelajaran: Kuliah PB: 2x(2x50") Metode pembelajaran: Case Method <i>Pertemuan 1-</i> <ul style="list-style-type: none"> Dosen memberikan kasus dengan mengawali penjelasan terkait salah satu contoh kebijakan nasional dan kondisi internasional yang berdampak terhadap perusahaan Berdasarkan kasus tersebut mahasiswa diminta untuk dapat menganalisis implementasi kebijakan tersebut terhadap perubahan pasar dan perubahan perilaku konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> Dampak kebijakan nasional dan internasional terhadap perubahan pasar dan perubahan perilaku konsumen Inovasi dan penyesuaian perusahaan Penetapan target pertumbuhan pemasaran dan keuntungan perusahaan 	10

		<p>implementasi kebijakan nasional dan tren perubahan pasar domestic reginal dan nasional</p> <p>3. Menganalisis perubahan pasar dan perubahan perilaku konsumen.</p>		<ul style="list-style-type: none"> Dosen membagi mahasiswa menjadi beberapa kelompok <p>Pertemuan 2-</p> <ul style="list-style-type: none"> Dosen mengarah kelompok mahasiswa untuk melakukan analisis dan menemukan strategi dan rencana aksi dalam bentuk inovasi bisnis Masing-masing kelompok mempresentasikan hasil pengamatandan diskusinya. [PT:2mgx(3sksx60")] [KM:2x(2x60")] <p>Penugasan-4:</p> <p>- Tugas kelompok mencari referensi terkait dengan strategi dan penetapan <i>bussines plan</i></p>		
Ujian Tengah Semester (UTS)						
9,10	Sub-CPMK-5: Mampu menganalisis Lingkungan Bisnis & Tantangannya serta memposisikan bisnis dalam strategi bersaing yang realistis	<ol style="list-style-type: none"> Menjelaskan pengertian Strategi Bersaing Menganalisis Tipe-tipe strategi bersaing 	<p>Kriteria: Pedoman Penskoran (<i>Marking Scheme</i>) 1-100</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kuis : Tes tertulis 	<p>Bentuk pembelajaran:Kuliah: 3x(2x50")</p> <p>Metode pembelajaran: Team Based Project:</p> <p>Pertemuan 1-</p> <ul style="list-style-type: none"> Dosen membagi Kelas menjadi beberapa kelompok Sebelum memberikan tugas dosen menjelaskan kriteria strategi bersaing perusahaan Dosen menugaskan mahasiswa untuk menyusun : <ol style="list-style-type: none"> Kenali kompetitor dan konsumen Amati pasar dan kenali potensi pasar Perubahan minat dan kebutuhan konsumen Sumber daya inti Kemampuan operasional yang unik dan khusus <p>Pertemuan 2</p> <ul style="list-style-type: none"> Setiap kelompok mempresentasikan karya kelompoknya. <p>Penugasan-5:</p>	<ol style="list-style-type: none"> Pengertian strategi bersaing Tipe-tipe strategi bersaing Cara menyusun strategi bersaing 	15

