



## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (SEMESTER LESSON PLAN)

Nomor Dok	FRM/KUL/01/02
Nomor Revisi	03
Tgl. Berlaku	22 September 2022
Standar SPMI	3.3.2

Disusun oleh ( <i>Prepared by</i> )	Diperiksa oleh ( <i>Checked by</i> )	Disetujui oleh ( <i>Approved by</i> )	Tanggal Validasi ( <i>Valid date</i> )
			 Februari 2023
<b>Sabeli Aliya, S.E.I, M.M.</b>	<b>Dr. Trisninawati, S.E., M.M.</b>	<b>Nuzsep Almigo, P.Si., M.Si., Ph.D</b>	

- |  |                              |  |   |
|--|------------------------------|--|---|
| 1. Fakultas ( <i>Faculty</i> )                       | : Sosial Humaniora           |  |   |
| 2. Program Studi ( <i>Study Program</i> )            | : Manajemen                  | Jenjang ( <i>Grade</i> ): S-1                |   |
| 3. Mata Kuliah ( <i>Course</i> )                     | : Bisnis Internasional       | SKS ( <i>Credit</i> ) : 3                    | Semester ( <i>Semester</i> ): 2   |
| 4. Kode Mata Kuliah ( <i>Code</i> )                  | : 2215123006                 | Sertifikasi ( <i>Certification</i> )         | : Ya <input type="checkbox"/> es      Tid <input checked="" type="checkbox"/> k ( <i>No</i> ) |
| 5. Mata Kuliah Prasyarat ( <i>Prerequisite</i> )     | : -                          |  | .....   |
| 6. Dosen Koordinator ( <i>Coordinator</i> )          | : -                          |  |   |
| 7. Dosen Pengampuh ( <i>Lecturer</i> )               | : Sabeli Aliya, S.E.I., M.M. | <input type="checkbox"/> Tim ( <i>Team</i> ) | <input checked="" type="checkbox"/> Mandiri ( <i>Personal</i> )                               |
| 8. Capaian Pembelajaran ( <i>Learning Outcomes</i> ) | :                            |  |   |

Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	CPL - PRODI yang dibebankan pada MK		
Sikap	S1	▪ Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius;	
	S3	▪ Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila;	
Pengetahuan	S9	▪ Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri;	
	S10	▪ Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan;	
	S11	▪ Menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dan profesi Manajemen.	
	PP1	▪ Menguasai konsep teori dalam ilmu manajemen dan menerapkannya dalam berbagai tipe organisasi baik bisnis maupun non bisnis pada tingkat lokal, nasional dan global;	
	PP8	▪ Menguasai konsep teoritis secara mendalam tentang kebutuhan informasi untuk pengambilan keputusan.	

Keterampilan Umum	KU1	<ul style="list-style-type: none"> <li>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;</li> </ul>						
	KU11	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu mempresentasikan dan mengkomunikasikan informasi serta menyampaikan ide dan pendapatnya secara jelas, baik lisan maupun tertulis, kepada pemangku kepentingan.</li> </ul>						
Keterampilan Khusus	KK1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu memimpin organisasi secara profesional. Mampu dan terampil menangani masalah kinerja SDM, memiliki keahlian menyusun perencanaan SDM serta melaksanakan program evaluasi kinerja. Memiliki pengetahuan tinggi dalam kegiatan penelitian bidang Manajemen Sumberdaya Manusia (MSDM) serta menguasai aplikasi bisnis dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK).</li> </ul>						
	KK6	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu dalam merancang dan mengelola bisnis ritel baik secara mandiri maupun dalam tiantara lain Bisnis antar nehgara, Pemasaran Internasional, komunikasi bisnis.</li> </ul>						
<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>								
CPMK-1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu menerapkan pemikiran logis pentingnya bisnis denganan batas negara</li> </ul>							
CPMK-2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu menjabarkan Transaksi Bisnis</li> </ul>							
CPMK-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu menafsirkan faktor internal &amp; eksternal.</li> </ul>							
CPMK-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu menganalisis transaksi <b>bisnis internasional</b></li> </ul>							
CPMK-5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu menganalisis suatu perusahaan dalam satu Negara dengan perusahaan lain atau individu di Negara lain</li> </ul>							
CPMK-6	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran Internasional.</li> </ul>							
<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>								
Sub-CPMK-1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu menjelaskan Sejarah Bisnis Internasional.</li> </ul>							
Sub-CPMK-2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu menjelaskan Hambatan Bisnis Internasional</li> </ul>							
Sub-CPMK-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu menjelaskan Perdagangan Dan Investasi Dalam Bisnis Internasional</li> </ul>							
Sub-CPMK-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu menjelaskan Globalisasi</li> </ul>							
Sub-CPMK-5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu menjelaskan Perdagangan Internasional</li> </ul>							
Sub-CPMK-6	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu menjelaskan kekuatan Budaya( Cross Culture)</li> </ul>							
Sub-CPMK-7	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu menjelaskan Dinamika Organisasi Internasional</li> </ul>							
Sub-CPMK-8								
<b>Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK</b>								
	Sub-CPMK-1	Sub-CPMK-2	Sub-CPMK-3	Sub-CPMK-4	Sub-CPMK-5	Sub-CPMK-6	Sub-CPMK-7	Sub-CPMK-8
CPMK-1	√	√	√	√	√	√	√	√
CPMK-2		√				√		
CPMK-3			√	√			√	
CPMK-4				√	√			
CPMK-5					√	√	√	

