



**PERBANAS
INSTITUTE**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MATA KULIAH:

PRAKTIKUM 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
PRAKTIKUM PEMASARAN	DM 50030	Manajemen	3	3	15 Juli 2022
OTORISASI	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua Program Studi
	A. Tunggul Birowo, SH.,				 Edy Sukarno, Drs., Ak., M.M., CA.
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI				
	S2	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika.			
	S9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang usaha secara mandiri.			
	PP8	Menguasai konsep teoritis secara mendalam tentang kebutuhan informasi berwirausaha dan rencana usaha untuk pengambilan keputusan manajemen.			
	KU2	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur.			
	KU10	Mampu mengkombinasikan kompetensi teknikal dan keahlian profesional untuk menyelesaikan penugasan kerja.			
	KK3	Mampu secara mandiri menganalisis dan menginterpretasi usaha secara mandiri			
	KK13	Mampu secara mandiri menyusun rencana usaha dan laporan dari usaha secara mandiri serta pengungkapan yang relevan dan andal untuk pengambilan keputusan manajerial dengan menerapkan teknik analisis peluang usaha.			
	CP-MK				
C3	Mahasiswa memiliki kemampuan menerapkan dalam rencana usaha untuk menciptakan usaha yang kreatif dan memberikan informasi kegiatan usaha yang dilakukan yang berguna untuk penilaian kinerja dalam menjalankan usaha.				

	C4	Mahasiswa memiliki kemampuan melakukan analisis laporan mengelola keuangan dalam berusaha dengan cara mengidentifikasi, menganalisis dan mengevaluasi informasi yang terdapat di dalam laporan mengelola usaha serta pendukungnya untuk membantu manajemen di dalam membuat keputusan organisasi dan bisnis.
Diskripsi Singkat MK	Matakuliah ini mengajarkan agar Mahasiswa memiliki Kemampuan menganalisa kegiatan usaha secara mandiri sebagai syarat mutlak bagi praktisi usaha mandiri, seperti wirausahawan, pelaku bisnis, terutama dari sudut pemasaran produk yang ditawarkan. Mata kuliah ini didesain untuk mengembangkan kemampuan yang diperlukan untuk memahami berwirausaha serta mengevaluasi peluang usaha berdasarkan informasi yang terdapat di kehidupan masyarakat sesuai dengan kebutuhan yang akan dapat dituangkan dalam sebuah perencanaan pemasaran yang komprehensif atas produk yang ditawarkan, termasuk dalam pembuatan iklan sebagai bagian dari program promosi.	
Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep Pemasaran, Definisi Pemasaran dan Proses Pemasaran. 2. Konsep Need & Want dari Target Market. 3. Pasar Konsumen sebagai Target Market. 4. Product Attributes sebagai elemen produk. 5. Segmentation, Targeting & Positioning (STP) Theory. 6. Pemilihan STP yang tepat untuk produk yang ditawarkan. 7. Pembuatan Iklan yang tepat untuk produk yang ditawarkan, termasuk penggunaan media iklan. 8. Strategi Penetapan Merk pada sebuah Produk. 9. Strategi Pemasaran dengan Bauran Pemasaran. 10. Bauran Pemasaran Produk dan Jasa. 11. Konsep Pengembangan Produk dan Siklus Hidup Produk. 12. Nilai Pelanggan dan Strategi Penetapan Harga. 13. Proses Penjualan Produk – mengenal, mendekati dan meyakinkan calon konsumen. 	
Pustaka	<p>Utama :</p> <p>Kotler, Philip & Gary Armstrong, 2008, Principles of Marketing, 13th Edition, New York, Pearson Education Inc. Kotler, Philip, 2008, Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation & Control, 8th Edition, New York, Prentice Hall International Inc.</p> <p>Pendukung :</p> <p>Selling – Building Partnership, Barton A. Weitz – University of Florida, Stephen B. Castleberry – Minnesota University. Magazines, Handouts, articles and other actual references.</p>	
Media Pembelajaran	Perangkat lunak : -	Perangkat keras : Komputer, LCD & Projector
Team Teaching		
Matakuliah syarat	Dasar-dasar Pemasaran; Komunikasi Pemasaran dan 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	Mampu menjelaskan pengertian, mengidentifikasi teori dan konsep pemasaran secara umum.	Pemahaman teori dan konsep pemasaran disertai penerapannya pada praktek.	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh aplikasi Konsep Pemasaran oleh Produsen dan atau Penjual	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Tatap Muka & Diskusi • Diskusi • Memberikan contoh-contoh dalam praktek 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek Bentuk non-test: <ul style="list-style-type: none"> • Keaktifan di kelas 	2	0,5
2	Mampu mengidentifikasi Kebutuhan (Need) dan Keinginan (Want) dari Target Market. Mampu menjelaskan aplikasi teori Need & Want dalam praktek.	Pemahaman teori Need & Want dalam aplikasi sehari-hari atau dalam bisnis.	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh kasus untuk mengenal dan memahami Need & Want	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, • Memberikan contoh-contoh dalam praktek 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek Bentuk non-test: <ul style="list-style-type: none"> • Keaktifan di kelas 	1	1,5

