



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Program Studi : Pendidikan Administrasi Perkantoran

Nama Mata Kuliah : Administrasi Bisnis

Kode : MAD 6229

Jumlah SKS : 2 SKS

Semester : 5 (Ganjil)

Mata Kuliah Prasyarat : -

Dosen Pengampu : Nadia Sasmita Wijayanti, M.Si.

Deskripsi Mata Kuliah : Mata Kuliah ini memberikan pemahaman dalam membahas pokok-pokok bahasan di lingkup administrasi bisnis melalui keterampilan mengidentifikasi dan menganalisa kasus bisnis yang meliputi Organisasi dan Manajemen Bisnis (OMB), Manajemen Transport, Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen, Ekonomi Makro, Ekonomi Mikro, Perilaku Organisasi, Bisnis Internasional, Komunikasi Pemasaran, Kebijakan Bisnis dan Etika Bisnis. Mata Kuliah ini mengajarkan dasar-dasar kemampuan membaca, memahami teks serta bagaimana menganalisa kasus dan fenomena dalam lingkup administrasi bisnis baik di kehidupan keseharian maupun lingkungan kerja.

Capaian Pembelajaran (Komp Mata Kuliah) :

1. Mahasiswa memiliki pemahaman tentang lingkup administrasi bisnis secara luas.
2. Mahasiswa memiliki pengetahuan tentang keterampilan memahami, mengidentifikasi, menganalisa studi kasus ruang lingkup administrasi bisnis.
3. Mahasiswa memiliki kemampuan mempresentasikan dan mengutarakan argumentasi, ide, gagasan dan persepsinya mengenai studi kasus di lingkup administrasi bisnis.

TABEL RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pertemuan Ke-	SubCapaian Pembelajaran (SubKomp)	Bahan Kajian/ Pokok Bahasan	Bentuk/ Model Pembelajaran	Pengalaman Belajar	Indikator Penilaian	Teknik Penilaian	Bobot Penilaian (per subkomp)	Waktu (menit)	Referensi
1	Memahami latar belakang dan arti penting mempelajari Administrasi Bisnis	Pendahuluan: arti penting kuliah Administrasi Bisnis	<i>Direction Instruction</i> dengan menjelaskan ruang lingkup	Mahasiswa memperhatikan penjelasan, menjawab pertanyaan, memberikan umpan balik, dan	Mahasiswa dapat memahami latar belakang dan penting nya memahami Administrasi	Tes Lisan bentuk pertanyaan random dari	5	90	3,4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pertemuan Ke-	SubCapaian Pembelajaran (SubKomp)	Bahan Kajian/ Pokok Bahasan	Bentuk/ Model Pembelajaran	Pengalaman Belajar	Indikator Penilaian	Teknik Penilaian	Bobot Penilaian (per subkomp)	Waktu (menit)	Referensi
		bagi mahasiswa sekretari, perbedaan Administrasi Bisnis dan Manajemen, serta garis besar mata kuliah (silabus).	Administrasi Bisnis meliputi apa saja, dan menerangkan kemampuan yang wajib dikuasai dalam mata kuliah Administrasi Bisnis.	mengevaluasi materi yang didapatkan.	Bisnis.	kuis yang disajikan di akhir pertemuan. Tes tertulis bentuk essay yang dibuat penyaji dan pengamatan partisipasi.			
2	Memahami pokok bahasan Organisasi dan Manajemen Bisnis	Pengertian Organisasi Bisnis, Bentuk Organisasi, Prinsip-prinsip Organisasi, Fungsi Manajemen, Tipe Manajemen, dan Proses Manajemen.	<i>Take and give & cooperative learning</i> , pemberian informasi singkat, jelas dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan.	Mahasiswa diberi kartu berisi materi secara random dan dikelompokkan sesuai materi yang sama, lalu mendiskusikan materi dan menjelaskan hasil diskusi. Di akhir materi, penyaji memberikan kesimpulan dan hasil evaluasi.	Mahasiswa mengetahui dan memahami organisasi dan manajemen bisnis, mampu menjelaskan bentuk, prinsip dan fungsi manajemen dan proses manajemen.	Tes tertulis dalam bentuk essay yang dibuat penyaji, berupa kuis dan dievaluasi bersama.	20	90	1,3,4,7,8
3	Memahami pokok bahasan Manajemen Transport.	Pengertian Manajemen Transportasi, Peranan Transportasi, Unsur-Unsur Transportasi, Manfaat Transportasi, Faktor Permintaan Transportasi, dan Sifat Penawaran Jasa Transportasi.	Metode pembelajaran mandiri, membawa bahan materi untuk di diskusikan di kelas, dan dipraktekkan bersama serta dievaluasi di akhir pertemuan.	Mahasiswa membawa contoh dan membahas kasus seputar manajemen transport yang di dapat dari berbagai sumber, menganalisa jenis-jenis manajemen transport.	Mahasiswa memahami pentingnya manajemen transport dalam konteks bisnis dan bisa menjelaskan tentang sifat penawaran jasa transportasi dan beberapa faktor permintaan.	Tes lisan, dengan mengajukan kuis secara random, tugas summary materi yang didapat.	10	90	3,4
4	Memahami pokok bahasan Manajemen Pemasaran.	Pengertian Manajemen Pemasaran, Unsur Manajemen Pemasaran, Tugas Manajer Pemasaran.	<i>Take and give & cooperative learning</i> , pemberian informasi singkat, jelas dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman	Mahasiswa diberikan contoh nyata cultural diversity and socializing melalui media video dan gambar, lalu mempraktekkan seperti yang ditampilkan penyaji.	Mahasiswa memahami cara kerja manajemen pemasaran, memahami tentang unsur manajemen pemasaran dan tugas manajer pemasaran.	Tes lisan dalam bentuk pertanyaan random dan tugas essay merangkum materi yang di dapat dari	20	90	2,3,4,5,9