				-Tugas kelompok merancang poster memposisikan bisnis dalam strategi bersaing [PT:2mgx(3 sksx60")] [KM:2x(2x60")]		
11,12	Sub-CPMK-6: Mampu mengidentifikasi faktor-faktor di luar lingkungan perusahaan yang mempengaruhi kelangsungan bisnis perusahaan yang valid	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan prinsip melakukan analisis lingkungan bisnis 2. Merancang langkah-langkah melakukan analisis bisnis 	<p>Kriteria: Pedoman Penskoran (Marking Scheme) 1-100</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kuis : Tes tertulis 	<p>Bentuk pembelajaran: Kuliah: 2x(2x50")</p> <p>Metode pembelajaran: Team Based Project:</p> <p>Pertemuan 1-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dosen membagi Kelas menjadi beberapa kelompok • Sebelum memberikan tugas dosen mengorientasi mahasiswa dengan menayangkan video terkait dengan peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan • Dosen menugaskan mahasiswa untuk merancang <i>Kebijakan Bisnis</i> <p>Pertemuan 2-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Setiap kelompok mempresentasikan karya kelompoknya. <p>Penugasan-6: -Tugas kelompok merancang poster ilmiah mengenai Kebijakan Bisnis [PT:2mgx(3 sksx60")] [KM:2x(2x60")]</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik atau lingkungan bisnis (<i>Business environment</i>) 2. Unsur lingkungan yang memenuhi kebutuhan proses bisnis 3. Teknik analisis lingkungan bisnis 	15
13, 14, 15	Sub-CPMK-7: Mampu merancang perusahaan dan membuat "kerangka" atau <i>building block</i> yang terintegrasi dengan baik, logis dan kritis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan cara termudah menyiapkan rencana bisnis adalah membuat "kerangka" atau <i>building block</i> yang terintegrasi dengan baik. 2. Menjelaskan prinsip 	<p>Kriteria: Pedoman Penskoran (Marking Scheme) 1-100</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meringkas materi kuliah 	<p>Bentuk pembelajaran: Kuliah: 2x(2x50")</p> <p>Metode pembelajaran: Team based Project:</p> <p>Pertemuan 1-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dosen membagi kelas menjadi beberapa kelompok • Dosen menugaskan mahasiswa untuk membuat rencana bisnis dengan Merancang <i>Business Model</i> • Mahasiswa dapat memilih salah satu contoh UMKM. <p>Pertemuan 2-</p>	<p>9 Building Blocks of Business Model</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui pelanggan 2. Apa yang ditawarkan dalam bisnis 3. Saluran distribusi 4. Marketing 5. Pendapatan 6. Key Partners 7. Kegiatan bisnis 8. Sumber daya 9. Biaya 	30

		Membuat rencana bisnis , 3. Merancang Business Model untuk membuat rencana bisnis		<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa bersama dosen melakukan kegiatan lapangan untuk melakukan pengamatan secara faktual rencana bisnis UMKM yang ada di provinsi Riau Pertemuan 3- <ul style="list-style-type: none"> Setiap kelompok mempresentasikan karya kelompoknya. <p>Penugasan-7: -Tugas kelompok merancang rencana bisnis UMKM dan membuat laporan pengamatan rencana bisnis UMKM yang ada di provinsi Riau [PT:3mgx(3sksx60”)] [KM:3x(2x60)]</p>		
16	UJIAN AKHIR SEMESTER					

Catatan :

- Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
- CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
- CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
- Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
- Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
- Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
- Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
- Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
- Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
- Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
- Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
- TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

II. Rencana Penilaian & Evaluasi

Mg	CPL	CPMK (CLO)	Sub-CPMK (LLO)	Indikator	Soal (bobot%)		Bobot (%)	Nilai Mhs (0-100)	(Nilai Mhs) X (Bobot%)	Ketercapaian CPL pd MK (%)
1		CPMK 1	Sub-CPMK 1	1 2		10				
2-3		CPMK 2	Sub-CPMK 2	1 2 3		10				
4-5		CPMK 3	Sub-CPMK 3	1 2 3 4		10				
6-7		CPMK4	Sub-CPMK4	1 2 3 4		10				
8	Ujian Tengah Semester (UTS)									
9-10		CPMK5	Sub-CPMK5	1 2 3		15				
11-12		CPMK 5	Sub- CPMK5	4 5 6		15				
13-14-15		CPMK6	Sub- CPMK6	1 2 3		30				
16	Ujian Akhir Semester (UAS)									
Total bobot (%)						100	100			
Nilai akhir mahasiswa ($\Sigma(\text{Nilai Mhs}) \times (\text{Bobot}\%)$)										

