

## SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

**Mata Kuliah** : Pengantar Bisnis  
**Kode Mata Kuliah** :  
**Mata Kuliah Prasyarat** :

### Deskripsi Mata Kuliah:

Matakuliah ini membahas konsep dan praktik pengetahuan tentang Pengantar Bisnis serta implementasi beberapa prinsip – prinsip bisnis. Materi yang dibahas mengenai bagaimana secara actual dan seharusnya bisnis dilakukan, dengan bahasan meliputi: Perkembangan Bisnis Masa Kini; Dinamika Pengelolaan Bisnis; Prinsip – prinsip Pemasaran; Pengelolaan Operasi dan Informasi; Permasalahan Keuangan.

### Sasaran Pembelajaran/Tujuan Instruksional Umum:

Peserta matakuliah ini diharapkan mampu memahami dan membuat analisis tentang: (1) Konsep dan filosofi pengetahuan tentang bisnis, serta pemahaman tentang lingkungan bisnis yang sangat berpengaruh dalam meraih/memperoleh kemampuan untuk bersaing, (2) Strategi dalam mengelola sumber daya manusia (*Human Resources*), (3) Strategi pemasaran, yang memperhatikan perilaku konsumen dan proses pemasaran yang meliputi pengembangan, pendistribusian, serta promosi produk, (4) Proses produksi barang dan jasa dengan memperhatikan pengelolaan produktivitas, kualitas, sistem informasi dan teknologi komunikasi, serta pemahaman prinsip – prinsip akuntansi, (5) Permasalahan keuangan, yang meliputi uang dan perbankan, sekuritas dan investasi, manajemen keuangan dan resiko.

### Metode Pengajaran:

Ceramah, Tanya – Jawab, Kuis, Studi Kasus, Diskusi kelompok, Paper, dan Presentasi.

### Media Belajar – Mangajar:

White – Board, Overhead Projector, Microphone, Computer/Laptop, Multimedia Projector/LCD, Internet.

### Komponen Penilaian:

Kehadiran (Minimal 80%) = 0%, Tugas Terstruktur = 25%, Ujian Tengah Semester (UTS) = 30%, Ujian Akhir Semester (UAS) = 45%.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 1

A. Tujuan

1. Instruksional Umum

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami pengertian tentang bisnis dan faktor – faktor yang harus dipertimbangkan dalam melakukan bisnis; juga diharapkan mampu mengidentifikasi/ mengenali elemen kunci untuk memperoleh kemampuan bersaing dalam bisnis.

2. Instruksional Khusus

- a. Mahasiswa mampu menjelaskan pengetahuan tentang bisnis dan bagaimana melakukan bisnis di masa kini.
- b. Mahasiswa dapat menerangkan pentingnya pemahaman tentang system ekonomi (permintaan dan penawaran, pendapatan, biaya, dan profit).
- c. Mahasiswa juga mampu mendeskripsikan tren bisnis di masa kini serta faktor – faktor penting untuk melakukan bisnis.

B. Pokok Bahasan : Memahami Sistem Bisnis Di Masa Kini

C. Sub Pokok Bahasan : Bisnis Tren Masa Kini, Perbedaan dalam melakukan bisnis

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>Menjelaskan kontrak perkuliahan dan tata tertib kuliah</li><li>Memberikan penjelasan ruang lingkup materi perkuliahan dan SAP</li><li>Menjelaskan metode pembelajaran dan komposisi penilaian</li><li>Pembagian kelompok</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat Catatan</li><li>Bertanya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<p>1. Tren Bisnis Masa Kini</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Pengelolaan bisnis dalam lingkungan bisnis yang dinamis</li><li>b. Faktor – faktor untuk melakukan bisnis di masa kini</li><li>c. Faktor – faktor untuk dapat bersaing</li></ul> <p>B. Memahami sistem pasar</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Pengertian pendapatan, biaya, profit</li><li>b. Permintaan dan penawaran</li></ul> <p>3. Perusahaan dalam melakukan bisnis memiliki faktor berbeda untuk bersaing</p> <p>4. Ruang lingkup Bisnis di masa kini:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Globalisasi</li><li>b. Era Teknologi Digital Baru</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat Catatan</li><li>Bertanya</li><li>Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>
Penutup	<ul style="list-style-type: none"><li>Pembagian SAP</li><li>Memberikan Tugas Individu (PR) untuk membaca dan mencari artikel yang sesuai bahan kuliah tatap muka ke - 2</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>

#### **E. Evaluasi:**

Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode 'Random' berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut.

#### **F. Referensi:**

1. Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 1. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga
2. Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 2

A. Tujuan

1. Instruksional Umum

- a. Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami pengertian tentang batas organisasi perusahaan dan lingkungan bisnis.
- b. Mahasiswa mengerti tentang pentingnya lingkungan perekonomian bagi bisnis dan mengidentifikasi faktor – faktor yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja dari suatu system ekonomi.
- c. Mahasiswa mampu memahami lingkungan teknologi, hokum politis, sosial budaya, serta tantangan – tantangan dalam melakukan bisnis.

2. Instruksional Khusus

- a. Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian tentang batas organisasi perusahaan dan lingkungan bisnis.
- b. Mahasiswa mampu menjelaskan tentang pentingnya lingkungan perekonomian bagi bisnis dan mengidentifikasi faktor – faktor yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja dari suatu system ekonomi.
- c. Mahasiswa mampu menjelaskan lingkungan teknologi, hukum politis, sosial budaya, serta tantangan – tantangan dalam melakukan bisnis.