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pertemuan Ke-	SubCapaian Pembelajaran (SubKomp)	Bahan Kajian/ Pokok Bahasan	Bentuk/ Model Pembelajaran	Pengalaman Belajar	Indikator Penilaian	Teknik Penilaian	Bobot Penilaian (per subkomp)	Waktu (menit)	Referensi
			yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan.			pertemuan pembelajaran.			
5	Memahami pokok bahasan Perilaku Konsumen.	Pengertian Perilaku Konsumen, Jenis Perilaku Konsumen, Ciri-Ciri Perilaku Konsumen, Proses Pembentukan Perilaku Konsumen, Tahapan Pengambilan Keputusan Konsumen, Cara Mengenali Perilaku Konsumen, Pengenalan Masalah Konsumen	Metode Socrates debating (observer & active speakers) dan metode agree and disagree, memberikan pelatihan mahasiswa untuk mempertahankan ide, menyalurkan ide serta menghormati pendapat.	Mahasiswa diberikan contoh nyata perilaku konsumen melalui media video dan gambar, lalu mempraktekkan seperti yang ditampilkan penyaji dan diberi kesempatan untuk mengeluarkan argument nya dan mendebat argumen penyaji lain.	Mahasiswa memahami pengertian perilaku konsumen, jenis perilaku konsumen, dengan bisa menjelaskan dan memberikan contoh tentang garis besar perilaku konsumen.	Tes lisan dalam bentuk pertanyaan random dan tugas essay merangkum materi yang di dapat dari pertemuan pembelajaran.	20	90	2,3,4,5,9
6	Memahami pokok bahasan Ekonomi Makro dan Ekonomi Mikro	Pengertian Ekonomi Makro dan Ekonomi Mikro, Perbedaan mendasar Ekonomi Makro dan Mikro, Keterkaitan komponen Ekonomi Mikro dan Ekonomi Makro.	<i>Take and give & cooperative learning</i> , pemberian informasi singkat, jelas dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan.	Mahasiswa diberi kartu berisi materi secara random dan dikelompokkan sesuai materi yang sama, lalu mendiskusikan materi dan menjelaskan hasil diskusi. Di akhir materi, penyaji memberikan kesimpulan dan hasil evaluasi.	Mahasiswa memahami perbedaan ekonomi makro dan ekonomi mikro dan bisa memberikan contoh keterkaitan ekonomi mikro dan ekonomi makro.	Tes lisan dalam bentuk pertanyaan random dan tugas essay merangkum materi yang di dapat dari pertemuan pembelajaran.	20	90	3,4
7	Memahami pokok bahasan Perilaku Organisasi	Pengertian Ilmu Perilaku Organisasi, Kerangka dasar konsep Perilaku Organisasi, Jenis Perilaku Organisasi, Ruang Lingkup Perilaku Organisasi, Implementasi	<i>Take and give & cooperative learning</i> , pemberian informasi singkat, jelas dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta	Mahasiswa diberi kartu berisi materi secara random dan dikelompokkan sesuai materi yang sama, lalu mendiskusikan materi dan menjelaskan hasil diskusi. Di akhir materi, penyaji memberikan kesimpulan dan hasil evaluasi.	Mahasiswa memahami perilaku organisasi secara keseluruhan, bisa memberikan contoh dari praktek perilaku organisasi, baik perilaku individu dalam perilaku organisasi.	Tes lisan dalam bentuk pertanyaan random dan tugas essay merangkum materi yang di dapat dari pertemuan	20	90	1,3,4,7,8