Catatan: CLO = Courses Learning Outcomes, LLO = Lesson Learning Outcomes

III. Silabus Singkat Mata Kuliah

		UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN	
SILABUS SINGKAT			
MATA KULIAH	Nama	STRATEGI PERTUMBUHAN BISNIS	
	Kode	EP 621	
	Kredit	3	
	Semester	V	
DESKRIPSI MATA KULIAH			
<p>Mata kuliah ini mempelajari tentang Pertumbuhan bisnis (business growth) adalah bagian dari target manajemen. Dengan tumbuh, perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak uang untuk pemegang saham mereka atau peningkatan profit bagi pemilik ataupun investor. Pertumbuhan juga penting bagi daya saing kompetitif. Dalam bersaing, bisnis yang lebih besar selangkah lebih maju daripada perusahaan yang lebih kecil. Mereka memiliki sumber daya dan kemampuan yang lebih baik untuk merebut peluang pasar dan mendominasi pasar</p>			
CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (CPMK)			
1	Mendeskripsikan karakteristik lingkungan bisnis dengan bisnis dan kritis serta holistic (CPL7, CPL9)		
2	Menganalisis tipologi lingkungan bisnis meliputi kondisi makro, mikro, internal dan eksternal bisnis dengan teliti (CPL9, CPL33)		
3	Menganalisis pertumbuhan bisnis dan kebijakan nasional (CPL33, CPL34)		
4	Konsep Strategi Perusahaan dan Mengembangkan Business Model yang efektif (CPL33, CPL34)		
5	Menyusun Business Plan dan Analisa pasar (CPL7, CPL9, CPL33, CPL37)		
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (Sub-CPMK)			
1	Mampu mendeskripsikan lingkungan bisnis dengan benar dan kritis		
2	Mampu menganalisis kondisi makro, mikro, internal dan eksternal bisnis dengan teliti		
3	Mampu menganalisis posisi pasar dengan melakukan analisa segmentasi, targetting dan positioning dengan teliti		
4	Mampu menganalisis eksisting perusahaan dengan kebijakan Nasional dan kondisi internasional dengan teliti		
5	Mampu menganalisis Lingkungan Bisnis & Tantangannya serta memosisikan bisnis dalam strategi bersaing yang realistis		
6	Mampu mengidentifikasi faktor-faktor di luar lingkungan perusahaan yang mempengaruhi kelangsungan bisnis perusahaan yang valid		

7	Merancang perusahaan dan membuat “kerangka” atau building block yang terintegrasi dengan baik, logis dan kritis
MATERI PEMBELAJARAN	
1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kontrak Perkuliahan 2. Jenis – jenis lingkungan bisnis 3. Karakteristik lingkungan bisnis
2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik Faktor Fiskal dan moneter yang menjadi kebijakan Pemerintah 2. Unsur biaya tetap dan biaya variable bisnis 3. Perubahan perilaku konsumen
3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik Faktor dalam menentukan STP 2. Unsur dalam penetapan STP 3. Faktor pendorong dan penghambat STP
4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dampak kebijakan nasional dan internasional terhadap perubahan pasar dan perubahan perilaku konsumen 2. Inovasi dan penyesuaian perusahaan 3. Penetapan target pertumbuhan pemasaran dan keuntungan perusahaan
5	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian strategi bersaing 2. Tipe-tipe strategi bersaing 3. Cara menyusun strategi bersaing
6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik atau lingkungan bisnis (Business environment) 2. Unsur lingkungan yang memenuhi kebutuhan proses bisnis 3. Teknik analisis lingkungan bisnis
7	<ol style="list-style-type: none"> 9 Building Blocks of Business Model 1. Mengetahui pelanggan 2. Apa yang ditawarkan dalam bisnis 3. Saluran distribusi 4. Marketing 5. Pendapatan 6. Key Partners 7. Kegiatan bisnis 8. Sumber daya 9. Biaya
PUSTAKA	
	PUSTAKA UTAMA
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oscarius(2017) Stratgi Manajemen (Hubungan Pelanggan dan orientasi Pasar).Deepublish 2. Thomas I. Wheelen (3th Ed) 2012 Strategic Mangement and Busines PolicyPearson Education .Incpublishing an Prentice.All
	PUSTAKA PENDUKUNG
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, Philip. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Erlangga. Jakarta

