

JULY 2021

CASE

CATALOGUE

vol.

05



RC-CCH

**RESEARCH CENTER AND CASE CLEARING HOUSE
PPM SCHOOL OF MANAGEMENT**



TABLE OF CONTENTS



| | |
|--|--------|
| Table of Contents | i |
| About RC-CCH | iii |
| Message from the Vice Dean for Academic Affairs | v |
| Preface | vi |
| PT LEN INDUSTRI (PERSERO): "Becoming a World Class Company" | 1 |
| CONSIDERING THE FAIR PRICE OF TOWER BERSAMA INFRASTRUCTURE | 2 |
| EMPLOYER BRANDING PT BANK CENTRAL ASIA. TBK. THE LARGEST PRIVATE BANK IN INDONESIA: "The Challenge Ahead" | 3 4 |
| PT EXPRESS TRASINDO UTAMA, TBK.: "When EXPRESS Means Now" | 5 |
| PT SAMUDERA INDONESIA, TBK. (SMDR): "A Voyage to the Next Level" | 6 |
| PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK.: "On 'Bee' coming The Leader of Indonesian Retail Industry" | 7 |
| PT ALEXIS CIPTA FURNITAMA (ACF) | 8 |
| PT PERTAMINA RETAIL: "Bright Day, Bright Business!" | 9 |
| PT TATALOGAM LESTARI: "Towards Leadership and Sustainable Growth in The Changing Market" | 10 |
| PT RISTRA LABORATORIS INDONESIA: "Rejuvenating Ristra: Bring Back the Expert to The Market" | 11 |
| EMPOWERING DESA TAMANSARI: "Bringing Local Microenterprises to A Higher Level" | 12 |
| PT BANK MANDIRI (PERSERO), TBK.: "Banking the Unbankable" | 13 |
| MANDIRI SAHABATKU: "Towards Strategy for the Inclusion of Migrant Workers" | 14 |
| PT PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION: "On Point Strategy: Emina Cosmetics Road to Win Teen Market" | 15 |
| INVESTMENT NOW OR NEVER MERGER AND ACQUISITIONS: "Does it Really Make Us Stronger Than Before?" | 16 |
| DATA MINING CONSULTANT: "A Delayed Hope" | 17 |
| RISK MANAGEMENT: "Between Illusion and Necessities" | 18 |
| PT PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION: "Make Over: Channeling for the Next Generation Customer" | 19 |
| PT BANK CENTRAL ASIA, TBK.: "Outsmart Disruption to Stay Relevant in Banking Industry" | 20 |
| PT SASA INTI: "Creating Bull's Eyes Marketing for SASA Bumbu Komplit" | 21 |
| PT SORA KREATIF INFONESIA: "Improve The System: Good Performance, because There's a Good System too" | 22 |

| | |
|---|----|
| PT INDO BERAS UNGGUL: "Closing 'Indo Beras Unggul': is it the right decision?" | 23 |
| PT TURBIN COAL MINING: "Bertahan dalam Himpitan Covid-19" | 24 |
| PT ADI BUANA ABADI: "Strategi Pendanaan dalam Ketidakpastian: Sebuah Refleksi Pandemi Covid-19" | 25 |
| PT BLUE BIRD TBK.: "Bertahan dan Bertumbuh Melalui Pandemi" | 26 |
| BALI UNITED: "IPO Klub Sepakbola Profesional Pertama di Asia Tenggara" | 27 |
| CREWDIBLE: "Menyongsong Asa UKM Melalui Automasi Pergudangan" | 28 |
| ANTERAJA: "Delivering Happiness through Seamless Technology" | 29 |
| PT KBC: "Koordinasi Rantai Pasok" | 30 |
| Case Writing Guidelines | 31 |
| Order for Cases | 32 |

ABOUT

RESEARCH CENTER AND CASE CLEARING HOUSE

Research Center and Case Clearing House or known as RC-CCH has become a center of the development of management science at PPM School of Management, since January 2007. One of RC-CCH Missions is to produce high quality management case studies that can be useful for teaching and learning processes. Case study is one of the most effective learning methods in management area, as illustrated in Figure 1 below:

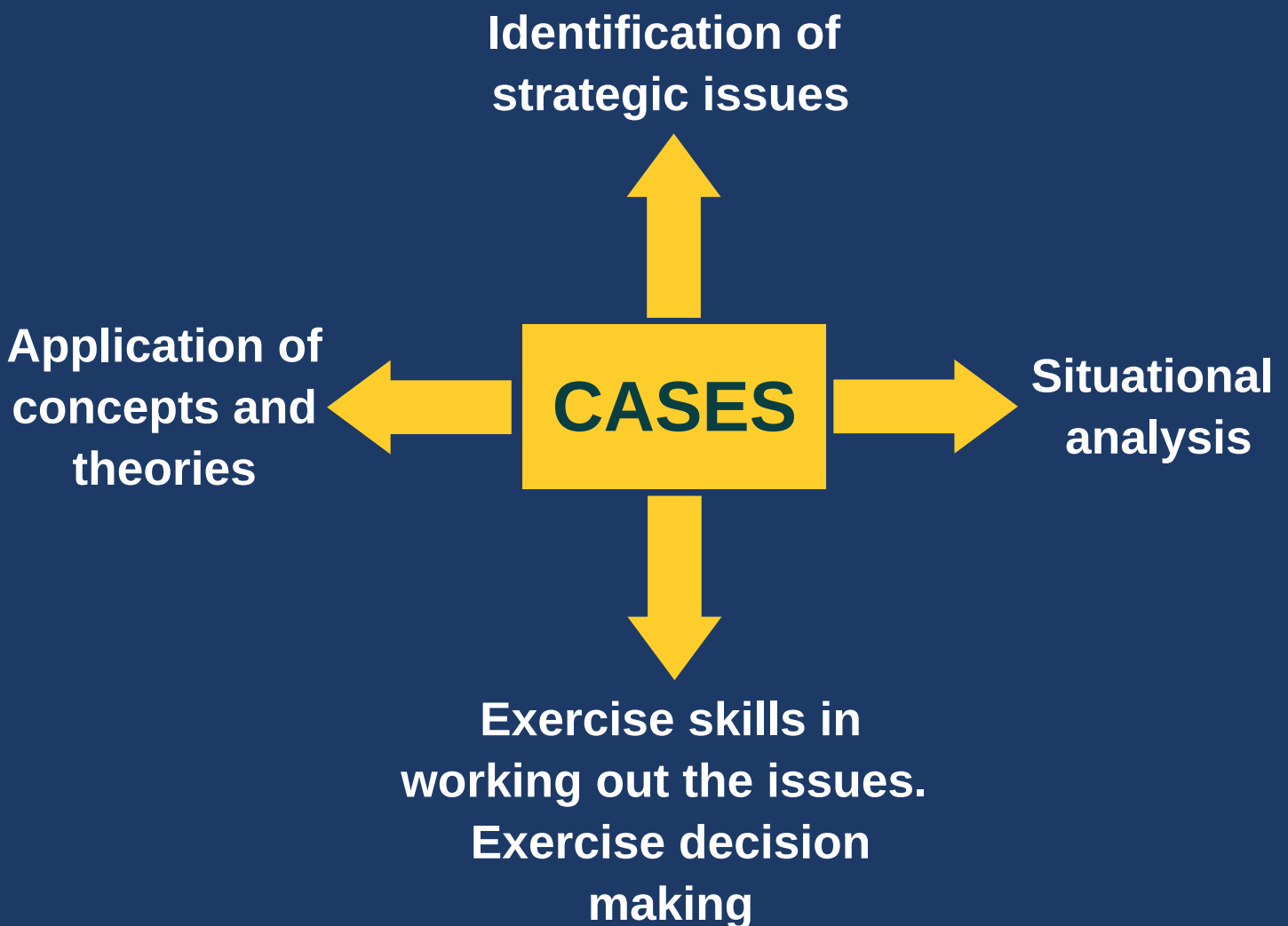


FIGURE 1
THE USEFULNESS OF CASE IN LEARNING PROCESS

Source: Mauffette-Leenders et al. (2007)



Along the journey, RC-CCH has produced a lot of cases and research to enhance science development in the management area.

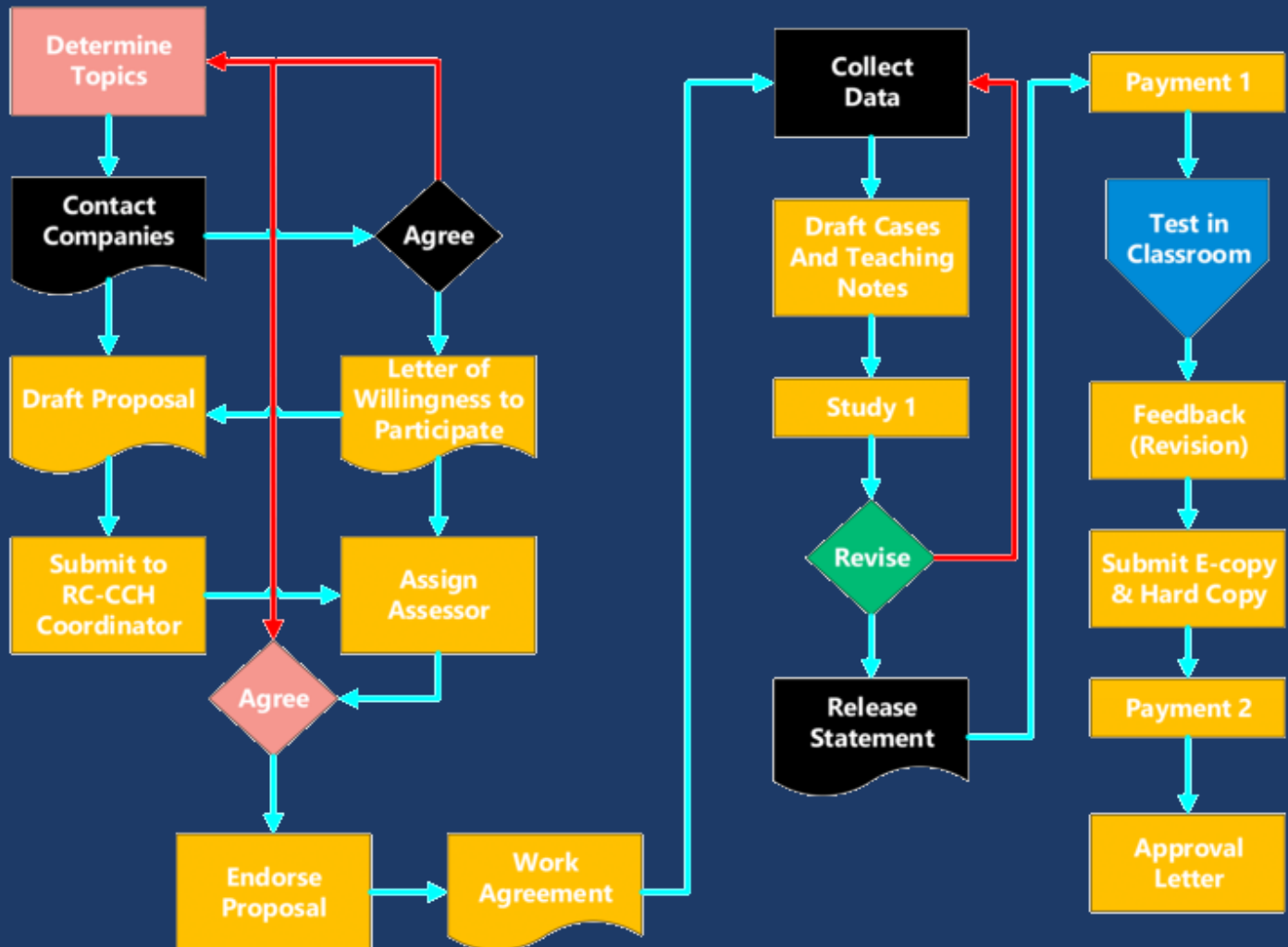


FIGURE 2
CASE WRITING PROCESS

RC-CCH also organizes training and workshops, conducted by many experts in the particular fields. To generate comprehensive local business case, RC-CCH provides workshop case regularly. Workshop series includes Case Teaching, Case Analysis, and Case Writing.

