|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **LOGO UNIBA** | **UNIVERSITAS BALIKPAPAN****FAKULTAS EKONOMI****PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN** | **Kode Dokumen** |
| **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (Mulai Angkatan 2021)** |
| **MATA KULIAH (MK)** | **KODE** | **Rumpun MK** | **BOBOT (sks)** | **SEMESTER** | **Tgl Penyusunan** |
| **MANAJEMEN PEMASARAN** | 1064013429 |  | **T=3** | **P=0** | 4 | 15 Juli 2021 |
| **OTORISASI** | **Pengembang RPS** | **Koordinator RMK** | **Ketua PRODI** |
|  | C. Prihandoyo, S.E., M.M. | Nadi Hernadi Moorcy, S.E., M.M. |
| **Capaian Pembelajaran (CP)** | **CPL-PRODI yang dibebankan pada MK**  |  |
| CPL 1 | Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya.(KU1) |
| CPL 2 | Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur. (KU2) |
| CPL 3 | Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni, menyusun deskripsi saintifik hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi. (KU3) |
| CPL 4 | Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data. (KU5) |
| CPL 5 | Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya. (KU7) |
| CPL 6 | Mampu melaksanakan fungsi organisasi (pemasaran, operasi, sumber daya manusia, keuangan, dan strategi) pada level operasional di berbagai tipe organisasi. (KK2) |
| CPL 7 | Menguasai konsep teoritis, metode dan perangkat analisis fungsi manajemen (perencanaan, pelaksanaan, pengarahan, pemantauan, evaluasi, dan pengendalian) dan fungsi organisasi (pemasaran, sumber daya manusia, operasi, dan keuangan) pada berbagai jenis organisasi.(P1) |
| **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)** |
| CPMK 1 | Setelah mengikuti mata kuliah ini, Mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan diharapkan Mahasiswa akan mampu menguasai berbagai falsafah teori dan prinsip dasar pemasaran sehingga dapat menganalisis kaitan pemasaran dengan akuntansi dan implikasinya terhadap pola perhitungan dari konsep pemasaran yang efektif. |
|  | **Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)** |  |
| Sub-CPMK 1 | Diseminasi kontrak perkuliahan |
| Sub-CPMK 2 | Mahasiswa mampu menerangkan Konsep Teori Manajemen Pemasaran. |
| Sub-CPMK 3 | Mahasiswa mampu menerangkan tentang Perkembangan Aspek Manajemen Pemasaran. |
| Sub-CPMK 4 | Mahasiswa mampu menerangkan tentang Bauran Pemasaran |
| Sub-CPMK 5 | Mahasiswa mampu menjelaskan berkaitan dengan Bauran Pemasaran. |
| Sub-CPMK 6 | Mahasiswa mampu menerangkan konsep Strategi Pemasaran. |
| Sub-CPMK 7 | Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Konsep Pemasaran Inti |
| Sub-CPMK 8 | UTS |
| Sub-CPMK 9 | Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai perbedaan Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran |
| Sub-CPMK 10 | Mahasiswa mampu menerangkan Peran Fundametal Of Selling |
| Sub-CPMK 11 | Mahasiswa mampu menjelaskan Komunikasi dalam Pemasaran |
