

**RENCANA PROGRAM DAN
KEGIATAN PEMBELAJARAN SEMESTER
(RPKPS)
SEMESTER (GENAP) 2023/2024**



Magister Manajemen Agribisnis
Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis
Manajemen Pemasaran Agribisnis dan Perilaku Konsumen
(PNM20226217 /3 sks)

Tim Pengampu:

Prof. Dr. Ir. Masyhuri

Dr. Jangkung Handoyo Mulyo, M.Ec.

**UNIVERSITAS GADJAH MADA
FAKULTAS PERTANIAN
2024**



Universitas Gadjah Mada
 Fakultas Pertanian
 Program Studi Magister Manajemen Agribisnis
 Semester (Genap) 2023/2024

Kode Dokumen:

.....

RENCANA PROGRAM DAN KEGIATAN PEMBELAJARAN SEMESTER (RPKPS)

Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	Bobot (sks)		Semester	Status Mata Kuliah	Mata Kuliah Prasyarat
PNM2022621 7	<i>Manajemen Pemasaran Agribisnis dan Perilaku Konsumen</i>	<i>T: 3</i>	<i>P: 0</i>	<i>Genap</i>	<i>Pilihan</i>	-
Deskripsi Singkat Mata Kuliah	Mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan materi yang berkaitan dengan bagaimana konsumen memilih, memutuskan dan membeli produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya (customer satisfaction), selain itu mahasiswa akan memperoleh materi yang berkaitan dengan konsep inti pemasaran, orientasi perusahaan ke pasar, siklus hidup produk dan strategi bauran pemasaran..					
Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) yang Dibebankan pada MK	<i>CPL1</i>	<i>S2. Menunjukkan sikap jujur, bertanggung-jawab, percaya diri, kematangan emosional, beretika, dan kesadaran menjadi pembelajar sepanjang hayat.</i>				
	<i>CPL2</i>	<i>P2. Mampu menganalisis permasalahan di bidang agribisnis dan mengevaluasi alternatif solusi berbasis teori dan aplikasi manajemen agribisnis.</i>				
	<i>CPL3</i>	<i>KK1. Mampu mendesain model manajemen agribisnis yang inovatif sesuai perkembangan IPTEKS.</i>				
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	Setelah menyelesaikan pembelajaran mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:					
	<i>CPMK1</i>	<i>Mampu menjelaskan perilaku konsumen dan strategi pemasaran agribisnis.</i>				
	<i>CPMK2</i>	<i>Mampu menyajikan dan menginterpretasikan berbagai studi empiris yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan manajemen pemasaran agribisnis.</i>				
	<i>CPMK3</i>	<i>Mampu merumuskan strategi pemasaran agribisnis yang efektif dengan mempertimbangkan perilaku konsumen.</i>				
Kaitan CPMK dengan Materi dan Bentuk Pembelajaran, serta Alokasi Waktu	Materi Pembelajaran		Bentuk Pembelajaran		Alokasi Waktu	
	<i>Pengantar Perilaku Konsumen (Introduction to Consumer Behavior)</i>		<i>Pemarapan, Case base learning/project base learning</i>		<i>3x50 menit</i>	
	<i>Kesejahteraan Konsumen (Consumer Wellbeing)</i>		<i>Pemarapan, Case base learning/project base learning</i>		<i>3x50 menit</i>	
	<i>Persepsi Konsumen (Consumer Perception)</i>		<i>Pemarapan, Case base learning/project base learning</i>		<i>3x50 menit</i>	
	<i>Learning, Motivasi dan Pelibatan Konsumen (Learning, Motivation and Consumer Involvement)</i>		<i>Pemarapan, Case base learning/project base learning</i>		<i>3x50 menit</i>	
	<i>Konsep Diri dan Kepribadian (Self-Concept and Personality)</i>		<i>Pemarapan, Case base learning/project base learning</i>		<i>3x50 menit</i>	
<i>Pengambilan Keputusan Konsumen (Consumer Decision Making)</i>		<i>Pemarapan, Case base learning/project base learning</i>		<i>3x50 menit</i>		

