



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)  
PROGRAM STUDI: MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I JAKARTA**

IDENTITAS MATA KULIAH		IDENTITAS PENGAMPU MATA KULIAH	
KODE MATA KULIAH	MM. 520	NAMA DOSEN	Prof. Dr. Hamdy Hady DEA.
NAMA MATA KULIAH	EKONOMI MANAJERIAL	KELOMPOK/BIDANG	MPB
BOBOT MATA KULIAH (SKS)	3 (Tiga) SKS		
SEMESTER	II (Dua)		
MATA KULIAH PRASYARAT	-		

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL)	
KODE CPL	UNSUR CPL
<b>SIKAP (S)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.</li> <li>2. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan.</li> <li>3. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila.</li> <li>4. Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggung jawab pada Negara dan Bangsa.</li> <li>5. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain.</li> <li>6. Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.</li> <li>7. Menginternalisasi semangat kemandirian, norma, dan etika akademik dan profesi.</li> <li>8. Mengembangkan keilmuan secara berkelanjutan.</li> </ol>
<b>KETRAMPILAN UMUM (KU)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya EKONOMI MANAJERIAL</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur.</li> <li>3. Mampu menyusun deskripsi saintifik hasil kajian tersebut di atas dalam THESIS, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi.</li> <li>4. Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data.</li> </ol>
<b>PENGETAHUAN</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menguasai konsep teori tentang EKONOMI MANAJERIAL.</li> <li>2. Menguasai prinsip tentang penyusunan laporan hasil penelitian yang empiris dengan mempertimbangkan dinamika lingkungan bisnis global pada aspek EKONOMI MANAJERIAL.</li> <li>3. Menguasai dan memprediksi perkembangan lingkungan penelitian bisnis yang secara dinamis berubah pada bidang EKONOMI MANAJERIAL.</li> </ol>
<b>KETRAMPILAN KHUSUS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu menyusun, menyajikan laporan hasil penelitian empiris dan ilmiah berbasis perusahaan sesuai dengan standar global yang berlaku pada bidang EKONOMI MANAJERIAL.</li> <li>2. Mampu mengevaluasi manajemen tata kelola korporat, peran dan tanggung jawab sosial dan lingkungan korporat dan menjunjung tinggi nilai-nilai etika individu dan professional.</li> <li>3. Mampu mengembangkan pendekatan multi disiplin yang terintegrasi untuk mengevaluasi EKONOMI MANAJERIAL dan keputusan bisnis, serta mampu memberikan masukan kepada para eksekutif dalam berbagai penetapan strategi organisasi, budaya dan keputusan bisnis dalam lingkup nasional dan internasional.</li> <li>4. Mampu berfikir dan berperan sebagai pemimpin manajemen perusahaan guna meningkatkan nilai organisasi dan keputusan strategis, berbasis hasil penelitian empiris dan ilmiah yang mendalam pada bidang EKONOMI MANAJERIAL.</li> </ol>
<b>BAHAN KAJIAN KEILMUAN</b>	<p>Pada mata kuliah ini mahasiswa dibekali dengan pengetahuan dan ketrampilan dengan mengedepankan penguasaan topik utama mengenai pengertian fenomena bisnis terkini untuk memahami EKONOMI MANAJERIAL, mendefinisikan, integrasi antara intuisi dan analisis, melakukan adaptasi perubahan organisasi secara bertahap, dan perusahaan yang berdaya saing tinggi.</p>
<b>CP MATA KULIAH (CPMK)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa dapat memahami pengertian EKONOMI MANAJERIAL.</li> <li>2. Mahasiswa dapat menjelaskan identifikasi permasalahan dan issue EKONOMI MANAJERIAL di era Global dan Industrial 4.0.</li> <li>3. Mahasiswa dapat menerapkan mengambil keputusan manajemen yang handal dari aspek</li> </ol>

