

 universitas MALIKUSSALEH	UNIVERSITAS MALIKUSSALEH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU MANAJEMEN					KODE DOKUMEN
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl. Penyusunan
Manajemen Produk dan Kebijakan Harga	MPP 233	Mata Kuliah Umum	T = 3	P =0	3	2 Agustus 2023
OTORISASI/PENGESAHAN	Dosen Pengembang RPS		Koordinator MK		Ka.Prodi	
	1. Dr.Naufal Bachri,S.E.,M.B.A 2. Dr.Heriyana, S.E.,M.Si		Dr.Naufal Bachri,S.E.,M.B.A		Dr. Marbawi, S.E.,M.M	
Capaian Pembelajaran	CPL-Prodi Yang dibebankan pada MK					
	CPL 1	Lulusan mampu mengimplementasikan teori bidang manajemen secara komprehensif.				
	CPL 2	Lulusan mampu mengaplikasikan teori bidang manajemen dalam mengelola organisasi secara efektif.				
	CPL 3	Lulusan mampu berkomunikasi secara efektif.				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CMPK 1	Memberikan wawasan keilmuan terhadap perkembangan studi-studi dalam bidang manajemen produk, manajemen harga dan manajemen distribusi.				
	CMPK 2	Memberikan panduan dalam perumusan kebijakan pengembangan produk, penetapan harga produk dan pengelolaan distribusi yang efektif dan efisien.				
	CMPK 3	Memberikan panduan Designing , Testing and Improving Product				
	CMPK 4	Menjelaskan Product Development				
	Kemampuan Akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)					
	Sub-CPMK 1	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai pengantar manajemen, produk, harga				

	Sub-CPMK 2	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang proses produk baru					
	Sub-CPMK 3	Mahasiswa mampu memahami Designing , Testing and Improving Product					
	Sub-CPMK 4	Mahasiswa mampu menjelaskan Product Development					
	Sub-CPMK 5	Mahasiswa mampu menjelaskan Imitation Strategy					
	Sub-CPMK 6	Mahasiswa mampu menjelaskan pricing concept					
	Sub-CPMK 7	Mahasiswa mampu menjelaskan Pricing, Value and Cost					
	Sub-CPMK 8	Mahasiswa mampu memahami Pricing Strategy					
	Sub-CPMK 9	Mahasiswa mampu memahami Pricing Function					
	Sub-CPMK 10	Mahasiswa mampu menjelaskan Marketing Channel					
	Sub-CPMK 11	Mahasiswa mampu memahami Marketing Channel Design					
	Sub-CPMK 12	Mahasiswa mampu memahami Marketing Channel Implementation					
	Sub-CPMK 13	Mahasiswa mampu memberikan tugas mengenai presentasi makalah					
	Sub-CPMK 14	Mahasiswa mampu menjelaskan Pembahasan Article					
	Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK						
		Sub-CPMK 1	Sub-CPMK 2	Sub-CPMK 3	Sub-CPMK 4	Sub-CPMK 5	Sub-CPMK 6
	CPMK 1	√	√	√			
	CPMK 2				√		
	CPMK 3				√		√
	CPMK 4				√	√	√
		Sub-CPMK 1	Sub-CPMK 2	Sub-CPMK 3	Sub-CPMK 4	Sub-CPMK 5	Sub-CPMK 6
	CPMK 1	√	√	√			
	CPMK 2	√	√	√	√		
	CPMK 3	√	√	√	√		√
	CPMK 4	√	√	√	√	√	√
		Sub-CPMK 13	Sub-CPMK 14				
	CPMK 1	√	√				
	CPMK 2	√	√				
	CPMK 3	√	√				
	CPMK 4	√	√				

Deskripsi Singkat MK	Mata Kuliah terbagi dalam tiga bagian yaitu; manajemen produk, manajemen harga dan manajemen logistik. Dalam pengembangan produk, beberapa studi menemukan bahwa 60% - 80% produk baru yang dikembangkan ternyata menemui kegagalan di pasar. Materi perkuliahan ini memberikan panduan tahapan yang harus dilaksanakan dalam pengembangan produk baru agar kerugian akibat kegagalan pengembangan produk dapat diminimalkan dan peluang sukses pemasaran produk baru dapat ditingkatkan.
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	1. Proses Produk Baru
	2. Designing , Testing and Improving Product
	3. Product Development
	4. Imitation Strategy
	5. Pricing Concept
	6. Pricing, Value and Cost
	7. Pricing Strategy
	8. Pricing Function
	9. Marketing Channel
	10. Marketing Channel Design
	11. Marketing Channel Implementation
	12. Presentasi makalah
	13. Pembahasan article
Pustaka	1. Crawford, Merle dan Anthony Di Benedetto ; (2008) New Products Management, Ninth Edition , McGraw - Hill. 2. Schnaars, Steven P. (1994), Managing Imitation Strategies: How Later Entrants Seize Markets from Pioneers, New York, The Free Press. 3. Monroe, Kent B (2003) Pricing: Making Profitable Decisions, Third edition, New York, Mc Graw Hill. 4. Coughlan, Anne; Andreson, Erin; Stern, W. Lois & El- Ansary, Adel (7 th edition, 2006), Marketing Channel, Prentice Hall. Inc.
Dosen Pengampu	1. Dr.Naufal Bachri,S.E.,M.B.A 2. Dr.Heriyana, S.E.,M.Si
Matakuliah Syarat	

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilai		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria&Teknik	Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1.	Mampu menjelaskan mengenai pengantar manajemen, produk, harga	Ketepatan menjelaskan mengenai pengantar manajemen, produk, harga	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		• Pengantar	5%
2.	Mampu menjelaskan tentang proses produk baru	Ketepatan Menjelaskan tentang proses produk baru	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		• Proses Produk Baru	5%
3.	Mampu memahami Designing , Testing and Improving Product	Ketepatan memahami Designing ,	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan	TM: 1x(2x50')		• Designing , Testing and Improving	5%

		Testing and Improving Product	✓ Kekritisan ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi			Product	
4.	Mampu menjelaskan Product Development	Ketepatan dalam menjelaskan Product Development	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisan ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		• Product Development	5%
5.	Mampu menjelaskan Imitation Strategy	Ketepatan dalam menjelaskan Imitation Strategy	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisan ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		• Imitation Strategy	10%
6.	Mampu menjelaskan pricing concept	Ketepatan dalam menjelaskan pricing concept	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisan ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test:	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi,		• Pricing Concept	10%

			✓ Hasil diskusi Partisipasi	sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual			
7.	Mampu menjelaskan Pricing, Value and Cost	Ketepatan dalam menjelaskan Pricing, Value and Cost	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		• Pricing, Value and Cost	10%
8.	Ujian Tengah Semester (UTS)						
9.	Mampu memahami Pricing Strategy	Ketepatan dalam memahami Pricing Strategy	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		• Pricing Strategy	10%
10.	Mampu memahami Pricing Function	Ketepatan dalam memahami Pricing Function	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test:	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi,		• Pricing Function	5%

			✓ Hasil diskusi Partisipasi	sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual			
11.	Mampu menjelaskan Marketing Channel	Ketepatan menjelaskan, Marketing Channel	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		• Marketing Channel	5%
12.	Mampu memahami Marketing Channel Design	Ketepatan dalam menjelaskan Marketing Channel Design	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		• Marketing Channel Design	10%
13.	Mampu memahami Marketing Channel Implementation	Ketepatan dalam menjelaskan Marketing Channel Implementation	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50) Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi		• Marketing Channel Implementati on	10%

