



RENCANA PROGRAM KEGIATAN PERKULIAHAN SEMESTER (RPKPS)

Kode / Nama Mata Kuliah	: E124501 / Strategi Pemasaran	Revisi ke	: 4
Satuan Kredit Semester	: 2 SKS	Tgl revisi	: 16 Juli 2015
Jml Jam kuliah dalam seminggu	: 100 menit.	Tgl mulai berlaku	: 4 September 2015
		Penyusun	: Dr. Ir. Rudi Tjahyono, M.M.
Jml Jam kegiatan laboratorium	: - jam	Penanggungjawab Keilmuan	: Dr. Ir. Rudi Tjahyono, M.M.

Deskripsi Mata kuliah : Mata kuliah Strategi Pemasaran adalah mata kuliah yang membahas konsep-konsep dasar yang relevan dengan proses perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan dalam bidang pemasaran, baik strategik, manajerial maupun operasional.

Standar Kompetensi : Mahasiswa mampu menyusun program pemasaran, memilih pasar sasaran, merancang strategi pemasaran dan merancang program promosi yang efektif.

Pertemuan ke :	Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Aktifitas Pembelajaran	Rujukan
1	Memberikan pemahaman dan pengertian terhadap peran penting pemasaran	Pemahaman dan pengertian terhadap peran penting pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Kontrak Perkuliahan - Literatur - Konsep inti pemasaran - Manajemen pemasaran - Orientasi perusahaan terhadap pasar 	<p>Dosen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menerangkan isi kontrak kuliah - Menjelaskan silabus kuliah Strategi Pemasaran - Menjelaskan peran penting pemasaran - Menjawab pertanyaan mahasiswa <p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyimak, diskusi, dan mencatat penjelasan materi <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD, Laptop 	2



Pertemuan ke :	Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Aktifitas Pembelajaran	Rujukan
2, 3	Memahami, merencanakan, dan menganalisa perencanaan strategis	Pemahaman, perencanaan, dan penganalisaan terhadap perencanaan strategis	<ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan strategis korporasi - Identifikasi unit bisnis strategis - Misi perusahaan - Perencanaan strategik bisnis - Misi bisnis 	<p>Dosen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan perencanaan strategis - Menjawab pertanyaan mahasiswa <p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyimak, diskusi, dan mencatat penjelasan materi <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD, Laptop 	2
4	Memahami dan menjelaskan perencanaan dan analisa lingkungan pemasaran	Pemahaman dan penjelasan terhadap perencanaan dan analisa lingkungan pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Proses pemasaran - Hakikat dan isi rencana pemasaran - Para pelaku dalam lingkungan mikro perusahaan - Para pelaku dalam lingkungan makro perusahaan 	<p>Dosen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan perencanaan dan analisa lingkungan pemasaran - Menjawab pertanyaan mahasiswa <p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyimak, diskusi, dan mencatat penjelasan materi <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD, Laptop 	2
5	Memahami dan menganalisa pasar konsumen dan perilaku pembeli	Pemahaman dan penganalisaan pasar konsumen dan perilaku pembeli	<ul style="list-style-type: none"> - Model perilaku konsumen - Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen - Proses keputusan pembeli - Persepsi konsumen setelah melakukan pembelian 	<p>Dosen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan analisa pasar konsumen dan perilaku pembeli - Menjawab pertanyaan mahasiswa - Memberi studi kasus <p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyimak, diskusi, dan mencatat penjelasan materi <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD, Laptop 	2



Pertemuan ke :	Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Aktifitas Pembelajaran	Rujukan
6	Memahami, mengidentifikasi dan menganalisa pasar bisnis dan pesaing	Pemahaman, pengidentifikasian dan penganalisaan pasar bisnis dan pesaing	<ul style="list-style-type: none"> - Identifikasi para pesaing - Identifikasi strategi pesaing - Menentukan sasaran para pesaing - Memperkirakan kekuatan dan kelemahan para pesaing - Memperkirakan pola pesaing - Pesaing yang akan diserang dan dihindari 	<p>Dosen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan analisa pasar bisnis dan pesaing - Menjawab pertanyaan mahasiswa - Memberi studi kasus <p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyimak, diskusi, dan mencatat penjelasan materi <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD, Laptop 	2
7	Memahami pengidentifikasian segmen pasar	Pemahaman terhadap identifikasi segmen pasar	<ul style="list-style-type: none"> - Segmentasi pasar - Penetapan pasar sasaran - Penempatan produk pada pasar sasaran - Penempatan produk baru - Penempatan produk yang telah ada 	<p>Dosen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan identifikasi segmen pasar - Menjawab pertanyaan mahasiswa <p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyimak, diskusi, dan mencatat penjelasan materi <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD, Laptop 	2
8	Memahami dan merancang strategi pemasaran untuk berbagai tahap dalam daur hidup	Pemahaman dan merancang strategi pemasaran untuk berbagai tahap dalam daur hidup	<ul style="list-style-type: none"> - Konsep daur hidup produk - Tahap pengenalan - Tahap pertumbuhan - Tahap kedewasaan - Tahap kemunduran 	<p>Dosen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan strategi pemasaran untuk berbagai tahap dalam daur hidup - Menjawab pertanyaan mahasiswa - Memberi studi kasus 	1, 2



