

Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

Mata Kuliah: Manajemen Pemasaran **Program Studi:** Administrasi Niaga (S1) **Semester:** 5
SKS: 3 **Dosen Pengampu:** —

Capaian Pembelajaran

- Mahasiswa memahami konsep dasar manajemen pemasaran dan peranannya dalam bisnis.
- Mahasiswa mampu menjelaskan strategi pemasaran, bauran pemasaran (marketing mix), dan perilaku konsumen.
- Mahasiswa dapat menganalisis lingkungan pemasaran dan merancang strategi pemasaran yang efektif.
- Mahasiswa memiliki keterampilan dalam menyusun rencana pemasaran dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital.

Fokus Pembelajaran

- **Pemahaman Teoritis:** Memahami konsep pemasaran, strategi, dan bauran pemasaran.
- **Penerapan Praktis:** Menyusun rencana pemasaran dan simulasi strategi pemasaran.
- **Analisis Kritis:** Mengevaluasi lingkungan pemasaran dan perilaku konsumen.
- **Etika dan Profesionalisme:** Menumbuhkan sikap jujur, kreatif, dan bertanggung jawab dalam praktik pemasaran.

Kompetensi Mahasiswa

Kompetensi Pengetahuan

- Menguasai konsep manajemen pemasaran, strategi pemasaran, dan bauran pemasaran (4P/7P).
- Memahami perilaku konsumen dan segmentasi pasar.
- Mengetahui tren pemasaran modern, termasuk pemasaran digital.

Kompetensi Keterampilan

- Mampu menyusun rencana pemasaran untuk produk/jasa.
- Mampu melakukan analisis SWOT dan STP (segmentasi, targeting, positioning).
- Mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital sederhana.

Kompetensi Sikap

- Menunjukkan sikap kreatif, inovatif, dan profesional dalam pemasaran.
- Memiliki kesadaran terhadap etika pemasaran dan tanggung jawab sosial.

- Menumbuhkan sikap adaptif terhadap perubahan pasar dan teknologi.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini membahas konsep dasar manajemen pemasaran, strategi pemasaran, bauran pemasaran, perilaku konsumen, analisis lingkungan pemasaran, serta tren pemasaran digital. Fokus diberikan pada keterampilan praktis dalam menyusun rencana pemasaran dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan bisnis.

Rencana Pembelajaran Mingguan (16 Pertemuan)

Minggu	Topik Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Metode	Penilaian
1	Pengantar Manajemen Pemasaran	Definisi, ruang lingkup, tujuan	Ceramah, diskusi	Kehadiran
2	Lingkungan Pemasaran	Faktor internal & eksternal	Diskusi, studi kasus	Tugas ringkas
3	Perilaku Konsumen	Proses keputusan pembelian	Ceramah, latihan	Quiz
4	Segmentasi Pasar	Segmentasi, targetting, positioning (STP)	Diskusi, simulasi	Laporan
5	Strategi Pemasaran	Diferensiasi, keunggulan kompetitif	Role play, diskusi	Presentasi
6	Bauran Pemasaran (4P/7P)	Produk, harga, distribusi, promosi	Diskusi kelompok	Tugas
7	Riset Pemasaran	Teknik riset, pengumpulan data	Studi kasus	UTS
8	Perencanaan Pemasaran	Penyusunan rencana pemasaran	Ceramah, simulasi	Refleksi
9	Strategi Produk	Pengembangan produk, siklus hidup produk	Diskusi, proyek	Tugas
10	Strategi Harga	Penetapan harga, strategi diskon	Ceramah, diskusi	Quiz
11	Strategi Distribusi	Saluran distribusi, logistik	Diskusi, simulasi	Tugas
12	Strategi Promosi	Iklan, PR, promosi penjualan	Diskusi	Refleksi
13	Pemasaran Digital	E-commerce, media sosial, SEO	Ceramah, studi kasus	Tugas
14	Etika Pemasaran	Tanggung jawab sosial, green marketing	Diskusi, simulasi	Tugas
15	Studi Kasus Pemasaran	Analisis strategi pemasaran perusahaan nyata	Presentasi kelompok	Penilaian proyek
16	Review & Integrasi	Ringkasan seluruh materi, evaluasi	Diskusi, tanya jawab	UAS

Metode Penilaian

- Kehadiran & Partisipasi: 10%
- Tugas Individu/Kelompok: 25%
- Presentasi/Proyek: 20%
- Ujian Tengah Semester (UTS): 20%
- Ujian Akhir Semester (UAS): 25%