	CPMK-6							√	√	
Deskripsi Singkat Mata Kuliah	<p>Bisnis internasional merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan melewati batas – batas suatu Negara. Transaksi bisnis seperti ini merupakan transaksi <b>bisnis internasional</b> (<i>International Trade</i>). Di lain pihak, transaksi bisnis itu dilakukan oleh suatu perusahaan dalam satu Negara dengan perusahaan lain atau individu di Negara lain disebut <b>Pemasaran Internasional</b> (<i>International Marketing</i>). Pemasaran internasional ini yang biasanya diartikan sebagai Bisnis Internasional, meskipun pada dasarnya terdapat dua pengertian.</p>									
Materi pembelajaran/ Pokok bahasan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Sejarah Bisnis Internasional</b></li> <li>2. Hambatan Bisnis Internasional</li> <li>3. Perdagangan Dan Investasi Dalam Bisnis Internasional</li> <li>4. globalisasi</li> <li>5. Perdagangan Internasional</li> </ol>									
Pustaka	<p><b>Utama :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crawford, M. and Di Benedetto, A. (2008). <i>New Products Management</i>. New York: McGraw Hill Companies, Inc.</li> <li>2. Heizer, J., and Render, B. (2005). <i>Operations Management. 7<sup>th</sup> edition</i>. Pearson Education International.</li> <li>3. Lehmann, D, R., and Winer, R.S. (2005). <i>Product Management. 4<sup>th</sup> edition</i>. New York: McGraw Hill Companies, Inc.</li> <li>4. Rabe, C. B. (2006). <i>The Innovation Killer: How what We Know Limits what We Can Imagine-- and what Smart Companies are Doing about it</i>. Amacom.</li> <li>5. <i>The Food That Built America Full Episodes, Video &amp; More   HISTORY Channel</i>. (n.d.). Retrieved March 10, 2022, from <a href="https://www.history.com/shows/the-food-that-built-america">https://www.history.com/shows/the-food-that-built-america</a></li> <li>6. <i>The Machines That Built America: Full Episodes, Video &amp; More   HISTORY Channel</i>. (n.d.). Retrieved March 10, 2022, from <a href="https://www.history.com/shows/the-machines-that-built-america-snack-sized">https://www.history.com/shows/the-machines-that-built-america-snack-sized</a></li> <li>7. Trott, P. (2008). <i>Innovation Management and New Product Development 4<sup>th</sup> Edition</i>. London: Pearson Education.</li> <li>8. Ulrich, K.T., and Eppinger, S.D. (2008). <i>Product Design and Development</i>. New York: McGraw Hill Companies, Inc.</li> </ol> <p><b>Pendukung :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harsasi, Meirani. (2014). <i>Modul Inovasi dan Strategi Produk</i>. Repository.ut.ac.id</li> <li>2. Bahren, B., Ramadhani, I., &amp; Suroso, E. (2019). MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI INOVASI PRODUK, INOVASI PROSES, INOVASI MARKETING DAN INOVASI ORGANISASI UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN. <i>Jurnal Ekonomi Manajemen</i>, 4(1), 8-18. doi:<a href="https://doi.org/10.37058/jem.v4i1.689">https://doi.org/10.37058/jem.v4i1.689</a></li> <li>3. Ferryanto, L. (2009). INOVASI DAN STRATEGI PENCAPAIANNYA. <i>Jurnal Teknik Industri</i>, 11(2), PP. 95 -. <a href="https://doi.org/10.9744/jti.11.2.PP.95-100">https://doi.org/10.9744/jti.11.2.PP.95 – 100</a></li> </ol>									