MESSAGE FROM THE VICE DEAN FOR ACADEMIC AFFAIRS



"Since wisdom can't be told and teaching is not telling, the case method is a form of interactive learning to deliver it".

A key benefit of teaching with a business case is that the students are actively engaged in figuring out the principles of business by abstracting from the best practices. This develops their skills in problem solving and decision making. The case method is rich in detail which allows the students learn not only theoretical concepts but practical concepts in different case contextual situations.

The **Research Center and Case Clearing House (RC-CCH)** of PPM School of Management was established with a noble mission, which is to promote the dissemination of knowledge throughout the nation. The know-how is presented in a thought-provoking format, namely a business case. A business case supports teaching, and most essentially, learning. This RC-CCH case catalogue is a platform for rigorously written and reviewed Indonesian business stories, aiming to spark discussions and learning process. Every year the case catalog is updated, while older, still relevant and historical cases, are maintained.

We hope that these business cases are beneficial for your learning journey.

Sincerely yours,
Dr. Aprihatiningrum Hidayati, M.M.
Vice Dean for Academic Affairs
PPM School of Management, Indonesia



PREFACE



The case is becoming more and more popular around the world, especially in business schools. A case is a description of an actual learning method in the situation, commonly involving decisions, challenges, opportunities, problems, or issues faced by a person in an organization (Leenders, et al., 2001).

Referring to Leenders et al. (2001), cases are field-based and released. The case researcher visits an organization and collects the necessary data. Before the case is released, the researcher asks the organization to sign an official release document permitting to use it for educational purposes.

Among other benefits attributed to the case study method is that it promotes networked thinking by learners. Networked thinking takes account of interactions and repercussions, making it crucial to decision making within the complex system of rules that shapes current business reality.

RC-CCH produces the best quality cases for learning. This case catalogue is our showcase so that the School of Business in Indonesia can seek suitable cases along with their course objectives. All of our cases are provided with teaching notes.

RC-CCH, as a producer of cases in Indonesia, concerns to produce the best quality management learning concept cases for Indonesian Business School. Case Catalogue is one of the contributions of RC-CCH from PPM School of Management to education society in Indonesia. The School of business can choose any cases which are suitable for their objectives. Cases are completed with release statements and teaching notes.

Sincerely yours,
Rike Penta Sitio, S.E., M.M.
RC-CCH Coordinator
PPM School of Management, Indonesia



CASE CATALOGUE

PT LEN INDUSTRI (PERSERO): "BECOMING A WORLD CLASS COMPANY"

M Akhsanur Rofi & Pepey Riawati Kurnia

Publication Date : 2012
Discipline : Management
Source : PPM School of Management
Number : 036/RC-CCH/STM
2012/13 pages
Language : Indonesian

Kasus ini menceritakan transformasi PT Len Industri dari lembaga riset menjadi perusahaan BUMN yang tumbuh semakin kuat hingga berambisi menjadi perusahaan global. Kasus dimulai dengan menceritakan wajah baru PT Len Industri dan semangat yang diusungnya, disertai pengenalan tokoh utama Wahyuddin Bagenda, CEO PT Len Industri yang sudah digantikan Abraham Mose.

Kasus berlanjut dengan mengenalkan industri-industri dimana PT Len Industri berkiprah, sekaligus memotret situasi persaingan dan makroekonomi Indonesia.

Setelah itu, pembaca diajak untuk mengenal sejarah perusahaan, proses transformasi, dan perkembangan yang dialami oleh perusahaan. Salah satu elemen proses tranformasi, yakni budaya 442 dijelaskan lebih lanjut. Setelah itu, perusahaan dilihat kinerjanya pada tahun terakhir (2012) dan dijelaskan bagaimana tantangan ke depannya. Sebagai penutup, kasus kembali ditekankan mengenai impian perusahaan ke depannya.

Subject Covered :
Management, Master Program, Strategic

Setting :

- **Geographic** : Jakarta, Indonesia
- **Industry** : Electronic

CONSIDERING THE FAIR PRICE OF TOWER BERSAMA INFRASTRUCTURE

Aries Heru Prasetyo

Publication Date : 2012

Discipline : Finance

Source : PPM School of Management

**Number : 037/RC-CCH/STM
2012/18 pages**

Language : Indonesian

Perkembangan teknologi informasi selama sepuluh tahun terakhir secara langsung berdampak pada perubahan tingkat kebutuhan manusia, contohnya Handphone/Gadget. Tiga pemain papan atas telekomunikasi Indonesia (Telkom, Indosat dan XL Axiata) berhasil membukukan perputaran uang senilai Rp. 400 Triliun sepanjang 2012, dan diperkirakan meningkat 22% di 2013. Jika demikian maka infrastruktur penunjang telekomunikasi juga akan semakin dibutuhkan, seperti ketersediaannya menara komunikasi atau yang lebih dikenal dengan sebutan BTS (Base Tranceiver Station). Pemain papan atas di industri tower Indonesia terdiri dari tiga perusahaan; PT Solusi Tunas Pratama Tbk., PT Sarana Menara Nusantara Tbk., dan PT Tower Bersama Infrastruktur Tbk. .

"Dari ketiga pemain tersebut, Tower Bersama (TBIG) yang memiliki jumlah tower terbesar (7.368 menara dengan penyewa 10.000 lebih)', ungkap Lucy. 'Itu setelah mereka menang tender penjualan 2.500 tower BTS Indosat, sehingga diprediksi mampu meningkatkan kontribusi laba hingga 70%".

Dengan potensi tersebut, kinerja saham TBIG seharusnya lebih tinggi dari pesaingnya. 'Namun per tanggal 20 Juni 2013, harga per lembar sahamnya hanya Rp4.825,-, kalah dibandingkan PT Sarana Menara Nusantara Tbk. (TOWR) yang mencapai Rp24.900,-', jelas Lucy. "Berapa nilai wajarnya?", ungkap Lucy sembari mengernyitkan dahinya.

Subject Covered :

Bachelor and Master Program, subject: Financial Statement Analysis and Company Valuation

Setting :

- **Geographic : Jakarta, Indonesia**
- **Industry : Telecommunication**

EMPLOYER BRANDING PT BANK CENTRAL ASIA, TBK. THE LARGEST PRIVATE BANK IN INDONESIA: "THE CHALLENGE AHEAD"

Ningky Sasanti Munir, Eva Hotnaidah Saragih, Dimas Maulana & Gerald Pasolang

Publication Date : 2014

Discipline : Strategic

Source : PPM School of Management

**Number : 038/RC-CCH/STM
2014/42 pages**

Language : English

BCA is currently facing a problem of aging population. When the time comes for the employees to retire, the Bank faces the potential of losing a significant number of employees from three different generations! Currently, BCA has raised its efforts to recruit new talents and future leaders through various programs, such as: BCA Development Program (BDP), Job fairs, web recruitment, internships and others.

The Bank only recruits the best people out of the most prospective employees. BCA's aim to project a positive perception toward its employees as "a fun workplace with family oriented atmosphere and commitment to employees development" has not strongly resonated yet in Indonesia's labor market.

How have these values, which have been a common belief, a foundation to work passionately and the glue that bonds the Bank's employees, executives and owners, been communicated outside of BCA and to attract the future successors of BCA in Indonesia? Referring to the problem above, how should BCA obtain large number of qualified talent pools through an effective Employer Branding strategy?

Subject Covered :

- **Strategic HR Master Program**

Setting :

- **Geographic : Indonesia**
- **Industry : Banking**

PT EXPRESS TRANSINDO UTAMA, TBK. : “WHEN EXPRESS MEANS NOW”

Aries Heru Prasetyo & Ciu Heny Meiria

Publication Date : 2014

Discipline : Business Management

Source : PPM School of Management

Number : 039/RC-CCH/STM
2014/14 pages

Language : Indonesian

Taksi Express merupakan salah satu moda pilihan para professional dalam menjalani rutinitasnya. Data Statistik Nasional mencatat bahwa hingga akhir 2013 sedikitnya terdapat peningkatan jumlah armada hingga 13%, di mana angka itu jauh di atas kenaikan tahun sebelumnya yang sebesar 8%. Ini berarti kekuatan dalam melayani pasar akan sangat tergantung pada daya inovasi perusahaan. "Kita harus SELALU hadir di saat yang dibutuhkan", ungkap Marry sembari menunjuk pada salah satu elemen temuan focus group discussion tentang layanan yang diharapkan konsumen beberapa waktu lalu. "Bila perlu calon penumpang dapat mengakses informasi tentang keberadaan armada yang terdekat dengan lokasinya saat itu juga". Semangat inilah yang melandasi hadirnya layanan berbasis Android EXPRESS NOW.

Meski terkesan ideal, namun tak mudah bagi perusahaan untuk mengatakan 'ya' pada alternatif ini. Sebab beberapa waktu lalu manajemen sudah meluncurkan layanan EXPRESS MOBILE yang menggunakan media komunikasi handphone, dan hasilnya masih di bawah harapan. "Apakah ini jenis layanan yang dibutuhkan pasar?" tanya Marry sambil mengernyitkan dahinya. "Jika iya, strategi apa yang harus dilakukan untuk mengkomunikasikan layanan ini kepada masyarakat? Targetnya hanya satu, EXPRESS berarti NOW. Hanya dengan cara ini kita bisa 'memutihkan' Jakarta sekaligus menjadi solusi kebuntuan transportasi Ibu Kota", tutup Marry.

