

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

PROGRAM STUDI Syariah Fakultas Ekonomi Syariah

Tanggal Penyusunan		05/10/2021		Tanggal revisi		-		
Nama MK		Manajemen Pemasaran						
SKS dan Semester		SKS	2 SKS	Semester	5 (Lima)			
Prasyarat		-						
Dosen Pengampu		Inayatul Maula, M.Pd						
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Sikap	1. Bertanggung jawab secara profesional dan etik terhadap pencapaian hasil kerja individu; 2. Bertanggung jawab secara profesional dan etik terhadap pencapaian hasil kelompok.						
	Ketrampilan Umum	Mampu menerapkan pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran ke dalam kasus-kasus praktis sesuai dengan perkembangan teori dan trend terbaru.						
	Pengetahuan	<ul style="list-style-type: none">- mampu memahami: manajemen pemasaran, lingkungan pemasaran, pengertian dan pemilihan target pasar, proses dan perencanaan pemasaran pada sektor <i>financial service</i>- mampu memahami: peluang, riset pemasaran, perilaku pembeli, konsumen, organisasi pasar, segmentasi pasar pada sektor <i>financial service</i>- mampu memahami: produk, pengadaan produk, distribusi saluran pemasaran, retailing, wholesaling and logistic, promosi, upaya promosi, periklanan, hubungan masyarakat dan personal selling, harga, prosedur, dan strategi penetapan harga.- mampu memahami implementasi pemasaran; pemasaran internasional; pendekatan perusahaan terhadap peluang pasar internasional; lingkungan pemasaran internasional.- mampu memahami: formulasi strategi pemasaran multinasional; strategi alternatif, competitive analysis, kebijakan pemerintah tentang ekspor, economic environment.- mampu memahami: pemasaran global; lingkungan sosial dan elemen budaya pasar dunia; karakteristik pasar regional; perencanaan pemasaran global; manajemen pengendalian pemasaran global.- mampu memahami: aspek-aspek pemasaran jasa; e-marketing; model for selecting a target country; sistem informasi pemasaran- mampu memahami: kasus-kasus pemasaran Indonesia, contoh-contoh mutakhir pemasaran di Indonesia, tren, peluang dan masa depan pemasaran Indonesia dalam menghadapi persaingan global.						
		Ketrampilan Khusus	Mahasiswa mampu menerapkan pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya pada <i>financial service</i> ke dalam kasus nyata, mengikuti tren, merancang dan melaksanakan riset pemasaran, menganalisis dan menyusun strategi pemasaran yang dapat diterapkan.					
		Deskripsi Umum (Silabus)		Penguasaan topik utama yaitu, 1. Pemasaran bidang <i>financial service</i> , 2. Pasar, peluang, riset pemasaran dan perilaku konsumen, 3.Bauran Pemasaran 4.Pemasaran Internasional, 5.Strategi Pemasaran Internasional, 6. Pemasaran Multinasional, 7. Pemasaran Global, 8. Pemasaran Jasa dan Sistem Informasi, 9.Isu-isu pemasaran, tren, peluang dan masa depan				
Metode Pembelajaran		1. Ceramah/Kuliah Pakar		√	4. Praktik Laboratorium			
		2. Problem Based Learning/FGD		√	5. Self-Learning (V-Class)			
		3. Project Based Learning		√	6. Lainnya:			
Pengalaman Belajar/Tugas		a. Tayangan Presentasi		√	c. Online exercise/kuiz (V-class)			
		b. Review textbook/Jurnal		√	d. Laporan		√	

	e. Lainnya:			
Referensi	1. Keegan, 2015, Global Marketing , Pearson.Education Inc. 2. Hunt, 2015, Marketing , Mc Graww Hill 3. Kotler, 2015, Marketing Management , Pearson Education Inc.			

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) MATA KULIAH MANAJEMEN PEMASARAN