B. Pokok Bahasan : Memahami Lingkungan Bisnis

C. Sub Pokok Bahasan : Lingkungan Ekonomi, Teknologi, Sosial Budaya, bisnis

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu</li><li>• Mengumpulkan PR (Artikel)</li><li>• Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi kedua</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memperhatikan</li><li>• Membuat catatan</li><li>• Bertanya</li><li>• Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laptop</li><li>• White Board</li><li>• Spidol</li><li>• LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<ul style="list-style-type: none"><li>1. Batas – Batas dan Lingkungan Organisasi (Perusahaan)<ul style="list-style-type: none"><li>a. Batas Organisasi (Perusahaan)</li><li>b. Lingkungan Multi – Organisasi</li></ul></li><li>2. Lingkungan Ekonomi<ul style="list-style-type: none"><li>a. Pertumbuhan Ekonomi</li><li>b. Jumlah Output dan Standar Hidup</li></ul></li><li>3. Lingkungan Teknologi<ul style="list-style-type: none"><li>a. Teknologi Produk dan Jasa</li><li>b. Teknologi Proses Bisnis</li></ul></li><li>4. Lingkungan Hukum – Politik</li><li>5. Lingkungan Sosial Budaya<ul style="list-style-type: none"><li>a. Pilihan dan selera Pelanggan</li><li>b. Perilaku Bisnis yang bertanggung jawab dan</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memperhatikan</li><li>• Membuat Catatan</li><li>• Bertanya</li><li>• Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laptop</li><li>• White Board</li><li>• Spidol</li><li>• LCD Projector</li></ul>

	sesuai dengan bisnis etika		
	6. Lingkungan Bisnis <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Batas-batas perusahaan</li> <li>b. Tantangan dan peluang yang muncul di lingkungan bisnis</li> </ul>		
Penutup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merangkum penyajian materi perkuliahan pada sesi ini</li> <li>• Memberikan tugas kelompok: melakukan observasi terhadap <b>lingkungan bisnis organisasi untuk perusahaan (organisasi)</b> Misalkan: Alfamart, Indomaret, Cafe, Restoran, Rumah Sakit, dll</li> <li>• Menyiapkan materi untuk tatap muka ke – 3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperhatikan</li> <li>• Membuat Catatan</li> <li>• Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lapotop</li> <li>• White Board</li> <li>• Spidol</li> <li>• LCD Projector</li> </ul>

E. Evaluasi:

Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut. Evaluasi/penilaian lainnya diberikan terhadap tugas – tugas kelompok/individu yang telah dikumpulkan.

F. Referensi:

1. Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 1. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga

2. Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 3

A. Tujuan

1. Instruksional Umum

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami pentingnya: (1) pertumbuhan bisnis dalam pasar global dan bentuk – bentuk keunggulan yang kompetitif, (2) faktor – faktor yang diperhitungkan dalam dunia bisnis internasional, dan (3) perbedaan – perbedaan sosial, budaya, ekonomi, hukum, dan politik antar Negara berpengaruh terhadap bisnis internasional.

2. Instruksional Khusus

- a. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pentingnya pertumbuhan bisnis dalam pasar global dan keunggulan – keunggulan kompetitif dalam menjalankan bisnis.
- b. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan faktor – faktor yang dipergunakan untuk bersaing di dalam dunia bisnis internasional.
- c. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pengaruh perbedaan sosial, budaya, ekonomi, hukum, dan politik antar Negara terhadap bisnis internasional.

B. Pokok Bahasan : Memahami Konteks Bisnis di Pasar Global

C. Sub Pokok Bahasan : Persaingan Bisnis dalam Pasar Global (Keunggulan kompetitif, Pengaruh perbedaan faktor social, budaya, ekonomi, hukum, dan politik terhadap bisnis internasional)

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu (diskusi hasil observasi ke perusahaan/organisasi)</li><li>• Mengumpulkan PR (hasil observasi/Artikel)</li><li>• Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi ketiga</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memperhatikan</li><li>• Membuat catatan</li><li>• Bertanya</li><li>• Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laptop</li><li>• White Board</li><li>• Spidol</li><li>• LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<div>1. Timbulnya Bisnis Internasional<ul style="list-style-type: none"><li>a. Perekonomian Global</li><li>b. Pasar Dunia (Internasional)</li><li>c. Faktor – faktor keunggulan bersaing</li><li>d. Neraca export – import</li><li>e. Nilai tukar</li></ul></div> <div>2. Pengelolaan Bisnis Internasional<ul style="list-style-type: none"><li>a. Menuju Pasar Internasional</li><li>b. Keterlibatan Internasional</li><li>c. Struktur Organisasi (Perusahaan) Internasional</li></ul></div> <div>3. Strategi untuk berhasil meraih Pasar Global<ul style="list-style-type: none"><li>a. <i>Licensing</i></li><li>b. Strategi untuk mengatasi</li></ul></div>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memperhatikan</li><li>• Membuat Catatan</li><li>• Bertanya</li><li>• Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laptop</li><li>• White Board</li><li>• Spidol</li><li>• LCD Projector</li></ul>

	<p>perubahan yang terjadi</p> <p>c. <i>Strategic Alliances</i></p> <p>4. Faktor yang mempengaruhi Pasar Global</p> <p>a. Sosial</p> <p>b. Budaya</p> <p>c. Ekonomi</p> <p>d. Hukum</p> <p>e. Politik</p>		
Penutup	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merangkum penyajian materi perkuliahan pada sesi ini</li> <li>Memberikan tugas kelompok: Mencari artikel di Internet, Koran, Majalah, atau sumber – sumber lain tentang <b>Persaingan Bisnis di Pasar Global</b></li> <li>Menyiapkan materi untuk tatap muka ke – 4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memperhatikan</li> <li>Membuat Catatan</li> <li>Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Laptop</li> <li>White Board</li> <li>Spidol</li> <li>LCD Projector</li> </ul>

E. Evaluasi:

Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut. Evaluasi/penilaian lainnya diberikan terhadap tugas – tugas kelompok/individu yang telah dikumpulkan.

F. Referensi:

1. Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 1. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga

2. Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 4

A. Tujuan

1. Instruksional Umum

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami: (1) Bagaimana cara para individu mengembangkan kode etik pribadinya dan arti penting etika bisnis dalam lingkungan kerja, (2) peran manajemen untuk membuat standard etika bisnis dalam suatu organisasi (perusahaan), (3) konsep tanggung jawab sosial organisasi (perusahaan), (4) empat pendekatan umum tanggung jawab sosial dan metode CSR yang diambil organisasi (perusahaan), (5) pengaruh masalah CSR (tanggung jawab sosial) dan etika bisnis terhadap pasar global dan bisnis berskala kecil.

