

SURAT TUGAS

Nomor : 211/A-3/Unilam/VIII/2024

Yang bertandatangan di bawah ini, Wakil Rektor I Universitas La Tansa Mashiro Rangkasbitung, dengan ini menugaskan saudara :

Nama : Dr. H. Juliansyah Noor, SE., MM
NIDN : 0518076202
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala

Untuk membina Mata Kuliah :

NO	MATA KULIAH	SEMESTER	SKS
1	Manajemen Strategi	II	3
2	Metodologi Penelitian	II	3
3	Perencanaan & Pengembangan SDM	III K'SDM	3

Sehubungan dengan hal tersebut ada beberapa hal yang perlu disampaikan yaitu sebagai berikut:

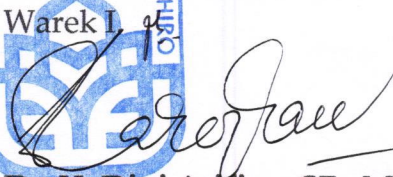
1. Kami mohon Bapak/Ibu untuk menyerahkan Satuan Acara Perkuliahan (SAP) kepada Sekretariat Program Pascasarjana Universitas La Tansa Mashiro paling lambat satu minggu setelah menerima surat ini.
2. Setiap dosen/pengajar wajib mengisi SAP sesuai materi yang diajarkan secara lengkap sesuai dengan perincian Bab dan Isi.
3. Pengisian SAP secara lengkap sekaligus merupakan absen kehadiran Dosen yang bersangkutan.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Rangkasbitung, 29 Agustus 2024

Univeritas La Tansa Mashiro

Warek I.


Dr. H. Dini Arifian, SE., MM.
NPP. 11312740603013

جامعة لاتنسا مشيرو

REKAPITULASI KEHADIRAN DOSEN PER MATA KULIAH TAHUN AKADEMIK 2024/2025 GANJIL

MATA KULIAH : Manajemen Strategik
DOSEN : Dr. H. Juliansyah Noor, SE., MM
SEMESTER : 2 (dua)
PROGRAM STUDI : S2 MANAJEMEN

Deskripsi dan tujuan mata kuliah

Mata kuliah manajemen strategik dimaksudkan untuk menjadi mata kuliah yang menantang, menuntut, dan menarik secara keseluruhan di dalam kurikulum pendidikan manajemen. Mata kuliah ini adalah mata kuliah pertama dan mendasar dari ilmu "strategi" dan "formulasi mengelola strategi dan proses implementasi," terutama dalam usaha mengembangkan perusahaan melalui pengembangan berkelanjutan. Sebagai "gambaran besar", mata kuliah ini juga dirancang untuk membantu mahasiswa dalam mengintegrasikan banyak pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh dalam kurikulum inti manajemen. Masalah atau isu-isu formulasi strategi, formasi dan eksekusi mencakup seluruh spektrum bisnis dan manajemen. Tujuan utamanya adalah untuk mempertajam kemampuan mahasiswa untuk berpikir secara strategik, untuk membuat keputusan strategik, dan untuk menimbang hal-hal dari perspektif perusahaan secara menyeluruh. Hal ini berarti secara sistematis mata kuliah ini akan mengekspos mahasiswa untuk memahami kerasnya persaingan industri dan dapat menganalisis kompetisi, dengan karakteristik lingkungan pasar global, dengan hubungan penting antara strategi kompetitif dan isu-isu pengembangan berkelanjutan sebagai bahan penting dari langkah dan rencana strategik perusahaan, dan tugas manajerial yang bervariasi yang berkaitan dengan penerapan dan pelaksanaan strategi yang dipilih oleh perusahaan.

Metodologi pengajaran

Student Centre Learning (SCL)

Kehadiran

Peserta didik diharapkan selalu menghadiri perkuliahan dan diwajibkan untuk hadir minimal 75% atau 11 kali dari 14 kali pertemuan. Apabila peserta didik kehadirannya kurang dari 75% (11 pertemuan) maka tidak diperkenankan untuk mengikuti Ujian Akhir Semester (UAS).

Bahan Bacaan Wajib

1. Thompson, Jr., A.A., Peteraf, M.A., Gamble, J.E., dan Strickland III, A. J. (2016). *Crafting and executing strategy-The quest for competitive advantage: Concepts and cases, 20th Edition*. McGraw-Hill, New York, NY. (TPGS)
2. Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The Free Press, New York. (PM)
3. Thomas L. Wheelen (2018). *Strategic management and business policy _ globalization, innovation, and sustainability*. Pearson
4. Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson (2019). *Strategic Management_ Concepts and Cases_ Competitiveness and Globalization* Cengage Learning.
5. Noor, Juliansyah (2020), *Manajemen Strategi Konsep dan Model Bisnis* . La Tansa Publisher: Banten

