|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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** |
| **SEMINAR MANAJEMEN PEMASARAN** | 1064013748 |  | **T=2** | **P=0** | 7 | 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 | Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik. (S8) |
| CPL 2 | Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. (S9) |
| CPL 3 | Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan. (S10) |
| CPL 4 | 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 ekonomi manajemen. (KU1) |
| CPL 5 | Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur (KU2) |
| CPL 6 | 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 7 | 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 8 | Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri. (KU8) |
| CPL 9 | Mampu merumuskan fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, penyusunan staf, pengarahan, dan pengendalian serta evaluasi) pada level operasional di berbagai bidang organisasi baik bisnis maupun non bisnis pada tingkat lokal, nasional dan global. (KK1) |
| CPL 10 | Mampu mengidentifikasi masalah manajerial dan fungsi organisasi pada level operasional, serta mengambil tindakan solutif yang tepat berdasarkan alternative yang dikembangkan, dengan menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan yang berakar pada kearifan lokal. (KK3) |
| CPL 11 | Mampu mengambil keputusan manajerial yang tepat di berbagai bidang organisasi pada tingkat operasional, berdasarkan analisis data dan informasi pada fungsi organisasi. (KK5) |
| CPL 12 | 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)  |
| CPL 13 | Menguasai prinsip kepemimpinan dan kewirausahaan dalam berbagai bidang organisasi. (P3) |
| CPL 14 | Menguasai minimal satu metode penelitian (studi kasus, kesejarahan, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif). (P5) |
| **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)** |
| CPMK 1 | P2 Mampu menerapkan instrumen analisis bisnis dan manajemen dengan mempertimbangkan aspek etika dan profesionalitas. |
| CPMK 2 |  KK1 Mampu menunjukkan ketrampilan komunikasi efektif menggunakan argumen teoritis dan empiris ilmu manajemen. |
| CPMK 3 | KU2 Mampu menunjukkan ketrampilan penggunaan teknologi informasi dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan. |
| CPMK 4 | KU3 Mampu membangun jaringan kerjasama yang baik dengan pihak internal maupun eksternal dalam meyelesaikan tugasnya |
|  | **Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)** |  |
| Sub-CPMK 1 | Mampu menjelaskan pengertian Manajemen pemasaran |
| Sub-CPMK 2 | Mampu menjelaskan proses Manajemen strategik |
| Sub-CPMK 3 | 1. Mampu menjelaskan 2. Segmentasi pasar, pembididkan pasar dan penempatan posis |
| Sub-CPMK 4 | 1. Mampu menjelaskan 2. Segmentasi pasar, pembididkan pasar dan penempatan posis |
| Sub-CPMK 5 | Mampu menjelaskan strategi produk |
| Sub-CPMK 6 | Mampu menjelaskan strategi produk. |
| Sub-CPMK 7 | Mampu menjelaskan strategi harga |
| Sub-CPMK 8 | UTS |
| Sub-CPMK 9 | Mampu menjelaskan strategi tempat / distribusi |
| Sub-CPMK 10 | Mampu menjelaskan strategi tempat / distribusi |
| Sub-CPMK 11 | Mampu menjelaskan strategi promosi |
| Sub-CPMK 12 | Mampu menjelaskan strategi promosi |
| Sub-CPMK 13 | Mampu menjelaskan implementasi dan pengendalian pemasaran |
| Sub-CPMK 14 | Mampu menjelaskan implementasi dan pengendalian pemasaran. |
| Sub-CPMK 15 | Mampu mempresentasikan rencana pemasaran |
| Sub-CPMK 16 | UAS |
|  | **Korelasi CPMK dengan Sub CPMK:** |
