



SILABUS MATAKULIAH

Revisi : 4
 Tanggal Berlaku : 4 September 2015

A. Identitas

1. Nama Matakuliah : Strategi Pemasaran
2. Program Studi : Teknik Industri
3. Fakultas : Teknik
4. Bobot sks : 2 SKS
5. Elemen Kompetensi : MKK
6. Jenis Kompetensi : Keterampilan dan Keilmuan
7. Alokasi waktu total : 100 menit/pertemuan

B. Unsur-unsur silabus

Kompetensi Dasar	Indikator	Materi pokok	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi/ acuan	Evaluasi
Memberikan pemahaman dan pengertian terhadap peran penting pemasaran	Pemahaman dan pengertian terhadap peran penting pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Konsep inti pemasaran - Manajemen pemasaran - Orientasi perusahaan terhadap pasar 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan penjelasan - Diskusi 	100 menit/pertemuan	2	UTS, UAS, Tugas, Kuis
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 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan penjelasan - Penugasan - Diskusi 	100 menit/pertemuan	2	



Kompetensi Dasar	Indikator	Materi pokok	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi/ acuan	Evaluasi
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 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan penjelasan - Penugasan - Diskusi 	100 menit/ pertemuan	2	
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 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan penjelasan - Diskusi 	100 menit/ pertemuan	2	
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 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan penjelasan - Diskusi - Studi kasus - Presentasi 	100 menit/ pertemuan	2	
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 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan penjelasan - Diskusi 	100 menit/ pertemuan	2	



Kompetensi Dasar	Indikator	Materi pokok	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi/ acuan	Evaluasi
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 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan penjelasan - Diskusi 	100 menit/pertemuan	1, 2	
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 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan penjelasan - Diskusi 	100 menit/pertemuan	1, 2	
Memahami strategi penetapan harga	Pemahaman terhadap strategi penetapan harga	<ul style="list-style-type: none"> - Penetapan harga - Memodifikasi harga - Menanggapi perubahan harga 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan penjelasan - Diskusi 	100 menit/pertemuan	1, 2	
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 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan penjelasan - Diskusi 	100 menit/pertemuan	1, 2	
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 pemasaran internasional - Memutuskan pasar yang akan dimasuki - Menetapkan cara memasuki pasar - Program pemasaran - Struktur organisasi pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan penjelasan - Presentasi kelompok - Diskusi 	100 menit/pertemuan	1,2	



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.

Disiapkan oleh : Dosen Pengampu	Diperiksa oleh : Ketua Program Studi	Disahkan oleh : Dekan
Dr. Ir. Rudi Tjahyono, M.M.	Dr. Ir. Rudi Tjahyono, M.M.	Dr.Eng. Yuliman Purwanto, M.Eng