|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Logo Pos | **POLITEKNIK POS INDONESIA** | Kode/No: |
| Tanggal: *1 Juni2011* |
| **FORMULIR**  SISTEM PENJAMINAN MUTU INTERNAL **(SPMI)** | Revisi: *0* |
| Halaman: *1 dari ...* |

**FORMULIR**

KONTRAK PERKULIAHAN

|  |  |
| --- | --- |
| **Digunakan untuk melengkapi:** | : Manajemen Saluran Pemasaran / MB41153  STANDAR PROSES PEMBELAJARAN |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Proses** | **Penanggung Jawab** | | | **Tanggal** |
| **Nama** | **Jabatan** | **Tanda Tangan** |
| 1. Perumusan | Bambang Triputranto |  |  |  |
| 1. Pemeriksaan | Senny Handayani, SE,MM | KaProdi |  |  |
| 1. Persetujuan | Dodi Permadi | Wadir 1 |  |  |
| 1. Penetapan | Dr. Ir. Agus Purnomo., MT | Direktur |  |  |
| 1. Pengendalian | Sri Suharti., SE., MM | SPMI |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **KONTRAK PERKULIAHAN** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Mata Kuliah | : Manajemen Saluran Pemasaran |
| Kode Mata Kuliah | : MB41153 |
| Pengajar | : Bambang Triputranto, SE.,MM |
| Semester | : 3 |
| Hari Pertemuan / Jam | : ..../ (100 menit)) |
| Tempat Perkuliahan | : (Disesuaikan) |

1. Manfaat Mata Kuliah
2. Setelah mempelajari mata kuliah Manajemen Saluran Pemaasran ini mahasiswa mampu menjelaskan konsep konsep terkait Manajemen saluran pemasaran berupa penyampaian nilai sebuah produk barang maupun jasa.
3. Mampu menyelesaikan permasalahan atau kasus yang berkaitan dengan materi.
4. Deskripsi Perkuliahan

Matakuliah ini memberikan suatu wawasan kepada mahasiswa tentang bagaimana mengidentifikasi, Menjelaskan, dan menganalisis konsep manajemen saluran pemaasran ini mahasiswa mampu menjelaskan konsep konsep terkait Manajemen saluran pemasaran berupa produk barang maupun jasa serta mampu menyelesaikan permasalahan atau kasus yang berkaitan dengan saluran pemasaran

1. Kompetensi/Capaian pembelajaran Mata Kuliah (Kompetensi Umum dan Kompetensi Khusus)
   * 1. Kompetensi Umum

Mahasiswa mampu mengerti, memahami, dan menerapkan kegiatan yang berkaitan dengan Manajemen saluran pemasaran

* + 1. Kompetensi Khusus
  + Mahasiswa memahami serta mampu mengatasi permasalahan kasus manajemen Pemasaran.
  + Mahasiswa memahami serta mampu mengatasi permasalahan kasus manajemen Pemasaran pada produk barang.
  + Mahasiswa memahami serta mampu mengatasi permasalahan kasus manajemen Pemasaran pada produk Jasa.

1. Organisasi Materi

Setelah mempelajari mata kuliah Manajemen Saluran Pemaasran ini mahasiswa mampu menjelaskan konsep konsep terkait Manajemen saluran pemasaran berupa produk barang maupun jasa serta mampu menyelesaikan permasalahan atau kasus yang berkaitan dengan materi.

Mahasiswa mampu menejelaskan Legal and ethical Behavior

**11**

Mahasiswa mampu menejelaskan Competition in Retailing

Mahasiswa mampu menejelaskan Introduction to Wholesaling

Mahasiswa mampu menejelaskan Overview of Marketing Channel

**1**

Mahasiswa mampu menejelaskan Review Marketing and Marketing Mix

**10**

**9**

**7**

**8**

**6**

**5**

**4**

**2**

**3**

Mahasiswa mampu menejelaskan Service Retailing-Enterprise

Mahasiswa mampu menejelaskan Retail Advertising and Promotion

Mahasiswa mampu menejelaskan Store Layout and Design

Mahasiswa mampu menejelaskan Retail Warehousing and Inventory

Mahasiswa mampu menejelaskan Retail Location

Mahasiswa mampu menejelaskan Retail Planning and Management

1. Strategi Perkuliahan

Perkuliahan dilakukan melalui

1. Pembelajaran kooperatif
2. Diskusi Kelompok
3. Simulasi
4. Materi/BacaanPerkuliahan

1. hilip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta

2. Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.

3. Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta.

Tugas matakuliah ini terdiri dari:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Nama Tugas | Uraian dan Waktu |
| 1 | Tugas Individu | Tugas diwajibkan untuk setiap mahasiswa, dilakukan sebanyak 2 kali sebelum UTS dan 2 Kali Setelah UTS |
| 2 | Tugas Kelompok | Merupakan Tugas Besar, diberikan secara bertahap setelah setiap pertemuan, pengumpulan tugas seminggu sebelum UAS.  Jumlah Kelompok Maksimum 3 orang |
| 3 | Kuis | Merupakan evaluasi ujian yang akan dilakukan secara mendadak (tanpa diinformasikan), dilakukan sebanyak 2 kali sebelum UTS dan UAS |

1. Kriteria Penilaian

Nilai pada suatu mata kuliah dapat berupa gabungan dari komponen-komponen sebagai berikut :

1) Untuk mata kuliah teori terdiri dari ujian formatif (tes terstruktur, ujian tengah semester, dan ujian akhir semester) dan tugas-tugas lainnya ;

2) Untuk mata kuliah praktek terdiri dari tugas-tugas praktikum laboratorium/ ketrampilan praktek, laporan praktek, dan tes/ujian tertulis jika diperlukan.

3) Untuk mata kuliah yang terdiri dari teori dan praktek; tes formatif, tugas-tugas praktikum lab/bengkel, keterampilan praktek, laporan praktek, dan tes/ujian tertulis jika diperlukan.

c. Persentase penilaian untuk mata kuliah teori adalah sebagai berikut:

1) Ujian tengah semester (UTS) ≥ 25 %

2) Ujian akhir semester (UAS) ≥ 25 %

1. Tugas terstruktur dan mandiri ≤ 50 %
2. Persentase penilaian untuk mata kuliah praktek adalah sebagai berikut :

1) Ujian tengah semester (UTS) ≤ 25 %

2) Ujian akhir semester (UAS) ≤ 25 %

3) Tugas terstruktur dan mandiri ≥ 50 %

1. Bagi suatu mata kuliah yang mempunyai kandungan teori dan praktek maka bobot penilaian Praktek 60 dan Teori 40.
2. Nilai suatu mata kuliah dinyatakan dengan huruf mutu A, B, C, D dan E dengan sebutan mutu dan angka mutu sebagai berikut ;

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Huruf Mutu | Sebutan Mutu | Angka Mutu |
| A | Sangat Baik | 4 |
| B | Baik | 3 |
| C | Cukup | 2 |
| D | Kurang | 1 |
| E | Gagal (tidak lulus) | 0 |

g. Konversi nilai dari skala skor 0 – 100 ke skala huruf A, B, C, D, dan E, dilakukan dengan kriteria klasifikasi angka sbb ;

1) 85 ≤ Nilai ≤ 100 dikonversi dengan huruf mutu A

2) 71 ≤ Nilai < 84 dikonversi dengan huruf mutu B

3) 56 ≤ Nilai < 70 dikonversi dengan huruf mutu C

4) 41 ≤ Nilai < 55 dikonversi dengan huruf mutu D

5) 0 ≤ Nilai < 40 dikonversi dengan huruf mutu E

1. Jadwal perkuliahan:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pertemuan ke | Bahan Kajian/Pokok Bahasan | Bahan Kajian/Pokok Bahasan |
| 1 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Review Marketing and Marketing Mix* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 2 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Overview of Marketing Channel* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 3 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Introduction to Wholesaling* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 4 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Introduction to Retailing* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 5 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Retail Planning and Management* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 6 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Retail Location* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 7 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Retail Warehousing and Inventory* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 8 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Store Layout and Design* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 9 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Merchandise Pricing* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 10 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Retail Advertising and Promotion* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 11 | Mahasiswa mampu menejelaskan Human *Resources Management* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 12 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Service Retailing-Enterprise* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 13 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Competition in Retailing* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |
| 14 | Mahasiswa mampu menejelaskan *Legal and ethical Behavior* | Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Millenium, 2002, Prenholindo, Jakarta  Dunne, Lusch and Gable, “Retailing”, 2nd Edition, 1995, South-Western Publishing Co.  Usman Thoyib, “Manajemen Perdagangan Eceran”, 1998, Ekonisia, Yogyakarta. |

Bandung, Agustus 2017

Bambang Triputranto, SE.,MM