| **Deskripsi Singkat MK** | Mata kuliah ini bertujuan memahami konsep-konsep pemasaran melalui artikel empiris dari penelitian – penelitian tentang pemasaran terkini, agar mahasiswa mendalami topik bahasan mata kuliah terkait sebelumnya khususnya manajemen pemasaran, perilaku konsumen, serta strategi komunikasi. Dengan demikian, mahasiswa akan memperoleh gambaran dan wawasan baru tentang pengelolaan pemasaran dan konsumen secara empiris. |
| **Bahan Kajian: Materi Pembelajaran** |   |
| **Pustaka** | **Utama :** |  |
| 1. Kotler, Philip. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, 2003, Printice Hall, New Jersey
2. Suyanto,M.. Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia, 2006, Andi Publisher, Yogyakarta
3. Suyanto,M.. Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia, 2005, Andi Publisher, Yogyakarta
4. Suyanto,M.. Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan, 2004, Andi Publisher, Yogyakarta
5. Suyanto,M.. Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia, 2003, Andi Publisher, Yogyakarta
 |
| **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** | Pemahaman Visi dan Misi Program Studi Manajemen | Menjelaskan Visi dan Misi Program Studi Manajemen |  | Penjelasan  |  | Materi Visi dan Misi Prodi Manajemen |  |
| Mampu menjelaskan pengertian Manajemen pemasaran | 1. Mampu menjelaskan pengertian Manajemen strategic
2. Mampu menjelaskan pengertian pasar dan pemasaran
 | 30% UTS40% UAS30% Formatif | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | 1. Lingkup Pemasaran2. Pengembangan Strategi3. Sistem Informasi Pemasaran4. Perilaku konsumen | % |
| **2** | Mampu menjelaskan proses Manajemen strategik | 1. Mampu menjelaskan pengertian proses manajemen strategis
2. Mampu menjelaskan manajemen strategis dalam pemasaran
 | 1. Paper and pencil product
2. Partisipasi dan keaktifan
 | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | Proses manajemen strategis1. Visi dan Misi Perusahaan
2. Analisis Lingkungan Internal
3. Analisis Lingkungan Eksternal
4. Menetapkan Sasaran Perusahaan
5. Menetapkan Strategi
6. Implementasi strategi
7. Pengendalian Strategi
 | % |
| **3** | 1. Mampu menjelaskan
2. Segmentasi pasar, pembididkan pasar dan penempatan posis
 | 1. Mampu menjelaskan segmentasi pasar
2. Mampu menjelaskan pembidikan pasar
3. Mampu menjelaskan penempatan posisi
 | 1. Paper and pencil product
2. Partisipasi dan keaktifan
 | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | * Identifikasi segmen pasar, memilih target pasar dan penempatan posisi:
1. Segmentasi pasar
2. Pembididikan pasar
3. Penempatan Posisi
 | % |
| **4** | 1. Mampu menjelaskan
2. Segmentasi pasar, pembididkan pasar dan penempatan posis
 | 1. Mampu menjelaskan segmentasi pasar
2. Mampu menjelaskan pembidikan pasar
3. Mampu menjelaskan penempatan posisi
 | 1. Paper and pencil product
2. Partisipasi dan keaktifan
 | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | * Identifikasi segmen pasar, memilih target pasar dan penempatan posisi:
1. Segmentasi pasa
2. Pembididikan pasar
3. Penempatan Posisi
 | % |
| **5** | Mampu menjelaskan strategi produk | 1. Mampu menjelaskan merancang produk
2. Mampu menjelaskan strategi merek
 | Tugas | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | Merancang produk dan strategi merek1. Merancang produk (ide, barang dan jasa)
2. Strategi merek
 | % |
| **6.** | Mampu menjelaskan strategi produk. | 1. Mampu menjelaskan merancang produk
2. Mampu menjelaskan strategi merek
 | Tugas | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | Merancang produk dan strategi merek1. Merancang produk (ide, barang dan jasa)