Pertemuan ke :	Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Aktifitas Pembelajaran	Rujukan
9, 10	Memahami dan menjelaskan dalam mengelola lini produk, kemasan, dan merk	Pemahaman pengelolaan lini produk, kemasan, dan merk	<ul style="list-style-type: none"> - Hirarki produk - Klasifikasi produk - Keputusan mengenai lini produk - Keputusan mengenai kemasan dan label 	<p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyimak, diskusi, dan mencatat penjelasan materi <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD <p>Dosen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan pengelolaan lini produk, kemasan, dan merk - Menjawab pertanyaan mahasiswa <p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyimak, diskusi, dan mencatat penjelasan materi - Penugasan <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD, Laptop 	1,2
11	Memahami strategi penetapan harga	Pemahaman terhadap strategi penetapan harga	<ul style="list-style-type: none"> - Penetapan harga - Memodifikasi harga - Menanggapi perubahan harga 	<p>Dosen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan strategi penetapan harga - Menjawab pertanyaan mahasiswa <p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyimak, diskusi, dan mencatat penjelasan materi <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD, Laptop 	1, 2



Pertemuan ke :	Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Aktifitas Pembelajaran	Rujukan
12	Memahami dan merancang strategi komunikasi dan bauran promosi	Pemahaman dan perancangan strategi komunikasi dan bauran promosi	<ul style="list-style-type: none"> - Pengembangan komunikasi yang efektif - Menentukan bauran promosi - Mengukur hasil promosi - Penentuan media promosi 	<p>Dosen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan perancangan strategi komunikasi dan bauran promosi - Menjawab pertanyaan mahasiswa <p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyimak, diskusi, dan mencatat penjelasan materi <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD, Laptop 	1, 2
13, 14	Memahami dan menjelaskan strategi pemasaran untuk pasar global	Pemahaman dan penjelasan strategi pemasaran untuk pasar global	<ul style="list-style-type: none"> - Daur hidup untuk produk internasional - Lingkungan pemasarn internasional - Memutuskan pasar yang akan dimasuki - Menetapkan cara memasuki pasar - Program pemasaran - Struktur organisasi pemasaran 	<p>Dosen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan strategi pemasarn untuk pasar global - Menjawab pertanyaan mahasiswa - Penugasan pada mahasiswa <p>Mahasiswa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyimak, diskusi, dan mencatat penjelasan materi <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD, Laptop 	1, 2



Level Taksonomi

Pengetahuan	20 %
Pemahaman	20 %
Penerapan	20 %
Analisis	15 %
Sintesis	10 %
Evaluasi	15 %

Komposisi Penilaian

Aspek Penilaian	Prosentase
Ujian Akhir Semester	30 %
Ujian Tengah Semester	30 %
Tugas Mandiri	20 %
Kehadiran	10 %
Kuis	10 %
Total	100 %

Daftar Referensi :

1. Jaka Wasana, Philip Kotler, **Manajemen Pemasaran**, Penerbit Erlangga, Edisi 6, Jakarta, 1996.
2. Fajar Laksana, **Manajemen Pemasaran**, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2008.
3. Glen L. Urban, Steven H. Star, **Advance Marketing Strategi, Phenomena, Analysis and Decision**, Prentice Hall, 1991.
4. Henry Asseal, **Consumer Behavior & Marketing Action**, PWS-Kent, Fourth Edition, Publishin Co. US, 1992.
5. Kotler., Philip, **Analysis, Planning, Implementation and Control (8n.ed)**, Boston Richard D. Irwin Inc, 1994.

Disusun oleh :	Diperiksa oleh :		Disahkan oleh :
Dosen Pengampu	Penanggungjawab Keilmuan	Program Studi	Dekan
Dr. Ir. Rudi Tjahyono, M.M.	Dr. Ir. Rudi Tjahyono, M.M.	Dr. Ir. Rudi Tjahyono, M.M.	Dr.Eng. Yuliman Purwanto, M.Eng.