

	UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL PROGRAM STUDI: S1 ILMU PEMERINTAHAN					Kode Dokumen RPS-S1IP-027
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PENGAJARAN						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun Mata Kuliah	Bobot (SKS)		Semester	Tgl Penyusunan
Strategi Pemasaran	IP-027		Teori = 2	Praktek = 0	1	Agustus 2023
	Pengembang RPS				Ketua Prodi	
					Muhammad Zuhdan, S.IP., M.A	
Capaian Pembelajaran (CP)		CPL-Prodi yang dibebankan pada MK				
	Sikap (S)					
	1.	Bertaqwa kepada Tuhan dan mampu menunjukkan sikap religious				
	2.	Mampu bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan				
	3.	Mampu menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri				
	4.	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi				
	Pengetahuan (P)					
	Keterampilan Umum (KU)					
	1.	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya;				
	2.	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur;				
	3.	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data;				
	4.	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.				
	Keterampilan Khusus (KK)					

	1.	Mampu berdiplomasi dalam sebuah proyek/program pemerintahan yang memerlukan dukungan dari pihak lain
		Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)
	1	Mahasiswa diharapkan mampu mempelajari konsep dan prinsip-prinsip strategi pemasaran serta pengaplikasiannya dalam praktek bisnis. Strategi pemasaran yang akan dipelajari oleh mahasiswa meliputi konsep dasar, prinsip-prinsip dan praktek strategi pemasaran dalam lingkungan bisnis nyata
		Sub-Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub-CPMK)
	1	Memahami definisi strategi, pemasaran dan strategi pemasaran, istilah-istilah dalam pemasaran.
	2	Memahami sistem informasi pemasaran, lingkungan
	3	Memahami pengertian dan konsep analisis konsumen, tingkatan analisis konsumen, perilaku konsumen
	4	Memahami konsep pendekatan terhadap pasar, segmentasi, targeting dan positioning, strategi pasar.
	5	Memahami dan menyelesaikan suatu permasalahan dalam strategi pemasaran.
	6	Memahami strategi pemasaran, merancang strategi pemasaran dan langkah-langkah dalam strategi pemasaran
	7	Mampu menyelesaikan persoalan (kasus) strategi pemasaran.
	8	Memahami strategi dalam bauran pemasaran (strategi product, strategi price, strategi place/ distribusi dan strategi promosi).
	9	Mampu memahami dan menjelaskan strategi branding beserta ruang lingkupnya.
	10	Memahami strategi pemasaran dalam siklus hidup produk
	11	Memahami dan menyelesaikan suatu permasalahan dalam strategi pemasaran
	12	Memahami strategi pemasaran dalam berbagai posisi bersaing
	13	Memahami dan menyelesaikan suatu permasalahan dalam strategi pemasaran.
	14	Mampu menyelesaikan persoalan (kasus) strategi pemasaran
Deskripsi Singkat MK	- Perkuliahan diselenggarakan sebanyak 14 kali pertemuan teori. Ditambah 2 kali pertemuan yang dikhususkan untuk pelaksanaan UTS (Ujian Tengah Semester) dan UAS (Ujian Akhir Semester). - Mata kuliah ini memberikan wawasan dan pemahaman tentang elemen-elemen kunci untuk mengembangkan strategi pemasaran dan perencanaan program pemasaran serta operasional pemasaran dengan membekali alat-alat analisis seperti frameworks, konsep, model dan teknik.	

Bahan Kajian: Materi Pembelajaran							
Rujukan Pustaka		Utama:					
		Pendukung :					
Dosen Pengampu		Dr. Muhamad Idris Purwanto, M.M. Anik Sri Widawati, S.E., M.M.					
Mata Kuliah Syarat							
Pekan ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir tiap tahapan belajar)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Praja, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria dan Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Memahami definisi strategi, pemasaran dan strategi pemasaran, istilah-istilah dalam pemasaran.	Mampu menjelaskan definisi strategi, pemasaran dan strategi pemasaran, istilah-istilah dalam pemasaran		Contextual instruction, diskusi kelompok, pembelajaran kooperatif, menggunakan pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa (Student-Centere d Learning / SCL)		Overview - Kontrak perkuliahan - Definisi strategi, pemasaran dan strategi pemasaran - Istilah-istilah dalam pemasaran	