		<p>EKONOMI MANAJERIAL.</p> <p>4. Mahasiswa dapat menggunakan model EKONOMI MANAJERIAL yang efektif.</p>					
<b>PENGALAMAN BELAJAR</b>		<p>Pengalaman Belajar mahasiswa diwujudkan dalam mengidentifikasi EKONOMI MANAJERIAL yang dihadapi perusahaan, menyusun penyelesaian masalah bisnis secara organisasional dan mempresentasikan ide gagasan dalam bentuk essay dan harus dikerjakan oleh Mahasiswa selama 1 (satu) Semester</p>					
<b>DAFTAR REFERENSI</b>		<p>Utama:  Dominich, Economics managerial.  JR Clarck, Clefford F Thies, JH Wilson &amp; Soul Z Bahri, Macro Economics for managers.  Thomas &amp; Smithson, Economics Managerial.</p> <p>Pendukung:  (Abdoli, 2011; Cutrin, 2013; Doganova &amp; Karnøe, 2015; Dursun &amp; Kilic, 2011; Khalilzadeh &amp; Wang, 2018; Kikumbih, Hanson, Mills, Mponda, &amp; Schellenberg, 2005; Koo, Lim, &amp; Dobruszkes, 2017; Sana, 2013; Sheth &amp; Sinha, 2015; Yoo &amp; No, 2014)</p>					
MIN GGU KE-	KEMAMPUAN AKHIR	MATERI POKOK	REFERENSI	METODE PEMBELAJAR AN	WKT	PENILAIAN	
						INDIKATOR/ KODE CPL	TEKNIK PENILAIAN/ BOBOT
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Mahasiswa dapat memahami pengertian Ekonomi manajerial	Runag lingkup ekonomi manajerial.  Teknik- teknik optimalisasi.	Utama: Dominich, Economics managerial. JR Clarck, Clefford F Thies, JH Wilson & Soul Z Bahri, Macro Economics for managers. Thomas & Smithson, Economics	Diskusi Kelompok  Bentuk: Kuliah	2 sks x 50 menit	Mahasiswa dapat mengkaji pengertian tentang ruang lingkup ekonomi manajerial.	Observasi/ Partisipasi

			Managerial.  Pendukung: (Abdoli, 2011; Cutrin, 2013; Doganova & Karnøe, 2015; Dursun & Kilic, 2011; Khalilzadeh & Wang, 2018; Kikumbih et al., 2005; Koo et al., 2017; Sana, 2013; Sheth & Sinha, 2015; Yoo & No, 2014)				
2.	Mahasiswa dapat mengidentifikasi dan menelaah dan memahami analisis permintaan	Konsep Demand, supply and elastisitas.  Analisis permintaan.  Konsep dasar teori Permintaan.  Pergerakan vs pergeseran fungsi.	Idem	Diskusi Kelompok/ Simulasi  Bentuk: Kuliah	2 sks x 50 menit	Mahasiswa dapat mengkaji analisis permintaan.	Idem
3.	Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan elastisitas permintaan.	Elastisitas permintaan: konsep dan penggunaannya di dalam pembuatan keputusan manajerial.  Teori pilihan konsumen:  Preferensi konsumen.  Kendala anggaran.  Permintaan individu.	Idem	Diskusi Kelompok  Bentuk: Kuliah	2 sks x 50 menit	Mahasiswa dapat mengkaji elastisitas permintaan.	Idem

		Efek pendapatan dan substitusi. Surplus konsumen.					
4.	Mahasiswa dapat memahami teori produksi	Teori produksi. Produksi dengan satu dan dua variable. Return to scale. Mengukur fungsi produk.	Idem	Diskusi Kelompok/ Simulasi  Bentuk: Kuliah/ Praktikum	2 sks x 50 menit	Mahasiswa dapat mengkaji dan menerapkan teori produksi.	Idem
5.	Mahasiswa dapat menganalisis dan memahami the equal margin role.	The equal margin role	Idem	Diskusi Kelompok/ Simulasi  Bentuk: Kuliah/Responsi	2 sks x 50 menit	Mahasiswa dapat mengkaji the equal margin role.	
6.	Mahasiswa dapat memahami teori biaya	Teori Biaya. Mengukur biaya Biaya jangka pendek dan jangka panjang.	Idem	Diskusi Kelompok/ Simulasi/ Pembelajaran Berbasis Proyek  Bentuk: Kuliah/ Responsi	2 sks x 50 menit	Mahasiswa dapat mengkaji outcome penerapan teori biaya	Idem
7.	Mahasiswa dapat memahami kurva biaya	Kurva Biaya Kurva Biaya jangka panjang	Idem	Simulasi/ Studi Kasus/ Pembelajaran Berbasis Proyek/ Berbasis Masalah  Bentuk: Kuliah/ Responsi	2 sks x 50 menit	Mahasiswa dapat mempelajari dan mengembangkan kurva biaya	Idem
<b>8</b>	<b>UJIAN TENGAH SEMESTER</b>						

