



MM • EXCELLENCE
IMPACT • INTEGRITY

Kurikulum Modern Program Magister Manajemen

Infografik Satu Halaman

Oleh: Rudy C Tarumingkeng

1 Visi Program



**Kepemimpinan
Strategis**



**Transformasi
Digital & AI**



**Pengambilan
Keputusan
Berbasis Data**



**Inovasi &
Kewirausahaan**



**Etika, ESG &
Keberlanjutan**

2 Struktur Program

54 SKS | 4 Semester

Semester 1



Fondasi Manajemen

- Teori Manajemen
- Ekonomi Manajerial
- Akuntansi untuk Keputusan
- Statistik Bisnis
- Kepemimpinan & Etika

Semester 2



Fungsi Bisnis & Analytics

- Keuangan Korporat
- Pemasaran Strategis
- Operasi & Supply Chain
- SDM & Perubahan
- Business Analytics & AI

Semester 3



Strategi, Inovasi & ESG

- Strategic Management
- Design Thinking
- Governance & Sustainability
- Metodologi Riset

Semester 4



Peminatan & Tugas Akhir

- Mata Kuliah Pilihan
- Tesis / Applied Business Project
- Consulting Project

3 Mata Kuliah Inti



**Advanced
Management Theory**



**Managerial
Economics**



**Financial &
Managerial Accounting**



**Business
Statistics**



**Corporate
Finance**



**Strategic
Marketing**



**Operations
Management**



**Human Capital &
Change**



**Business Analytics,
AI & Decision
Intelligence**



**Strategic
Management**



**Innovation &
Entrepreneurship**



**Research
Methodology**

4 Peminatan Modern



**Strategic
Management &
Leadership**



**Digital Business,
AI & Analytics**



**Finance,
Investment &
FinTech**



**Marketing,
Customer Experience
& Digital Commerce**



**Human Capital &
Organizational
Development**



**Operations,
Supply Chain &
Project Management**



**ESG, Sustainability &
Green Business**

5 Profil Lulusan



**Strategic
Manager**



**Digital
Transformation
Leader**



**Evidence-Based
Decision Maker**



**Responsible &
Ethical Leader**



**Business
Innovator**



**Applied Researcher /
Consultant**

Future-Ready • Global Mindset • Industry-Relevant



Program MM modern menyiapkan pemimpin yang adaptif, analitis, inovatif, dan berorientasi keberlanjutan.

Rudy C Tarumingkeng: **Kurikulum Modern Program Magister
Manajemen/Master of Management**

Oleh:

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD

Professor of Management NUP: 9903252922

Professor Emeritus, IPB-University

Anggota MPR-RI, 1982-1987

Dekan Fak. Kehutanan IPB University. 1967-1968, 1968-1971, 1977-1978

Rektor, Universitas Cenderawasih, Papua (1978-1988, dan

Rektor, Kampus AGRO Manokwari sekarang Universitas Papua Manokwari

Coordinator, CIDA/DIKTI SFU Burnaby BC Canada 1988-1991

Rektor, Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta (1991-2000)

Ketua, Dewan Guru Besar, IPB-University, Bogor (2005-2006)

AI - Data Analyst, dan Ketua, Senat Akademik, IBM-ASMI, Jakarta 2024-

© RudyCT Academic Series

ruduct75@gmail.com

2 Juli 2026

Kurikulum Modern Program Magister Manajemen/Master of Management

Kurikulum MM modern sebaiknya tidak lagi hanya berisi mata kuliah klasik seperti pemasaran, keuangan, SDM, dan operasi. Program MM masa kini perlu membentuk lulusan yang mampu **memimpin organisasi berbasis data, memahami AI, mengelola perubahan, mengambil keputusan strategis, menjaga etika, dan menghasilkan dampak sosial-ekonomi.**

Secara nasional, program magister di Indonesia berada pada rentang **54–72 SKS** dengan masa tempuh kurikulum **3–4 semester**, dan mahasiswa wajib menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk tesis, prototipe, proyek, atau bentuk lain yang setara. Program magister juga diarahkan untuk menguasai teori bidang pengetahuan tertentu guna mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi melalui riset atau karya inovatif.