4. Musibah Challenger – Wikipedia bahasa indonesia. (n.d.). Retrieved March 25, 2022, from [https://id.wikipedia.org/wiki/Musibah\\_Challenger](https://id.wikipedia.org/wiki/Musibah_Challenger)
5. Nitya Dharmani, A. (n.d.). Manajemen Produk dan Harga. Retrieved March 21, 2022, from <https://adoc.pub/manajemen-produk-dan-harga.html>

9. Implementasi Pembelajaran Mingguan (*Implementation Process of weekly learning time*)

Minggu (Week)	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan) (Lesson Learning Outcomes)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran (Study Material)	Bentuk dan Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu] (Learning Method)	Sumber Belajar (Learning Resource)	Penilaian (Evaluation)		
					Indikator (Indicator)	Kriteria & bentuk (Criteria)	Bobot (%)
1	Mampu memahami struktur perkuliahan, tugas dan Rencana Kontrak Perkuliahan.	1. Tata Tertib 2. RPS	Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka [TM:1x(3x50’)] Tugas : Melampirkan contoh kasus proses inovasi suatu produk [PT+BM: (1+1)x(3x60’)]	Pustaka utama 4,5 Pendukung 1,2	Ketepatan dalam menjelaskan, dan mencontohkan dinamika inovasi dan perkembangan produk	<b>Kriteria :</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk :</b> Tugas 1	5%
2	Mahasiswa dapat memahami sejarah bisnis internasional, bertindak lebih jauh lagi dari bisnis domestik dan bukan hanya pemsaran ekspor tetapi terlibat dari lingkungan pemasaran dalam negara tempat perusahaan melakukan usaha.	1. Sejarah Bisnis Internasional 1. Kekuatan dalam lingkungan	Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50’)] Tugas : Makalah inovasi bisnis [PT+BM: (1+1)x(3x60’)]	Pustaka utama 7 Pendukung 1,2	Ketepatan dalam menjelaskan dan memaparkan inovasi produk.	<b>Kriteria :</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk :</b> Tugas 2	5%
3	Mahasiswa dapat memahami hambatan-memiliki dari berbagai kepentingan yang sering	1. Batasan perdagangan dan tarif bea masuk	Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50’)]	Pustaka utama 7 Pendukung 1,3	Ketepatan dalam mengidentifikasi tipe dan model inovasi	<b>Kriteria :</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk :</b>	10%

	kali menghambat terlaksananya transaksi bisnis internasional.	2. Perbedaan bahasa, sosial budaya/cultural 3. Kondisi politik dan hukum/perundang-undangan 1. 4. Hambatan operasional.	Tugas : Studi kasus mengidentifikasi tipe dan model inovasi. [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]			Tugas 3 Kuis	
4	Mahasiswa dapat menjelaskan, memahami daya Tarik perdagangan internasional dan bagaimana pertumbuhannya	1. Arah perdagangan 2. Memusatkan perhatian pada mitra dagang utama 3. Meningkatkan laba dan penjualan memasuki pasar – pasar baru 1.	Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas : Mengidentifikasi ruang lingkup kepemimpinan [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Pustaka utama 1,8 Pendukung 1,3,4	Ketepatan dalam mengkategorikan produk baru atau pengembangan produk	<b>Kriteria :</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk :</b> Tugas 4	5%
5	Lanjutan	1. Tugas diskusi materi 1 sd 4					
6	<b>Kuis : Melakukan penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya</b>						
7	Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan, globalisasi merupakan trend ke arah ketergantungan ekonomi, budaya, politik dan teknologi diantara perusahaan nasional dan global.	1. Pengertian Globalisasi 2. Manfaat Globalisasi Pasar dan Produksi 3. Pendorong globalisasi 4. Mengukur Globalisasi Didasarkan 4 Kategori 1. Pengaruh Globalisasi Pada Pekerjaan dan Upah	Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas : Studi kasus Mengamati peluang pasar [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Pustaka utama 2,3,7,8 Pendukung 1,3,4	Ketepatan menyesuaikan strategi produk dengan dinamika pasar, perkembangan teknologi, dan interfunksional	<b>Kriteria :</b> Kesesuaian, kualitas presentasi dan sistematika <b>Bentuk :</b> presentasi mandiri	10%
8	Mahasiswa dapat memahami, daya tarik perdagangan internasional dan bagaimana pertumbuhannya	1. Arah perdagangan 2. Investasi portofolio 3. Mengambil alih perusahaan yang sudah jalan atau	Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas : Studi kasus android	Pustaka utama 2,3,7,8 Pendukung 1,3,4	Ketepatan menguraikan fokus strategi produk	<b>Kriteria :</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk :</b> Tugas 8	10%

