


**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PAKUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

	UNIVERSITAS PAKUAN				
	FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS				
	S1 AKUNTANSI				
	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER				
MATA KULIAH	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (SKS)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Marketing Management	221MKP3332		3	III	2023
Dekan FEB	DOSEN PENGEMBANG RPS	KOORDINATOR RMK	KA PRODI		
Towaf Totok Irawan SE., ME., Phd	Nizam M. Andrianto, S.P., M.M. Ferdisar Adrian, S.E., M.M. Fredri Andria, STp., M.M.	Prof.Dr.H.Thamrin Abdullah,MM.,M.Pd	Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA.		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI				
	P1 : Menguasaikonsepteoretismanajemensecaramendalam, khususnya metodedanperangkatanalisisfungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengarahan, pemantauan, evaluasi, danpengendalian, danfungsiorganisasi yang terdiridaripemasaran, SDM, operasi, dankeuanganpadaberbagaijenisorganisasi.				
	KK1: Mampumemecahkanmasalahoperasionalfungsi manajemen meliputi: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan danpengendalian danfungsiorganisasi yang meliputi: pemasaran, sumberdayamanusia, keuangan, operasisesuaidengankaidahkeilmuan..				
	KU1 : Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memerhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya.				
KU2 : Mampumenunjukkankinerjamandiri, bermutu, danterukur					
CP-MK					
M1. Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis pemasaran jasa dengan menggunakan pendekatan hubungan pelanggan (KK1, P1)					
M2. Mahasiswa mampu memahami dan menerap kan strategi pemasaran(P1, KK1, KU1)					
M3. Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis kepuasankonsumendankualitassecara optimal (S9, P1, KK2, KU1)					
M4. Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis manajemen kualitasjasa (S9, P1, KK2, KU1)					

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PAKUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini bermaksud untuk Menjelaskan pemasaran jasa dengan menggunakan pendekatan hubungan pelanggan yang berorientasi pada paradigma relationship marketing yang menekankan pada pentingnya mempertahankan konsumen dan menciptakan konsumen yang loyal melalui pemberian kepuasan konsumen dan kualitas secara optimal.
Materi Pembelajaran/pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran 2. Perilaku Pelanggan dan Segmentasi Targeting Positioning 3. Memahami Harapan dan Persepsi Konsumen 4. Bauran Pemasaran 5. Pengembangan Jasa Baru 6. Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya terhadap Perilaku Purna Pengguna Jasa 7. Manajemen Kualitas Jasa 8. Peran Penting Sumber Daya Manusia (Karyawan) dalam Bisnis Jasa 9. Efek Ekonomi dan Finansial
Pustaka	<p>Buku Wajib</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Ed. 13. Jakarta: Erlangga. 2. Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, Jilid 2. Ed. 13. Jakarta: Erlangga. <p>Buku Pendukung</p>
Media Pembelajaran	Powerpoint, Video
Team Teaching	-
Matakuliah syarat	Pengantar Manajemen, Pengantar Bisnis

(1) Minggu ke	(2) Kemampuan akhir yang diharapkan	(3) Bahan kajian	(4) Bentuk pembelajaran	(5) Waktu	(6) Pengalaman belajar mahasiswa	(7) Kriteria penilaian dan indikator	(8) Bobot nilai
1	Mahasiswa mampu mengidentifikasi, menunjukkan dan membedakan konsep pemasaran (CPMK 1)	<i>Creating and capturing customer value</i>	Tutorial diskusi	1 X 50” tutorial 2 X 50” diskusi 3 X 60” tugasterstruktur 3 X 60”	Mahasiswa mampu roleh konsep teori dasar pemasaran	Ketepatan memahami konsep teori dasar pemasaran Ketepatan menguraikan konsep teori pemasaran	