				100 menit			
2	Memahami sistem informasi pemasaran, lingkungan	Mampu menjelaskan sistem informasi pemasaran, lingkungan pemasaran dan kepuasan pelanggan		Contextual instruction, diskusi kelompok, studi kasus, pembelajaran kooperatif, menggunakan pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa (Student-Centered Learning / SCL). 100 menit		Analisis Situasi Strategis 1. Sistem Informasi Pemasaran 2. Lingkungan pemasaran 3. Kepuasan pelanggan	
3	Memahami pengertian dan konsep analisis konsumen, tingkatan analisis konsumen, perilaku konsumen	Mampu menjelaskan analisis konsumen, tingkatan analisis konsumen, perilaku konsumen		Contextual instruction, diskusi kelompok, pembelajaran kooperatif, menggunakan pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat		Analisis Situasi Strategis (lanjutan) 1. Analisis konsumen 2. Tingkatan analisis konsumen 3. Perilaku konsumen	

				pada mahasiswa (Student-Centere d Learning / SCL). 100 menit			
4	Memahami konsep pendekatan terhadap pasar, segmentasi, targeting dan positioning, strategi pasar.	Mampu menjelaskan pendekatan terhadap pasar, segmentasi, targeting dan positioning, strategi pasar		Contextual instruction, diskusi kelompok pembelajaran kooperatif, menggunakan pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa (Student-Center ed Learning / SCL). 100 menit		Pasar 1. Pendekatan terhadap pasar 2. Segmentasi, targeting dan positioning 3. Strategi pasar	
5	Memahami dan menyelesaikan suatu permasalahan dalam strategi pemasaran.	Mampu menganalisis dan menyelesaikan suatu permasalahan		Contextual instruction, diskusi kelompok, studi kasus, pembelajaran kooperatif,		PRESENTASI DAN DISKUSI I	

		dalam strategi pemasaran		menggunakan pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa (Student-Centered Learning / SCL). 100 menit			
6	Memahami strategi pemasaran, merancang strategi pemasaran dan langkah-langkah dalam strategi pemasaran	Mampu menjelaskan tentang strategi pemasaran, merancang strategi pemasaran dan langkah-langkah dalam strategi pemasaran		Contextual instruction, diskusi kelompok, pembelajaran kooperatif, menggunakan pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa (Student-Centered Learning / SCL). 100 menit		Strategi Pemasaran 1. Strategi pemasaran 2. Merancang strategi pemasaran 3. Langkah-langkah dalam strategi pemasaran 4. Blue Ocean Strategy	
7	Mampu menyelesaikan persoalan (kasus) strategi pemasaran.	Mampu menyelesaikan persoalan (kasus)		Contextual instruction, diskusi kelompok, studi		KUIS 1	

		strategi pemasaran.		kasus, pembelajaran kooperatif, menggunakan pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa (Student-Centered Learning / SCL). 100 menit			
8	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Tengah Semester 30%						
9	Memahami strategi dalam bauran pemasaran (strategi product, strategi price, strategi place/ distribusi dan strategi promosi).	Mampu menjelaskan strategi dalam bauran pemasaran (strategi product, strategi price, strategi place/ distribusi dan strategi promosi).		Contextual instruction, diskusi kelompok, pembelajaran kooperatif, menggunakan pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa (Student-Centered Learning / SCL).		Strategi dalam Bauran Pemasaran 1. Strategi Product (klasifikasi produk, strategi: produk, positioning dan repositioning produk, overlap produk, lingkup dan desain produk, eliminasi produk, produk baru, diversifikasi, value marketing strategy, pemasaran jasa) 2. Strategi Price (konsep dan peran harga, tujuan penetapan harga dan faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga, metode penetapan harga, strategi: penyesuaian dan penetapan harga, penetapan harga produk baru dan produk yang sudah mapan, fleksibilitas harga,	

				100 menit		penetapan harga lini, leasing, bundling pricing kepemimpinan harga, penetapan harga untuk meraih pangsa pasar dan penetapan harga jasa) 3. Strategi Place/ distribusi (peran perantara, retailing, grosir, distribusi fisik, strategi: distribusi, struktur saluran distribusi, cakupan distribusi, saluran distribusi berganda, modifikasi, pengendalian dan manajemen konflik dalam saluran distribusi) 4. Strategi Promotion/ komunikasi (komunikasi pemasaran, media social, strategi: komunikasi pemasaran terintegrasi, pengeluaran promosi, bauran promosi, pemilihan media, copy iklan, penjualan, pemotivasian dan penyeliaan wiraniaga)	
10	Mampu memahami dan menjelaskan strategi branding beserta ruang lingkungannya.	Mampu menjelaskan strategi branding dan segala ruang lingkungannya		Contextual instruction, diskusi kelompok, pembelajaran kooperatif, menggunakan pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa (Student-Centered Learning / SCL).		Strategi Branding 1. Merek dan ruang lingkungannya 2. Strategi Brand Extension 3. Strategi Portofolio merek 4. Brand reinforcement strategy 5. Strategi revitalisasi merek 6. Strategi Re-Branding	