		<i>Konsumen dan Kondisi Sosial Kultural (Consumer and Their Social & Cultural Setting)</i>		Pemarapan, Case base learning/project base learning		3x50 menit
UTS						
		<i>Manajemen Pemasaran (Marketing Management)</i>		Pemarapan, Case base learning/project base learning		3x50 menit
		<i>Konsep Inti Pemasaran (Core Marketing Concepts)</i>		Pemarapan, Case base learning/project base learning		3x50 menit
		<i>Orientasi Perusahaan ke Pasar (Company Orientation Toward the Marketplace)</i>		Pemarapan, Case base learning/project base learning		3x50 menit
		<i>Siklus Hidup Produk (Product Lifecycle)</i>		Pemarapan, Case base learning/project base learning		3x50 menit
		<i>Bauran Pemasaran: Produk dan Harga (Marketing Mix: Product and Price)</i>		Pemarapan, Case base learning/project base learning		3x50 menit
		<i>Bauran Pemasaran: Tempat (Marketing Mix: Place)</i>		Pemarapan, Case base learning/project base learning		3x50 menit
		<i>Bauran Pemasaran: Promosi (Marketing Mix: Promotion)</i>		Pemarapan, Case base learning/project base learning		3x50 menit
UAS/ Hasil Tugas Project/Hasil Analisis Kasus						
Metode Pembelajaran	SCL: Pembelajaran Case/project base learning					
Pengalaman Belajar Mahasiswa	Mahasiswa memberikan alternatif solusi dari berbagai kasus yang diberikan sesuai dengan metode penyelesaian yang paling tepat					
Akses Media Pembelajaran/ LMS dan Persentase Luring & Daring	Google classroom Luring: 100%					
Metode Penilaian dan Keselarasan dengan CPMK	Teknik Penilaian	Persentase Penilaian	Kriteria/ Indikator	CPMK 1	CPMK 2	CMPK 3
	Case / Project based learning di dalam kelas	50	Ketepatan mahasiswa dalam menyelesaikan kasus sesuai metode			V
	Kognitif					
	UTS	25	Ketepatan mahasiswa dalam menjawab soal	V		
	UAS	25	Ketepatan mahasiswa dalam menjawab soal		V	
	Total	100				
	*) dapat diperoleh juga dari UTS atau UAS yang merupakan hasil dari aktivitas partisipatif atau hasil <i>project/studi kasus</i> . Sesuai IKU 7, jumlah persentase aktivitas partisipatif dan hasil <i>project/studi kasus/hasil PBL</i> adalah minimal 50%.					

Daftar Referensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. olomon, MR 13ed (2020) Consumer behavior: buying and having and being. Pearson USA 2. Kotler, P & KL. Keller (2016) Marketing Management 15th Global ed. Pearson 3. Beierlein, J.G., and M.W. Woolverton. (1991) Agribusiness Marketing, The Management 4. Perspective.Prentice - Hall, New Jersey. 5. Kardes, F.R., M.L. Cronley & T.W. Cline (2011). Consumer Behavior. South-Cengage Learning 6. De Mooij, M. (2011). Consumer Behavior and Culture Consequences for Global Marketing and 7. Advertising 2nd edition. SAGE Publications. 8. Stephens, D.L. (2017). Essentials of Consumer Behavior. Routledge Taylor & Francis. 9. Schiffman, L.G. & J. Wisenblit (2019). Consumer Behavior 12th edition. Pearson. 10. Afsari, A., Suryantini, A., & Mulyo, J. H. (2017). The influence of attitude, subjective norm, and perceived behavioural control toward snack consumer behaviour in halal labeling in Yogyakarta. Ilmu Pertanian (Agricultural Science), 2(1), 29-34. 			
Nama Dosen Pengampu (Team Teaching)	Dr. Jangkung Handoyo Mulyo, M.Ec. Prof. Dr. Ir. Masyhuri			
Otorisasi	Tanggal Penyusunan 16 Februari 2024	Koordinator Mata Kuliah <i>Dr. Jangkung Handoyo Mulyo, M.Ec.</i>	Koordinator Bidang Keahlian (Jika Ada) <i>Tanda Tangan Nama Terang</i>	Ketua Program Studi <i>Dr. Ir. Lestari Rahayu Waluyati, M.P.</i>