2. Instruksional Khusus

- a. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan cara para individu mengembangkan kode etik pribadinya dan pentingnya etika bisnis di lingkungan kerja.
- b. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan perbedaan CSR (Tanggung jawab sosial) dengan etika bisnis dalam suatu organisasi (perusahaan), serta dapat menunjukkan ciri CSR di masa kini.
- c. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan penerapan konsep CSR (Tanggung jawab sosial) terhadap masalah – masalah lingkungan hidup dan juga terhadap *Stakeholder* organisasi (perusahaan).
- d. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan empat pendekatan umum CSR (Tanggung jawab sosial) dan empat tahap yang harus diambil perusahaan untuk mengimplementasikan CRS (Tanggung jawab sosial)
- e. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pengaruh masalah CSR (tanggung jawab sosial) dan etika bisnis terhadap pasar global dan bisnis berskala kecil.

B. Pokok Bahasan : Melaksanakan Etika Bisnis dan CSR (tanggung jawab sosial) dalam dan untuk lingkungan kerja/bisnis serta *Stakeholder* organisasi (perusahaan)

C. Sub Pokok Bahasan : Persaingan Bisnis dalam Pasar Global (Keunggulan kompetitif, Pengaruh perbedaan faktor social, budaya, ekonomi, hukum, dan politik terhadap bisnis internasional)

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu (diskusi hasil observasi ke perusahaan/organisasi)</li><li>• Mengumpulkan PR (hasil observasi/Artikel)</li><li>• Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi ke-empat</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memperhatikan</li><li>• Membuat catatan</li><li>• Bertanya</li><li>• Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laptop</li><li>• White Board</li><li>• Spidol</li><li>• LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<p>1. Etika Dalam Lingkungan Kerja</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Etika Individual, Etika Bisnis, dan Etika Manajerial</li><li>b. Perilaku Etis, Etika Bisnis dan Praktek – praktek perusahaan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memperhatikan</li><li>• Membuat Catatan</li><li>• Bertanya</li><li>• Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laptop</li><li>• White Board</li><li>• Spidol</li><li>• LCD Projector</li></ul>



	2. CSR (Tanggung Jawab Sosial) <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Model CSR (tanggung jawab sosial) terhadap pihak yang berkepentingan</li> <li>b. Kesadaran sosial masa kini</li> </ul> 3. CSR (Tanggung Jawab Sosial) terhadap lingkungan dan Stakeholder: <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Lingkungan</li> <li>b. Pelanggan (<i>Customers</i>)</li> <li>c. Karyawan (<i>Employees</i>)</li> <li>d. Penanam Modal (<i>Investors</i>)</li> </ul> 4. Implentasi CSR (Tanggung Jawab Sosial) <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Metode CSR (Tanggung Jawab Sosial)</li> <li>b. Mengelola CSR (Tanggung Jawab Sosial) terhadap pasar global dan bisnis kecil</li> </ul>		
Penutup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merangkum penyajian materi perkuliahan pada sesi ini</li> <li>• Memberikan tugas kelompok: Mencari artikel di Internet, Koran, Majalah, atau sumber – sumber lain tentang <b>Penerapan CSR perusahaan local atau internasional</b></li> <li>• Menyiapkan materi untuk tatap muka ke - 5</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperhatikan</li> <li>• Membuat Catatan</li> <li>• Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop</li> <li>• White Board</li> <li>• Spidol</li> <li>• LCD Projector</li> </ul>

E. Evaluasi:

Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut. Evaluasi/penilaian lainnya diberikan terhadap tugas – tugas kelompok/individu yang telah dikumpulkan.

F. Referensi:

1. Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 1. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga

2. Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 5

A. Tujuan

1. Instruksional Umum:

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami: (1) Pengertian bisnis kecil dan peran pentingnya dalam perekonomian, (2) Pengertian kewirausahaan dan karakteristik penting (kunci) pelaku wirausaha serta kegiatan kewirausahaan, (3) Rencana bisnis dan keputusan awal yang diambil oleh bisnis kecil, (4) Alasan utama terjadinya pertambahan bisnis baru, (5) Arti kepemilikan tunggal dan kemitraan termasuk keuntungan dan kekurangannya, (6) Pengertian perusahaan termasuk keuntungan dan kerugiannya, (7) Isu dasar yang tercakup dalam penciptaan dan pengelolaan perusahaan serta identifikasi trend dan isu terkini dalam kepemilikan perusahaan.

2. Instruksional Khusus:

- a. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pengertian bisnis kecil dan peran pentingnya untuk perekonomian, termasuk rencana bisnis dan keputusan awal yang diambil serta sumber bantuan keuangan yang tersedia untuk perusahaan tersebut.
- b. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pengertian Wirausaha (*Entrepreneurship*) dan karakteristik penting pelaku wirausaha termasuk kegiatan – kegiatannya.
- c. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan alasan utama bisnis baru makin banyak didirikan, serta mengidentifikasi faktor keberhasilan dan kegagalan bisnis kecil.
- d. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pengertian usaha perseorangan dan persekutuan serta membahas keuntungan dan kerugian masing – masing.
- e. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pengertian perusahaan, keuntungan dan kerugiannya, serta mengidentifikasi jenis – jenis perusahaan.
- f. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan isu – isu dasar yang tercakup dalam penciptaan dan pengelolaan perusahaan dan mengidentifikasi tren dan isu terkini dalam kepemilikan perusahaan.

B. Pokok Bahasan : Memahami Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) dan Kepemilikan Bisnis Baru

C. Sub Pokok Bahasan : Bisnis Kecil, Wirausaha, Usaha Perseorangan, Keuntungan dan kerugian untuk masing – masing jenis usaha, isu terkini dalam dunia bisnis

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu (diskusi hasil observasi ke perusahaan/organisasi)</li><li>Mengumpulkan PR (hasil observasi/Artikel)</li><li>Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi ke-lima</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li><li>Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<p>1. Pengertian Bisnis Kecil</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Peran Penting Bisnis Kecil dalam Perekonomian</li><li>b. Bentuk Bisnis Kecil yang populer</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li><li>Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>