				100 menit			
11	Memahami strategi pemasaran dalam siklus hidup produk	Mampu menjelaskan strategi pemasaran dalam siklus hidup produk	Contextual instruction, diskusi kelompok, pembelajaran, kooperatif, menggunakan pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa (Student-Centered Learning / SCL).	100 menit		Strategi Pemasaran dalam Siklus Hidup Produk 1. Siklus hidup produk 2. Strategi pemasaran dalam: pasar baru, pasar berkembang, pasar jenuh dan menurun	
12	Memahami dan menyelesaikan suatu permasalahan dalam strategi pemasaran	Mampu menganalisis dan menyelesaikan suatu permasalahan dalam strategi pemasaran	Contextual instruction, diskusi kelompok, pembelajaran kooperatif, menggunakan			PRESENTASI DAN DISKUSI II	

			n pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa (Student-Centered Learning / SCL). 100 menit				
13	Memahami strategi pemasaran dalam berbagai posisi bersaing	Mampu menjelaskan strategi pemasaran dalam berbagai posisi bersaing.	Contextual instruction, diskusi kelompok, pembelajaran kooperatif, menggunakan pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa			Strategi Pemasaran dalam Berbagai Posisi Bersaing 1. Posisi bersaing 2. Strategi pemimpin pasar, penantang pasar, pengikut pasar dan penceruk pasar	

			(Student-Centered Learning / SCL). 100 menit				
14	Memahami dan menyelesaikan suatu permasalahan dalam strategi pemasaran.	Mampu menganalisis dan menyelesaikan suatu permasalahan strategi pemasaran	Contextual instruction, diskusi kelompok, pembelajaran kooperatif, menggunakan pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa (Student-Centered Learning / SCL). 100 menit		PRESENTASI DAN DISKUSI III		
15	Mampu menyelesaikan	Mampu menyelesaikan persoalan (kasus)	Contextual instruction, diskusi		KUIS 2		

	persoalan (kasus) strategi pemasaran	strategi pemasaran.	kelompok, studikasus, pembelajara n kooperatif, menggunaka n pendekatan <i>active learning</i> yang berpusat pada mahasiswa (Student-Cen tered Learning / SCL).				
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester 30%						

Referensi:

1. Assael, H. (2001), "Consumer Behaviour & Marketing Action," 6th ed. Singapore: Thompson Learning.
2. Kotler, P. and K. Keller (2006), Marketing Management, 12 th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc
3. Peter, J.Paul. (2013), "Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Buku 1," Salemba Empat, Jakarta.
4. Peter, J.Paul. (2014), "Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Buku 2," Salemba Empat, Jakarta.
5. Suyanto, (2007), "Marketing Strategy Top Brand Indonesia," C.V Andi Offset, Yogyakarta.
6. Tjiptono, Fandy, "Strategi Pemasaran," C.V Andi Offset, Yogyakarta.
7. Cravens, D.W dan Piercy, N.F (2013), *Strategic Marketing*, tenth edition, McGraw-Hill, New York

Catatan :

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara. p
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. **TM**=Tatap Muka, **PT**=Penugasan terstruktur, **BM**=Belajar mandiri.

Portofolio Penilaian dan Evaluasi Ketercapaian CPL Mahasiswa

MG	CPL	CPMK	SUB CPMK	INDIKATOR	BOBOT SOAL		BOBOT CPMK	BOBOT CPL	NILAI
1-16	2	1	1	Kedisiplinaan	Presensi	15%	15	15	100
Konsep, metode, dan prinsip strategi	5	2	2	Jelaskan apa yang dimaksud dengan konsep strategi pemasaran?	Kuis Kuliah	5%	5	30	100
			2	Metode-metode apa yang ada pada strategi pemasaran?	Kuis Kuliah	5%	5		
			2	Jelaskan apa saja yang termasuk prinsip strategi pemasaran!	Kuis Kuliah	5%	5		
			2	Mengapa kita perlu mempelajari konsep, metode dan prinsip strategi pemasaran?	Kuis Kuliah	5%	5		
			2	Mid Semester	UTS	10%	10		
Kewirausahaan	5	2	2	Apa yang dimaksud kewirausahaan?	Kuis Kuliah	5%	5	30	100
			2	Jelaskan mengapa dalam strategi pemasaran perlu mempelajari ilmu kewirausahaan!	Kuis Kuliah	5%	5		
			2	Apa saja peran	Kuis Kuliah	5%	5		

				kewirausahaan dalam strategi pemasaran?					
			2	Apa saja jenis kewirausahaan dalam strategi pemasaran?	Kuis Kuliah	5%	5		
			2	Sebutkan hal-hal yang harus diperhatikan sebelum berwirausaha!	Kuis Kuliah	5%	5		
Media Pemasaran Digital	6	3	3	Jelaskan apa yang dimaksud media!	Kuis Kuliah	5%	5	25	100
			3	Jelaskan apa yang dimaksud pemasaran digital!	Kuis Kuliah	5%	5		
			4	Apa yang dimaksud media pemasaran digital dalam strategi pemasaran?	Kuis Kuliah	5%	5		
			4	Jelaskan fungsi media pemasaran digital bagi seorang wirausaha!	Kuis Kuliah	5%	5		
			4	Jelaskan apa hubungan antara media pemasaran digital dan perkembangan zaman!	Kuis Kuliah	5%	5		
Minggu ke-16	11	4	5	UAS Essay Persoalan ..	Tugas 1	30%	30	30	100

[illegible]