2. Hasan, Samsurijal, dkk, 2021, Manajemen Strategi, Pena Persada Purwokerto
3. Hasan, Samsurijal, dkk, 2021, Manajemen Pemasaran, Pena Persada, Purwokerto
4. Salusu, J. 2015. Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit. Jakarta: PT Grasindo.
5. Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran. Andi Offset. Yogyakarta.
6. Kotler, Philips, dkk. 2011. Manajemen Pemasaran Perspektif Asia. Buku Dua, Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta

PRASYARAT (Jika ada)

Manajemen Pemasaran

IV. Rencana Tugas

		UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN			
RENCANA TUGAS MAHASISWA					
MATA KULIAH	Strategi Pertumbuhan Bisnis				
KODE	EP 621	sks	3	SEMESTER	V
DOSEN PENGAMPU	Dr.Samsurijal Hasan, SP.,MM				
BENTUK TUGAS			WAKTU Pengerjaan Tugas		
Tugas 1: Makalah Presentasi studi kasus kebijakan fiskal dan moneter Tugas 2: Makalah Presentasi studi kasus STP usaha UMKM Tugas 3: Makalah Presentasi studi kasus implementasi kebijakan Nasional dan kondisi internasional terhadap perubahan pasar dan perilaku konsumen Tugas 4: Poster ilmiah posisi bisnis dalam strategi bersaing Tugas 5: poster ilmiah mengenai Kebijakan Bisnis Tugas 6: Makalah Presentasi studi kasus rencana bisnis UMKM yang ada di provinsi Riau			Tugas 1: Minggu ke-2,3 Tugas 2: Minggu ke-4,5 Tugas 3: Minggu ke-6,7 Tugas 4: Minggu ke-9,10 Tugas 5: Minggu ke-11,12 Tugas 6: Minggu ke 13,14,15		
JUDUL TUGAS					
Tugas 1: Studi kasus kebijakan fiskal dan moneter Tugas 2: Studi kasus STP usaha UMKM Tugas 3: Studi kasus implementasi kebijakan Nasional dan kondisi internasional terhadap perubahan pasar dan perilaku konsumen Tugas 4: Poster ilmiah posisi bisnis dalam strategi bersaing Tugas 5: Poster ilmiah mengenai Kebijakan Bisnis					

Tugas 6: Studi kasus rencana bisnis UMKM yang ada di provinsi Riau

SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

Tugas 1: Sub-CPMK2: Mampu menganalisis kondisi makro, mikro , internal dan eksternal bisnis dengan teliti

Tugas 2: Sub-CPMK3: Mampu menganalisis posisi pasar dengan melakukan analisa segmentasi, targetting dan positioning dengan teliti

Tugas 3: Sub-CPMK4: Mampu menganalisis eksisting perusahaan dengan kebijakan Nasional dan kondisi internasional dengan teliti

Tugas 4: Sub-CPMK5: Mampu menganalisis Lingkungan Bisnis & Tantangannya serta memposisikan bisnis dalam strategi bersaing yang realistis

Tugas 5: Sub-CPMK6: Mampu mengidentifikasi faktor-faktor di luar lingkungan perusahaan yang mempengaruhi kelangsungan bisnis perusahaan yang valid

Tugas 6: Sub-CPMK7: Merancang perusahaan dan membuat “kerangka” atau building block yang terintegrasi dengan baik, logis dan kritis

DISKRIPSI TUGAS

Tugas 1: Bertujuan agar mahasiswa mampu menganalisis studi kasus terkait kondisi makro, mikro , internal dan eksternal bisnis

Tugas 2: Bertujuan agar mahasiswa mampu menganalisis studi kasus terkait posisi pasar

Tugas 3: Bertujuan agar mahasiswa mampu menganalisis studi kasus terkait dengan kebijakan Nasional dan kondisi internasional