2. Strategi merek.
 | % |
| **7.** | Mampu menjelaskan strategi harga | 1. Mampu menjelaskan strategi penetapan harga
2. Mampu menjelaskan strategi adaptasi harga
3. Mampu menjelaskan dalam menanggapi perubahan harga
 | Tugas mempraktekkan komunikasi dan negosiasi efektif dalam kehidupan sehari-hari. | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | Strategi harga1. Menetapkan harga
2. Mengadaptasi harga
3. Menanggapi perubahan harga
 | % |
| **8.** | UTS |  |  |  |  |  | 30% |
| **9.** | Mampu menjelaskan strategi tempat / distribusi | 1. Mampu menjelaskan perancangan dan pengelolaan rantai nilai dan saluran pemasar
2. Mampu menjelaskan pengelolaan retail, gudang dan logistik
 | 1. Paper and pencil product
2. Partisipasi dan keaktifan
 | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | Strategi tempat / distribusi1. Merancang dan mengelola rantai nilai dan saluran pemasar
2. Mengelola retail, gudang dan logistik
 | % |
| **10.** | Mampu menjelaskan strategi tempat / distribusi | 1. Mampu menjelaskan perancangan dan pengelolaan rantai nilai dan saluran pemasar
2. Mampu menjelaskan pengelolaan retail, gudang dan logistik
 | 1. Paper and pencil product
2. Partisipasi dan keaktifan
 | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | Strategi tempat / distribusi1. Merancang dan mengelola rantai nilai dan saluran pemasar
2. Mengelola retail, gudang dan logistik
 | % |
| **11.** | Mampu menjelaskan strategi promosi | 1. Mampu menjelaskan strategi periklanan
2. Mampu menjelaskan strategi promosi penjualan
3. Mampu menjelaskan strategi pemasaran langsung
4. Mampu menjelaskan strategi penjualan perseorang
5. Mampu menjelaskan strategi public relations
 | 1. Tugas Lapangan
2. Membuat wawancara dengan dua pemimpin yang sukses
 | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | Strategi promosi1. Strategi periklanan
2. Strategi promosi penjualan
3. Strategi pemasaran langsung
4. Strategi penjualan perseorangan
5. Strategi public relations
 | % |
| **12.** | Mampu menjelaskan strategi promosi | 1. Mampu menjelaskan strategi periklanan
2. Mampu menjelaskan strategi promosi penjualan
3. Mampu menjelaskan strategi pemasaran langsung
4. Mampu menjelaskan strategi penjualan perseorang
5. Mampu menjelaskan strategi public relations
 | 1. Tugas Lapangan
2. Membuat wawancara dengan dua pemimpin yang sukses
 | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | Strategi promosi1. Strategi periklanan
2. Strategi promosi penjualan
3. Strategi pemasaran langsung
4. Strategi penjualan perseorangan
5. Strategi public relations
 | % |
| **13.** | Mampu menjelaskan implementasi dan pengendalian pemasaran | 1. Mampu menjelaskan implementasi pemasaran
2. Mampu menjelaskan Organisasi pemasaran
3. Mampu menjelaskan evaluasi pemasaran
 | Tugas studi lapangan (kelompok) | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | Etika bisnis, bentuk-bentuk tanggung jawab bisnis, dan hakikat bisnis. | % |
| **14.** | Mampu menjelaskan implementasi dan pengendalian pemasaran. | 1. Mampu menjelaskan implementasi pemasaran
2. Mampu menjelaskan Organisasi pemasaran
3. Mampu menjelaskan evaluasi pemasaran
 | Tugas studi lapangan (kelompok) | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | Perdagangan internasional, tahap-tahap dan hambatan bisnis internasional, dan perusahaan multi nasional. | % |
| **15.** | Mampu mempresentasikan rencana pemasaran | Mampu mempresentasikan rencana pemasaran | Presentasi hasil studi lapangan (Kelompok) | Kuliah Interaksi Aktif antara dosen dan mahasiswa |  | Presentasi Rencana Pemasaran1. Visi dan Misi Perusahaan
2. Analisis Lingkungan Internal
3. Analisis Lingkungan Eksternal
4. Menetapkan Sasaran Pemasarn
5. Menetapkan Strategi Pemasaran
6. Implementasi strategi
7. Pengendalian Strategi
 | % |
| **16.** | UAS |  | Bentuk Penilaian : Tes |  |  |  | 30% |

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. 015004046**  **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