9.	Mahasiswa dapat menyusun ESSAY 01.	<b>PENGEMBANGAN KEMAMPUAN: Buat Essay dan presentasi</b> : Elastisitas permintaan: konsep dan penggunaannya di dalam pembuatan keputusan manajerial.	Idem	Presentasi dan Diskusi Kelompok/ Simulasi/ Studi Kasus/ Pembelajaran Berbasis pemikiran strategic di bidang pemasaran.	2 sks x 50 menit	Mahasiswa MEMPRESENTASIKAN ESSAY yang disusun, dengan tema Elastisitas permintaan: konsep dan penggunaannya di dalam pembuatan keputusan manajerial.	Idem
10.	Mahasiswa dapat menyusun ESSAY 02.	<b>Buat Essay dan presentasi:</b> Analisis terhadap Mengukur biaya Biaya jangka pendek dan jangka panjang.	Idem	Idem	2 sks x 50 menit	Mahasiswa MEMPRESENTASIKAN ESSAY yang disusun dengan tema : Mengukur biaya Biaya jangka pendek dan jangka panjang.	Idem
11.	Mahasiswa dapat memahami pasar persaingan sempurna & monopoli	Pasar persaingan sempurna dan monopoli. Struktur pasar dan derajat persaingan. Penentuan harga pada pasar persaingan sempurna.	Idem	Idem	2 sks x 50 menit	Mahasiswa mempelajari dan mendiskusikan penerapan	Idem
12.	Mahasiswa dapat memahami pasar persaingan monopoli	Analisis jangka pendek & panjang pada persaingan sempurna. Makna serta unsure- unsure yang mendasari pasar Monopoli. Analisis jangka panjang pada pasar monopoli.	Idem	Idem	2 sks x 50 menit	Mahasiswa mengkaji. Penerapan proses pembentukan budaya organisasi.	Idem
13.	Mahasiswa dapat memahami pasar Persaingan Monopoli dan Oligopoli.	pasar Persaingan Monopoli dan Oligopoli.  Mengenal dan memahami pasar	Idem	Idem	2 sks x 50 menit	Mahasiswa mengkaji peran pasar Persaingan Monopoli dan Oligopoli.	Idem

		persaingan monopolistic.					
14.	Mahasiswa dapat memahami Evaluasi terhadap teori persaingan monopolistic.	Analisis jangka pendek dan panjang pada pasar monopolistic. Evaluasi terhadap teori persaingan monopolistic. Oligopoli dan konsep konsentrasi pasar. Model-model oligopoly. Model maksimisasi penjualan.	Idem	Idem	2 sks x 50 menit	Mahasiswa dapat mengkaji aspek terpenting dalam Evaluasi terhadap teori persaingan monopolistic.	Observasi/ Partisipasi/ Unjuk Kerja/ Tes Tertulis
15.	Mahasiswa dapat melakukan pemahaman Model 4 sektor dari perekonomian Nasional.	Model 4 sektor dari perekonomian Nasional.	Idem	Idem	2 sks x 50 menit	Mahasiswa dapat analisis dan mengkritisi pada Model 4 sektor dari perekonomian Nasional.	Idem
16.	<b>UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)</b>						
	<b>TOTAL</b>				<b>48 JAM</b>		<b>100%</b>

PENILAIAN dalam HURUF & Bobot Nilai		
Nilai Angka	Nilai Huruf	Nilai Bobot
90,00 – 100	A	4
85,00 – 89,99	A-	3.7
80,00 – 84,99	B+	3.3
75,00 – 79,99	B	3
70,00– 74,99	B-	2.7
65,00-69,99	C+	2.3
60,00-64,99	C	2
55,00-59,99	C-	1.7
50,00-54,99	D+	1.3
45,00-49,99	D	1
40,00-44,99	D-	0.7
0-39,99	E	0

BOBOT PENILAIAN		
No	Komponen Nilai	Prosentase (%)
1.	Tugas & Quizz	30%
2.	Ujian Tengah Semester (UTS)	30%
3.	Ujian Akhir Semester (UAS)	40%

RUBRIK PENILAIAN PRSENTASI				
NO.	ASPEK PENILAIAN	KRITERIA PENILAIAN	SKOR MAKSIMUM	PENILAIAN
1.	PENYAJIAN	- Persiapan	10	
		- Urutan Materi	15	
		- Penggunaan Alat Bantu Media dll	10	
2.	NASKAH PRESENTASI	- Kesesuaian dengan Proposal/Makalah	10	
		- Komposisi Slide	10	
3.	PEMAPARAN	- Penggunaan Bahasa Baku	15	
		- Kejelasan Isi Presentasi	15	
4.	SIKAP	- Penyampaian Materi	10	
		- Penampilan	5	
T O T A L			100	

Jakarta, Januari 2019

Menyetujui,  
Ketua Program Studi Magister Manajemen

Memeriksa,  
Dosen Koordinator Rumpun Mata Kuliah

Menyusun,  
Dosen Pengampu Mata Kuliah

( Dr. W Hary Susilo., MM.)  
Nip.091.074.NIDN.0328056502.  
SERTIFIKAT.11103102004428.