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pertemuan Ke-	SubCapaian Pembelajaran (SubKomp)	Bahan Kajian/ Pokok Bahasan	Bentuk/ Model Pembelajaran	Pengalaman Belajar	Indikator Penilaian	Teknik Penilaian	Bobot Penilaian (per subkomp)	Waktu (menit)	Referensi
		Perilaku Individu dalam Perilaku Organisasi, Hakekat Budaya Organisasi	mendiskusikan materi yang disajikan. Metode Socrates debating (observer & active speakers) dan metode agree and disagree, memberikan pelatihan mahasiswa untuk mempertahankan ide, menyalurkan ide serta menghormati pendapat.			pembelajaran.			
8	Memahami pokok bahasan Bisnis Internasional	Pengertian Bisnis Internasional, Jenis dan Konsep dasar Bisnis Internasional, Komponen Bisnis Internasional, Masalah dalam Bisnis Internasional, Pola Perdagangan Internasional, Fungsi Perdagangan Internasional, Faktor dan Manfaat perdagangan Internasional.	Metode keliling kelompok (<i>round club</i>) untuk menguji pemahaman siswa tentang ide yang disampaikan dan dipresentasikan di depan kelas.	Mahasiswa diberikan contoh nyata mengenai bisnis internasional melalui media video dan gambar, lalu mempraktekkan seperti yang ditampilkan penyaji dan mempresentasikan di depan kelas.	Mahasiswa memahami manfaat bisnis internasional dan mampu mengidentifikasi jenis-jenis perdagangan internasional dan mampu memberikan contoh pola perdagangan internasional.	Tes lisan dalam bentuk pertanyaan random dan tugas essay merangkum materi yang di dapat dari pertemuan pembelajaran.	20	90	1,7,3,4,8
9	Memahami pokok bahasan Komunikasi Pemasaran	1. Pengertian Konsep Dasar Komunikasi. 2. Pemasaran, Bauran Komunikasi Pemasaran. 3. Teori Komunikasi. 4. Pemrosesan Informasi. 5. Proses Pembuatan Keputusan.	Metode Socrates debating (observer & active speakers) dan metode agree and disagree, memberikan pelatihan mahasiswa untuk mempertahankan ide, menyalurkan ide	Mahasiswa diberi kartu berisi materi secara random dan dikelompokkan sesuai materi yang sama, lalu mendiskusikan materi dan menjelaskan hasil diskusi. Di akhir materi, penyaji memberikan kesimpulan dan hasil evaluasi.	Mahasiswa memahami konsep dasar komunikasi pemasaran dan mampu mengidentifikasi serta memberikan contoh tentang bauran pemasaran, dan mengeluarkan ide serta solusinya dalam menghadapi kasus dan	Tes lisan dalam bentuk pertanyaan random dan tugas essay merangkum materi yang di dapat dari pertemuan pembelajaran.	20	90	2,3,4,5,9

