



**PERBANAS
INSTITUTE**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MATA KULIAH:

APLIKASI PEMASARAN

PROGRAM STUDI D3 KEUANGAN PERBANKAN

2022



NAMA PERGURUAN TINGGI: PERBANAS INSTITUTE
NAMA FAKULTAS: EKONOMI & BISNIS
NAMA JURUSAN / PRODI: D3 KEUANGAN PERBANKAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
APLIKASI PEMASARAN	DK50031		3	6	16 Juli 2022
OTORISASI	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua Program Studi
	 Irma Selliamanik, S.E, M.M				 Edy Sukarno, Drs., Ak., M.M., CA.
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI				
	S10	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.			
	KU4	Mampu memecahkan masalah pekerjaan dengan sifat dan konteks yang sesuai dengan bidang keahlian terapannya didasarkan pada pemikiran logis, inovatif dan bertanggungjawab atas hasilnya secara mandiri.			
	KU7	Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok serta melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya.			
	KU8	Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya, dan mengelola pengembangan kompetensi kerja secara mandiri.			
	PU5	Menguasai prinsip pengelolaan yang terkait dengan bidang keahlian			
	CP-MK				
	PK8	Menguasai pengetahuan prosedural aplikasi komputer dan perangkat lunak			
	PK10	Menguasai pengetahuan faktual lingkungan bisnis, ekonomi, manajemen dan hukum komersial			
	KK7	Mampu merencanakan, mempersiapkan dan melaksanakan kegiatan penjualan produk dan jasa perbankan secara umum sesuai SOP			
KK15	Mampu mengoperasikan dan memanfaatkan piranti lunak (aplikasi pengolah angka, aplikasi pengolah data, aplikasi presentasi).				
Diskripsi Singkat	<p>Mata kuliah Aplikasi Pemasaran ini akan mempelajari beberapa materi pemasaran berupa teori, konsep, implementasi dan pengendalian strategi pemasaran dengan proses pembelajaran fokus pada perencanaan sebuah produk, penentuan target market yang akan dituju hingga strategi pemasarannya. Mahasiswa diminta membentuk kelompok yang harus secara bersama-sama dan teamwork mengkreasi satu produk yang baru sama sekali, original berasal dari ide mereka, membuat perencanaan untuk penawaran produknya, program promosinya, termasuk pembuatan iklan untuk produk kelompok tersebut.</p>				

Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	1. Definisi, Konsep dan Proses Pemasaran 2. Pasar dan Konsumen 3. 4P 4. STP 5. Strategi dan Bauran Pemasaran 6. Layanan Prima 7. Mengukur dan Strategi Kepuasan Pelanggan 8. Digital Marketing	
Pustaka	Utama :	Kotler, Philip & Gary Armstrong, 2008, Principles of Marketing, 13th Edition, New York, Pearson Education Inc.
	Pendukung :	1. Kotler, Philip, 2008, Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation & Control, 8th Edition, New York, Prentice Hall International Inc. 2. Selling – Building Partnerships, Barton A. Weitz – University of Florida, Stephen B. Castleberry – Minnesota University John F. Tanner- Baylor University 3. Magazines, Handouts, articles and other actual references
Media Pembelajaran	Perangkat lunak :	Perangkat keras :
	-	Komputer, LCD & Projector
Dosen Pengampu	Irma Selliamanik	
Matakuliah syarat	Bisnis dan Manajemen, Manajemen Pemasaran, Komunikasi Pemasaran & E – Marketing, Personal Selling	

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
1	Memahami teori-teori dasar pemasaran.	Definisi Pemasaran dan Proses Pemasaran Pembentukan Kelompok kerja mahasiswa	“Principles of Marketing...” Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui teori-teori dasar pemasaran Bentuk non-test: Q & A	2	0,5

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
2	Memahami pentingnya identifikasi Kebutuhan (Need) dan Keinginan (Want) dari target market sebagai kunci dalam pemasaran	Konsep Pemasaran dan Konsep Penjualan.	"Principles of Marketing..." Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui konsep pemasaran dan penjualan Bentuk non-test: Q & A	2	0,5
3	Memahami Pasar dan Konsumen. Dapat Menilai Calon Konsumen yang menjadi target marketnya.	Pasar dan Konsumen - Lingkungan Pasar - Perilaku Konsumen - Penyerahan abstraksi rencana produk	"Principles of Marketing..." Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui pangsa pasar dan perilaku konsumen Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
4	Memahami Product Attributes sebuah produk & dapat menyusun Iklan untuk promosi produknya	- Product Attributes sebuah produk - Menyusun dan membuat iklan berdasarkan product attributes	"Principles of Marketing..." Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui atribut produk Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
5	Memahami teori STP dan membuat pemilihan STP yang tepat untuk produknya yang akan ditawarkan	- Segmentation, Targetting, Positioning - Menentukan STP untuk produk yang dikreasi dan ditawarkan ke pasar - Evaluasi Abstraksi Produk	"Principles of Marketing..." Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui STP Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
6	Memahami Strategi Pemasaran & Bauran Pemasaran, mengaplikasikan pada produk yg direncanakan	- Strategi Pemasaran - Bauran Pemasaran	"Principles of Marketing..." Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui strategi & bauran pemasaran Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
7	Memahami Produk dan Jasa beserta siklus hidupnya Memahami Strategi dalam penentuan Merk untuk	Produk, Jasa dan Strategi Penentuan Merk. Pengembangan sebuah Produk baru & Siklus hidup produk	"Principles of Marketing..." Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui produk jasa dan strategi penentuan merk untuk	0,5	2

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
	produk nya.				produk development Bentuk non-test: Q & A		
8	Ujian Tengah Semester (UTS) : Melakukan pengujian tertulis hasil pembelajaran kemudian penilaian dan evaluasi untuk proses pembelajaran berikutnya					0	2
9	Memahami Nilai Pelanggan dan Strategi Penetapan Harga	Nilai Pelanggan – Harga Produk Strategi Penetapan Harga	“Principles of Marketing...” Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi, Presentasi	Kriteria: Mengetahui strategi penetapan harga Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
10	Memahami Proses Penjualan mulai dari mengenal calon konsumen, mendekatinya, hingga meyakinkan calon konsumen tersebut	Proses Penjualan – Selling Proses	“Principles of Marketing...” Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui proses penjualan Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
11	Mahasiswa mampu memaparkan cara mewujudkan layanan prima secara komprehensif dan terukur menyangkut dimensi kualitas layanan, faktor- faktor penyebab buruknya kualitas layanan dan strategi penyempurnaan kualitas layanan yang berkesinambungan	Mewujudkan Layanan Prima Mengukur kualitas layanan	“Principles of Marketing...” Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui cara layanan prima Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
12	Mahasiswa mampu memahami konsep kepuasan pelanggan, metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan	Memahami Kepuasan Pelanggan, Mengukur Kepuasan Pelanggan	“Principles of Marketing...” Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui kepuasan dan cara mengukur kepuasan pelanggan Bentuk non-test: Q & A	0,5	2

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
13	Mahasiswa mampu memaparkan penerapan strategi perusahaan dalam mendapatkan pelanggan baru dan/ atau mempertahankan pelanggan lama	Strategi Kepuasan Pelanggan	“Principles of Marketing...” Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui strategi kepuasan pelanggan Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
14	Mahasiswa mampu memanfaatkan fasilitas teknologi Informasi dan Telekomunikasi di dunia maya dengan Digital Marketing (Media Sosial & Market Place)	Mengenal dapat menggunakan aneka ragam platform digital marketing	“Principles of Marketing...” Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi, Presentasi	Kriteria: Mengetahui berbagai macam penggunaan platform digital marketing Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
15	Mahasiswa mampu menerapkan konsep 4P di dalam digital marketing	Presentasi Kelompok untuk konsep 4P dalam digital marketing			Presentasi hasil tugas kelompok	0.5	2
16	Ujian Akhir Semester (UAS): Melakukan pengujian, penilaian akhir dan menentukan kelulusan Mahasiswa					0	2
Konversi sks Konversi Jam → SKS : 1 sks = 0,80 jam/minggu			[sks dibulatkan] / [total estimasi waktu (jam)]			10 jam	29 jam
Teori	9 jam : [0,80jam/mgg x 16 mgg] = 0,70 sks		1 sks				
Praktek/ Tugas	30 jam : [0,80jam/mgg x 16 mgg] = 2,30 sks		2 sks				
Total Bobot SKS MataKuliah Analisis Laporan Keuangan			3 sks				

Evaluasi Hasil Belajar

Penilaian mahasiswa akan ditentukan berdasarkan gabungan dari komponen berikut ini:

- | | | |
|--------------------------------|-----|---|
| 1) Tugas terstruktur | 25% | |
| 2) Ujian tengah semester (UTS) | 30% | |
| 3) Ujian akhir semester (UAS) | 45% | a |

Konversi nilai angka ke nilai huruf, sesuai bobot komponen, adalah sebagai berikut:

Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot	Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot
≥ 90	A	4,00	60,00 – 64,99	C +	2,25
80,00 – 89,99	A -	3,75	55,00 – 59,99	C	2,00
75,00 – 79,99	B +	3,25	50,00 – 54,99	C -	1,75
70,00 – 74,99	B	3,00	45,00 – 49,99	D	1,00
65,00 – 69,99	B -	2,75	< 45	E	0,00