Tugas 4: Bertujuan agar mahasiswa merancang Poster ilmiah mengenai posisi bisnis dalam strategi bersaing

Tugas 5: Bertujuan agar mahasiswa merancang Poster ilmiah mengenai Kebijakan Bisnis

Tugas 6: Bertujuan agar mahasiswa mampu menganalisis studi kasus terkait rencana bisnis UMKM yang ada di provinsi Riau

METODE Pengerjaan Tugas

Tugas 1.Pemecahan Kasus

- a. Memahami kasus yang diberikan
- b. Membaca literatur terkait ekosistem rawa
- c. Mengkaji dan menganalisis kasus untuk mencari solusi dengan mengaitkan dengan konsep karakteristik ekosistem rawa
- d. Membuat hasil diskusi pemecahan masalah
- e. Mempresentasikan hasil diskusi kelompok

Tugas 2.Pemecahan Kasus

- a. Memahami kasus yang diberikan
- b. Membaca literatur terkait ekonomi makro dan ekonomi mikro
- c. Mengkaji dan menganalisis kasus untuk mencari solusi dengan mengaitkan dengan kebijakan fiskal dan moneter
- d. Membuat hasil diskusi pemecahan masalah
- e. Mempresentasikan hasil diskusi kelompok

Tugas 3.Pemecahan Kasus

- a. Memahami kasus yang diberikan
- b. Membaca literatur terkait inplementasi kebijakan Nasional dan kondisi internasional terhadap perubahan pasar dan perilaku konsumen

- c. Mengkaji dan menganalisis kasus untuk mencari solusi dengan mengaitkan dengan konsep perubahan pasar dan perilaku konsumen
- d. Membuat hasil diskusi pemecahan masalah
- e. Mempresentasikan hasil diskusi kelompok

Tugas 4. Merancang poster

- a. Memahami kasus yang diberikan
- b. Membaca literatur mengenai konsep strategi bersaing
- c. Mengkaji dan menganalisis kasus untuk mencari solusi dengan mengaitkan dengan posisi bisnis
- d. Membuat rancang poster berdasarkan kasus yang diberikan
- e. Mempresentasikan hasil rancangan poster

Tugas 5. Merancang poster

- a. Memahami kasus yang diberikan
- b. Membaca literatur mengenai konsep *sustainable business strategy*
- c. Mengkaji dan menganalisis kasus untuk mencari solusi dengan membuat “kerangka” atau building block dalam bentuk Kebijakan Bisnis
- d. Membuat rancang poster berdasarkan kasus yang diberikan
- e. Mempresentasikan hasil rancangan poster

Tugas 6. Pemecahan Kasus

- a. Memahami kasus yang diberikan
- b. Membaca literatur terkait membuat “kerangka” atau building block yang terintegrasi
- c. Melakukan kegiatan lapangan terkait rencana bisnis UMKM yang ada di provinsi Riau
- d. Mengkaji dan menganalisis kasus untuk mencari solusi dengan mengaitkan dengan rencana bisnis UMKM yang ada di provinsi Riau
- f. Membuat hasil diskusi pemecahan masalah
- g. Mempresentasikan hasil diskusi kelompok

BENTUK DAN FORMAT LUARAN

a. Obyek Garapan: Rencana bisnis UMKM yang ada di provinsi Riau

b. Bentuk Luaran:

Tugas 1: Makalah Ilmiah

Tugas 2: Makalah Ilmiah

Tugas 3: Makalah Ilmiah

Tugas 4: Poster Ilmiah ukuran 60cm x 100cm

Tugas 5: Poster Ilmiah ukuran 60cm x 100cm

Tugas 6: Makalah Ilmiah

INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIANLembar Penilaian Berbasis *Case Method*

Kelompok :

Kasus :