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pertemuan Ke-	SubCapaian Pembelajaran (SubKomp)	Bahan Kajian/ Pokok Bahasan	Bentuk/ Model Pembelajaran	Pengalaman Belajar	Indikator Penilaian	Teknik Penilaian	Bobot Penilaian (per subkomp)	Waktu (menit)	Referensi
		<p>6. Mekanisme Kerja Komunikasi Pemasaran.</p> <p>7. Strategi Perencanaan.</p> <p>8. <i>Positioning</i> Komunikasi Pemasaran .</p> <p>9. Peran Komunikasi Pemasaran dalam Pengembangan Merk.</p> <p>10. Identitas, Reputasi dan Pengembangan Merk Perusahaan.</p> <p>11. Aplikasi Bauran Pemasaran.</p> <p>12. Sumber Daya Keuangan untuk Komunikasi Pemasaran.</p> <p>13. Praktek membuat media iklan, kuis, review.</p>	serta menghormati pendapat.		masalah terkait komunikasi pemasaran.				
10	Memahami pokok bahasan Strategi dan Kebijakan Bisnis	<ol style="list-style-type: none"> Pengertian, Tujuan dan Ruang Lingkup Strategi & Kebijakan Bisnis. Model Manajemen Strategi (Penjabaran Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan) Pentingnya kemampuan 	Metode <i>talking stick/ talking ball</i> kombinasi role playing untuk menguji kesiapan siswa, melatih menjawab dengan cepat dalam praktek merancang strategi kebijakan bisnis dengan benar.	Mahasiswa diberikan contoh melalui video dan gambar, lalu menjelaskan/ mempraktekkan cara menelpon yang baik dan benar dalam konteks bisnis dan mempraktekkan dalam lingkup bisnis.	Mahasiswa mampu memahami strategi kebijakan bisnis dan memberikan contoh serta solusi terkait kasus isu strategik dan mampu menerapkan manajemen strategik.	Tes tertulis dalam bentuk essay membuat percakapan telepon bisnis dan dipraktekkan di depan kelas.	10	90	1,3,4,8

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pertemuan Ke-	SubCapaian Pembelajaran (SubKomp)	Bahan Kajian/ Pokok Bahasan	Bentuk/ Model Pembelajaran	Pengalaman Belajar	Indikator Penilaian	Teknik Penilaian	Bobot Penilaian (per subkomp)	Waktu (menit)	Referensi
		<p>Pemimpin mengidentifikasi kan isu strategik.</p> <p>4. Identifikasi isu strategic lingkungan persaingan bisnis dan kerjasama bisnis.</p> <p>5. Strategi Bisnis Generik Porter, David, dll.</p> <p>6. Perumusan Strategi dengan pendekatan matrik strategi.</p>							
11	Memahami pokok bahasan Etika Bisnis & Profesi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Teori Etika dan Prinsip Etis dalam Bisnis. 2. Lingkungan Etika Bisnis. 3. Tata Kelola Etis <i>Good Governance</i>. 4. Analisa Etis untuk pemecahan masalah. 5. Etika Profesi Sekretaris. 6. Mengelola Resiko Etika & Manajemen Krisis. 7. Etika dalam Praktik Bisnis dan Sekretaris. 	Metode keliling kelompok (<i>round club</i>) untuk menguji pemahaman siswa tentang ide yang disampaikan dan dipresentasikan di depan kelas.	Mahasiswa dibagi beberapa kelompok, saling bertukar ide dan mengeksplere materi yang diberikan penyaji, menuangkan ide dan gagasan nya terkait konteks kegiatan bisnis melalui slide presentasi (tentang etika bisnis dan profesi).	Mahasiswa mampu menjelaskan dan memberikan contoh terkait praktek etika bisnis dan profesi dalam lingkup administrasi bisnis.	Tes lisan dalam bentuk pertanyaan random dan memberikan evaluasi/ kesimpulan.	10	90	1,3,4,7,8
12	Memahami ruang lingkup pokok	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknik dasar organisir. 	Metode role playing/ sosiodrama untuk	Mahasiswa diberikan contoh pertemuan bisnis yang benar	Mahasiswa dapat menjelaskan secara lisan	Tes tertulis dengan	10	90	1,3,4,7,8