Subject Covered :

- Bachelor Program, subject: Integrated Marketing Communication, Business Feasibility Study

Setting :

- Geographic : Jakarta, Indonesia
- Industry : Transportation

PT SAMUDERA INDONESIA, TBK. (SMDR): "A VOYAGE TO THE NEXT LEVEL"

Ningky Sasanti Munir, Yanuar Andrianto & Noveri Maulana

Publication Date : 2015

Discipline : Management

Source : PPM School of Management

**Number : 040/RC-CCH/STM
2015/15 pages**

Language : English

This case is an illustration of challenge faced by multi businesses company in Indonesia which engaged in integrated shipping and logistics business. This company is PT Samudera Indonesia, Tbk. (hereinafter referred as SMDR), one of strategic business groups in eight business lines of Samudera Indonesia Tangguh (SIT) business group, which is already 51 years old.

The opening part introduces the outline of Samudera Indonesia Tangguh (SIT) business group and Samudera Indonesia, Tbk. (SMDR) business group. The second part explains founder of the company's family background and the history of SMDR. The third until sixth part gives more detailed illustration about business lines under the coordination of SMDR with financial performance and various activities of company's sub-subsidiary. SMDR manages four business lines: shipping, logistics, agency and terminal.

The seventh part illustrates a glance of the unifying factor in the company, which is company's values. Furthermore, the eighth part illustrates Indonesia's macro economy, while the ninth part is about various efforts to keep developing the company. As the first part delivers the thought of SMDR's CEO, Masli Mulia, the last part contains the hope of Bani Mulia, Masli Mulia's son who is also the SMDR commissioner as well as SIT Managing Director of SMDR parent company.

Subject Covered :

- **Master Program, subject: Strategic Management/Business Policy, Corporate Level Strategy**

Setting :

- **Geographic : Jakarta, Indonesia**
- **Industry : Transportation**

PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK.: "ON 'BEE' COMING THE LEADER OF INDONESIAN RETAIL INDUSTRY"

Eva Hotnaidah Saragih & Ciu Heny Meiria

Publication Date : 2015

Discipline : Marketing

Source : PPM School of Management

**Number : 041/RC-CCH/STM
2015/17 pages**

Language : Indonesian

Permasalahan utama dari kasus ini adalah bagaimana Alfamart mampu menjadi market leader di industri ritel minimarket Indonesia dengan persaingan yang sangat kompetitif dalam industri tersebut? Oleh karenanya dibutuhkan strategi dan program pemasaran yang efektif sehingga market share Alfamart dapat meningkat dan berhasil menjadi leader.

Kasus diawali dengan pemaparan permasalahan yang dihadapi Alfamart yaitu persaingan yang sangat kompetitif terutama dengan pesaing utamanya yaitu Indomaret dan juga kompetitor-kompetitor lainnya. Akan tetapi di dalam persaingan tersebut, terdapat peluang bagi industri ini yakni pertumbuhan yang positif dari tahun ke tahun ke tahun.

Diuraikan pula sejarah Alfamart dan strategi pemasaran yang dilakukan dalam beberapa tahun belakangan ini, pertumbuhan penjualan dan market share Alfamart.

Selain itu dipaparkan juga aksi perlawanan dari Indomaret sebagai kompetitor utama. Pada bagian akhir kasus ada pertanyaan untuk memancing peserta menjawab sehingga diperoleh jawaban atas permasalahan yang dihadapi Alfamart.

Subject Covered :

- Bachelor Program, subject: Marketing Management, Service Marketing, Integrated Marketing Communication

Setting :

- Geographic : Indonesia
- Industry : Retail

PT ALEXIS CIPTA FURNITAMA (ACF)

Novy Silvia Dewi

Publication Date : 2015
Discipline : Finance
Source : PPM School of Management
Number : 042/RC-CCH/STM
2016/12 pages
Language : Indonesian

Daropi, saat ini merasa resah. Keresahan ini disebabkan oleh adanya peningkatan/pembengkakan biaya pembelian bahan baku yang terjadi selama 2 tahun terakhir (tahun 2013 dan 2014) yang mencapai 20%, padahal kenaikan penjualan tidak setinggi kenaikan pembelian bahan baku. Namun jika dicocokkan dengan data penjualan 2 tahun terakhir peningkatannya hanya 5%. PT ACF merupakan perusahaan yang menghasilkan produk furniture, seperti kursi dan meja untuk keperluan kantor. Untuk memenuhi kebutuhan produksi, perusahaan membutuhkan bahan baku yang saat ini disuplai oleh pemasok baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri yang didatangkan dari China dan Taiwan.

Menghadapi situasi ini Daropi langsung memanggil bagian keuangan untuk menjelaskan hal tersebut. Virda mengidentifikasi bahwa pada tahun-tahun terakhir ini memang terjadi peningkatan jumlah bahan baku yang dibeli, hal ini dikarenakan permintaan dari kepala Gudang.

Dari dokumen yang ada terlihat bahwa pembelian bahan baku ACF masih tetap menggunakan pemasok yang biasa dipakai oleh sebelumnya. Dengan memperhatikan dokumen keuangan dan prosedur yang ada seperti alur proses pembelian bahan baku dan pengeluaran kas pada PT ACF di atas, apakah Vera sebagai manajer keuangan dapat menjelaskan ke Pak Daropi mengenai masalah yang diresahkannya berdasarkan prosedur yang ada. Apakah dengan prosedur yang berjalan saat ini memberikan dampak pada data-data keuangan yang terjadi selama 2 tahun terakhir, sehingga membuat Daropi merasa resah?

Subject Covered :

- Accounting Bachelor Program, Finance

Setting :

- Geographic : Indonesia
- Industry : Furniture

PT PERTAMINA RETAIL: "BRIGHT DAY, BRIGHT BUSINESS!"

Noveri Maulana, Yanuar Andrianto & Anggun Pesona Intan

Publication Date : 2016

Discipline : Marketing

Source : PPM School of Management

**Number : 043/RC-CCH/STM
2016/13 pages**

Language : Indonesian

Melalui bisnis *convenience store*, *café*, penjualan pelumas, dan pencucian mobil, bisnis ritel Pertamina yang diberi nama "Bright". Wujud komitmen pada bisnis dituangkan pada rencana strategi jangka panjang perusahaan yang akan mengoperasikan Bright C Store, sebagai unit unggulan bisnis Bright, di lebih 2000 lokasi pada 2020 mendatang. Target capaian yang cukup besar ini juga hadir dengan banyak hal yang menantang. Bahkan, tingkat conversion rate atau substitusi pelanggan SPBU yang juga menjadi pelanggan Bright C Store baru kisaran 3%-4% saja.

Tantangan besar bisnis Bright ini bisa diibaratkan dengan istilah "Tantangan 12 langkah". Strategi Bright C Store, 12 langkah yang menentukan tersebut ialah jarak antara posisi pompa pengisian SPBU dengan pintu masuk Bright C Store yang berada di lingkungan SPBU yang sama.

Oleh karena itu, kasus ini menantang pembaca untuk mencari solusi agar Pertamina Retail mampu mengatasi "Tantangan 12 Langkah" tersebut. Manajemen yakin dan percaya, salah satu tantangan besar Bright C Store saat ini ialah mengenai brand awareness-nya yang masih rendah. Diharapkan, melalui program marketing, conversion rate Bright C Store bisa meningkat dari 4% hingga menjadi 15%.

Subject Covered :

- **Management Bachelor and Master Program, subject: Marketing Management, Strategic Marketing, Integrated Marketing Communication, Advertising**

Setting :

- **Geographic : Jakarta, Indonesia**
- **Industry : Retail**

PT TATALOGAM LESTARI: "TOWARDS LEADERSHIP AND SUSTAINABLE GROWTH IN THE CHANGING MARKET"

M Akhsanur Rofi, Noveri Maulana & Erlinda Nusron Yunus

Publication Date : 2016

Discipline : Entrepreneurship

Source : PPM School of Management

Number : 045/RC-CCH/STM
2016/13 pages

Language : English

Tatalogam Lestari: Towards Leadership & Sustainable Growth in the Changing Market is a strategic case study of the innovative company which provides a housing metal roof and truss in Indonesia. The case was written four years after the founder of the company, Yarryanto Rismono and Wulani Wihardjono initiated internal modernization. In the year of 2012, Tatalogam emboldened its market leadership status by building Tatalogam Tower, rejuvenated the company logo, reorganized its organizational structure and moved another expansion by adding more plants, distribution networks and retailers. The new challenge started as market is changing fastly and the supply chain networks could begin to disarray into a state which potentially upset Tatalogam's future growth and market position.

The case is divided into six main narratives. First narrative focuses to tell the story about leader meeting which concerns about current urgency in Tatalogam. Then the story take flashback to where and when the founder, as a main protagonist, created the company, then he struggled, but he could accomplish raising Tatalogam in the period called as Roofing the Nation. The story shifting to reveal the product innovation story. Furthermore, description of market situation and construction & property industry outlook begin to take spotlight on the story, followed by the challenge in the supply chain. The case is ultimately bound to the optimism of the founder and their successor for future sustainability of Tatalogam.

Subject Covered :

- **Management Master Program, Business**

Setting :

- **Geographic : Jakarta, Indonesia**
- **Industry : Property**

PT RISTRA LABORATORIS INDONESIA: "REJUVENATING RISTRA: BRING BACK THE EXPERT TO THE MARKET"

M Akhsanur Rofi, Noveri Maulana & Erlinda Nusron Yunus

Publication Date : 2017

Discipline : Marketing

Source : PPM School of Management

Number : 046/RC-CCH/STM
2017/24 pages

Language : Indonesian

Ristra® , sebuah merek produk kosmetika perawatan kulit yang dibangun pada tahun 1983. Pada tahun 1990-an, merek tersebut menjulang tinggi dan menjadi pemain pasar yang dominan untuk kalangan wanita di Indonesia. Namun, seiring dengan berkembangnya kondisi eksternal di Indonesia mulai banyak bermunculan produk lokal maupun produk luar negeri yang secara agresif memakan pangsa pasar Ristra®. Pada bulan Agustus 2016, PT Kino Indonesia, Tbk. resmi mengakuisisi Ristra di bawah bendera PT Ristra Laboratoris dengan saham mayoritas 80%. Kerjasama ini menandai bangkitnya Ristra® , sang ahli untuk *skin care cosmetodermatology*.

Permasalahan utama dari kasus ini adalah membangunkan *the expert* yang tertidur lama, menelaah kembali brand DNA-nya, mengecek perilaku konsumen yang menjadi target pasarnya, juga strategi pemasaran yang tepat untuk membawa Ristra® kembali

kepada kejayaannya dan berhasil mencapai target yang ditetapkan oleh manajemen yakni penjualan Ristra® naik.