No	Indikator	Nilai
1.	Proses diskusi dalam menyelesaikan permasalahan/kasus yang ditentukan	
2.	Kebenaran konsep hasil diskusi	
3.	Argumentasi hasil diskusi	
4.	Presentasi hasil diskusi	
	Ringkasan secara keseluruhan:	
	Nilai total dan komentar:	

Rubrik penilaian berbasis *Case Method*

No	Indikator	Kriteria	Nilai
1.	Proses diskusi dalam menyelesaikan permasalahan/kasus yang ditentukan	Memiliki strategi yang tepat dan menggunakan berbagai sumber informasi untuk menyelesaikan permasalahan/kasus	3
		Memiliki strategi yang tepat tetapi hanya menggunakan sumber informasi terbatas untuk menyelesaikan permasalahan/kasus	2
		Memiliki strategi tetapi kurang tepat dan hanya menggunakan 1 sumber informasi untuk menyelesaikan permasalahan/kasus	1
		Tidak memiliki strategi yang tepat dan tidak menggunakan sumber informasi untuk menyelesaikan permasalahan/kasus	0
2.	Kebenaran konsep hasil diskusi	Hasil diskusi memberikan solusi yang sangat relevan untuk menjawab permasalahan/kasus	3
		Hasil diskusi memberikan solusi yang kurang relevan untuk menjawab permasalahan/kasus	2
		Hasil diskusi memberikan solusi yang tidak relevan untuk menjawab permasalahan/kasus	1
		Tidak memiliki solusi untuk menjawab permasalahan/kasus	0

3.	Argumentasi hasil diskusi	Dapat mengemukakan argumen yang logis dan tepat berdasarkan berbagai sumber yang terpercaya	3
		Dapat mengemukakan argumen yang logis dan tepat berdasarkan beberapa sumber yang terpercaya	2
		Hanya mengemukakan argumen berdasarkan logika berpikir	1
		Tidak memiliki argumen	0
4.	Presentasi hasil diskusi	Mempresentasikan hasil diskusi dengan lengkap, lugas dan percaya diri	3
		Mempresentasikan hasil diskusi dengan lengkap, lugas dan tidak percaya diri	2
		Mempresentasikan hasil diskusi kurang lengkap, lugas dan tidak percaya diri	1
		Tidak mempresentasikan hasil diskusi	0

Lembar penilaian berbasis *Team Based Project*

Kelompok :
 Proyek :

No	Indikator	Nilai
1	Perencanaan:	
	a.Persiapan	
	b.Penentuan judul/tema proyek	
	c.Persiapan alat dan bahan	
2	Pelaksanaan:	
	a.Proses pengumpulan data	
	b.Teknik pengolahan/eksplorasi	
3	Hasil:	
	a.Produk/laporan	
	b.Presentasi	
4	Kolaborasi Tim:	

	a. Kerjasama tim	
	b. Keaktifan tim	

Rubrik Penilaian proyek berbasis *Team Based Project*

No	Indikator	Kriteria	Nilai
1.	Perencanaan		
	a. Persiapan	Membuat jadwal/ <i>time schedule</i> pelaksanaan proyek dengan rinci	3
		Membuat jadwal/ <i>time schedule</i> pelaksanaan proyek kurang rinci	2
		Membuat jadwal/ <i>time schedule</i> pelaksanaan proyek tidak rinci	1
		Tidak membuat jadwal/ <i>time schedule</i> pelaksanaan proyek	0
	b. Penentuan judul/tema proyek	Judul/tema proyek relevan dengan tujuan pelaksanaan proyek	3
		Judul/tema proyek kurang relevan dengan tujuan pelaksanaan proyek	2
		Judul/tema proyek tidak relevan dengan tujuan pelaksanaan proyek	1
		Tidak membuat judul/tema proyek	0
	c. Persiapan alat dan bahan	Alat dan bahan lengkap	3
		Alat dan bahan kurang lengkap	2
		Alat dan bahan tidak lengkap	1
		Tidak mempersiapkan alat dan bahan	0
2.	Pelaksanaan		
	a. Proses pengumpulan data	Mengumpulkan data dari berbagai sumber informasi dengan lengkap	3
		Mengumpulkan data dari berbagai sumber informasi tetapi kurang lengkap	2
		Mengumpulkan data hanya dari 1 sumber informasi	1
		Tidak melakukan proses pengumpulan data	0