		membangun yang baru 1. Mengatur perdagangan prefensial	[PT+BM: (1+1)x(3x60'')]				
9	Lanjutan	Lanjutan	Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas Mengidentifikasi jenis, tingkatan, dan klasifikasi produk [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Pustaka utama 2,3,7,8 Pendukung 1,3,4	Ketepatan mengidentifikasi jenis, tingkatan, dan klasifikasi produk	<b>Kriteria :</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk :</b> Tugas 9 :	10%
10	<b>Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya</b>						
11	Mahasiswa dapat memahami pola- pola yang dipelajari mengenai perilaku umum bagi anggota dari masyarakat tertentu yaitu gaya hidup yang unik dari suatu kelompok atau orang tertentu.	1. Jenis-jenis Budaya 2. Pengaruh Budaya dalam Bisnis Internasional 3. Budaya Mempengaruhi Semua Fungsi Bisnis Budaya dan pemasaran	Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas Analisis merk produk Honda, Coca cola, dan Seiko [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Pustaka utama 2,3,7,8 Pendukung 1,3,4	Ketepatan mengidentifikasi strategi merk, perluasan merk, multimerk, dan perluasan lini	<b>Kriteria :</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk :</b> Tugas 11	5%
12	Mahasiswa mampu memahami teori-teori yang terkait dengan bisnis internasional	1. Lingkungan Politik 2. Sumber-sumber masalah politik 3. Lingkungan hukum	Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas Analisis produk pasta gigi, dan cadillac [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]	Pustaka utama 2,3,7,8 Pendukung 1,3,4	Ketepatan mengidentifikasi dan membedakan lingkup kemasan, dan jasa pendukung	<b>Kriteria :</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk :</b> Tugas 12 Kuis	10%

13	Mahasiswa mampu memahami politik, hukum dan etika bisnis	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poliitk dalam bisnis</li> <li>2. Hukum</li> <li>3. Etika Bisnis</li> </ol>	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka  [TM:1x(3x50'')]  Tugas Menggambar dan menjelaskan siklus hidup produk  [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]</p>	<p>Pustaka utama 1,2,3,7,8  Pendukung 1,4</p>	<p>Ketepatan dalam menggambar dan menjelaskan siklus hidup produk</p>	<p><b>Kriteria :</b>  Ketepatan dan penguasaan  <b>Bentuk :</b>  Tugas 13</p>	10%
14	Mahasiswa dapat memahami organisasi internasioanl yang menjalankan bisnis internasional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB)</li> </ol>	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka  [TM:1x(3x50'')]  Tugas Melampirkan contoh kasus peningkatan kreativitas suatu produk  [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]</p>	<p>Pustaka utama 1,2,3,7,8  Pendukung 1,3,4</p>	<p>Ketepatan dalam menjelaskan perluasan ide kreativitas suatu produk</p>	<p><b>Kriteria :</b>  Ketepatan dan penguasaan  <b>Bentuk :</b>  Tugas 14</p>	5%
15	Mahasiswa dapat memahami kondisi ekonomi di Negara tempat organisasi internasional beroperasi. Kondisi ekonomi memiliki dampak yang kuat terhadap kinerja dari setiap bisnis karena dapat mempengaruhi pendapatan atau beban dari bisnis tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ilustrasi dan paradoks keahlian</li> <li>2. Pemikiran kelompok, dan pemikiran ahli</li> </ol>	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka  [TM:1x(3x50'')]  Tugas Analisis kualitatif, studi kasus NOKIA, dan Blackberry  [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]</p>	<p>Pustaka utama 4  Pendukung 4</p>	<p>Ketepatan mempresentasikan analisa secara holistic melalui pendekatan strategi inovasi dan manajemen produk</p>	<p><b>Kriteria :</b>  Kesesuaian, kualitas presentasi dan sistematika  <b>Bentuk :</b>  Presentasi kelompok</p>	10%
16	<b>Evaluasi Akhir Semester : Melakukan validasi penilaian akhir, dan menentukan kelulusan mahasiswa</b>						

10. Pengalaman Belajar Mahasiswa (*Student Learning Experiences*)

Studi kasus, Kelompok diskusi, Penugasan terstruktur, dan Belajar mandiri.

11. Kriteria dan Bobot Penilaian (*Criteria and Evaluation*)

a) Kriteria Penilaian:

-Partisipatif	10%
- Hasil Proyek	50%
- Tugas	10%
- Kuis	10%
- UTS	10%
- UAS	10%

b) Bobot Penilaian

Nilai Skor Matakuliah (NSM)	Nilai Mata Kuliah (NMK)
85-100	A
70-85	B
55-69	C
35-54	D
0-34	E

RUBRIK PENILAIAN PRESENTASI				
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	
TOTAL			100	