Evaluasi Hasil Belajar

- Absensi 10%
- Tugas 20%
- UTS 25%
- UAS 45%

NO	SESI	MATERI
1	Pengantar	1. Kontrak Perkuliahan 2. Etika Perkuliahan 1. Pembagian Kelompok Diskusi 2. Konsep strategi 3. Proses manajemen strategis
2	Memetakan arah perusahaan	1. Mengembangkan visi strategis: Misi, visi dan nilai-nilai 2. Menetapkan tujuan dan sasaran 3. Menyusun strategi 4. Kasus #1: Pasar Makanan Utuh Tahun 2021: Visi, Nilai Inti, dan Strategi
3	Analisis lingkungan eksternal	1. Menganalisis lingkungan politik, ekonomi, sosial budaya, teknologi, dan ekologi. 2. Analisis Industri: Lima Kekuatan Porter (1980), rantai nilai industri, dan kelompok strategis 3. Analisis kompetitif 4. Analisis SWOT: Mengidentifikasi peluang dan ancaman 5. Mengidentifikasi faktor kunci sukses (KSF) 6. Kasus #2: Persaingan dalam Minuman Energi, Minuman Olahraga, dan Minuman Bervitamin
4	Analisis internal	1. Analisis SWOT: Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan 2. Keunggulan kompetitif dan konsep kompetensi inti – Pandangan berbasis sumber daya (RBV) 3. Menilai sumber daya dan kemampuan sebagai sumber keunggulan kompetitif – menerapkan analisis rantai nilai dan pendekatan VRIO 4. Kasus #3: Coach Inc. pada 2020: Strateginya di Pasar Barang Mewah yang "Dapat Diakses"?
5	Strategi Tingkat Bisnis	1. Merumuskan strategi bisnis 2. Strategi generik Porter 3. Di luar strategi kompetitif 4. Kasus #4: Apple Inc. Pada 2020: Dapatkah Apple Mempertahankan Pertumbuhannya dan bertahan melawan Ancaman Kompetitif Baru?
6	Memperkuat posisi kompetitif perusahaan	1. Langkah strategis, waktu, dan ruang lingkup operasi untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan 2. Strategi kompetitif dalam industri yang terfragmentasi 3. Strategi kompetitif dan evolusi industri 4. Kasus #5: Sony Music Entertainment dan Evolusi Industri Musik

NO	SESI	MATERI
7	Strategi untuk bersaing di pasar luar negeri	1. Strategi multi-domestik 2. Strategi global 3. Kasus #6: 7-Eleven di Taiwan: Adaptasi Toko Serba Ada ke Lingkungan Pasar Baru
8	UTS	
9	Strategi tingkat perusahaan	1. Merumuskan strategi perusahaan – diversifikasi 2. Konsep keuntungan perusahaan dan keuntungan parenting 3. Menganalisis strategi perusahaan yang terdiversifikasi menerapkan matriks pangsa pertumbuhan
10	Strategi tingkat perusahaan (lanjutan...)	· Kasus #7: Strategi Diversifikasi PepsiCo
11	Strategi tingkat perusahaan (lanjutan...)	Case #8: The Walt Disney Company: Its Diversification Strategy in 2014
12	Strategi, Etika, Tanggung Jawab Sosial, dan Kelestarian Lingkungan	1. Menghubungkan strategi dengan etika, tanggung jawab sosial perusahaan dan kelestarian lingkungan 2. Kasus #9: Tanggung Jawab Lingkungan Samsung: Mencapai Catatan yang Tepat untuk Kelangsungan Hidup Perusahaan
13	Implementasi strategi	1. Menciptakan kesesuaian antara strategi dan faktor organisasi: Kerangka kerja 7S 2. Membangun kemampuan organisasi 3. Pendekatan "8S terintegrasi" – 7S + Keberlanjutan 4. Kasus #10: Starbucks pada 2020: Berkembang menjadi Organisasi Global yang Dinamis
14	Implementasi strategi (lanjutan..)	1. Mengelola operasi internal 2. Diskusi kasus #11: Toyota Motor Company: Kehilangan Keunggulan Kualitasnya?
15	Evaluasi dan pengendalian strategis	1. Budaya dan kepemimpinan perusahaan 2. Kasus #12: Southwest Airlines pada tahun 2019: Budaya, Nilai, dan Praktik Operasi
16	UAS	

Rangkasbitung, 28 September 2024
Dosen Pengampu,



Dr. H. Juliansyah Noor, SE., MM
NIDN 0518076202



DAFTAR NILAI MATA KULIAH

Semester : Ganjil 2024/2025
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Mata Kuliah : EMM71005 - MANAJEMEN STRATEGI
Dosen : + Juliansyah Noor (124002) [3.0 sks]

Waktu Kuliah : PAGI
Kelas : 2
SKS : 3

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Kehadiran (15 %)	Tugas (25 %)	UTS (25 %)	UAS (35 %)	Total Nilai	Nilai Huruf
1	117232001	HARIS PERDANA	14	85	90	90	90,25	A
2	117232002	NOVI KURNIYAWATI	14	80	90	90	89,00	A
3	117232003	DEDEH KURNIASIH	14	80	85	85	86,00	A
4	117232004	AHMAD ROPIUDIN	14	80	85	85	86,00	A
5	117232005	FAUZI FALIH AMANULLAH	14	80	90	85	87,25	A
6	117232010	ANDRI CAHYA MUNGgaran	14	80	90	85	87,25	A

Rangkasbitung, 01 Februari 2025
Dosen Pembina

Juliansyah Noor