Tatap Muka	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Kriteria dan Indikator	Bobot	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu (menit)	Teknik Penilaian	Sumber Belajar
1.	Mahasiswa mampu memahami: manajemen pemasaran, lingkungan pemasaran, pengertian dan pemilihan target pasar, proses dan perencanaan pemasaran pada sektor <i>financial service</i>	Mahasiswa menguasai teori terkait materi analisis lingkungan pemasaran, proses perencanaan dan penargetan pasar pada sektor jasa keuangan	5%	<ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan pemasaran • Pemasaran dan proses perencanaan • Target pasar 	Ceramah, Diskusi	3 sks x 50 menit	Kehadiran dan aktivitas diskusi.	1,2
2 & 3	Mahasiswa mampu memahami: peluang, riset pemasaran, perilaku pembeli, konsumen, organisasi pasar, segmentasi pasar pada sektor <i>financial service</i>	Mahasiswa menguasai teori terkait materi peluang pasar, riset pemasaran, perilaku konsumen dan segmentasi pasar dalam sektor jasa keuangan	10%	<ul style="list-style-type: none"> • Peluang pasar • Riset pemasaran • Perilaku konsumen • Segmentasi pasar 	Ceramah, Diskusi	2 x 3 sks x 50 menit	Kehadiran dan aktivitas diskusi.	1,2,3
4 & 5	Mahasiswa mampu memahami: produk, pengadaan produk, distribusi saluran pemasaran, retailing, wholesaling and logistic, promosi, upaya promosi, periklanan, hubungan masyarakat dan personal selling, harga, prosedur, dan strategi penetapan harga.	Mahasiswa menguasai teori bauran pemasaran dan strategi penetapan harga dalam industri jasa keuangan	10 %	<ul style="list-style-type: none"> • Produk dan pengadaannya • Distribusi/saluran pemasaran • Retailing, wholesaling, logistic • Promosi dan periklanan • Strategi penetapan harga 	Ceramah, Diskusi	2 x 3 sks x 50 menit	Kehadiran dan aktivitas diskusi.	1,2,3
6 & 7	Mahasiswa mampu memahami implementasi pemasaran; pemasaran internasional; pendekatan perusahaan terhadap peluang pasar internasional; lingkungan pemasaran internasional.	Mahasiswa memahami dan menguasai implementasi pemasaran internasional	10%	<ul style="list-style-type: none"> • Implementasi pemasaran • Pemasaran internasional • Peluang pasar internasional 	Ceramah, Diskusi	2 X 3 sks x 50 menit	Kehadiran dan aktivitas diskusi.	1,2,3

Tatap Muka	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Kriteria dan Indikator	Bobot	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu (menit)	Teknik Penilaian	Sumber Belajar
8	Mahasiswa mampu memahami: formulasi strategi pemasaran multinasional; strategi alternatif, competitive analysis, kebijakan pemerintah tentang ekspor, economic environment.	Mahasiswa menguasai teori terkait pemasaran multinasional, strategi alternatif, analisis persaingan dan kebijakan pemerintah mengenai ekspor dan isu lingkungan perekonomian	5%	<ul style="list-style-type: none"> Formulasi strategi pemasaran multinasional Competitive analysis Economic environment 	Ceramah, Diskusi	3 sks x 50 menit	Kehadiran dan aktivitas diskusi.	1,2
9 & 10	Mahasiswa mampu memahami: pemasaran global; lingkungan sosial dan elemen budaya pasar dunia; karakteristik pasar regional; perencanaan pemasaran global; manajemen pengendalian pemasaran global.	Mahasiswa menguasai isu pemasaran global dan perencanaan serta pengendaliannya	10 %	<ul style="list-style-type: none"> Pemasaran global Elemen budaya pasar dunia Karakteristik pasar regional Perencanaan pemasaran global 	Ceramah, Diskusi	2 X 3 sks x 50 menit	Kehadiran dan aktivitas diskusi.	1,2
11	Mahasiswa mampu memahami: aspek-aspek pemasaran jasa; e-marketing; model for selecting a target country; sistem informasi pemasaran	Mahasiswa mampu menguasai aspek pemasaran jasa terutama pada sektor finansial dan dapat menerapkan e-marketing dan sistem informasi pemasaran	5%	<ul style="list-style-type: none"> Pemasaran jasa E-Marketing Sistem informasi pemasaran 	Ceramah, Diskusi	3 sks x 50 menit	Kehadiran dan aktivitas diskusi.	1,2,3
12	Mahasiswa mampu memahami: kasus-kasus pemasaran Indonesia, contoh-contoh mutakhir pemasaran di Indonesia, tren, peluang dan masa depan pemasaran Indonesia dalam menghadapi persaingan global.	Mahasiswa mampu mengkaji isu pemasaran terbaru di Indonesia, tren dan peluang di pasar global	5%	<ul style="list-style-type: none"> Kasus pemasaran di Indonesia Tren, peluang dan masa depan perusahaan menghadapi persaingan global 	Ceramah, Diskusi	3 sks x 50 menit	Kehadiran dan aktivitas diskusi.	1,2,3 dan sumber lain
13 &	Mahasiswa mampu	Mahasiswa melakukan	40%	<ul style="list-style-type: none"> Berbagai kasus pemasaran 	Presentasi,	3 sks x 50	Kehadiran, tugas dan	1,2,3,

Tatap Muka	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Kriteria dan Indikator	Bobot	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu (menit)	Teknik Penilaian	Sumber Belajar
14	menerapkan teori dan kajian dalam manajemen pemasaran ke dalam kasus nyata yang komprehensif	Diskusi Kelompok mengenai kasus-kasus Komprehensif Manajemen Pemasaran		yang komprehensif	tugas dan diskusi	menit	aktivitas diskusi.	