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PAKUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

				tugasmandiri			
2	Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan strategi pemasaran (CPMK 2)	<i>Company and marketing strategy : partnering to build customer relationship</i>	Tutorial + diskusi	1 X 50” tutorial 2 X 50” diskusi 3 X 60” tugasterstruktur 3 X 60” tugasmandiri	Mahasiswamembuat Tugas mapping strategipemasaran	Ketepatan memahami dan menjelaskan strategi pemasaran Ketepatan menerapkan strategi pemasaran	10%
3	Mahasiswa mampu menerangkan, dan memberikan contoh tentang lingkungan (CPMK3)	<i>Analyzing the marketing environment</i>	Tutorial + diskusi	1 X 50” tutorial 2 X 50” diskusi 3 X 60” tugasterstruktur 3 X 60” tugasmandiri	Mahasiswamenca rintohtentanglin gkungan	Ketepatan menerangkan lingkungan Ketepatan memberikan contoh lingkungan	
4 - 5	Mahasiswa mampu membedakan, menganalisis pasar konsumen dan bisnis (CPMK4) Mahasiswa mampu menjelaskan dan memberikan contoh untuk STP (CPMK4)	<i>Consumer markets and consumer buyer behavior</i> <i>Business markets and business buyer behavior</i> <i>Customer-driven marketing strategy: Creating value for target</i>	Tutorial + diskusi	1 X 50” tutorial 2 X 50” diskusi 3 X 60” tugasterstruktur 3 X 60” tugasmandiri	Mahasiswamemp ersiapkancontohh asarkonsumendan bisnisserta STP	Ketepatan membedakan pasar konsumen dan bisnis Ketepatan menganalisis pasar konsumen dan bisnis Ketepatan menjelaskan STP Ketepatan memberikan contoh STP	

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PAKUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

		<i>customers</i>					
6 - 7	Mahasiswa mampu menjelaskan, menunjukkan dan mengidentifikasi produk (CPMK5)	<i>Product, services, and brands: Building customer value</i>	Tutorial + diskusi	1 X 50” tutorial 2 X 50” diskusi 3 X 60” tugasterstruktur 3 X 60” tugasmandiri	Mahasiswa membuat tugas mapping produk	Ketepatan menjelaskan produk Ketepatan mengidentifikasi produk Ketepatan memberikan contoh produk dan identifikasinya	10%
UTS							30%
9	Mahasiswa mampu menjelaskan dan menerapkan konsep produk baru dan strategi daur hidup produk (CPMK5)	<i>New-product development and product life-cycle strategies</i>	Tutorial + diskusi	1 X 50” tutorial 2 X 50” diskusi 3 X 60” tugasterstruktur 3 X 60” tugasmandiri	Mahasiswa mempersiapkan konsep produk dan penerapannya	Ketepatan menjelaskan konsep produk baru Ketepatan menerapkan produk baru Ketepatan menerapkan daur hidup	
10	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang konsep dan strategi harga (CPMK5)	<i>Pricing: understanding and capturing customer value</i>	Tutorial + diskusi	1 X 50” tutorial 2 X 50” diskusi 3 X 60” tugasterstruktur	Mahasiswa mempersiapkan contoh-contoh harga	Ketepatan menjelaskan tentang konsep harga Ketepatan menjelaskan strategi harga	

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PAKUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

		<i>Pricing Strategy</i>		3 X 60" tugasmandiri			
11	Mahasiswa mampu menjelaskan marketing channels (CPMK5)	<i>Marketing channels: Delivering Customer Value + retailing dan wholesaling</i>	Tutorial + diskusi	1 X 50" tutorial 2 X 50" diskusi 3 X 60" tugasterstruktur 3 X 60" tugasmandiri	Mahasiswamemb uattugas mapping marketing channels	Ketepatanmenjelaskan marketing channel	5%
12 - 14	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang strategi komunikasi (M5) Mahasiswa mampu menunjukkan perbedaan bauran komunikasi (M5) Mahasiswa mampu mengidentifikasi jenis-jenis komunikasi (CPMK5)	<i>Communicating customer value: Integrated marketing communication strategy Advertising and Public Relations Personal selling and sales promotion + Online marketing</i>	Tutorial + diskusi	1 X 50" tutorial 2 X 50" diskusi 3 X 60" tugasterstruktur 3 X 60" tugasmandiri	Mahasiswamemb uattugas mapping strategikomunikas i	Ketepatan menjelaskan strategi komunikasi Ketepatan menjelaskan perbedaan bauran komunikasi Ketepatan mengidentifikasi jenis-jenis komunikasi	10%
UAS							35%

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PAKUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**