Kasus diawali dengan pemaparan permasalahan yang dihadapi Ristra® yaitu persaingan yang sangat kompetitif baik dari produk lokal maupun produk luar negeri. Akan tetapi di dalam persaingan tersebut, terdapat peluang bagi industri ini yakni pertumbuhan yang positif dari tahun ke tahun. Diuraikan pula sejarah Ristra® dari awal pendirian hingga akhirnya diakuisi oleh PT Kino Indonesia, Tbk., strategi pemasaran yang dilakukan saat ini, pertumbuhan penjualan dan market share Ristra®. Dipaparkan juga aksi perlawanan dari empat kompetitor utama yakni Erha, Bioderma, Cetaphil, Sebamed, dan Biokos. Pada bagian akhir kasus ada pertanyaan untuk memancing peserta menjawab permasalahan yang dihadapi Ristra®.

Subject Covered :

- **Bachelor Program, subject: Marketing Management, Integrated Marketing Communication, Advertising, Strategic Marketing, Brand Management, Sales Management**
- **Workshop: Marketing Management, Advanced Competitive Marketing Strategy, Marketing Channel Strategy, Digital Marketing, Building Brand Equity & Positioning.**

Setting :

- **Geographic : Indonesia**
- **Industry : Cosmetic and Skin Care**

EMPOWERING DESA TAMANSARI: "BRINGING LOCAL MICROENTERPRISES TO A HIGHER LEVEL"

Anggun Pesona Intan, Fitria Karlina, Cicilia Anisa Widyadari & Antoni Hong

Publication Date : 2017

Discipline : Marketing, Strategic, Entrepreneurship

Source : PPM School of Management

Number : 047/RC-CCH/STM

2017/25 pages

Language : English

Desa Tamansari, Bogor, has a greater male population (7,162) compared to women (6,775). Not all residents in that number are in the category of prosperous families, 980 families fall into the category of underprivileged families. In addition to population issues, health and education is also considered as problem. The rise of school drop out case, the reluctance of parents to continue their children's school who are considered to have weak academic skills, poor waste management as well as weak understanding of nutrition. These are problems that must be resolved in Desa Tamansari.

Desa Tamansari has many potential businesses that have been carried out for years, even from generation to generation. Until now, there are 4 (four) industrial groups which can be abbreviated as BPJS

(Ornamental Flowers, Nutmeg, Mushrooms, Shoes) which become characteristic of this village. Each of these industry groups has its problems and potential.

Baban Sarbana, a local youth who was born and raised in this village has such strong determination to develop his village. Baban built Yatim Berkah Mandiri Foundation. Through this foundation, Baban actively runs community empowerment programs and he is really keen in communicating them to public until finally one of the big banks is interested in providing an investment of 1 billion to the village but he needs to seriously consider what strategies will be carried out for his village development with this investment.

Subject Covered :

- **Bachelor Program, subject: Entrepreneurship, Development of Community's Capabilities, Effectiveness of Cluster Industry, and Community Empowerment**
- **Masters Program, subject: Strategic Management, Change Management, Value Chain Analysis, and Strategic Marketing**

Setting :

- **Geographic** : Bogor, Indonesia
- **Industry** : Craft

PT BANK MANDIRI (PERSERO), TBK. : "BANKING THE UNBANKABLE"

Ningky Sasanti Munir , Fitri Safira , Martdian Ratna Sari & Yanuar Andrianto

Publication Date : 2017
Discipline : Finance
Source : PPM School of Management
Number : 048/RC-CCH/STM
2017/22 pages
Language : English

PT Bank Mandiri, (Persero) Tbk. or BMRI (IDX) has started building banking infrastructure and branchless banking products since 2011 through Bank Sinar Harapan Bali (BSHB), a subsidiary of BMRI. BSHB then collaborated with the International Finance Corporation (IFC) and one of the telecommunication service providers to promote branchless banking products known as "Sinar Sip".

Branchless banking implementation has not run optimally. One of the reasons is the regulations from Bank of Indonesia did not recognize branchless banking agents and prohibited non-bank business entities, such as stalls or shops, from providing banking services, which includes account opening, transfers, deposit savings and cash withdrawals. Account opening can only be done by bank employees by following strict "know your customer" (KYC) rules.

Attempts to run branchless banking are difficult and challenging. One of the reasons is

the geographical conditions of Indonesia as an archipelagic country that consists of thousand of islands, the level of education and economic inequality and the intensive practices of loan-sharks, especially among the poor. The study conducted by LPEM University Indonesia, one of the best universities in Indonesia, in December 2016-January 2017, indicates that more than 90% of users of digital financial services and branchless banking are groups of people who already have bank accounts. Meanwhile, this financial inclusion program is intended to accommodate groups of people who do not have access to formal banking services. Based on these issues, what else can be done by Bank Mandiri to increase the effectiveness of its financial inclusion strategy, in order to achieve the target by 2019, in line with President Joko Widodo's instruction?

Subject Covered :

- **Business Bachelor and Master Program, subject: Bank and Financial Institution, Business Ethics**

Setting :

- **Geographic : Indonesia**
- **Industry : Banking**

MANDIRI SAHABATKU: " TOWARDS STRATEGY FOR THE INCLUSION OF MIGRANT WORKERS"

Fitri Safira, Martdian Ratna Sari & Ricky Virona Martono

Publication Date : 2018

Discipline : Economic, Business, Finance

Source : PPM School of Management

**Number : 050/RC-CCH/STM
2018/26pages**

Language : English

Data from the World Bank in 2017 states that more than 72% of migrant workers come from rural areas. Some of them are illegal workers which makes it difficult to access banking services, low levels of education, increasing numbers of illegal migrant workers that complicate the process of collecting migrant workers data and most importantly, how to track retired migrant workers who have returned to Indonesia.

Bank Mandiri then initiated Mandiri Sahabatku, an entrepreneurship training program for Indonesian Migrant Workers with the aim of preparing these migrant workers to have competitiveness to work abroad and have a better future when returning to their homeland. Through this program, it is expected that migrant workers can have savings and have entrepreneurial skills that are honed through various trainings and assistance provided to migrant workers in various sectors.

The target of Mandiri Sahabatku is to expand the scope of the program to various countries and also to make Mandiri participants and alumni as independent individuals; having income, being able to achieve financial freedom and becoming a role model in their community. To achieve this, cross-institutional collaboration is needed. Therefore, an appropriate market development strategy is needed to capture various opportunities presented in accommodating the ecosystem of migrant workers, starting from pre departure, while working abroad, and after returning to Indonesia, including for families and surrounding areas. Not only that, another challenge that must be faced is how can financial services be suitable for migrant workers and their families, especially in the digital age, both now and in the future?

Subject Covered :

- **Business Bachelor and Master Program, subject: Bank and Financial Institution, Business Ethics**

Setting :

- **Geographic : Indonesia**
- **Industry : Banking**

PT PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION: "ON POINT STRATEGY: EMINA COSMETICS ROAD TO WIN TEEN MARKET"

Anggun Pesona Intan, Rike Penta Sitio & Siti Nuraisyah Suwanda

Publication Date : 2018

Discipline : Marketing, Management, Business

Source : PPM School of Management

Number : 051/RC-CCH/STM
2018/27 pages

Language : Indonesian

Emina adalah perusahaan kosmetik nasional terdepan di Indonesia, yaitu PT Paragon Technology and Innovation (PTI). Emina pertama kali diluncurkan pada awal tahun 2015. Tujuan Emina hadir untuk kalangan ini adalah untuk memenuhi pasar remaja yang baru belajar dan ingin mengeksplorasi make-up. Selama 3 tahun kiprahnya dalam industri ini, Emina melaju dengan sangat cepat. Saat ini, Emina telah berekspansi ke kategori *skin care* dan *body care*, sehingga kategori produknya tak hanya make up saja. Hal ini terbukti dari total pertumbuhan penjualannya yang mencapai 560% untuk kategori *make up* dan 400% untuk kategori *skin care* dan *body care*.

Permasalahan utama dari kasus ini adalah kebutuhan akan strategi komunikasi yang inovatif untuk Emina agar dapat memenangkan persaingan di pasar remaja,

khususnya untuk kategori *skin care* dan *body care* yang pertumbuhannya harus terus dipacu untuk mengimbangi pertumbuhan produk dekoratif. Tertulis secara eksplisit bahwa untuk dapat menyelesaikan permasalahan, terlebih dahulu harus dibuat *market research*, agar data yang dijadikan landasan perancangan strategi bukan berasal dari asumsi semata. Diuraikan pula sejarah PTI dan Emina dari awal pendirian hingga saat ini, strategi komunikasi yang dilakukan saat ini, pertumbuhan penjualan dan beberapa indikator performa Emina lainnya. Terdapat sedikit informasi mengenai kondisi eksternal pasar beserta kompetitor. Pada bagian akhir kasus dikonfirmasi kembali pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab peserta untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi Emina.

Subject Covered :

- **Bachelor Program, subject: Marketing Management, Integrated Marketing Communication, Advertising, Strategic Marketing, Brand Management, and Sales Management**
- **Workshop: Marketing Management, Advanced Competitive Marketing Strategy, Marketing Channel Strategy, Digital Marketing, Building Brand Equity & Positioning**

Setting :

- **Geographic** : Indonesia
- **Industry** : Cosmetic and Skin Care

"INVESTMENT NOW OR NEVER"

Aries Heru Prasetyo

Publication Date : 2018
Discipline : Finance
Source : PPM School of Management
Number : 052/RC-CCH/STM
2018/8 pages
Language : Indonesian

Melalui kasus singkat ini mahasiswa perlu diingatkan bahwa salah satu misi hadirnya perusahaan adalah untuk mendukung setiap kebijakan pemerintah. Demikian pula dalam konteks mobil hemat dengan harga terjangkau. Namun perusahaan tetap memiliki kekuasaan untuk memutuskan bentuk dukungan yang dirasa paling tepat akan hal tersebut. Nah, analisa kelayakan keuangan seperti NPV, IRR, PP, DPP dan PI sangat penting dalam menentukan kelayakan investasi. Hal kedua yang perlu disampaikan adalah bagaimana kita menggunakan *hurdle rate* dari skema pendanaan yang diberikan. Ini penting agar siswa memahami bahwa inflasi tidak semata-mata dapat valid digunakan sebagai representasi pengubah nilai waktu dari uang. Mereka harus benar-

benar melihat bahwa perusahaan mempunyai kekuasaan untuk mengelola masa depan (baca; risiko) dengan menentukan strategi pendanaan yang tepat. Ketelitian kita dalam menentukan biaya modal rata-rata tertimbang akan turut membangun akurasi keputusan investasi.

Subject Covered :

Financial Management Bachelor and Master Program, subject: Budgeting, Business Feasibility Study

Setting :

- **Geographic** : Indonesia
- **Industry** : Automotive

MERGERS AND ACQUISITIONS: "DOES IT REALLY MAKE US STRONGER THAN BEFORE?"