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pertemuan Ke-	SubCapaian Pembelajaran (SubKomp)	Bahan Kajian/ Pokok Bahasan	Bentuk/ Model Pembelajaran	Pengalaman Belajar	Indikator Penilaian	Teknik Penilaian	Bobot Penilaian (per subkomp)	Waktu (menit)	Referensi
	bahasan Perilaku Organisasi dalam lingkup kesekretariatan	<ol style="list-style-type: none"> Struktur organisasi dan konsep dasar organisasi/ manajemen. Konsep Pengorganisasian (<i>Organizing</i>) Bentuk Tipe Organisasi. Teknik Penguasaan Lapangan dalam Organisasi. Kepanitiaan dalam Organisasi 	memberikan pemahaman pentingnya melakukan pertemuan bisnis dan memahami cara melakukan pertemuan bisnis.	dan tata cara standar dalam melakukan pertemuan bisnis melalui media video dan gambar, lalu mempraktekkan dalam kelompok.	mengenai argument mereka tentang teknik dasar organisir dalam lingkup kesekretariatan dan pengorganisan. Mahasiswa dapat menjelaskan secara tertulis mengenai solusi teknik penguasaan lapangan dalam organisasi.	memberikan kuis di akhir pertemuan dan mengumpulkan tugas essay materi yang didapatkan dipertemuan tersebut			
13	Memahami ruang lingkup pokok bahasan Komunikasi Bisnis dalam lingkup kesekretariatan	<ol style="list-style-type: none"> Pentingnya komunikasi dalam Bisnis. Dasar-dasar komunikasi bisnis sekretaris Jenis Komunikasi Bisnis dalam Organisasi. Praktek Komunikasi Bisnis Klasifikasi Komunikasi Bisnis dalam Organisasi. Cara mengatasi hambatan komunikasi bisnis dalam organisasi. 	Metode Socrates debating (observer & active speakers) dan metode agree and disagree, memberikan pelatihan mahasiswa untuk mempertahankan ide, menyalurkan ide serta menghormati pendapat.	Mahasiswa diberikan beberapa topik dan dibagi beberapa kelompok (agree & disagree), lalu mengutarakan argumennya. Kelompok lain diberikan waktu untuk menyanggah dan memberikan argumennya.	Mahasiswa dapat menjelaskan secara lisan dan tertulis mengenai persepsinya dan pemahamannya tentang praktek komunikasi bisnis dan cara mengatasi hambatan komunikasi bisnis dalam lingkup organisasi.	Tes lisan dan praktek cara negosiasi dan berdebat yang benar sesuai petunjuk dan tata cara yang sudah disampaikan.	15	90	2,3,4,5,9
14	Memahami ruang lingkup pokok	<ol style="list-style-type: none"> Penyusunan kebijakan, 	Metode Socrates debating (observer &	Mahasiswa diberikan beberapa topik dan dibagi	Mahasiswa dapat mengetahui praktek yang	Tes lisan dan praktek cara	15	90	1,3,4,7,8

