



**SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI AMUNTAI  
ADMINISTRASI BISNIS**

**Kode  
Dokumen**

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTE R	Tgl Penyusunan
<b>Pengantar Manajemen Pemasaran</b>	DAH 1103		<b>3</b>	2	06 Maret 2024
<b>OTORISASI</b>	<b>Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Ketua PRODI</b>
	<b>Nurul Hasanah, S.Pd,MM</b>		<b>Nurul Hasanah, S.Pd, MM</b>		<b>Haris Fadillah, S.Sos, M.A.B</b>
<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>					
(S 9)	Menunjukkan sikap tanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri				
(KU 2)	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur.				
(KU 5)	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data.				
(P 5)	Menguasai konsep teoritis dan prinsip manajerial				
(KK 5)	Mampu berkomunikasi baik lisan maupun tulisan secara efektif				
<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>					
CPMK1	1. Menguasai konsep dasar Manajemen Pemasaran sebagai landasan teori untuk menganalisis berbagai permasalahan.				
CPMK2	2. Memahami peran dan fungsi Manajemen Pemasaran dalam perencanaan dan pengendalian keseluruhan kegiatan perusahaan.				
CPMK 3	3. Mengaplikasikan teori, melakukan analisis permasalahan dan pengembangan alternatif solusi dari berbagai masalah yang dihadapi dalam bidang pemasaran				
<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>					
M1	Mahasiswa Mampu Menjabarkan Konsep Pemasaran (P5)				
M2	Mahasiswa Mampu Menjabarkan konsep pemasaran produk dan Jasa (KK 5)				

adalah turunan CPL). CPMK bisa diturunkan menjadi sub CPMK tergantung kelulusan dan kedalaman serta karakteristik konten mata kuliah	M3	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep harga dan strategi harga (KU 2, KK5)
	M4	Mahasiswa Mampu Membangun merk yang kuat dan menciptakan positioning
	M5	Mahasiswa mampu membangun komunikasi pemasaran (S9, KK5, P5)
	Sub CP -MK	
	L1	Mahasiswa Mampu Menjelaskan tentang konsep pemasaran dan era perkembangannya (M1)
	L2	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep pemasaran produk (M2)
	L3	Mahasiswa Mampu Menjelaskan konsep pemasaran jasa (M2)
	L4	Mahasiswa Mampu menjelaskan periklanan, promosi, penjualan dan hubungan masyarakat (M2)
	L5	Mahasiswa Mampu menjelaskan konsep harga dan strategi harga (M3)
	L6	Mahasiswa Mampu Mengelola saluran pemasaran dan rantai pasokan (M4)
	L7	Mahasiswa Mampu membangun merk yang kuat dan menciptakan positioning pasar (M4)
	L8	Mahasiswa Mampu Menjelaskan riset pemasaran (M5)
	L9	Mahasiswa Mampu Menjelaskan dan Mengidentifikasi secara detail tentang komunikasi pemasaran (M5)
L10	Mahasiswa Mampu menjelaskan Marketing plan (M5)	

Deskripsi Singkat Mata Kuliah	Mata kuliah ini memberikan pengetahuan, teknik, dan aplikasi yang komprehensif mengenai Manajemen Pemasaran. Mahasiswa akan memperoleh materi mengenai perkembangan persaingan saat ini, peranan manajemen pemasaran, proses manajemen pemasaran, ruang lingkup manajemen pemasaran, perencanaan strategis yang berorientasi pasar, peranan sistem informasi pasar, pengembangan penawaran pasar yang berorientasi pada nilai serta bagaimana menciptakan pertumbuhan jangka panjang yang berhasil.	
Bahan Kajian / Materi Pembelajaran	1.	Pembahasan Rencana Pembelajaran Semester dan Kontrak Perkuliahan
	2.	Pemasaran dan Era Perkembangannya
	3.	Konsep Pemasaran Produk
	4.	Konsep Pemasaran Jasa
	5.	Periklanan, Promosi Penjualan, dan Hubungan Masyarakat
	6.	Konsep Harga dan Strategi Harga
	7.	Mengelola Saluran Pemasaran dan Rantai Pasokan
	8.	Ujian Tengah Semester (UTS)
	9.	Membangun Merk yang kuat
	10.	Menciptakan positioning pasar
	11.	Riset Pemasaran
	12.	Komunikasi Pemasaran
	13.	Pemasaran Era Modern E-Commerce
	14.	Pemasaran Global
	15.	Marketing Plan
	16.	Ujian Akhir Semester (UAS)
Pustaka	Utama	
	1.	Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
	2.	Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas,

		Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
	Pendukung:	
	1.	Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri. 2018. <i>Manajemen Pemasaran</i> . Depok: PT RajaGrafindo Persada.
	2.	
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak : Aplikasi Zoom & Google Classroom	Perangkat Lunak: Proyektor (Infokus) & White Bord
Team Teaching	1.	Dr. Usman Moonti, M.Si
	2.	Dr. Umin Kango S.Pd., M.Si
	3.	Dr. Radia Hafid, M.Pd
Mata Kuliah Syarat (Jika Ada)	Pengantar Manajemen	