| Sub-CPMK 12 | Mahasiswa mampu menjelaskan Manajemen Pemasaran Jasa. |
| Sub-CPMK 13 | Mahasiswa mampu menerangkan Konsep Personal Selling. |
| Sub-CPMK 14 | Mahasiswa mampu membuat kesimpulan seluruh materi. |
| Sub-CPMK 15 | - |
| Sub-CPMK 16 | UAS |
|  | **Korelasi CPMK dengan Sub CPMK:** |
| **Deskripsi Singkat MK** | Pada perkembangannya, pemasaran telah menjadi semakin modern dan kompleks. Berbagai faktor telah mempengaruhinya, sehingga membutuhkan perhatian tersendiri dari para pelaku pemasaran agar dapat menyikapi dengan bijaksana. Dengan demikian untuk mendesain suatu konsep bagaimana memanage pemasaran yang ideal dibutuhkan ilmu manajemen pemasaran yang merupakan system pengetahuan, dengan pengetahuan itu manusia dapat mengetahui struktur tata pemasaran, strategi penyelesaian konflik dalam manajemen pemasaran, komunikasi pemasaran sehingga mampu menerapkan prinsipprinsip bauran pemasaran secara tepat. Mata kuliah ini akan memberikan beberapa materi yang terkait dengan analisis manajemen pemasaran secara komprehensif, yang meliputi: Pengertian Teori Manajemen Pemasaran, Perkembangan Aspek Manajemen Pemasaran, Bauran Pemasaran, Strategi Pemasaran, Konsep Pemasaran Inti, Perbedaan Konsep Penjualan Dengan Pemasaran, Fundamental of Selling, Komunikasi pemasaran, Manajemen Pemasaran Jasa, Personal Selling. |
| **Bahan Kajian: Materi Pembelajaran** |   |
| **Pustaka** | **Utama :** |  |
| 1. Shimp, Terrence.2006.Marketing&Promotion.London:Routledge, 2006.
2. Charles M. Futrell.2015. Fundamentals of Selling.Ninth Edition.USA, 2015
3. SL Gupta.2010. Sales and Distribution Management.USA, 2010
4. Gobe, March. 2003.Emotional Branding, Erlangga. Jakarta 2003
 |
| **Pendukung :** |  |
| - |
| **Dosen Pengampu** | C. Prihandoyo, S.E., M.M. |
| **Matakuliah syarat** |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mgg ke-** | **Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)** | **Penilaian** | **Bantuk Pembelajaran,Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa,** | **Materi Pembelajaran** | **Bobot Penilaian (%)** |
|  |  | **Indikator** | **Kriteria & Bentuk** | **Luring (*Offline*)****(Metode Kognitif)** | **Daring (*online)*** |  |  |
| **(1)** | **(2)** | **(3)** | **(4)** | **(5)** | **(6)** | **(7)** | **(8)** |
| **1.** | Diseminasi kontrak perkuliahan | - | - | Diskusi dan Ceramah1x150 menit | Contextual Learning | - | 5% |
| **2.** | Mahasiswa mampu menerangkan Konsep Teori Manajemen Pemasaran. | Mahasiswa paham tentang ;1. Menguraikan Konsep Dasar Teori Pemasaran
2. Menguraikan Pengertian Teori
3. Menjelaskan pengertian Pemasaran
4. Menguraikan Pengertian Teori Manajemen Pemasaran
 | **Jenis:**Kuis.**Kriteria:**Kesesuain jawaban yang diberikan | Melalui pembelajaran SGD1x150 menit | Contextual Learning | Materi:1. Konsep Dasar Teori Manajemen Pemasaran
2. Pengertian Teori
3. Pengertian Manajemen
4. Pengertian Teori Pemasaran