Secara internasional, arah ini sejalan dengan standar AACSB yang menekankan inovasi, penilaian etis, perspektif global, dan dampak bermakna dalam pendidikan bisnis, serta EQUIS yang menempatkan internasionalisasi, hubungan dengan praktik, etika, tanggung jawab, keberlanjutan, dan digitalisasi sebagai dimensi penting sekolah bisnis modern. ([AACSB](#))

A. Struktur Kurikulum Inti: 54 SKS / 4 Semester

Semester 1 — Fondasi Manajemen dan Pengambilan Keputusan

Total: 15 SKS

• No.	• Mata Kuliah / Course	• SKS
• 1	• Advanced Management Theory and Organizational Design	• 3
• 2	• Managerial Economics and Business Environment	• 3
• 3	• Financial and Managerial Accounting for Decision Making	• 3
• 4	• Business Statistics and Quantitative Decision Methods	• 3
• 5	• Leadership, Ethics, and Responsible Management	• 3

Semester pertama membangun fondasi konseptual. Mahasiswa tidak hanya memahami teori organisasi, ekonomi manajerial, akuntansi, dan statistik, tetapi juga mulai dibiasakan berpikir sebagai pemimpin yang bertanggung jawab. Mata kuliah etika dan kepemimpinan ditempatkan sejak awal agar seluruh proses belajar berikutnya tidak semata-mata berorientasi efisiensi dan profit, melainkan juga akuntabilitas, keberlanjutan, dan nilai kemanusiaan.

Semester 2 — Fungsi Bisnis, Digitalisasi, dan Analytics

Total: 15 SKS

• No.	• Mata Kuliah / Course	• SKS
• 6	• Corporate Finance and Value Creation	• 3
• 7	• Strategic Marketing and Customer Analytics	• 3
• 8	• Operations, Service, and Supply Chain Management	• 3
• 9	• Human Capital, Organizational Behavior, and Change	• 3

• No.	• Mata Kuliah / Course	• SKS
• 10	• Business Analytics, AI, and Decision Intelligence	• 3

Semester kedua mengintegrasikan fungsi-fungsi utama bisnis. Perbedaannya dengan kurikulum lama adalah setiap fungsi bisnis dikaitkan dengan **data, digitalisasi, dan transformasi organisasi**. Misalnya, pemasaran tidak lagi hanya membahas segmentasi dan bauran pemasaran, tetapi juga customer analytics, pengalaman pelanggan, CRM, dan perilaku konsumen digital. Keuangan tidak hanya membahas laporan keuangan dan investasi, tetapi juga penciptaan nilai, risiko, dan teknologi finansial. Mata kuliah **Business Analytics, AI, and Decision Intelligence** menjadi tulang punggung baru karena organisasi modern semakin bergantung pada data, model prediktif, AI generatif, dashboard, dan otomatisasi keputusan.

Semester 3 — Strategi, Inovasi, ESG, dan Riset Terapan

Total: 12 SKS

• No.	• Mata Kuliah / Course	• SKS
• 11	• Strategic Management and Competitive Advantage	• 3
• 12	• Innovation, Entrepreneurship, and Design Thinking	• 3
• 13	• ESG, Corporate Governance, and Sustainability Management	• 3
• 14	• Research Methodology and Evidence-Based Management	• 3

Semester ketiga diarahkan pada integrasi strategis. Mahasiswa belajar membaca perubahan lingkungan bisnis, membangun keunggulan

kompetitif, mengembangkan inovasi, dan memahami keberlanjutan sebagai bagian dari strategi perusahaan. Mata kuliah **Research Methodology and Evidence-Based Management** penting karena lulusan MM tidak cukup hanya mampu “berpendapat”, tetapi harus mampu mengambil keputusan berbasis bukti, data, riset, dan analisis yang dapat dipertanggungjawabkan.