( Prof. Dr. Ir Yudi Julius MBA )  
NID/NIDN

( Prof. Dr. Hamdy hady DEA )

#### **Pedoman Penting:**

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap (S), penguasaan pengetahuan (PP), ketrampilan umum (KU) dan ketrampilan khusus (KK) sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. 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.
3. Kemampuan akhir yang diharapkan (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 (diambil dari setiap pertemuan pada bagan analisis instruksional).

#### **Referensi**



### Metode Pembelajaran

Diskusi Kelompok/Simulasi/Studi Kasus/Pembelajaran Kolaboratif/Kooperatif/ Berbasis Proyek/ Berbasis Masalah

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	Project-Based Learning & Inquiry	PBL
10	Metode Pembelajaran lain yang secara efektif memfasilitasi pemenuhan Capaian Pembelajaran Lulusan	

Bentuk: Kuliah/Responsi/Tutorial/Seminar/Praktikum/Praktik Studio/Bengkel/Lapangan

### Waktu Pembelajaran

Pengertian 1 (satu) SKS dalam bentuk Pembelajaran			Jam
A	Kuliah, Responsi, Tutorial		
	Tatap Muka	Penugasan Terstruktur	Belajar Mandiri
	50 menit/minggu/semester	60 menit/minggu/semester	60 menit/minggu/semester
			2,83
B	Seminar atau Bentuk Pembelajaran Lain yang Sejenis		2,83
	Tatap Muka	Belajar Mandiri	
	100 menit/minggu/semester	70menit/minggu/semester	
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

### Teknik Penilaian

Observasi/Partisipasi/Unjuk Kerja/Tes Tertulis/Tes Lisan/Angket

**Teknik Penilaian SIKAP** : dapat menggunakan Teknik Penilaian Observasi (Sesuai Permenristek Dikti Nomor 44 Tahun 2015, Pasal 21 Ayat 3)

Abdoli, L. (2011). A Feasibility Study on Developing the Faculty of Management and Economics at Tehran Science and Research Branch of the Islamic Azad University into a Learning Organization. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 29, 957-963. doi: 10.1016/j.sbspro.2011.11.328

Cutrin, S. (2013). Lessons from Scotland: British wildlife tourism demand, product

development and destination management. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2, 15. doi: 10.1016/j.jdmm.2013.09.002

Doganova, L., & Karnøe, P. (2015). Building markets for clean technologies: Controversies, environmental concerns and economic worth. *Industrial Marketing Management*, 44, 22-31. doi: 10.1016/j.indmarman.2014.10.004

- Dursun, T., & Kilic, C. (2011). Exploring Occupational and Strategic Drivers of Business and Economics Research. *Journa of Business & Economic Research*, 9(5), 55-66.
- Khalilzadeh, J., & Wang, Y. (2018). The economics of attitudes: A different approach to utility functions of players in tourism marketing coalitional networks. *Tourism Management*, 65, 14-28. doi: 10.1016/j.tourman.2017.09.018
- Kikumbih, N., Hanson, K., Mills, A., Mponda, H., & Schellenberg, J. A. (2005). The economics of social marketing: the case of mosquito nets in Tanzania. *Soc Sci Med*, 60(2), 369-381. doi: 10.1016/j.socscimed.2004.05.005
- Koo, T. T. R., Lim, C., & Dobruszkes, F. (2017). Causality in direct air services and tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 67, 67-77. doi: 10.1016/j.annals.2017.08.004
- Sana, S. S. (2013). Sales team's initiatives and stock sensitive demand — A production control policy. *Economic Modelling*, 31, 783-788. doi: 10.1016/j.econmod.2013.01.026
- Sheth, J. N., & Sinha, M. (2015). B2B branding in emerging markets: A sustainability perspective. *Industrial Marketing Management*, 51, 79-88. doi: 10.1016/j.indmarman.2015.06.002
- Yoo, D., & No, S. (2014). Ontology-based economics knowledge sharing system. *Expert Systems with Applications*, 41(4), 1331-1341. doi: 10.1016/j.eswa.2013.08.031