	b. Teknik pengolahan/eksplorasi	Teknik pengolahan/eksplorasi data dilakukan dengan tepat	3
		Teknik pengolahan/eksplorasi data dilakukan kurang tepat	2
		Teknik pengolahan/eksplorasi data dilakukan tidak tepat	1
		Tidak melakukan teknik pengolahan/eksplorasi data	0
3.	Hasil:		
	a. Produk	Produk yang dihasilkan kreatif dan inovatif	3
		Produk yang dihasilkan kurang kreatif dan inovatif	2
		Produk yang dihasilkan tidak kreatif dan inovatif	1
		Tidak dihasilkan produk	0
	b. Presentasi	Mempresentasikan produk secara lengkap dan menarik	3
		Mempresentasikan produk secara lengkap tetapi kurang menarik	2
		Mempresentasikan produk secara sederhana dan kurang menarik	1
		Tidak mempresentasikan produk	0
4.	Kolaborasi Tim:		
	a. Kerjasama tim	Semua anggota tim memberikan kontribusi dalam kelompok	3
		Sebagian besar anggota tim memberikan kontribusi dalam kelompok	2
		Hanya sebagian kecil anggota tim yang memberikan kontribusi dalam kelompok	1
		Tidak ada anggota tim yang memberikan kontribusi dalam kelompok	0
	b. Keaktifan tim	Semua anggota tim berpartisipasi aktif dalam presentasi kelompok	3
		Sebagian besar anggota tim berpartisipasi aktif dalam presentasi kelompok	2
		Hanya sebagian kecil anggota tim yang berpartisipasi aktif dalam presentasi kelompok	1
		Tidak ada anggota tim yang berpartisipasi aktif dalam presentasi kelompok	0

Lembar Penilaian Sikap:

No	Nama Mahasiswa	Disiplin	Teliti	Tanggung jawab
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Kriteria:

- 0 = Jika mahasiswa tidak memperlihatkan perilaku yang tertera dalam indikator
- 1 = Jika mahasiswa kurang konsisten memperlihatkan perilaku yang tertera dalam indikator
- 2 = Jika mahasiswa konsisten memperlihatkan perilaku yang tertera dalam indikator
- 3 = Jika mahasiswa sangat konsisten memperlihatkan perilaku yang tertera dalam indikator

JADWAL PELAKSANAAN

Tugas 1: Minggu 2,3
 Tugas 2: Minggu 4,5
 Tugas 3: Minggu 6,7
 Tugas 4: Minggu 9,10
 Tugas 5: Minggu 11,12
 Tugas 6: Minggu 13,14,15

DAFTAR RUJUKAN

Wetlands (3rd Ed.). 2000. W. J. Mitsch and J. G. Gosselink. John Wiley & Sons, Inc., New York.

KRITERIA PENILAIAN MATA KULIAH

Aspek Penilaian :

Sikap : Disiplin waktu dalam mengikuti perkuliahan, cara menyampaikan pendapat dalam diskusi, tanggungjawab dalam menyelesaikan tugas, tepat waktu mengumpulkan tugas,
Instrumen : Rubrik

Pengetahuan : Penguasaan materi yang ditunjukkan dalam diskusi, presentasi, tes formatif, ujian tengah semester dan ujian akhir semester
Instrumen : Soal tes formatif (obyektif), Soal ujian tengah semester (uraian), Soal ujian semester (uraian)

Keterampilan : Penilaian produk PjBL : kreatifitas membuat video presentasi, ppt, laporan kegiatan mini riset, laporan kegiatan studi lapangan