Aries Heru Prasetyo

Publication Date : 2019
Discipline : Finance
Source : PPM School of Management
Number : 053/RC-CCH/STM
2019/19 pages
Language : Indonesian

Kasus diawali dengan dialektika yang terjadi dalam aksi korporasi berlabel merger dan akuisisi. Dua tokoh utama dalam kasus yakni Tuan Andreas (seorang project analis dengan spesialisasi dalam merger dan akuisisi) dan Tuan Untung (seorang analis junior yang ditugaskan untuk memetakan kemungkinan dilakukannya akuisisi antara dua perusahaan telekomunikasi yakni TELCO A dan TELCO B). Kedua entitas berasal dari sektor yang sama dengan besaran TELCO A lebih tinggi dari B.

M&A bertujuan untuk menciptakan sinergi yang berujung pada kenaikan valuasi perusahaan yang melakukan aksi, namun sejumlah besar riset empiris menemukan simpulan yang berkebalikan. Di AS & UK lebih dari 80% proses M&A mengalami kegagalan dalam membangun sinergi. Tak hanya itu, pasca dua tahun setelah pengumuman, perusahaan bahkan mengalami penurunan valuasi.

Alhasil kondisi ini mempengaruhi potensi keuntungan yang menjadi target investor. Penelitian di Indonesia juga menunjukkan hasil senada. Sepuluh hari bursa baik sebelum maupun sesudah pengumuman diedarkan, tidak terjadi *abnormal return*. Fenomena inilah yang dipertimbangkan kedua analis di atas secara seksama.

Merger dan akuisisi merupakan aksi korporasi yang sangat strategis. Melalui kasus ini peserta harus memahami logika di balik aksi tersebut, pertimbangan kualitatif serta kuantitatif untuk membuktikan bahwa melalui prosedur yang tepat, merger dan akuisisi akan mampu membangun sinergi yang berujung pada peningkatan valuasi perusahaan yang mengakuisisi. Sehingga simulasi ini diharapkan dapat memicu minat peserta untuk memperoleh hasil kajian yang berbeda dengan simpulan yang mengusung spirit pesimisme atas aksi ini.

Subject Covered : ·

Financial Management Masters Program, subject: Merger and Acquisition, Company Valuation

Setting :

- **Geographic** : Indonesia
- **Industry** : Telecommunication

DATA MINING CONSULTANT: "A DELAYED HOPE"

Aries Heru Prasetyo

Publication Date : 2019

Discipline : Data Mining

Source : PPM School of Management

**Number : 055/RC-CCH/STM
2019/12 pages**

Language : Indonesian

Kasus ini berkisah tentang Galih Rahardjo yang baru dilantik menjadi Direktur Utama perusahaan konsultan manajemen, PT AG Sinergy. Perusahaan tersebut berdiri sejak tahun 2016. Saat ini sedang menghadapi tantangan besar, yaitu tantangan era Big Data. Mau tak mau jasa layanan konsultan pada kepemimpinan Galih harus bergerak ke arah itu. Untuk memperkuat daya saing, perusahaan berkomitmen memberikan layanan secara khusus pada lima bidang layanan yakni: uji kelayakan dan pemodelan keuangan, merancang rencana jangka panjang perusahaan, *lean supply chain management system*, merancang sistem pengelolaan risiko perusahaan, serta membangun dan mengelola sistem *knowledge management*.

Meski umur perusahaan masih tergolong muda, perusahaan telah menerapkan manajemen risiko dengan mengacu pada konsep *enterprise risk management*. Komite

manajemen risiko berkoordinasi cukup efektif dengan Direktur Keuangan dalam menata sistem pengelolaan risiko.

Perluasan skala bisnis membutuhkan kajian yang mendalam baik dari sisi kelayakan maupun penajaman sistem pengelolaan risiko. Melalui kasus ini peserta harus memahami logika di balik aksi tersebut, pertimbangan kualitatif serta kuantitatif untuk membuktikan bahwa melalui prosedur yang tepat, perluasan layanan ke data-mining akan mampu membangun sinergi yang berujung pada peningkatan valuasi perusahaan. Sehingga simulasi ini diharapkan dapat memicu minat peserta untuk memperoleh hasil kajian yang berbeda dengan simpulan yang mengusung spirit pesimisme atas aksi ini.

Subject Covered :

Financial Management Master Program, subject: Business Feasibility Study, Budgeting, Risk Management

Setting :

- **Geographic : Indonesia**
- **Industry : Multi Industries**

RISK MANAGEMENT: "BETWEEN ILLUSIONS AND NECESSITIES"

Aries Heru Prasetyo

Publication Date : 2019

Discipline : Risk Management

Source : PPM School of Management

**Number : 056/RC-CCH/STM
2019/15 pages**

Language : Indonesian

Kasus ini mengangkat realitas yang terjadi di Sinergy AAG Logistik (SAAGL). Kasus berawal ketika Direktur Utama diduga 'melewati' prosedur pengambilan keputusan investasi terkait pembelian kapal dan beberapa truk kontainer senilai 900 Milyar. Cuitan pertama yang bernada keras dilontarkan oleh Direktur Keuangan dan Perencanaan serta *General Manager* Operasi. Meski sebagai salah seorang pengambil keputusan strategis di SAAGL, Direktur Keuangan dan Perencanaan merasa bahwa ia tidak pernah diajak diskusi terkait rencana tersebut. Kemudian di tengah-tengah riuhnya suasana, Kepala Satuan Pengendalian Internal memunculkan opini perlunya perusahaan untuk menerapkan manajemen risiko secara formal.

Tak disangka, opini tersebut ternyata bergulir dan mulai berhasil menyita perhatian. Di mulai dari Nara, seorang manajer keuangan yang baru sekian tahun bergabung dengan perusahaan. Berbekal sertifikasi

manajemen risiko yang dimiliki, ia berupaya untuk menunjukkan obyektivitas penilaian terkait urgensi untuk menerapkan manajemen risiko secara formal.

Dalam perjalanan untuk mensosialisasikan ide tersebut, Nara dapat melihat bagaimana tingkat pemahaman manajemen risiko di dalam perusahaan, sejauh mana komitmen manajemen puncak terhadap perlunya pengelolaan risiko serta respon manajemen puncak atas ide implementasi ini. Akhirnya, kasus ditutup dengan mengajukan sebuah tanda tanya besar kepada Nara untuk menemukan cara terbaik guna memperkenalkan manajemen risiko di SAAGL. Dua referensi kerangka berpikir yakni ISO31000:2018 dan COSO digunakan oleh Nara sebagai pijakan berpikir dalam membangun sistem tersebut.

Subject Covered : .

Financial Management Master Program, subject: Business Feasibility Study, Budgeting and Risk Management

Setting :

- **Geographic : Indonesia**
- **Industry : Multi Industries**

PT PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION: "MAKE OVER: CHANNELING FOR THE NEXT GENERATION CUSTOMER"

Pepey Riawati Kurnia, Rike Penta Sitio & Martdian Ratnasari

Publication Date : 2019
Discipline : Marketing
Source : PPM School of Management
Number : 057/RC-CCH/STM
2019/20 pages
Language : Indonesian

Make Over merupakan produk kosmetik dari PT ParagonTechnology and Innovation (PTI), perusahaan kosmetik Indonesia yang berkembang pesat. Sejak peluncurannya di pasar kosmetik, Make Over dengan beragam jenis seri produk dan harga seperti Powerstay, Powerskin, Face Make Over dan lain sebagainya, memasarkan produk-produknya melalui berbagai channel penjualan yakni *make up store/independent store, modern trade, health and beauty store* dan *e-commerce*. Namun, tidak semua kinerja channel menggembarakan khususnya independent store (Independent Retail/IR) yang stagnan. Selain menghadapi pesaing-pesaingnya (LT Pro, Maybeline, Lakme, PAC, BLP, RR dan NYX), Make Over harus menghadapi perubahan generasi yang menjadi pasarnya di masa mendatang. Make Over memerlukan strategi distribusi pemasaran yang jitu untuk menghadapi stagnasi penjualan di IR dan perubahan generasi pasar di tiga tahun mendatang.

Kasus ini mengajak peserta untuk memahami keterkaitan konsep manajemen pemasaran atau strategi distribusi pemasaran dengan permasalahan yang terjadi di praktek bisnis sehari-hari, berpikir secara independen untuk mengasah keterampilan analisis dan memahami permasalahan yang ada berlandaskan pengetahuan yang telah dimiliki, memahami permasalahan utama kasus dan melengkapi bagian-bagian kasus yang memang tidak tersaji secara lengkap, memahami lebih mendalam tentang konsep hubungan strategi distribusi pemasaran, serta memahami konsep proses manajemen pemasaran dan pemasaran strategik yang bila dikelola dengan baik mampu menjadi sumber keunggulan bersaing perusahaan, khususnya divisi pemasaran.

Subject Covered :

- Bachelor and Master Program, subject: Marketing Management, Marketing Distribution Strategy
- Workshop

Setting :

- Geographic : Indonesia
- Industry : Cosmetic

PT BANK CENTRAL ASIA, TBK. : "OUTSMART DISRUPTION TO STAY RELEVANT IN BANKING INDUSTRY"

Wahyu Tri Setyobudi, Siti Nuraisyah Suwanda & Jeffrey Kurniawan

Publication Date : 2019
Discipline : Innovation, Strategic
Source : PPM School of Management
Number : 060/RC-CCH/STM
2019/44 pages
Language : English

PT Bank Central Asia Tbk (BCA) is the biggest private and prominent banks in Indonesia which focuses on the business of banking transaction as well as provision of loan facilities and financial solution for all segments of corporates. BCA constantly improves the variety and quality of its digital services. However, banking industry is confronted by several challenges, such as changes in customer trend and emergence of fintech (financial technology).

Fintech is essentially the combination of financial service and technology, which is organized by an entity or company, usually a startup company. When asked about the soaring existence of fintech companies, Jahja Setiaatmadja, President Director of BCA, said that fintech business does not threaten banking system because fintech transaction performed by the society is only a replacement of typical cash transaction. Jahja added that out of all transactions in fintech platform, only around 7-8% of them replace banking transaction. On the other hand, users

cannot be detached from banks. Although fintech is not a threat, BCA is still anticipating this trend. BCA feels the need to keep abreast of the phenomenon, to learn from fintech, and to enhance their service to the customers in order to improve customer's loyalty, by, among others, establishing a partnership with fintech.

After reading and analyzing the case, participant will be able to identify opportunity and threat of Indonesian banking industry, particularly in individual (retail/consumer) banking segment, explain existing business model of BCA's individual solution, develop and propose improvement/innovation to BCA's existing individual solution business model and strategy for future development, develop roadmap to implement the proposed business model and strategy, and also identify and analyse risk related to the implementation of the proposed business model and strategy.