	2. Pengertian Wirausaha <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Perbedaan Wirausaha dengan Bisnis Kecil</li> <li>b. Karakteristik tentang kewirausahaan</li> </ul> 3. Memulai dan Mengelola Bisnis Kecil <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Perencanaan Bisnis Kecil</li> <li>b. Administrasi dan Pembiayaan Bisnis Kecil</li> <li>c. Memahami Karakter Pelanggan dan Cara untuk Mengelola Karyawan</li> </ul> 4. Keberhasilan dan Kegagalan Bisnis Kecil <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tren dalam memulai bisnis kecil</li> <li>b. Alasan – alasan keberhasilan dan kegagalan</li> </ul> 5. Bentuk – bentuk usaha <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Perseorangan</li> <li>b. Persekutuan (<i>Partnership</i>)</li> <li>c. Koperasi (<i>Cooperatives</i>)</li> <li>d. Perusahaan (<i>Corporations</i>)</li> <li>e. Waralaba (<i>Franchise</i>)</li> </ul>		
Penutup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merangkum penyajian materi perkuliahan pada sesi ini</li> <li>• Memberikan tugas kelompok: Mencari artikel di Internet, Koran, Majalah, atau sumber – sumber lain tentang <b>Wirausaha Sukses</b></li> <li>• Menyiapkan materi untuk tatap muka ke - 6</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperhatikan</li> <li>• Membuat catatan</li> <li>• Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop</li> <li>• White Board</li> <li>• Spidol</li> <li>• LCD Projector</li> </ul>

- E. Evaluasi
- Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut. Evaluasi/penilaian lainnya diberikan terhadap tugas – tugas kelompok/individu yang telah dikumpulkan.
- F. Referensi
- Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 1. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga
  - Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 6

A. Tujuan

1. Instruksional Umum:

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami: (1) Sasaran/target dan merumuskan strategi untuk mengelola perusahaan bisnis, (2) Proses – proses manajemen dan dasar keterampilan manajemen, (3) Budaya perusahaan dan mengelola perubahan, (4) Bentuk dan tipe struktur organisasi, serta pengambilan keputusan.

2. Instruksional Khusus:

- a. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pentingnya menetapkan sasaran/target dan merumuskan strategi untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis.
- b. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan proses manajemen termasuk mengidentifikasi tipe – tipe manajer berdasarkan tingkatan dan bidangnya.
- c. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pentingnya budaya perusahaan dan bagaimana mengelola perubahan dalam dunia bisnis.
- d. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan faktor – faktor yang mempengaruhi struktur organisasi perusahaan dan mengidentifikasi bentuk dan tipe struktur organisasi, serta pengambilan keputusan.

B. Pokok Bahasan : Memahami Pengelolaan dan Pengorganisasian Perusahaan Bisnis

C. Sub Pokok Bahasan : Pemahaman tentang Sasaran/target, strategi, proses manajemen. Bentuk dan tipe struktur organisasi serta pengambilan keputusan

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu (diskusi hasil observasi ke perusahaan/organisasi)</li><li>• Mengumpulkan PR (hasil observasi/Artikel)</li><li>• Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi keenam</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memperhatikan</li><li>• Membuat catatan</li><li>• Bertanya</li><li>• Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laptop</li><li>• White Board</li><li>• Spidol</li><li>• LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<ul style="list-style-type: none"><li>1. Menetapkan Sasaran/target dan strategi<ul style="list-style-type: none"><li>a. Sasaran bisnis</li><li>b. Jenis – jenis strategi</li></ul></li><li>2. Proses Manajemen dan Tipe Manajer<ul style="list-style-type: none"><li>a. Perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan, dan Pengawasan</li><li>b. Tingkatan Manajemen</li></ul></li><li>3. Manajemen dan Budaya Perusahaan<ul style="list-style-type: none"><li>a. Budaya Perusahaan</li><li>b. Mengelola Perubahan</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memperhatikan</li><li>• Membuat catatan</li><li>• Bertanya</li><li>• Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laptop</li><li>• White Board</li><li>• Spidol</li><li>• LCD Projector</li></ul>

	4. Bentuk dan Tipe Struktur Organisasi		
	5. Pengambilan Keputusan		
Penutup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merangkum penyajian materi perkuliahan pada sesi ini</li> <li>• Memberikan tugas kelompok: Mencari artikel di Internet, Koran, Majalah, atau sumber – sumber lain tentang <b>Strategi Perusahaan</b> yang telah dilakukan oleh Perusahaan Besar (Nokia, BMW, Toyota, Yahoo.com, Microsoft, Amazon.com, dll)</li> <li>• Menyiapkan materi untuk tatap muka ke - 7</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperhatikan</li> <li>• Membuat catatan</li> <li>• Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop</li> <li>• White Board</li> <li>• Spidol</li> <li>• LCD Projector</li> </ul>

- E. **Evaluasi**  
 Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut. Evaluasi/penilaian lainnya diberikan terhadap tugas – tugas kelompok/individu yang telah dikumpulkan.
- F. **Referensi**  
 1. Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 1. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga  
 2. Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 7

A. Tujuan

1. Instruksional Umum:

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami pentingnya: (1) pengelolaan sumber daya manusia dan hubungan tenaga kerja, (2) memotivasi dan memimpin karyawan, dan (3) membentuk/membangun ‘Self – Managed Team.’

2. Instruksional Khusus:

- a. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mendefinisikan manajemen sumber daya manusia dan bagaimana para manajer merencanakan sumber daya manusia.
- b. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasi tugas – tugas yang berkaitan dengan penyusunan personel di perusahaan dan bagaimana perusahaan tersebut melakukan menyeleksi, mengembangkan, mengelola, dan mengevaluasi kinerja karyawan.
- c. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasi komponen – komponen penting dalam sistem kompensasi sebagai bentuk apresiasi perusahaan dan motivasi terhadap loyalitas karyawan yang nantinya akan dapat meningkatkan kepuasan.
- d. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasi model – model kepemimpinan manajerial yang mempunyai dampak berbeda – beda pada hubungan antar manusia di lingkungan kerja.

B. Pokok Bahasan : Memahami Pengelolaan Sumber Daya Manusia, Motivasi, dan Memimpin Karyawan

C. Sub Pokok Bahasan : Dasar – dasar manajemen sumber daya manusia, Kompensasi dan Tunjangan, Motivasi Karyawan, Memimpin Karyawan, serta Self – Managed Team.