Semester 4 — Peminatan dan Tugas Akhir

Total: 12 SKS

• No.	• Mata Kuliah / Course	• SKS
• 15	• Elective / Mata Kuliah Pilihan 1	• 3
• 16	• Elective / Mata Kuliah Pilihan 2	• 3
• 17	• Thesis / Applied Business Project / Consulting Project	• 6

Semester terakhir memberi ruang pada spesialisasi dan penyelesaian tugas akhir. Untuk Program MM modern, tugas akhir sebaiknya tidak hanya berbentuk tesis akademik klasik, tetapi dapat berupa **applied business project, consulting project, policy paper, business transformation project**, atau **proyek inovasi manajerial**. Ini sesuai dengan arah pendidikan magister yang memperbolehkan tugas akhir dalam bentuk tesis, prototipe, proyek, atau bentuk setara.

B. Daftar Mata Kuliah Pilihan / Elective Courses

1. Peminatan Strategic Management and Leadership

- | • Mata Kuliah | • Fokus |
|--|--|
| • Strategic Foresight and Scenario Planning | • Membaca masa depan, VUCA-BANI, dan skenario strategis |
| • Organizational Development and Transformation | • Transformasi organisasi, budaya, struktur, dan proses perubahan |
| • Negotiation, Conflict, and Stakeholder Management | • Negosiasi, konflik, koalisi, dan manajemen pemangku kepentingan |
| • Corporate Strategy and Business Portfolio Management | • Strategi korporasi, diversifikasi, merger, akuisisi, dan portofolio bisnis |
-

2. Peminatan Digital Business, AI, and Analytics

- | • Mata Kuliah | • Fokus |
|--|--|
| • AI for Managers and Generative AI Strategy | • Pemanfaatan AI untuk strategi, produktivitas, inovasi, dan pengambilan keputusan |

- | • Mata Kuliah | • Fokus |
|--|---|
| • Digital Platform and Ecosystem Strategy | • Platform bisnis, ekosistem digital, network effects, dan model bisnis digital |
| • Data Visualization and Executive Dashboarding | • Dashboard, business intelligence, KPI, dan komunikasi data untuk eksekutif |
| • Cybersecurity, Data Governance, and Digital Risk | • Risiko digital, tata kelola data, keamanan informasi, dan kepatuhan |

Peminatan ini sangat penting karena jalur karier baru semakin banyak muncul di sekitar transformasi bisnis berbasis AI, strategi ESG, dan pengembangan bisnis lintas negara. ([GMAC](#))

3. Peminatan Finance, Investment, and FinTech

- | • Mata Kuliah | • Fokus |
|--|--|
| • Investment and Portfolio Management | • Investasi, portofolio, risiko, dan pasar modal |
| • Corporate Valuation and Merger Acquisition | • Valuasi perusahaan, M&A, restrukturisasi, dan penciptaan nilai |
| • Financial Technology and Digital Finance | • FinTech, pembayaran digital, blockchain, dan inovasi keuangan |
| • Risk Management and Corporate Resilience | • Risiko keuangan, risiko strategis, risiko operasional, dan resiliensi organisasi |

4. Peminatan Marketing, Customer Experience, and Digital Commerce

- | • Mata Kuliah | • Fokus |
|---|--|
| • Digital Marketing Strategy | • Strategi pemasaran digital, omnichannel, dan media sosial |
| • Brand Management and Customer Experience | • Merek, loyalitas, pengalaman pelanggan, dan customer journey |
| • Marketing Analytics and Consumer Insights | • Analitik pemasaran, segmentasi berbasis data, dan perilaku konsumen |
| • E-Commerce and Social Commerce Management | • Marketplace, social commerce, digital sales funnel, dan monetisasi digital |
-

5. Peminatan Human Capital and Organizational Development

- | • Mata Kuliah | • Fokus |
|---|---|
| • Strategic Human Resource Management | • SDM strategis, talent management, dan people strategy |
| • Talent Analytics and Workforce Planning | • HR analytics, workforce forecasting, dan pengukuran kinerja SDM |
| • Learning Organization, Reskilling, and Upskilling | • Pembelajaran organisasi, kompetensi masa depan, dan transformasi tenaga kerja |
| • Workplace Well-Being and Industrial Relations | • Kesejahteraan kerja, hubungan industrial, budaya kerja, dan employee engagement |
-