Minggu Ke -	Kemampuan Akhir Yang Diharapkan (Sub CP – MK)		Bentuk Pembelajaran (Estimasi Waktu)		Penilaian			Referensi
			Tatap Muka	Daring	Indikator	Bentuk	Bobot (%)	
1 -2	<p><b>Sub CPMK 1</b></p> <p>Memahami gambaran umum perkuliahan (kontrak kuliah dan RPS) pada MK Perkembangan Pemikiran Ekonomi</p> <p>Mampu mendeskripsikan konsep pemasaran (C1)</p>	Pemasaran dan Era Perkembangannya	Kuliah (1 x 50) Diskusi (1 x 50) Tugas (1 x 50)	elearning: SHARE – UNG	<p>1. Ketepatan mengidentifikasi pengertian pemasaran</p> <p>2. Ketepatan menjelaskan konsep pemasaran</p>	Meringkas materi kuliah	5	P.U 1 P.U 2

3.	<b>Sub CPMK 2</b>  Mampu <b>mendeskripsikan</b> konsep pemasaran produk (C2).	Konsep Pemasaran produk	Kuliah (1 x 50) Diskusi (1 x 50) Tugas (3 x 50) : menunjukkan strategi yang di digunakan oleh perusahaan yang ditentukan oleh pengajar	elearning: SHARE – UNG	1. Ketepatan mengidentifikasikan pengertian pemasaran produk 2. Ketepatan menjelaskan konsep pemasaran produk	Meringkas Materi Kuliah	10%	
4.	<b>Sub CPMK 3</b>  Mampu <b>Mendeskripsikan</b> konsep pemasaran Jasa (C3)	Konsep Pemasaran Jasa	Kuliah (1 x 50) Diskusi (1 x 50)	elearning: SHARE – UNG	1. Ketepatan mengidentifikasikan pengertian pemasaran jasa 2. Ketepatan menjelaskan konsep pemasaran jasa	Meringkas materi	10	
5	<b>Sub CPMK 4</b>							

	Mampu mendeskripsikan periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat	1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Hubungan masyarakat	Kuliah (1 x 50) diskusi (2 x 50)	elearning: SHARE – UNG	1. Ketepatan menjelaskan periklanan 2. Ketepatan menjelaskan promosi penjualan 3. Ketepatan menjelaskan Hubungan masyarakat	Meringkas materi kuliah	10	
6.	Mampu mendeskripsikan konsep harga dan strategi harga	1. Konsep harga 2. Strategi harga	Kuliah (1 x 50) diskusi (2 x 50)	elearning: SHARE – UNG	1. Ketepatan menjelaskan konsep harga 2. Ketepatan menjelaskan strategi harga	Meringkas materi kuliah	10	
7.	Mampu mengelola saluran pemasaran dan rantai pasokan	1. Saluran pemasaran 2. Rantai pasokan	Kuliah (1 x 50) diskusi (2 x 50)	elearning: SHARE – UNG	1. Ketepatan dalam mengelola saluran pemasaran 2. Ketepatan dalam rantai pasokan	Meringkas Materi Kuliah	10	
8	UTS (Ujian Tengah Semester): Melakukan Validasi hasil penilaian, Evaluasi dan Perbaikan proses pembelajaran berikutnya							
9	<b>Sub CPMK 5</b>  Mampu membangun merk yang kuat	1. Pengertian merk 2. Membangun merk	Kuliah (1 x 50) Diskusi (2 x 50)		1. Ketepatan menjelaskan pengertian merk 2. Ketepatan dalam membangun merk	Meringkas Materi kuliah	15	
10	<b>Sub CPMK 6</b>						15	

	Mampu menciptakan positioning	1. Pengertian positioning 2. Menciptakan positioning	Kuliah (1 x 50) diskusi (2 x 50)	elearning: SHARE - UNG	1. Ketepatan menjelaskan pengertian positioning 2. Ketepatan menciptakan positioning	Meringkas materi kuliah		
11	<b>Sub CPMK 7</b>  Mampu mengidentifikasi riset pemasaran	1. Pengertian riset pemasaran 2. Konsep riset pemasaran	Kuliah (1 x 50) Diskusi (2 x 50)	elearning: SHARE - UNG	1. Ketepatan menjelaskan pengertian riset pemasaran 2. Ketepatan menjelaskan konsep riset pemasaran	Meringkas materi kuliah	15	
12	<b>Sub CPMK 8</b>  Mampu menjelaskan komunikasi pemasaran	1. Strategi pengembangan Bisnis dalam perusahaan	Kuliah (1 x 50) diskusi (2 x 50)	elearning: SHARE - UNG	1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian komunikasi pemasaran 2. Ketepatan dalam menjelaskna konsep komunikasi pemasaran	Meringkas materi kuliah	15	
13	Mampu menjelaskan Pemasaran era modern E-Commerece	Pemasaran era modern e-commerce	Kuliah (1 x 50) Diskusi (2 x 50)	elearning: SHARE - UNG	1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian pemasaran era modern e-commrence	Meringkas materi kuliah	10	

					2. Ketepatan dalam menjelaskna konsep pemasaran era modern e-commrence			
14	Mampu Menjelaskan Pemasaran Global	Pemasaran Global	Kuliah (1 x 50) Diskusi (2 x 50)	elearning: SHARE - UNG	1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian pemasaran global 2. Ketepatan dalam menjelaskna konsep pemasaran global	Meringkas materi kuliah	10	
15	Mampu menjelaskan Marketing Plan	Marketing plan	Kuliah (1 x 50) Diskusi (2 x 50)	elearning: SHARE - UNG	1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian marketing plan 2. Ketepatan dalam menjelaskna konsep marketing plan	Meringkas materi kuliah	10	
16	<b>UAS / Evaluasi / Evaluasi Akhir Semester: Melakukan Evaluasi dan Validasi Hasil Penilaian</b>							