No	Komponen Penilaian	Rencana Penilaian	Bobot
1	Aktivitas Partisipatif	Penilaian aktifitas diskusi dan proses penyelesaian proyek dengan rubric	5%
2	Hasil Proyek	Penilaian Fortopolio dan presentasi hasil proye	25%
3	Tugas	Tugas Terstruktur	10%
4	Kuis	Tes Pilihan Ganda	10%
5	Ujian Tengah Semester	Tes Uraian	25%
	Ujian Akhir Semester	Tes Uraian	25%

Pengertian 1 sks dalam BENTUK PEMBELAJARAN				Jam
a	Kuliah, Responsi, Tutorial			
	Tatap Muka	Penugasan Terstruktur	Belajara Mandiri	
	60 menit/minggu/semester	60 menit/minggu/semester	60 menit/minggu/semester	3,00
b	Seminar atau bentuk pembelajaran lain yang sejenis			
	Tatap muka		Belajar mandiri	
	100 menit/minggu/semester		70 menit/minggu/semester	2,83
c	Praktikum, praktik studio, praktik bengkel, praktik lapangan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat, dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara			
	170 menit/minggu/semester			2,83

No	Metode Pembelajaran Mahasiswa	Kode
1	Small Group Discussion	SGD
2	Role-Play & Simulation	RPS
3	Discovery Learning	DL
4	Self-Directed Learning	SDL
5	Cooperative Learning	CoL
6	Collaborative Learning	CbL
7	Contextual Learning	CtL
8	Project Based Learning	PjBL
9	Problem Based Learning & Inquiry	PBL
10	Atau metode pembelajaran lain, yang dapat secara efektif memfasilitasi pemenuhan capaian pembelajaran lulusan.	

Daftar soal Ujian Tengah Semester (UTS)

1. Lingkungan yang sangat luas, keras, dan tidak terduga memaksa para pelaku usaha selalu waspada. Tidak ada yang bisa menduga hal-hal tersebut akan berakhir positif atau negatif. Oleh karena itu, dibutuhkan analisis lingkungan bisnis untuk memetakan posisi bisnis yang sedang dijalankan. Jelaskan mengapa memahami sifat lingkungan bisnis dan perubahannya merupakan bagian dari analisis lingkungan bisnis dan dalam merancang strategi kompetitif. (Skor 40)
2. Dari hasil Survei IMK Tahunan 2020 di Provinsi Riau, jumlah usaha/ perusahaan IMK di Riau tercatat 50.702. Usaha/perusahaan Industri Makanan (KBLI 10) sebanyak 23,76 ribu usaha/perusahaan merupakan kegiatan usaha IMK yang paling banyak dijalankan di Provinsi Riau. Jelaskan factor -faktor keunggulan dari UMKM Industri Makanan. (Skor 60)

Daftar soal Ujian Akhir Semester (UAS)

1. Perhatikan gambar berikut.



Berdasarkan Gambar, jelaskan berbagai faktor yang mempengaruhi *Market Analysis* (Skor 30)

2. Fungsi internal lingkungan bisnis pengaruhnya cukup besar bagi berputarnya suatu bisnis. Faktor internal meliputi struktur organisasi, budaya perusahaan, dan sumber daya perusahaan, citra perusahaan, sistem kepegawaian yang digunakan, hubungan dan relasi bisnis antar karyawan, strategi pemasaran, serta kualitas dan tujuan dari bisnis yang dijalankan. Jelas pengaruh masing-masing factor internal tersebut (Skor 20)
3. UMKM menyumbang sekitar 99% dari total unit usaha yang ada di Indonesia. Peran dominan ini menjadikan UMKM sebagai penggerak utama dalam ekonomi negara. Dengan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yakni sekitar 60,5%, UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi. Bagaimana peluang utama yang bias di manfaatkan UMKM pada akses pasar global melalui *e-commerce* (Skor 20)
4. Jelaskan posisi salah satu UMKM yang ada bangkinang dari pendekatan Analisis SWOT (Skor 30)