Subject Covered :

- Business Management Bachelor and Master Program, subject: Strategic Management, Business Strategy and Transformation, Innovation Management, Digital Innovation and Disruption, Business Model Innovation
- Management Trainee in a banking company

Setting :

- Geographic : Indonesia
- Industry : Banking

PT SASA INTI : "CREATING BULL'S EYE MARKETING FOR SASA BUMBU KOMPLIT"

Aprihatiningrum Hidayati, Noveri Maulana & Lady Aprilia Carolina

Publication Date : 2020
Discipline : Marketing
Source : PPM School of Management
Number : 067/RC-CCH/STM
2020/27 pages
Language : Indonesian

SASA Bumbu Komplit, merupakan produk terbaru PT SASA Inti yang diluncurkan pada pertengahan tahun 2019. Marsha, Product Manager PT SASA Inti, beserta timnya sedang menghadapi tantangan baru pada strategi promosi produk tersebut di era digital saat ini. Walaupun promosi *online* sudah masif dilakukan, upaya tersebut belum berhasil untuk meningkatkan tingkat *brand awareness* dan *trial* produk SASA Bumbu Komplit sesuai dengan target yang diharapkan. Tak henti disitu, perusahaan dihadapkan pula oleh ketatnya persaingan dengan manufaktur yang memiliki *budget* promosi yang besar.

Menyikapi tantangan tersebut, Marsha dan tim perlu membentuk pesan komunikasi yang kuat untuk produk SASA Bumbu Komplit, meyakinkan konsumen tentang harga produk yang *reasonable* sehingga mendorong konsumen untuk mencoba produk tersebut,

dan mendesain strategi komunikasi pemasaran terintegrasi yang *out of the box & bull's eye*.

Kasus ini menyajikan strategi komunikasi pemasaran terintegrasi yang meliputi penentuan target audiens, objektif komunikasi, konten komunikasi, serta bauran komunikasi utama, baik online maupun offline yang segar dan *bull's eye* yang didasarkan pada riset konsumen yang dilakukan secara mendalam. Didalamnya juga menceritakan sejarah PT SASA Inti dari awal pendirian hingga saat ini, bauran strategi pemasaran, strategi komunikasi yang dilakukan saat ini, dan informasi mengenai kondisi eksternal yang meliputi industri, pasar beserta kompetitor. Adanya pertanyaan-pertanyaan di akhir kasus, dapat membantu peserta untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi SASA Bumbu Komplit.

Subject Covered :

- Business and Management, Economy, Communication, Industrial Engineering Bachelor and Master Program, subject: Marketing Management and Marketing Communication
- Workshop : Marketing Management for retail industry and Fast Moving Consumer Goods (FMCG)
- Management trainee in food company
- Manager, supervisor, staff, and sales for marketing division

Setting :

- Geographic : Indonesia
- Industry : Food

PT SORA KREATIF INFONESIA: "IMPROVE THE SYSTEM: GOOD PERFORMANCE, BECAUSE THERE'S A GOOD SYSTEM TOO"

Martdian Ratna Sari

Publication Date : 2020

Discipline : Accounting

Source : PPM School of Management

Number : 058/RC-CCH/STM
2020/22 pages

Language : Indonesian

Kasus ini menggambarkan berbagai masalah PT Sora Kreatif Indonesia, masalah yang dihadapi adalah terdapat berbagai kesempatan untuk membesarkan bisnis PT Sora Kreatif Indonesia, namun masih terkendala dengan berbagai sistem yang belum mumpuni di dalam perusahaan. Berbagai sistem yang belum mumpuni tersebut lambat laun akan menjadi penghambat dan membuka peluang besar akan terjadinya berbagai kecurangan.

Sistem PT Sora Kreatif Indonesia yang tidak mumpuni dimulai dari sistem yang sederhana seperti tidak adanya sistem informasi akuntansi untuk proses bisnis yang ada, baik secara keseluruhan maupun sistem akuntansi untuk masing-masing transaksi dalam divisi, serta tidak adanya sistem pengendalian internal guna memproteksi aset dan keuangan perusahaan.

Perkembangan bisnis yang kian meningkat ini menuntut PT Sora Kreatif Indonesia segera memperbaiki sistem yang ada, terlebih lagi sudah mulai bermunculan beberapa pesaing yang menggeluti bidang bisnis yang sama. Masalah internal lainnya terkait budaya kerja di PT Sora Kreatif Indonesia adalah masalah serius yang harus dihadapi perusahaan ini.

Beberapa pertanyaan yang harus diselesaikan yaitu, bagaimana sebaiknya sistem informasi akuntansi PT Sora Kreatif Indonesia baik secara keseluruhan maupun untuk setiap unit bisnis dibangun, dan bagaimana penerapan sistem pengendalian internal yang sebaiknya ada di PT Sora Kreatif Indonesia.

Subject Covered :

- Accounting Bachelor and Master Program, subject: Accounting Information System, Auditing, Internal Audit, Management Control System
- Workshop: Accounting and Audit

Setting :

- Geographic : Indonesia
- Industry : Digital Multimedia

PT INDO BERAS UNGGUL: "CLOSING 'INDO BERAS UNGGUL': IS IT THE RIGHT DECISION?"

Martdian Ratna Sari

Publication Date : 2020

Discipline : Management, Accounting, Business

Source : PPM School of Management

**Number : 059/RC-CCH/STM
2020/19 pages**

Language : Indonesian

Satuan Petugas Pangan menyegel gudang berisi 1.161 ton beras yang dituding sebagai beras oplosan antara beras premium dengan beras subsidi. Tak lagi mengenakan tuduhan mengoplos beras, Badan Reserse Kriminal (Bareskrim) Polri menuding PT IBU melakukan kecurangan terkait memproduksi dan memperdagangkan beras merek Maknyuss dan Ayam Jago dengan mutu yang tidak sesuai pada kualitas label produk.

Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (TPS Food) (AISA) didirikan pada tanggal 26 Januari 1990 dengan nama PT Asia Intiselera dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1990. Kantor pusat AISA berada di Gedung Plaza Mutiara, Lt. 16, Jl. DR. Ide Agung Gede Agung, Kav.E.1.2 No 1 & 2 (Jl. Lingkar Mega Kuningan), Jakarta Selatan 12950. Pabrik milik AISA tersebar diberbagai daerah. Lokasi pabrik mie kering, biskuit dan permen terletak di Sragen, Jawa Tengah. Usaha perkebunan kelapa sawit terletak di beberapa lokasi di Sumatera dan Kalimantan.

Usaha pengolahan dan distribusi beras terletak di Cikarang, Jawa Barat dan Sragen, Jawa Tengah.

Pada akhir Januari 2017, Pengadilan Negeri Bekasi menjatuhkan vonis bersalah kepada Direktur Utama PT IBU, Trisnawan W dan pada awal Februari, giliran Pengadilan Negeri Karawang menjatuhkan vonis bersalah kepada Direktur Utama PT JSR, Marsono. Kasus hukum yang menjerat dua anak perusahaan TPS ini membuat Sjangbirie Lioe selaku koordinator Finance TPS menghentikan kegiatan operasional PT IBU dan PT JSR.

Namun, apakah menutup lini bisnis beras yang begitu menguntungkan menjadi keputusan terbaik TPS? Mengingat bahwa bisnis ini merupakan bisnis yang sangat menjanjikan dan menguntungkan setiap tahunnya.

Subject Covered :

- **Bachelor and Master Program, subject: Business Ethics and Management Accounting**
- **Workshop: Effective Cost Management**

Setting :

- **Geographic : Indonesia**
- **Industry : Food**

PT TURBIN COAL MINING: "BERTAHAN DALAM HIMPITAN COVID-19"

Aries Heru Prasetyo

Publication Date : 2020
Discipline : Finance
Source : PPM School of Management
Number : 069/RC-CCH/STM
2020/16 pages
Language : Indonesian

Kasus ini berbicara tentang PT Turbin Coal Mining (selanjutnya disebut TCM), sebuah perusahaan tambang batu bara di Kalimantan Timur. Pada awal pendiriannya (1992) perusahaan ini merupakan hasil penanaman modal asing (PMA) dengan perusahaan dari Thailand. Selanjutnya pada tahun 2010 kepemilikan beralih kepada kelompok usaha dari Indonesia. Dalam pengelolaannya, dua tokoh yang diangkat di dalam kasus yakni Pak Candra (Direktur keuangan) dan Pak Judo (Manager operasi tambang) tampak tengah berdiskusi terkait munculnya sejumlah masalah yang mendera perusahaan khususnya di era pandemi Covid-19.

Seperti perusahaan tambang batu bara lainnya, kinerja keuangan TCM sangat dipengaruhi oleh harga komoditas di pasar global. Pada periode 2015 sampai akhir 2019 harga batu bara dapat dikatakan stabil di angka USD 70 per metrik ton. Namun sejak pertengahan 2019, harga batu bara cenderung menurun dari USD 76,90 per metrik ton ke tingkat USD 71,30 per metrik ton. Di tengah-tengah penurunan tersebut perusahaan harus berhadapan dengan pandemi Covid-19 yang cukup memporak porandakan industri ini.

Sejumlah pemain dunia terpaksa melakukan penutupan sementara lokasi tambang seraya menghentikan kegiatan produksi untuk menekan laju penyebaran pandemi. Hal yang sama juga menjadi opsi keputusan bagi TCM. Belum tuntas dengan masalah tersebut, perusahaan dihadapkan pada kesulitan modal kerja.

Selain harus menutup biaya operasional yang cukup besar, perusahaan juga harus melunasi kewajiban yakni membayar sebagian utang jangka panjang dari konsorsium Bank di Amerika Serikat yang terbit di tahun 2015 dan jatuh tempo di November 2020 ini. Pada kondisi nilai tukar Rupiah yang dipenuhi ketidakpastian serta kenyataan bahwa perusahaan belum memiliki sistem manajemen risiko yang formal, kedua aktor ini berusaha untuk menemukan jalan keluar terbaik.

Pada perkembangannya, suntikan modal diyakini sebagai jalan keluar terbaik, khususnya dalam situasi seperti ini. Namun mekanisme tersebut secara otomatis akan merubah struktur modal TCM. Oleh karenanya pertimbangan penentuan struktur modal harus didasarkan pada pertimbangan yang matang baik dari sisi kalkulasi kelayakan, risiko maupun konsekuensi yang akan ditanggung dari setiap alternatif.

Subject Covered :

- **Master Program, subject: Financial Risk Management**

Setting :

- **Geographic : Indonesia**
- **Industry : Coal**

PT ADI BUANA ABADI: "STRATEGI PENDANAAN DALAM KETIDAKPASTIAN: SEBUAH REFLEKSI PANDEMI COVID-19"

Aries Heru Prasetyo

Publication Date : 2020

Discipline : Finance

Source : PPM School of Management

Number : 070/RC-CCH/STM
2020/19 pages

Language : Indonesian

Kasus bermula dari kekhawatiran yang dialami oleh Pak Zaini sebagai pemilik sekaligus Direktur Utama PT Adi Buana Abadi (selanjutnya disebut ABA). Pandemi Covid-19 secara langsung berdampak pada ABA yang bergerak di bidang general trading, mengingat hampir semua produk yang dipasarkan di Indonesia merupakan impor dari Tiongkok. Belum tuntas dengan permasalahan Covid-19, perusahaan dihadapkan pada kewajiban untuk melunasi utang senilai USD 10 juta yang jatuh tempo di bulan Agustus 2020.