**Pustaka:**Buku Pendukung | 5% |
| **3.** | Mahasiswa mampu menerangkan tentang Perkembangan Aspek Manajemen Pemasaran. | Mahasiswa paham tentang ;1. Menguraikan perkembangan aspek pemasaran
2. Menjelaskan teori Konsep Pemasaran Inti
3. Menjelaskan Konsep Markets
4. Menjelaskan konsep Value and Satisfaction.
 | **Jenis:**Kuis**Kriteria:**Kesesuain jawaban yang diberikan | Melalui pembelajaran SGD1x150 menit | Contextual Learning | Materi:1. Perkembangan aspek pemasaran
2. Teori pemasaran inti
3. Teori Konsep Markets
4. Teori Value and Satisfaction

**Pustaka:**Buku Pendukung | 5% |
| **4.** | Mahasiswa mampu menerangkan tentang Bauran Pemasaran | Mahasiswa paham tentang ;1. Menguraikan tentang konsep 4P
2. Menguraikan fungsi dan metode 4P
3. Menjelaskan Mengenai Produk
4. Menguraikan Tipe Produk dan Daur Hidup Produk
5. Menjelaskan metode penetapan Price
 | **Jenis:**Kuis**Kriteria:**Kesesuain jawaban yang diberikan | Melalui pembelajaran SGD1x150 menit | Contextual Learning | Materi:1. Pengertian dan Konsep 4P
2. Fungsi dan Metode 4P
3. Bentuk -Bentuk dlm Produk
4. Tipe Produk dan Daur Hidup Produk
5. Bentuk -Bentuk dlm penetapan harga

**Pustaka:**Buku Pendukung | 5% |
| **5.** | Mahasiswa mampu menjelaskan berkaitan dengan Bauran Pemasaran. | Mahasiswa paham tentang ;1. Menjelaskan system dasar penetapan Price
2. Menjelaskan pendekatan dan tujuan dalam penetapan Promosi
3. Menjelaskan Strategi Promosi
4. Menjelaskan konsep Place/Distribusi
5. Menjelaskan Konsep Saluran Place/Distribusi dan Faktor yang mempengaruhi Place/ Distribusi
 | **Jenis:**Kuis**Kriteria:**Kesesuain jawaban yang diberikan | Melalui pembelajaran SGD1x150 menit | Contextual Learning | Materi:1. Pengertian Sistem Dasar Price, Promosi
2. Pendekatan system dan Teori Promosi, Place
3. Bauran Pemasaran sebagai suatu sistem dalam penunjang pemasaran yang tepat

**Pustaka:**Buku Pendukung | 5% |
| **6.** | Memahami Metodologi Studi Islam | a. Menjelaskan gambaran tentang metodologi studi Islam b. Menguraiakan perkembangan studi Islam c. Menguraikan pendekatan dalm studi Islam | **Jenis:**Kuis**Kriteria:**Kesesuain jawaban yang diberikan | Melalui pembelajaran SGD1x150 menit | Contextual Learning | Materi:1. Pengertian strategi pemasaran
2. Faktor yang mendasari keunggulan program
3. Problem Solving by data
4. Pembuatan estimasi biaya dan data
5. Menjelaskan menganalisa data dan strategi.

**Pustaka:**Buku Pendukung | 5% |
| **7.** | Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Konsep Pemasaran Inti | Mahasiswa paham tentang ;1. Menjelaskan tentang konsep pemasaran Inti
2. Meguraikan pemahaman markets, needs and demand
3. Menjelaskan mengenai exchange, transaction, Production.
4. Menjabarkan faktorfaktor yang mempengaruhi Value Satisfaction
 | **Jenis:**Kuis**Kriteria:**Kesesuain jawaban yang diberikan | Melalui pembelajaran SGD1x150 menit | Contextual Learning | Materi:1. Efektivitas pemasaran Inti
2. Pengukuran markets, needs and demand
3. Pendekatan Exchange, Transaction, and Production
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Value Satisfaction

**Pustaka:**Buku Pendukung | 10% |
| **8.** | UTS |  | Kriteria: Test terstruktur  |  |  |  | 15% |
| **9.** | Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai perbedaan Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran | Mahasiswa paham tentang ;1. Menerangkan Konsep Penjualan
2. Menguraikan Konsep Pemasaran
3. Menjelaskan ketidakpastian Penjualan dan Pemasaran
4. Menerangkan pengaruh Penjualan dan Pemasaran
 | **Jenis:**Kuis**Kriteria:**Kesesuain jawaban yang diberikan | Melalui pembelajaran SGD1x150 menit | Contextual Learning | Materi:1. Pengertian konsep penjualan
2. Konsep pemasaran
3. Ketidakpastian penjualan dan pemasaran
4. Pengaruh Lingkungan konsep penjualan dan pemasaran

**Pustaka:**Buku Pendukung | 5% |
| **10.** | Memahami Kegiatan Ekonomi dalam Perspektif Islam | Mahasiswa mampu menerangkan Peran Fundametal Of Selling | **Jenis:**Kuis**Kriteria:**Kesesuain jawaban yang diberikan | Melalui pembelajaran SGD1x150 menit | Contextual Learning | Materi:1. Peran Time, Teritory, Self Management
2. Pemanfaatan Teknologi Dalam Element of Time, Self Management, Teritory
3. Penerapan Teknologi Dalam penerapan Customer Evaluation