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu (diskusi hasil observasi ke perusahaan/organisasi)</li><li>• Mengumpulkan PR (hasil observasi/Artikel)</li><li>• Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi ke-tujuh</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memperhatikan</li><li>• Membuat catatan</li><li>• Bertanya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laptop</li><li>• White Board</li><li>• Spidol</li><li>• LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<p>1. Pengertian Dasar tentang Sumber Daya Manusia</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Kepentingan strategis manajemen SDM</li><li>b. Perencanaan, penyusunan, dan pengembangan SDM</li></ul> <p>2. Kompensasi dan Tunjangan</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Upah dan gaji</li><li>b. Program Insentif dan tunjangan</li></ul> <p>3. Pentingnya Kepuasan dan Semangat Kerja Karyawan</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Pengelolaan kepuasan dan semangat</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memperhatikan</li><li>• Membuat catatan</li><li>• Bertanya</li><li>• Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laptop</li><li>• White Board</li><li>• Spidol</li><li>• LCD Projector</li></ul>

	<p>kerja</p> <p>b. Strategi untuk meningkatkan kepuasan dan semangat kerja</p> <p>4. Motivasi Karyawan</p> <p>a. Teori Klasik</p> <p>b. Teori Perilaku</p> <p>c. Teori Kontemporer</p> <p>5. Bentuk (cara) Manajerial dan Kepemimpinan</p> <p>a. Bentuk (cara) manajerial</p> <p>b. Metode Kontingensi terhadap kepemimpinan</p> <p>c. Motivasi dan Kepemimpinan untuk Abad Ke 21</p>		
Penutup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merangkum penyajian materi perkuliahan pada sesi ini</li> <li>• Memberikan tugas kelompok: Mencari artikel di Internet, Koran, Majalah, atau sumber – sumber lain tentang <b>bentuk (model) kepemimpinan</b> yang telah dilakukan oleh Perusahaan Besar (Nokia, BMW, Toyota, Yahoo.com, Microsoft, Amazon.com, dll)</li> <li>• Menyiapkan materi untuk tatap muka ke - 8</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperhatikan</li> <li>• Membuat catatan</li> <li>• Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop</li> <li>• White Board</li> <li>• Spidol</li> <li>• LCD Projector</li> </ul>

- E. Evaluasi
- Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut. Evaluasi/penilaian lainnya diberikan terhadap tugas – tugas kelompok/individu yang telah dikumpulkan.
- F. Referensi
1. Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 1. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga
  2. Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 8

A. Tujuan

1. Instruksional Umum:

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami pentingnya: (1) proses pemasaran dan perilaku konsumen, serta (2) pengembangan dan penerapan (implementasi) perencanaan pemasaran yang berfokus (berorientasi) pada kebutuhan konsumen.

2. Instruksional Khusus:

- a. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mendefinisikan konsep pemasaran dan faktor kekuatan yang membentuk lingkungan pemasaran eksternal.
- b. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mendefinisikan tujuan perencanaan pemasaran dan mengidentifikasi faktor (elemen) bauran pemasaran.
- c. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasi segmentasi pasar dan bagaimana cara mempergunakan segmentasi pasar tersebut dalam penerapan strategi pemasaran.
- d. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasi tujuan dan nilai riset pemasaran, serta faktor – faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumen.
- e. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mendefinisikan bauran pemasaran internasional dan bisnis kecil.

B. Pokok Bahasan : Memahami Proses Pemasaran dan Perilaku Konsumen

C. Sub Pokok Bahasan : Konsep Pemasaran, Faktor Bauran Pemasaran, Segmentasi Pasar, Riset Pemasaran, Perilaku Konsumen, Bauran Pemasaran Internasional dan Bisnis Kecil

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu (diskusi hasil observasi ke perusahaan/organisasi)</li><li>Mengumpulkan PR (hasil observasi/Artikel)</li><li>Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi ke-delapan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<div>1. Pengertian Pemasaran</div> <div>2. Sasaran Pemasaran dan Segmentasi Pasar<ul style="list-style-type: none"><li>Identifikasi Segmen Pasar</li><li>Riset Pemasaran</li></ul></div> <div>3. Perilaku Konsumen<ul style="list-style-type: none"><li>Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen</li><li>Proses pembelian konsumen</li><li>Manajemen database konsumen</li><li>Perilaku pemasaran</li></ul></div> <div>4. Bauran Pemasaran<ul style="list-style-type: none"><li>Internasional</li></ul></div>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li><li>Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>



	b. Bisnis kecil		
Penutup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merangkum penyajian materi perkuliahan pada sesi ini</li> <li>• Memberikan tugas kelompok: Mencari artikel di Internet, Koran, Majalah, atau sumber – sumber lain tentang <b>Strategi Pemasaran</b> yang telah dilakukan oleh Perusahaan Besar (Nokia, BMW, Toyota, Yahoo.com, Microsoft, Amazon.com, dll)</li> <li>• Menyiapkan materi untuk tatap muka ke - 9</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperhatikan</li> <li>• Membuat catatan</li> <li>• Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop</li> <li>• White Board</li> <li>• Spidol</li> <li>• LCD Projector</li> </ul>

- E. **Evaluasi**  
 Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut. Evaluasi/penilaian lainnya diberikan terhadap tugas – tugas kelompok/individu yang telah dikumpulkan.
- F. **Referensi**  
 1. Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 1. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga  
 2. Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 9

A. Tujuan

1. Instruksional Umum:

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami: (1) konsep produk secara total yang mempunyai nilai, (2) proses pengembangan produk baru termasuk di dalamnya tahapan siklus hidup suatu produk, (3) arti penting suatu merek, pengemasan, dan pemakaian label, (4) tujuan dan metode yang digunakan untuk penetapan harga, serta strateginya baik untuk produk lama maupun untuk produk baru.

2. Instruksional Khusus:

- a. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mendefinisikan produk sebagai suatu paket yang nilai.
- b. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasi proses pengembangan produk baru, dan tahapan siklus hidup suatu produk.
- c. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mendefinisikan pentingnya pemberian merek, label, dan pengemasannya.
- d. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasi berbagai tujuan dan metode – metode yang dipergunakan untuk penetapan harga, serta strateginya baik untuk produk lama maupun produk baru.

B. Pokok Bahasan : Memahami Proses Pengembangan Produk Baru dan Penetapan Harga

C. Sub Pokok Bahasan : Pengembangan Produk Baru, Siklus Hidup Produk, Arti Penting Pemberian Merek, Label, Pengemasan, Tujuan dan Metode Penetapan Harga serta Strateginya untuk Produk Lama maupun Produk Baru.