Selanjutnya di bulan yang sama, ABA juga harus menyiapkan dana ekstra sebesar USD 2 juta untuk mendanai proyek barunya. Dengan kondisi pelaksanaan kebijakan pembatasan sosial berskala besar yang berdampak pada pengurangan aktivitas di pelabuhan, nilai tukar Rupiah yang masih menunjukkan tanda-tanda pelemahan, kinerja perusahaan yang hanya berhasil mencapai 42% dari target bulan Maret hingga April, ketiadaan sistem manajemen risiko yang diterapkan secara formal dan belum adanya

pengalaman dalam melakukan aktivitas lindung nilai, maka Zaini berpandangan bahwa ia harus melakukan restrukturisasi keuangan dan organisasi secara bertahap.

Di tengah-tengah kegalauan tersebut, Zaini memperoleh tawaran dari sahabat saat kuliah dulu, Agustinus, untuk menyuntik dana senilai USD 15 juta namun dengan permintaan pengakuan porsi 10% kepemilikan ABA. Tawaran ini dipandang sebagai peluang emas untuk melakukan restrukturisasi keuangan mengingat rasio solvabilitas perusahaan sudah berada di atas 100% sejak 2017. Namun menerima tawaran tersebut berarti ABA harus mengalami perubahan kepemilikan. Zaini yang tadinya berposisi sebagai pemilik tunggal harus bermitra dengan Agustinus.

Tak hanya itu, ia meyakini bahwa Agustinus juga akan meminta posisi di dewan Direksi. Kekhawatiran inilah yang membuat Zaini memerlukan partner untuk berpikir dalam merumuskan strategi restrukturisasi yang terbaik dan menguntungkan dirinya sebagai pemilik dan ABA.

Subject Covered :

- **Master Program, subject: Financial Management**

Setting :

- **Geographic : Indonesia**
- **Industry : General Trading**

PT BLUE BIRD TBK.:

"BERTAHAN DAN BERTUMBUH MELALUI PANDEMI"

Ningky Sasanti Munir

Publication Date : 2020

Discipline : Strategic, Transformation

Source : PPM School of Management

Number : 074/RC-CCH/STM
2020/24 pages

Language : Indonesian

Sejak pandemi *Corona Virus Disease* 2019 atau Covid-19 melanda dunia akhir tahun 2019, termasuk Indonesia, ketentuan penguncian wilayah atau *lockdown* diberlakukan dengan ketat. Pusat-pusat kegiatan, sekolah, mal, dan gedung perkantoran ditutup, aktivitas didalamnya otomatis terhenti. Hal ini tidak hanya terjadi di wilayah ibu kota, melainkan di seluruh wilayah Indonesia. Diharapkan penguncian dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) akan mengurangi atau bahkan menghentikan laju penularan infeksi Covid-19.

Pandemi Covid-19 berdampak kepada penurunan pendapatan PT Blue Bird, Tbk. (BIRD). Bulan Maret 2020, pendapatan bersih BIRD langsung turun 50 persen. Sementara April 2020 langsung turun 70 persen. Dalam Laporan Keuangan Sepanjang semester I 2020, BIRD mencatatkan rugi bersih selama semester I-2020 mencapai Rp 93,67 miliar dibandingkan dengan periode semester I tahun sebelumnya yakni masih mencatat laba bersih Rp 158,37 miliar.

Penurunan laba terjadi karena pendapatan bersih BIRD semester I 2020 mencapai Rp 1,15 triliun, turun 40% dari periode yang sama tahun sebelumnya Rp 1,91 triliun. Harga saham BIRD pun meluncur turun dari Rp 2800 tanggal 1 Agustus 2019 menjadi Rp 1150 tanggal 3 Agustus 2020. Pandemi belum akan berakhir dalam waktu dekat, bahkan belum tentu juga dalam waktu setahun yang akan datang. Pada pertengahan Juli 2020, Organisasi kesehatan dunia *World Health Organization* (WHO) mengatakan, bahkan bila vaksin pun ditemukan di awal 2021, diperlukan minimal dua tahun untuk menghentikan pandemi. Dan kemungkinan besar, kehidupan normal yang kita kenal sebelum pandemi tidak akan pernah kembali. Menghadapi ketidakpasti yang luar biasa ini, yang harus dilakukan BIRD untuk menghadapi ketidakpastian karena pandemi ini?

Subject Covered :

- Management Bachelor Program, subject: Strategic Management
- Management Master Program, subject: Strategic Management, Strategic Transformation

Setting :

- Geographic : Indonesia
- Industry : Transportation

BALI UNITED: "IPO KLUB SEPAKBOLA PROFESIONAL PERTAMA DI ASIA TENGGARA"

Hendra Ridwandhana

Publication Date : 2020

Discipline : Business

Source : PPM School of Management

Number : 075/RC-CCH/STM
2020/14 pages

Language : Indonesian

Senin, 18 Februari 2019, tepat 5 Tahun setelah Yabes Tanuri melalui PT Bali Bintang Sejahtera (BBS) mengakuisisi Putra Samarinda dan memindahkannya ke pulau dewata dan mengubahnya menjadi Bali United. Yabes mencermati proposal Katharine, *Business Director*. Dalam proposal Katharine, Bali United setidaknya membutuhkan pendanaan sebesar Rp 350 milyar untuk ekspansi usaha. Dana tersebut rencananya akan digunakan untuk beberapa rencana seperti: belanja modal berupa pengembangan fasilitas akademi, ekspansi outlet *merchandise* Bali United Store, Playland dan CRM untuk fans, dan penguatan struktur permodalan anak usaha, serta pembelian pemain dan juga penyelenggaraan *event*.

Yabes kemudian memikirkan beberapa alternatif pendanaan yang mungkin dilakukan. Sebagai pemain lama dalam industri pasar modal Indonesia Yabes memikirkan untuk membawa Bali United menjadi klub Asia Tenggara pertama yang melakukan *initial public offering* saham di Bursa Efek Indonesia.

Subject Covered :

- **Management Master Program, subject: Corporate Valuation**

Setting :

- **Geographic** : Indonesia
- **Industry** : Sport

CREWDIBLE: "MENYONGSONG ASA UKM MELALUI AUTOMASI PERGUDANGAN"

Teguh Bagus Surya

Publication Date : 2020

Discipline : Operation

Source : PPM School of Management

Number : 076/RC-CCH/STM
2020/ 17 pages

Language : Indonesian

Dhana Galindra, mendirikan perusahaan rintisan bernama Crewdible pada 2017 lalu, dengan optimisme bahwa pertumbuhan bisnis daring akan semakin pesat. Sebagai CEO dan Founder. Ia yakin perkembangan bisnis daring juga berdampak positif pada sektor ekonomi lainnya, salah satunya adalah logistik dan pergudangan. Oleh karena itu, ia meluncurkan Crewdible yang berfokus pada layanan pergudangan mikro yang efisien dan terjangkau bagi pelaku bisnis daring UKM serta membantu mitra untuk meningkatkan utilisasi ruang kosong mereka.

Pandemi Covid-19 membuat volume jual beli daring semakin meningkat. Hal ini berdampak pada trafik pengiriman dan pergudangan. Namun ia masih belum puas dengan kinerja pergudangan di bawah naungan platformnya. Saat ini, rata-rata mitra Crewdible hanya memiliki tingkat *fulfillment* sebesar 8 paket per hari, yang melewati proses *inbound*, *outbound*, *packaging*, dan administrasi. Ia menargetkan setidaknya kinerja mitra dapat mencapai 15 paket per hari, dengan hasil yang konsisten.

Dhana memiliki rencana besar untuk mengembangkan *automated warehouse* guna merespons permintaan layanan pergudangan yang semakin meningkat.

Namun demikian, ia masih belum memiliki gambaran utuh bagaimana mengimplementasikan rencana ini dengan kondisi mitra yang tersebar dan beragam. Terlebih lagi, tidak semua mitra bekerja secara penuh waktu mengelola gudang.

Crewdible baru saja memperoleh pendanaan Pra-Seri A dari Global Founders Capital (GFC) sebesar Rp 21 miliar pada November 2019 lalu. Per November 2019, Crewdible telah melayani sekitar 4.000 penjual dan memiliki total 60 gudang dengan perincian 60% berada di Jabodetabek, 30% di Jawa dan 10% luar Jawa. Adapun total barang yang tersedia sebanyak tiga juta item barang. Ia optimis pertumbuhan ini akan menarik bagi investor. Namun, untuk menggalang pendanaan berikutnya, ia harus membuat justifikasi dari segi proses bisnis dan biaya untuk peningkatan kinerja dan automasi pergudangan.

Subject Covered :

- **Business Management Bachelor Program, subject: Production Planning, Inventory Control**
- **Management Master Program, subject: Supply Chain Management**

Setting :

- **Geographic** : Indonesia
- **Industry** : Logistic

ANTERAJA: "DELIVERING HAPPINESS THROUGH SEAMLESS TECHNOLOGY"

Noveri Maulana, Annisa Dwiyanana & Rike Penta Sitio

Publication Date : 2021

Discipline : Marketing

Source : PPM School of Management

Number : 077/RC-CCH/STM
2021/ 14 pages

Language : Indonesian

Gempuran pandemi Covid-19 membuat industri logistik Indonesia cukup terdampak, namun di sisi lain, sub-industri jasa pengiriman berbasis teknologi justru mengalami peningkatan hingga 30%. Hal ini pula yang ditunjukkan oleh Anteraja, salah satu pemain baru dalam industri jasa pengiriman berbasis teknologi di Indonesia. Sebagai sebuah usaha rintisan yang berdiri sejak Maret 2019 silam, Anteraja sudah mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

Pada kuartal II 2020 silam, Anteraja mampu mengirimkan 300.000 paket per hari di seluruh Indonesia. Hal ini menunjukkan pertumbuhan yang sangat baik bagi sebuah usaha rintisan yang baru berumur satu tahun. Tingkat pertumbuhan Anteraja tidak hanya dilihat dari pendapatan semata, tetapi juga dari jumlah kurir yang awalnya berjumlah 50 orang bertambah menjadi 9.000 orang di berbagai kota di Indonesia. Jumlah paket yang diantarkan pun bertambah hanya dalam jangka waktu sembilan bulan sejak didirikan, dari empat paket per hari mencapai total

100.000 paket per Desember 2019 dan melonjak tajam menjadi rata-rata 300.000 paket per hari dan puncaknya hingga 550.000 paket per hari pada Desember 2020 silam.