6. Peminatan Operations, Supply Chain, and Project Management

- | • Mata Kuliah | • Fokus |
|---|--|
| • Supply Chain Analytics and Resilience | • Rantai pasok berbasis data, risiko logistik, dan resiliensi rantai pasok |
| • Lean Management and Process Improvement | • Lean, Six Sigma, efisiensi proses, dan continuous improvement |
| • Project Management and Agile Management | • Manajemen proyek, agile, scrum, dan eksekusi strategis |
| • Service Operations and Quality Management | • Operasi jasa, kualitas layanan, produktivitas, dan kepuasan pelanggan |
-

7. Peminatan Entrepreneurship and Innovation

- | • Mata Kuliah | • Fokus |
|--|---|
| • Startup Strategy and Venture Creation | • Pendirian usaha baru, model bisnis, MVP, dan validasi pasar |
| • Innovation Commercialization | • Komersialisasi ide, teknologi, dan kekayaan intelektual |
| • Social Entrepreneurship and Inclusive Business | • Kewirausahaan sosial, bisnis inklusif, dan dampak sosial |

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Mata Kuliah• Design Thinking Studio | <ul style="list-style-type: none">• Fokus• Pemecahan masalah berbasis empati, prototyping, dan co-creation |
|---|--|
-

8. Peminatan ESG, Sustainability, and Green Business

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Mata Kuliah• Sustainable Business Strategy• Circular Economy and Net-Zero Strategy• Sustainable Finance and Impact Investment• Impact Measurement and SDGs | <ul style="list-style-type: none">• Fokus• Strategi bisnis berkelanjutan dan penciptaan nilai jangka panjang• Ekonomi sirkular, dekarbonisasi, dan transisi energi• Keuangan hijau, ESG investing, dan pembiayaan berkelanjutan• Pengukuran dampak, indikator keberlanjutan, dan kontribusi terhadap SDGs |
|---|--|

Peminatan ini relevan karena standar pendidikan bisnis global semakin menuntut sekolah bisnis untuk menunjukkan kontribusi terhadap etika, tanggung jawab, keberlanjutan, dan dampak sosial.

C. Peminatan Sektoral yang Relevan untuk Indonesia

Selain peminatan umum, Program MM di Indonesia dapat memiliki peminatan sektoral sesuai kebutuhan nasional dan kekuatan institusi.

- **Peminatan Sektoral**

- Healthcare and Hospital Management
- Education and Higher Education Management
- Public Sector and Policy Management
- Maritime and Blue Economy Management
- Agribusiness and Natural Resource Management
- Islamic/Christian Values-Based Management

- **Contoh Mata Kuliah**

- Manajemen rumah sakit, mutu layanan kesehatan, health service innovation
- Manajemen sekolah/ perguruan tinggi, akreditasi, mutu akademik, digital learning
- Manajemen sektor publik, governance, kebijakan publik, reformasi birokrasi
- Manajemen maritim, logistik pelabuhan, blue economy, rantai pasok kepulauan
- Manajemen agribisnis, hilirisasi, pangan, perkebunan, kehutanan, dan SDA
- Etika bisnis berbasis nilai, kepemimpinan melayani, dan tanggung jawab sosial

Peminatan sektoral ini penting agar Program MM tidak menjadi kurikulum generik, tetapi memiliki kekhasan sesuai kebutuhan Indonesia: transformasi digital, hilirisasi, pelayanan publik, kesehatan, pendidikan, pangan, energi, maritim, dan keberlanjutan.

D. Mata Kuliah Non-SKS / Micro-Credentials yang Disarankan

Untuk memperkuat employability, Program MM modern sebaiknya menambahkan pelatihan singkat non-SKS atau sertifikat internal.