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pertemuan Ke-	SubCapaian Pembelajaran (SubKomp)	Bahan Kajian/ Pokok Bahasan	Bentuk/ Model Pembelajaran	Pengalaman Belajar	Indikator Penilaian	Teknik Penilaian	Bobot Penilaian (per subkomp)	Waktu (menit)	Referensi
	bahasan Strategi dan Kebijakan Bisnis dalam lingkup kesekretariatan	rencana, program dan kekuatan kesekretariatan. 2. Membangun kerjasama kemitraan.	active speakers) dan metode agree and disagree, memberikan pelatihan mahasiswa untuk mempertahankan ide, menyalurkan ide serta menghormati pendapat.	beberapa kelompok (agree & disagree), lalu mengutarakan argumennya.	sesuai dalam strategi dan kebijakan bisnis dalam lingkup kesekretariatan. Mahasiswa mampu memetakan dan membuat draf kerjasama kemitraan.	negosiasi dan berdebat yang benar sesuai petunjuk dan tata cara yang sudah disampaikan.			
15	Memahami ruang lingkup pokok bahasan Etika Bisnis dalam lingkup kesekretariatan	1. Pengelolaan Bisnis dan permasalahan etika bisnis dalam lingkup kesekretariatan. 2. Kepribadian dan etika sekretaris di dalam lingkup bisnis. 3. Penerapan etika bisnis dalam lingkup kesekretariatan. 4. Pengertian GCG dan CSR	Metode Socrates debating (observer & active speakers) dan metode agree and disagree, memberikan pelatihan mahasiswa untuk mempertahankan ide, menyalurkan ide serta menghormati pendapat.	Mahasiswa diberikan beberapa topik dan dibagi beberapa kelompok (agree & disagree), lalu mengutarakan argumennya.	Mahasiswa dapat mengetahui praktek etika bisnis yang sesuai dalam lingkup kesekretariatan dan dunia bisnis populer. Mahasiswa mampu memberikan contoh tentang CSR yang baik untuk setiap karakteristik perusahaan dan administrasi bisnis.	Tes lisan dan praktek cara negosiasi dan berdebat yang benar sesuai petunjuk dan tata cara yang sudah disampaikan.	15	90	1,3,4,7,8
16	UJIAN AKHIR SEMESTER								

Penetapan Nilai Akhir:

(Bobot nilai per subkomp + Nilai UTS) x 60 + (Nilai UAS x 40)

NA = -----

100

Catatan: aspek afektif tetap dinilai, masuk ke subkompetensi, dimunculkan dalam indikator tersendiri pada subkomp. Itu.

Referensi:

1. Barry Cusway dan Derek Lodge. 2002. *Organizational Behavior and Design*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
2. CIM. 2009. *How to Plan Marketing Communication*. The Chartered Institute of Marketing. UK: Berkshire.
3. Djajadiningrat, Roswita T. 2009. *Pengantar Administrasi Niaga*. PT. Balai Pustaka. Jakarta.
4. Fahmi, Irham. 2007. *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Penerbit CV Alfabeta. Bandung.
5. Fill C,C.dan B.Jamieson. 2010. *Marketing Communication*.Edinburg Business School, Heriot-Watt University. UK: Edinburg.
6. Kotler Philip. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran,Edisi 13, Prentice Hall*, New Jersey.
7. Stephen P. Robbins.,& Timothy A. Judge. 2008. *Organizational Behavior.13th Edition*. Pearson Education Inc.,New Jersey.
8. Stephen P. Robbins. 2002. *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
9. Yadin, Daniel L. 2012. *Menciptakan Komunikasi Pemasaran Efektif*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pendidikan Administrasi

Joko Kumoro, M.Si.
NIP. 196006261985111001

Yogyakarta, 24 Agustus 2015
Dosen,

Nadia Sasmita Wijayanti, M.Si
NIP. 198807082014042002