Pada Maret 2021, Anteraja memasuki tahun kedua dalam petualangan bisnisnya. Pemegang saham dan induk usaha yang tergabung di dalam Triputra Group tentunya menaruh harapan besar pada kinerja Anteraja yang semakin membaik. Sekarang, tantangan terbesar ada di pundak Leonardus Ramba, *Head of Marketing* Anteraja. Perluasan segmen pasar menjadi pekerjaan rumah yang harus segera ditangani oleh Leo dan tim pemasaran. Jika selama ini Anteraja fokus beroperasi pada pasar *e-commerce*, UMKM, dan jasa kurir untuk mitra korporasi, tahun kedua ini Anteraja diharapkan mampu memperluas pasar pada segmen retail individu atau pasar *consumer to consumer* (C2C) melalui aplikasi. Bagaimana cara Leo untuk memperluas target pasar pada segmen baru ini? Ini lah poin utama dari kasus bisnis tersebut.

Subject Covered :

- Bachelor Program, subject: Management, Marketing, Entrepreneurship, Marketing Communication, Advertising
- Management Master Program
- Management Trainee in a logistic company
- Marketing Team in a logistic company
- Manager and Supervisor of Marketing and Sales Division

Setting :

- Geographic : Indonesia
- Industry : Logistic

PT KBC: "KOORDINASI RANTAI PASOK"

Rosa Sekar Mangalandum

Publication Date : 2021
Discipline : Marketing
Source : PPM School of Management
Number : 078/RC-CCH/STM
2021/ 26 pages
Language : Indonesian

PT KBC adalah manufaktur cat yang telah berdiri sejak tahun 1977 dan kini dikelola oleh pemegang saham dari Jepang dan Indonesia. PT KBC berada dalam industri yang potensial, namun kompetitif. Dalam kondisi demikian, PT KBC memiliki visi untuk menjadi pemain tiga besar dalam industri cat domestik. Pada kenyataannya, PT KBC tertinggal dari kompetitor dalam kekuatan brand dan kemajuan rantai pasok.

Pencapaian visi PT KBC terganjal oleh beberapa masalah antara lain biaya manufaktur, sediaan, transportasi, dan tenaga kerja produksi meningkat hingga 10 kali lipat; ada banyak piutang yang telah jatuh tempo, namun belum diterima oleh PT KBC; pemenuhan pesanan seringkali terlambat dan tingkat ketersediaan produk PT KBC di pasaran menurun; hubungan rantai pasok antara PT KBC dengan pemasok, agen bahan bangunan, dan toko tradisional memburuk

Masalah besar ini membuat *Vice President Director* PT KBC geram. Beliau menugaskan Kepala Departemen Plant untuk menginvestigasi penyebab masalah dan mengusulkan upaya perbaikan. Beliau menginginkan hasil analisis dipresentasikan pada rapat direksi.

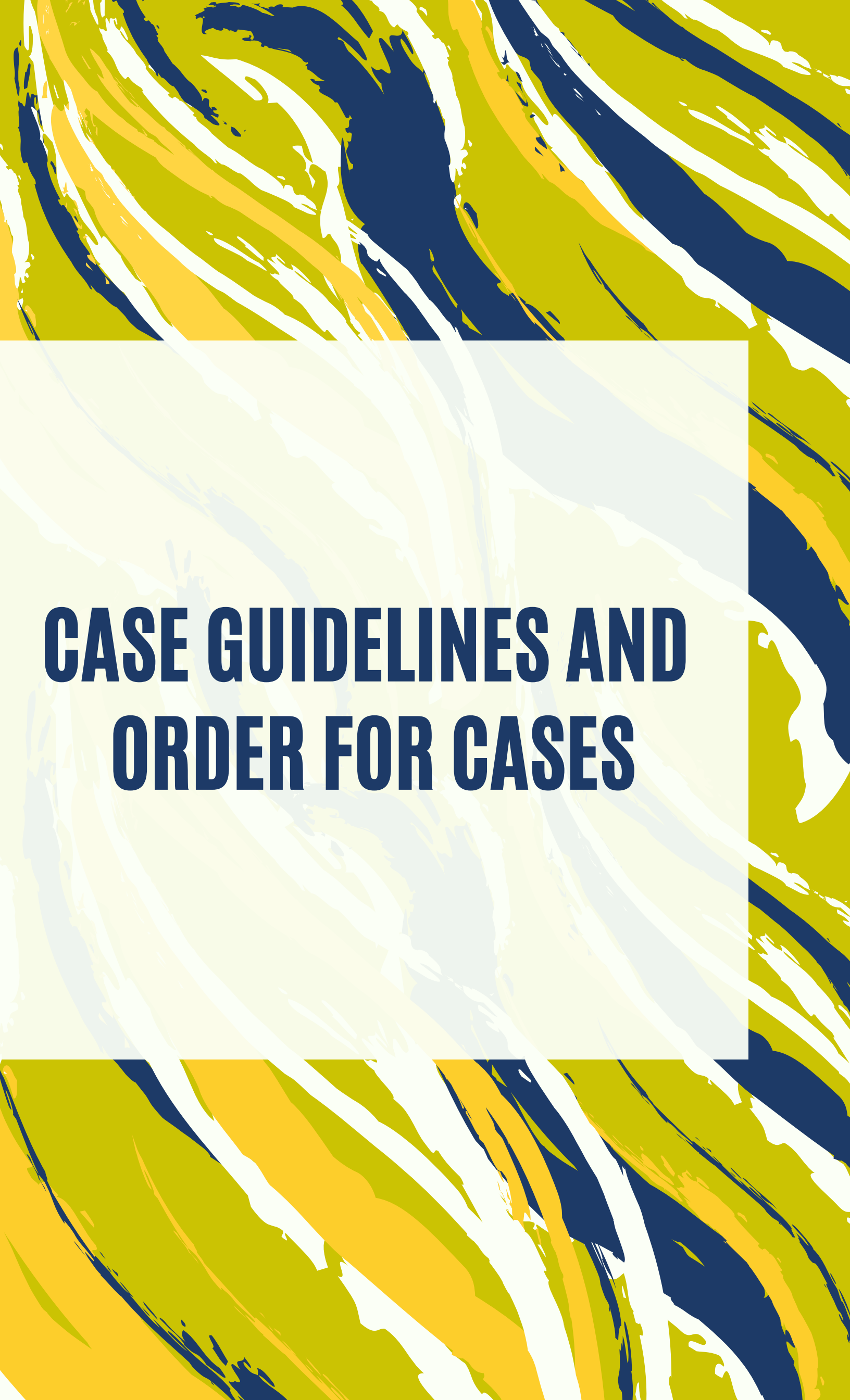
Perbaikan terhadap koordinasi rantai pasok akan berdampak positif terhadap penurunan biaya rantai pasok, percepatan lead time, dan peningkatan ketersediaan secara langsung. Secara tidak langsung, perbaikan koordinasi rantai pasok dapat memberikan manfaat bagi pencapaian posisi tiga besar di industri cat Nusantara.

Subject Covered :

- Master Program, subject: Operations Management
- Workshop: Supply Chain Management
- Management Trainee in a paint and coating company

Setting :

- Geographic : Indonesia
- Industry : Paint and Coating



CASE GUIDELINES AND ORDER FOR CASES

CASE WRITING GUIDELINES

In management learning, a case provides information that is useful for participants to identify strategic issues, analyse organizational/corporate/industrial situation, hence leading to the selection of alternative corporate decision and action plan. Through the case, it is expected that the participants are able to drill their skills in working out actual business issues to which the management concept and theory are applied.

The case writing in PPM School of Management is divided into 3 (three) categories as follows:

Category A Case

- Data Source : Data originates from published secondary sources only (no release statement).
- Number of Pages : Maximum 6 (six) pages (excluding attachments), typed using 1.5 spacing and font Arial 12" size.
- Coverage : The discussion covers a simple management concept.
- Complexity : The implementation of an approach or the use of a formula (calculation method).
- Supporting Data : Teaching Note.

Category B Case

- Data Source : Data comes from published secondary sources (no release statement), or primary and secondary data (requires release statement).
- Number of Pages : Minimum of 10 (ten) pages (excluding attachments), typed using 1.5 spacing and font Arial 12" size.
- Coverage : The discussion covers at least one management concept consisting of several variables.
- Complexity : The implementation of one or more approaches or the use of a formula (calculation method). There is an optimum decision to be made with a trade off.
- Supporting Data : Teaching Note.

Category C Case

- Data Source : Data comes from published secondary sources (no release statement), or primary and secondary data (requires release statement).
- Number of Pages : Minimum of 12 (twelve) pages (excluding attachments), typed using 1.5 spacing and font Arial 12" size.
- Coverage : The discussion covers several management concepts.
- Complexity : The implementation of several approaches or the use of a formula (calculation method). The level of complexity is high. There is an optimum decision to be made with a trade off.
- Supporting Data : Teaching Note.

The Writing consists of:

1. **Introduction** (name and position, writing point of view, company profile, type of industry, synopsis of the issue).
2. **Body** (company's history, products generated, distribution (just in time), supply chain management, presentation of situational issues).
3. **Closing** (future outlook).

Addition

Some items that must be present in a case:

1. An opening paragraph containing the existing critical issues and contradiction that require analysis and problem-solving, has been focused from the case lead used in the case writing.
2. A situation built by presenting the main character/role. The case portrays time, characters, issues and decision making.
3. Provided with teaching objectives and necessary data/information.
4. Provided with type of cases, topics or problems to be identified, and writing point of view (from whose perspective the case is written).
5. Furnished with teaching notes for class-room presentation.

ORDER FOR CASES

RESEARCH CENTER AND CASE CLEARING HOUSE (RC-CCH) PPM SCHOOL OF MANAGEMENT

Case-based learning is an effective learning method mainly for management field of study, as implemented PPM School of Management.

Interested parties outside PPM Manajemen may order for RC-CCH cases under the following

terms and conditions:

1. The order is done by completing the Order Form.
2. The order form can be obtained upon request via email to [rc_cch@ ppm-manajemen.ac.id](mailto:rc_cch@ppm-manajemen.ac.id).
3. The completed order form must mention the number of case copies requested in accordance with the number of case learning participants, minimum 5 (five) copies of the case.
4. The ordered case will be delivered upon approval of the order after all necessary data have been readily available and the payment has been settled.
5. The price of RC-CCH case is Rp 200.000 (two hundred thousand rupiah) per copy.
6. Payment made by transfer to:
 - BCA account number 686-003-8801 (Kwitang branch) on behalf of Yayasan Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, or
 - Mandiri account number 103-00-8528858-3 (Thamrin branch) on behalf of Yayasan Pendidikan dan Pembinaan Manajemen.
7. The ordered case will be delivered along with Teaching Note where applicable.

RC-CCH

**RESEARCH CENTER AND CASE CLEARING HOUSE
PPM SCHOOL OF MANAGEMENT**

Jl. Menteng Raya No. 9-19 Jakarta Pusat

Contact Person : Gita (0877-7291-7456)

email: rc_cch@ppm-manajemen.ac.id

ppm.rccch@gmail.com

website: www.ppm-manajemen.ac.id