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu (diskusi hasil observasi ke perusahaan/organisasi)</li><li>Mengumpulkan PR (hasil observasi/Artikel)</li><li>Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi ke-sembilan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<ul style="list-style-type: none"><li>1. Pengertian Produk<ul style="list-style-type: none"><li>a. Suatu Paket yang Mempunyai Nilai</li><li>b. Klasifikasi Produk dan Jasa</li><li>c. Bauran Produk</li></ul></li><li>2. Pengembangan Suatu Produk Baru<ul style="list-style-type: none"><li>a. Proses Pengembangan Produk Baru</li><li>b. Tahapan Pengembangan Produk Baru</li></ul></li><li>3. Siklus Hidup Produk<ul style="list-style-type: none"><li>a. Arti Penting Siklus Hidup Produk</li><li>b. Contoh Siklus Hidup Produk</li></ul></li><li>4. Identifikasi Produk</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li><li>Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>

	a. Pemberian Merek b. Label c. Kemasan  5. Metode dan Strategi Penetapan Harga a. Tujuan Penetapan Harga b. Metode Penetapan Harga c. Strategi Penetapan Harga		
Penutup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merangkum penyajian materi perkuliahan pada sesi ini</li> <li>• Memberikan tugas kelompok: Mencari artikel di Internet, Koran, Majalah, atau sumber – sumber lain tentang <b>Persaingan Harga</b> (yang telah dilakukan oleh Perusahaan Besar (Nokia, BMW, Toyota, Yahoo.com, Microsoft, Amazon.com, dll)</li> <li>• Menyiapkan materi untuk tatap muka ke - 10</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperhatikan</li> <li>• Membuat catatan</li> <li>• Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop</li> <li>• White Board</li> <li>• Spidol</li> <li>• LCD Projector</li> </ul>

**E. Evaluasi**  
 Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut. Evaluasi/penilaian lainnya diberikan terhadap tugas – tugas kelompok/individu yang telah dikumpulkan.

**F. Referensi**  
 1. Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 1. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga  
 2. Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 10

A. Tujuan

1. Instruksional Umum:

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami: (1) konsep pendistribusian produk, (2) terkaitannya pendistribusian produk dengan strategi pemasaran, (3) metode dan teknik pemasaran masa kini, (4) strategi pemasaran yang terintegrasi dalam suatu sistem untuk mampu bertahan dan bersaing di dunia bisnis.

2. Instruksional Khusus:

- a. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mendefinisikan bauran dan strategi distribusi.
- b. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan hubungan penting proses (metode) pendistribusian produk dengan strategi pemasaran yang diterapkan.
- c. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mendefinisikan metode dan teknik pemasaran masa kini.
- d. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasi strategi pemasaran yang harus terintegrasi dalam suatu organisasi (perusahaan) untuk mampu bertahan dan bersaing di dunia bisnis.

B. Pokok Bahasan : Memahami Proses Pendistribusian dan Promosi Produk

C. Sub Pokok Bahasan : Bauran Pendistribusian Produk, Strategi dan Metode serta Teknik Pendistribusian Produk, Strategi Pemasaran yang Terintegrasi

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu (diskusi hasil observasi ke perusahaan/organisasi)</li><li>Mengumpulkan PR (hasil observasi/Artikel)</li><li>Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi ke-sepuluh</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<ul style="list-style-type: none"><li>1. Bauran Distribusi<ul style="list-style-type: none"><li>a. Perantara dan Saluran Distribusi</li><li>b. Strategi Distribusi</li></ul></li><li>2. Perdagangan Besar dan Eceran</li><li>3. Promosi Produk<ul style="list-style-type: none"><li>a. Informasi dan nilai tukar</li><li>b. Tujuan</li><li>c. Strategi dan Bauran</li></ul></li><li>4. Teknik Promosi<ul style="list-style-type: none"><li>a. Periklanan</li><li>b. Penjualan Langsung</li><li>c. Internasional</li></ul></li><li>5. Mengelolaan Bauran Pemasaran<ul style="list-style-type: none"><li>a. Integrasi strategi pemasaran</li><li>b. Sistem komunikasi pemsaran</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li><li>Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>

	c. Strategi pemasaran yang interactive		
Penutup	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merangkum penyajian materi perkuliahan pada sesi ini</li> <li>Memberikan tugas kelompok: Mencari artikel di Internet, Koran, Majalah, atau sumber – sumber lain tentang <b>Distribusi dan Integrasi Strategi Pemasaran</b> (yang telah dilakukan oleh Perusahaan Besar (Nokia, BMW, Toyota, Yahoo.com, Microsoft, Amazon.com, dll)</li> <li>Menyiapkan materi untuk tatap muka ke - 11</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memperhatikan</li> <li>Membuat catatan</li> <li>Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Laptop</li> <li>White Board</li> <li>Spidol</li> <li>LCD Projector</li> </ul>

E. Evaluasi

Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut. Evaluasi/penilaian lainnya diberikan terhadap tugas – tugas kelompok/individu yang telah dikumpulkan.

F. Referensi

1. Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 1. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga

2. Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 11

A. Tujuan

1. Instruksional Umum:

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami pentingnya: (1) pengertian produksi atau operasional, (2) perencanaan operasional untuk produk barang dan jasa, (3) permasalahan dalam perhitungan produktivitas dan kualitas barang dan jasa, (4) proses produksi, penjadwalan, dan pengendalian operasional.

2. Instruksional Khusus:

- a. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mendefinisikan pengertian produksi dan operasional.
- b. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasikan perencanaan operasional yang tepat untuk produk barang dan jasa.
- c. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasikan permasalahan yang terjadi dalam pengukuran produktifitas dan kualitas barang dan jasa.
- d. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mendefinisikan proses produksi, penjadwalan dan pengendalian operasional yang efektif untuk diterapkan dalam produksi barang dan jasa.

B. Pokok Bahasan : Memahami Proses Produksi Barang dan Jasa dan Pengelolaan Produktifitas, dan Kualitas

C. Sub Pokok Bahasan : Operasional produksi barang dan jasa, Perencanaan operasional, Pengukuran produktifitas dan kualitas, Proses produksi, penjadwalan, dan pengendalian operasi.

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu (diskusi hasil observasi ke perusahaan/organisasi)</li><li>Mengumpulkan PR (hasil observasi/Artikel)</li><li>Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi ke-sebelas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<ul style="list-style-type: none"><li>1. Pengertian Produksi Dewasa ini<ul style="list-style-type: none"><li>a. Perkembangan dan pertumbuhan operasional barang dan jasa</li><li>b. Perkembangan dan pertumbuhan sektor barang dan jasa</li></ul></li><li>2. Fungsi Manajemen Operasional<ul style="list-style-type: none"><li>a. Fasilitas Lokasi</li><li>b. Fasilitas Tata Letak</li><li>c. Pengawasan Mutu (Kualitas)</li></ul></li><li>3. Produktifitas dan Kualitas<ul style="list-style-type: none"><li>a. Pengelolaan Kualitas Barang dan Jasa</li><li>b. Alat – alat (Metode) Manajemen</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li><li>Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>

	<p>Kualitas</p> <p>c. Penekanan Terhadap Produktifitas Kerja</p> <p>4. Perencanaan Operasional untuk Sektor Produksi Barang dan Jasa</p> <p>a. Pengukuran Kualitas Barang dan Jasa</p> <p>b. Proses Produksi Barang dan Jasa</p> <p>5. Penjadwalan dan Pengendalian Operasional</p> <p>a. Penjadwalan Operasional Barang dan Jasa</p> <p>b. Pengendalian Operasional Barang dan Jasa</p>		
Penutup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merangkum penyajian materi perkuliahan pada sesi ini</li> <li>• Memberikan tugas kelompok: Mencari artikel di Internet, Koran, Majalah, atau sumber – sumber lain tentang <b>Pengelolaan Manajemen Operasional</b> (yang telah dilakukan oleh Perusahaan Besar (Nokia, BMW, Toyota, Yahoo.com, Microsoft, Amazon.com, dll)</li> <li>• Menyiapkan materi untuk tatap muka ke - 12</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperhatikan</li> <li>• Membuat catatan</li> <li>• Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop</li> <li>• White Board</li> <li>• Spidol</li> <li>• LCD Projector</li> </ul>

E. Evaluasi

Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut. Evaluasi/penilaian lainnya diberikan terhadap tugas – tugas kelompok/individu yang telah dikumpulkan.

F. Referensi

1. Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 2. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga

2. Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 12

A. Tujuan

1. Instruksional Umum:

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami pentingnya: mengelola sistem informasi dan teknologi komunikasi serta prinsip – prinsip akuntansi dalam melakukan bisnis.

2. Instruksional Khusus:

- a. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pentingnya pengelolaan informasi dalam melaksanakan suatu bisnis yang baik, serta mampu mengidentifikasikan tiga elemen penting dalam *data communication*.
- b. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan bahwa perkembangan dan kemajuan teknologi berperan aktif dan penting dalam mengelola organisasi (perusahaan)
- c. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasikan peran dan tujuan database untuk sistem informasi perusahaan.
- d. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasikan arti penting informasi keuangan dan akuntansi.
- e. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan standard dan prinsip utama untuk menyampaikan laporan keuangan serta mampu mengidentifikasikan bahwa informasi yang terdapat dalam laporan keuangan tersebut dapat dipergunakan sebagai alat analisis kekuatan keuangan perusahaan.

B. Pokok Bahasan : Memahami Pengelolaan Sistem Informasi dan Teknologi Komunikasi serta Prinsip – prinsip Akuntansi

C. Sub Pokok Bahasan : Sistem Informasi, Elemen dalam Sistem Informasi, Telekomunikasi dan Jaringan, Standard dan Prinsip Akuntansi, Analisis Laporan Keuangan.

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu (diskusi hasil observasi ke perusahaan/organisasi)</li><li>• Mengumpulkan PR (hasil observasi/Artikel)</li><li>• Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi ke-duabelas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memperhatikan</li><li>• Membuat catatan</li><li>• Bertanya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laptop</li><li>• White Board</li><li>• Spidol</li><li>• LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<p>1. Peran Teknologi Informasi</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Bagaimana Teknologi Informasi Merubah Bisnis</li><li>b. Perkembangan (Perubahan) dari Informasi Teknologi menjadi Pengetahuan Teknologi</li><li>c. Pengelolaan Informasi</li></ul> <p>2. <i>Data Communication</i>: Internet, Intranets, dan World Wide Web (WWW)</p> <p>3. Pengaruh Teknologi Informasi dalam</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memperhatikan</li><li>• Membuat catatan</li><li>• Bertanya</li><li>• Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laptop</li><li>• White Board</li><li>• Spidol</li><li>• LCD Projector</li></ul>



	<p>Pengelolaan Perusahaan (Organisasi)</p> <p>4. Pengetahuan Dasar tentang Standard an Prinsip – Prinsip Akuntansi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Dasar Persamaan Akuntansi</li> <li><i>Assets</i> (Aset), <i>Liabilities</i> (Kewajiban), <i>Owner's Equity</i> (Ekuitas Pemilik)</li> <li>Laporan Keuangan (<i>Financial Statement</i>), Neraca (<i>Balance Sheet</i>), Laporan Rugi/Laba (<i>Income Statement</i>), Laporan Arus Kas (<i>Cash Flow</i>)</li> </ol> <p>5. Analisis Laporan Keuangan (<i>Financial Statement Analysis</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Analisis Rasio (<i>Ratio Analysis</i>)</li> <li><i>Liquidity Ratios, Debt Ratios, Profitability Ratio, Activity Ratios</i></li> </ol>		
Penutup	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merangkum penyajian materi perkuliahan pada sesi ini</li> <li>Memberikan tugas kelompok: Mencari artikel di Internet, Koran, Majalah, atau sumber – sumber lain tentang <b>Sistem Informasi dan Informasi Keuangan</b> (Perusahaan Besar (Nokia, BMW, Toyota, Yahoo.com, Microsoft, Amazon.com, dll))</li> <li>Menyiapkan materi untuk tatap muka ke - 13</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memperhatikan</li> <li>Membuat catatan</li> <li>Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Laptop</li> <li>White Board</li> <li>Spidol</li> <li>LCD Projector</li> </ul>

E. Evaluasi

Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut. Evaluasi/penilaian lainnya diberikan terhadap tugas – tugas kelompok/individu yang telah dikumpulkan.

F. Referensi

1. Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 2. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga

2. Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 13

A. Tujuan

1. Instruksional Umum:

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami pentingnya: mengelola dan mengatur sumber – sumber financial.

2. Instruksional Khusus:

- a. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pentingnya mengelola dan mengatur keuangan dalam suatu perusahaan serta mengidentifikasi tugas dan tanggung – jawab manajer keuangan.
- b. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasi proses perencanaan keuangan dan tiga elemen penting anggaran dalam perencanaan keuangan.
- c. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan alasan utama mengapa perusahaan memerlukan dana operational serta mengidentifikasi berbagai metode sumber pendanaan.
- d. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasi sumber – sumber pendanaan untuk jangka pendek ataupun jangka panjang.

B. Pokok Bahasan : Memahami Pengelolaan Sumber Keuangan dan Sistem Pendanaan.

C. Sub Pokok Bahasan : Pengelolaan Keuangan, Proses Perencanaan Keuangan, Dana Operasional, Metode Pendanaan, Sumber Pendanaan untuk Jangka Pendek ataupun Jangka Panjang.

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu (diskusi hasil observasi ke perusahaan/organisasi)</li><li>Mengumpulkan PR (hasil observasi/Artikel)</li><li>Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi ke-tigabelas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<ul style="list-style-type: none"><li>1. Pengelolaan Keuangan Perusahaan<ul style="list-style-type: none"><li>a. Peran Keuangan dan Manajer Keuangan</li><li>b. Fungsi Manajer Keuangan</li></ul></li><li>2. Perencanaan Keuangan<ul style="list-style-type: none"><li>a. Perkiraan Kebutuhan Keuangan dan Anggaran</li><li>b. Pengendalian Keuangan</li></ul></li><li>3. Pengelolaan Dana Operasional</li><li>4. Sumber Pendanaan<ul style="list-style-type: none"><li>a. Metode Pendanaan</li><li>b. Pendanaan Jangka Pendek</li><li>c. Pendanaan Jangka Panjang</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li><li>Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>
Penutup	<ul style="list-style-type: none"><li>Merangkum penyajian materi perkuliahan pada</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li></ul>

	sesi ini <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan tugas kelompok: Mencari artikel di Internet, Koran, Majalah, atau sumber – sumber lain tentang <b>Pengelolaan Keuangan dan Penganggaran</b> (Perusahaan Besar (Nokia, BMW, Toyota, Yahoo.com, Microsoft, Amazon.com, dll))</li> <li>• Menyiapkan materi untuk tatap muka ke - 14</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat catatan</li> <li>• Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• White Board</li> <li>• Spidol</li> <li>• LCD Projector</li> </ul>
--	--	---	--

**E. Evaluasi**

Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut. Evaluasi/penilaian lainnya diberikan terhadap tugas – tugas kelompok/individu yang telah dikumpulkan.

**F. Referensi**

1. Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 2. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga
2. Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. Understanding Business. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.

SATUAN ACARA PENGAJARAN (SAP)

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis  
Kode Mata Kuliah :  
SKS : 3  
Waktu Pertemuan : 3 x 50 Menit  
Pertemuan : 14

A. Tujuan

1. Instruksional Umum:

Setelah menyelesaikan materi ini mahasiswa mampu memahami permasalahan keuangan, yang meliputi: uang dan perbankan, sekuritas dan investasi, serta manajemen risiko.

2. Instruksional Khusus:

- a. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pengertian uang serta mengidentifikasi berbagai bentuk penawaran uang Negara.
- b. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan berbagai jenis lembaga keuangan yang berperan dalam sistem perekonomian Amerika Serikat dan Indonesia.
- c. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan peran pemerintah dalam mengendalikan sistem penawaran uang.
- d. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan konsep penting dalam perbankan dan keuangan internasional.
- e. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan serta mengidentifikasi berbagai jenis sekuritas dan investasi.
- f. Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan menjelaskan pengelolaan risiko dalam perusahaan.

B. Pokok Bahasan : Memahami Pengertian Uang dan Lembaga Keuangan, Sekuritas dan Investasi, serta Manajemen Risiko

C. Sub Pokok Bahasan : Peran Penting Uang dan Lembaga Keuangan, Pengendalian Sistem Penawaran Uang, Peran dan Fungsi Sekuritas dan Investasi, serta Manajemen Risiko.

D. Kegiatan Belajar Mengajar :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"><li>Mereview materi yang diberikan pada sesi yang lalu (diskusi hasil observasi ke perusahaan/organisasi)</li><li>Mengumpulkan PR (hasil observasi/Artikel)</li><li>Menjelaskan pokok pembahasan pada sesi keempatbelas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>
Penyajian	<div>1. Uang dan Lembaga Keuangan<ul style="list-style-type: none"><li>a. Peran Penting Uang dan Lembaga Keuangan</li><li>b. Fungsi Uang dan Lembaga Keuangan</li></ul></div> <div>2. Pengendalian Sistem Penawaran Uang<ul style="list-style-type: none"><li>a. Pengertian Sistem Penawaran Uang</li><li>b. Sistem Operasi Pasar Terbuka (<i>Open Market Operations</i>)</li></ul></div> <div>3. Sekuritas dan Investasi<ul style="list-style-type: none"><li>a. Pengertian Sekuritas dan</li></ul></div>	<ul style="list-style-type: none"><li>Memperhatikan</li><li>Membuat catatan</li><li>Bertanya</li><li>Diskusi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Laptop</li><li>White Board</li><li>Spidol</li><li>LCD Projector</li></ul>

	<p>Investasi</p> <p>b. Peran dan Fungsi Sekuritas dan Investasi</p> <p>4. Manajemen Risiko (<i>Risk Management</i>)</p>		
Penutup	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merangkum penyajian materi perkuliahan pada sesi ini</li> <li>Merangkum untuk persiapan Ujian Akhir Semester</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memperhatikan</li> <li>Membuat catatan</li> <li>Bertanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Laptop</li> <li>White Board</li> <li>Spidol</li> <li>LCD Projector</li> </ul>

**E. Evaluasi**

Penilaian diberikan dengan bertanya kepada mahasiswa dengan metode ‘Random’ berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah disampaikan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa terhadap materi tersebut.

**F. Referensi**

- Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2007. *Bisnis*. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi kedelapan. Jilid 2. Alih Bahasa: Sita Wardhani. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Nickels, William G, James M. McHugh, and Susan M. McHugh. 2005. *Understanding Business*. 7<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.