- | • Micro-Credential | • Tujuan |
|---|--|
| • Academic Writing and Referencing Tools | • Membantu mahasiswa menulis tesis, artikel, dan policy paper |
| • AI Literacy and Prompt Engineering for Managers | • Membekali mahasiswa menggunakan AI secara produktif dan etis |
| • Power BI / Tableau for Business Dashboard | • Menghasilkan dashboard manajerial |
| • SmartPLS / SEM for Management Research | • Mendukung riset kuantitatif dan tesis manajemen |
| • NVivo for Qualitative Management Research | • Mendukung riset kualitatif dan studi kasus |
| • Project Management Tools | • Trello, Asana, MS Project, Jira, atau platform agile |
| • Business Presentation and Executive Communication | • Meningkatkan kemampuan presentasi eksekutif |
-

E. Profil Lulusan yang Diharapkan

Kurikulum ini diarahkan untuk menghasilkan lulusan MM yang mampu berperan sebagai:

1. **Strategic Manager**, yaitu manajer yang mampu membaca lingkungan bisnis dan merumuskan strategi organisasi.
2. **Digital Transformation Leader**, yaitu pemimpin yang memahami AI, data analytics, platform digital, dan perubahan proses bisnis.
3. **Evidence-Based Decision Maker**, yaitu pengambil keputusan berbasis data, riset, dan argumentasi ilmiah.
4. **Responsible and Ethical Leader**, yaitu pemimpin yang mempertimbangkan etika, tata kelola, keberlanjutan, dan dampak sosial.
5. **Business Innovator**, yaitu penggerak inovasi, kewirausahaan, dan penciptaan model bisnis baru.
6. **Applied Researcher and Consultant**, yaitu lulusan yang mampu menyusun riset terapan, diagnosis organisasi, dan rekomendasi manajerial.

F. Contoh Model Tugas Akhir

Agar relevan bagi mahasiswa pekerja, tugas akhir dapat berbentuk:

- | • Bentuk Tugas Akhir | • Contoh |
|-----------------------------|---|
| • Tesis Akademik | • Pengaruh digital leadership terhadap kinerja organisasi dengan mediasi organizational agility |
| • Applied Business Project | • Perancangan dashboard KPI untuk rumah sakit, sekolah, bank, atau perusahaan jasa |
| • Consulting Project | • Strategi transformasi digital UMKM atau perusahaan keluarga |

- **Bentuk Tugas Akhir**
- **Contoh**
- Policy Paper
- Rekomendasi kebijakan pengembangan SDM digital di sektor publik
- Business Plan
- Rencana bisnis startup berbasis AI, green business, atau social enterprise
- Organizational Transformation Report
- Diagnosis budaya organisasi dan rancangan change management

Sebagai contoh, mahasiswa yang bekerja di rumah sakit dapat mengambil topik **peningkatan kepuasan pasien melalui digital patient journey**. Mahasiswa dari sektor pendidikan dapat menulis proyek **transformasi sekolah berbasis AI dan learning analytics**. Mahasiswa dari sektor bisnis dapat mengembangkan **strategi pemasaran digital berbasis customer analytics**. Dengan demikian, Program MM tidak hanya menghasilkan karya akademik, tetapi juga solusi nyata bagi organisasi.

G. Rekomendasi Nama Program

Beberapa pilihan nama yang lebih modern:

1. **Magister Manajemen: Strategic Leadership and Digital Transformation**
2. **Master of Management in Digital Business and Strategic Innovation**
3. **Magister Manajemen: AI, Strategy, and Sustainable Business**
4. **Master of Management for Future-Ready Organizations**
5. **Magister Manajemen: Strategy, Analytics, and Responsible Leadership**

Menurut saya, nama yang paling kuat untuk konteks saat ini adalah:

Magister Manajemen: Strategic Leadership, AI, and Sustainable Business

Nama ini menggabungkan tiga kebutuhan besar organisasi masa depan:
kepemimpinan strategis, kecerdasan buatan, dan keberlanjutan.

Copilot for this article: ChatGPT, Access date: 2 July 2026. Author's account ([Rudy C Tarumingkeng](https://chatgpt.com/c/6a4608bc-d354-83ec-aa38-ea18cb7affc9)). <https://chatgpt.com/c/6a4608bc-d354-83ec-aa38-ea18cb7affc9>