**Pustaka:**Buku Pendukung | 5% |
| **11.** | Mahasiswa mampu menjelaskan Komunikasi dalam Pemasaran | Mahasiswa paham tentang ; 1. Menjelaskan pengertian komunikasi
2. Menguraikan unsur-unsur komunikasi
3. Menguraikan penyaluran ide
4. Menjelaskan hambatan-hambatan komunikasi
5. Menguraikan klasifiks komunikasi dalam pemasaran
 | **Jenis:**Kuis**Kriteria:**Kesesuain jawaban yang diberikan | Melalui pembelajaran SGD1x150 menit | Contextual Learning | Materi:1. Pengertian komunikasi
2. Unsur-Unsur Komunikasi
3. Penyaluran Ide Melalui Komunikasi
4. Hambatan-Hambatan Komunikasi
5. Klasifikasi Komuniks Dalam Pemasaran.

**Pustaka:**Buku Pendukung | 5% |
| **12.** | Mahasiswa mampu menjelaskan Manajemen Pemasaran Jasa. | Mahasiswa paham tentang ; 1. Menjelaskan perencanaan media
2. Menguraikan Marketing PR
3. Menguraikan factor yg menentukan iklim Pemasaran Jasa
4. Menjelaskan mengukur iklim Jasa
 | **Jenis:**Kuis**Kriteria:**Kesesuain jawaban yang diberikan | Melalui pembelajaran SGD1x150 menit | Contextual Learning | Materi:1. Pengertian Iklim Pemasaran Jasa
2. Dimensi Iklim Pemasaran Jasa
3. Faktor Yang Menentukan Iklim Pemasaran Jasa
4. Mengukur Iklim Pemasaran Jasa

**Pustaka:**Buku Pendukung | 5% |
| **13.** | Mahasiswa mampu menerangkan Konsep Personal Selling. | Mahasiswa paham tentang ; 1. Menjelaskan Konsep Personel Selling
2. Menerangkan mengelola perubahan Personal Selling
3. Mendeskripsikan pengendalian personel selling
4. Menguraikan proses pengendalian dalam personel selling
5. Menjelaskan masalah dalam personel selling
6. Menguraikan strategi atau penolakan
 | **Jenis:**Kuis**Kriteria:**Kesesuain jawaban yang diberikan | Melalui pembelajaran SGD1x150 menit | Contextual Learning | Materi:1. Pengertian Perubahan P. Selling
2. Mengelola Perubahan P. Selling
3. Pengendalian Perubahan P.Selling
4. Proses Pengendalian Dalam P. Selling
5. Masalah Dalam Personel Selling
6. Strategi Mengatasi Masalah atau Penolakan personel selling

**Pustaka:**Buku Pendukung | 5% |
| **14.** | Mahasiswa mampu membuat kesimpulan seluruh materi. | Mahasiswa paham tentang ; Menjelaskan materimateri yang sudah pernah disampaikan | **Jenis:**Kuis**Kriteria:**Kesesuain jawaban yang diberikan | Melalui pembelajaran SGD1x150 menit | Contextual Learning | Materi;Review**Pustaka:**Buku Pendukung | 5% |
| **15.** | - | - | **-** | Diskusi kelompok kecil, Tanya jawab 1x150 menit | Contextual Learning | - | 10% |
| **16.** | UAS |  | Bentuk Penilaian : Tes |  |  |  | 15% |

Balikpapan, 15 Agustus 2021

Ketua Program Studi Dosen Pengampu

S1 Manajemen

**Nadi Hernadi Moorcy, S.E., M.M.   C. Prihandoyo, S.E., M.M.**

**NIK. 015 004 046**  **NIDN. 1115096001**

**Catatan :**

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampulan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri