

## Tinjauan Mata Kuliah

§uku materi pokok (BMP) Analisis Kasus Bisnis (EKMA4478) ini pada intinya memberikan gambaran tentang bagaimana menganalisis kasus bisnis berdasarkan alat-alat analisis yang terdapat dalam mata kuliah inti manajemen.

Mata kuliah ini merupakan mata kuliah yang menghantarkan mahasiswa untuk menempuh mata kuliah Tugas Akhir Program (TAP) sebagai tahapan terakhir mahasiswa untuk mengakhiri masa studinya di Program Studi Manajemen. Dalam mata kuliah ini akan berisi uraian beberapa mata kuliah inti keahlian dari Program Studi Manajemen terkait dengan Tugas Akhir Program (TAP), yaitu mencakup uraian mendalam tentang 4 mata kuliah inti, yaitu Manajemen Pemasaran, Manajemen Operasi, Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), dan Manajemen Keuangan. Sebagaimana diketahui, TAP ini dalam perjalanannya telah menimbulkan berbagai kesulitan atau keluhan-keluhan bagi sebagian besar mahasiswa Manajemen. Kesulitan atau keluhan-keluhan tersebut, di antaranya disebabkan oleh:

1. adanya kesalahan informasi mengenai mata kuliah yang menjadi acuan TAP;
2. ketidaksiapan mahasiswa mengikuti ujian yang berbentuk uraian karena kebiasaan mengikuti ujian berbentuk pilihan, lebih-lebih materi ujiannya mencakup beberapa mata kuliah dalam satu set ujian;
3. ketiadaan suatu panduan mengenai materi TAP yang dapat digunakan sebagai pegangan bagi mahasiswa dalam menghadapi ujian;
4. kurangnya bantuan akademik yang diberikan kepada mahasiswa calon peserta TAP.

Untuk itu, dengan adanya mata kuliah Analisis Kasus Bisnis ini diharapkan dapat memberi bantuan kepada mahasiswa peserta TAP melalui kompetensi-kompetensi dasar dan penting dari masing-masing mata kuliah pendukung TAP tersebut. Melalui mata kuliah ini diharapkan mahasiswa dapat belajar lebih terarah dan dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam menghadapi ujian TAP.

BMP Analisis Kasus Bisnis ini berisi sembilan modul yang secara umum menjelaskan tentang analisis kasus-kasus dalam bisnis ditinjau dari manajemen keuangan, manajemen operasi, MSDM, dan manajemen pemasaran yang membahas laporan dan analisis keuangan; keputusan investasi dan pendanaan; strategi proses dan penentuan lokasi; perencanaan kapasitas dan manajemen persediaan; perencanaan, rekrutmen, dan pengembangan SDM; pengelolaan dan penilaian kinerja; *segmenting, targeting*, dan *positioning*; dan strategi bauran pemasaran (strategi produk, harga, promosi, dan saluran pemasaran).

Secara umum, diharapkan setelah mempelajari mata kuliah ini, diharapkan mahasiswa dapat memecahkan masalah/kasus-kasus dalam bisnis berdasarkan teori manajemen keuangan, manajemen operasi, MSDM, dan manajemen pemasaran. Secara khusus, diharapkan setelah mempelajari mata kuliah ini mampu:

1. menjelaskan laporan keuangan dan menghitung rasio keuangan;
2. menghitung profitabilitas investasi dan pendanaan;
3. menganalisis perencanaan proses dan penentuan lokasi fasilitas dengan menggunakan metode-metode pemilihan lokasi;
4. menganalisis penentuan tingkat kapasitas dan jumlah sediaan yang meminimalkan biaya sediaan;
5. melakukan analisis dan pemecahan terhadap kasus-kasus mengenai sumber daya manusia khususnya yang berkaitan dengan perencanaan, perekrutan, dan pengembangan SDM;
6. melakukan analisis dan pemecahan kasus-kasus yang berkaitan dengan manajemen kinerja, manajemen karier, dan kompensasi;
7. menjelaskan berbagai aspek tentang segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran, dan *positioning*;
8. menerapkan strategi bauran pemasaran yang meliputi strategi diferensiasi produk, merek, harga, bauran promosi, dan saluran distribusi,
9. menganalisis penyelesaian kasus yang terintegrasi dalam manajemen keuangan, manajemen operasi, MSDM, dan manajemen pemasaran.

Secara skematis kompetensi yang ingin dicapai dari belajar Manajemen Pemasaran dapat dilihat dari bagan berikut ini.

**Peta Kompetensi**  
**Analisis Kasus Bisnis/EKMA 4478/ 3 sks**