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
3	Mampu memahami Pasar dan Konsumen. Dapat menilai Calon Konsumen yang menjadi Target Marketnya.	Pemahaman atas Konsep Pemasaran dan Konsep Penjualan, aplikasi dalam praktek	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh aplikasi Konsep Pemasaran & Konsep Penjualan yang dijalankan oleh Produsen dan Penjual	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, • Memberikan contoh-contoh dalam praktek 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek Bentuk non-test: <ul style="list-style-type: none"> • Keaktifan di kelas 	0,5	2
4	Mampu memahami Product Attributes dan elemennya dalam sebuah produk. Mampu memahami penggunaan elemen Product Attributes dalam formulasi iklan dan program promosi.	Pemahaman atas elemen Product Attributes di dalam sebuah produk Pemahaman Penggunaan bagian dari Product Attributes dalam formulasi iklan yang sesuai dengan Produk yang ditawarkan	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh iklan di berbagai media, termasuk video	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, • Materi video iklan • Materi iklan lainnya 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek Bentuk non-test: Keaktifan di kelas	0,5	2
5	Mampu memahami teori STP – Segmentation, Targeting & Positioning yang tepat untuk produk	Menentukan STP untuk produk yang dikreasi dan ditawarkan ke	Kotler, Philip & Gary Armstrong	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, • Materi video iklan 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas 	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
	yang ditawarkan	pasar Evaluasi Abstraksi Produk Penerapan STP yang tepat dan efektif		• Materi iklan lainnya	Bisnis dalam praktek Bentuk non-test: Keaktifan di kelas		
6	Mampu memahami Strategi Pemasaran & Bauran Pemasaran beserta aplikasinya pada produk yang ditawarkan	Pemahaman mengenai Produk, terdiri dari Barang dan Jasa Pemahaman mengenai Bauran Pemasaran Barang Pemahaman mengenai Bauran Pemasaran Jasa	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh kasus untuk menjelaskan perbedaan Bauran Pemasaran Barang dan Bauran Pemasaran Jasa	• Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, • Diskusi Kelas • Bahan Video dan Materi contoh kasus	Kriteria: • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek Bentuk non-test: Keaktifan di kelas	0,5	2
7	Memahami Produk: Barang dan Jasa yang ditawarkan berikut Strategi Penentuan Merk untuk produk tersebut	Pengenalan Produk yang ditawarkan lebih dalam Identifikasi Barang yang ditawarkan dan pelayanan jasa yang mengikutinya	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh kasus dan pembahasannya Pengenalan Materi	• Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, • Diskusi Kelas • Bahan Video dan Materi contoh kasus	Kriteria: • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek Bentuk non-test:	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
		Strategi Penentuan Merk agar menjadi menarik bagi calon konsumennya	mengenai Personal Brand – Merk Pribadi yang disematkan pada sebuah produk		Keaktifan di kelas		
8	Ujian Tengah Semester (UTS) : Melakukan pengujian tertulis hasil pembelajaran kemudian penilaian dan evaluasi untuk proses pembelajaran berikutnya. Ujian dibuat dalam essay kasus sistim Open Book Exam.					0	2
9	Mampu memahami Konsep Pengembangan Produk dan Siklus Hidup Produknya	Proses Pengembangan Produk Siklus Hidup Produk (<i>Product Life Cycle</i>) Kapan Produk harus diperbaharui atau diganti?	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh kasus dan pembahasannya	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, • Diskusi Kelas • Bahan Video dan Materi contoh kasus 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek Bentuk non-test: Keaktifan di kelas	0,5	2
10	Mampu memahami Nilai Pelanggan dan Strategi Penetapan Harga	Nilai Pelanggan Bagaimana Pelanggan menilai dirinya terhadap Nilai yang ada pada suatu Produk – Harga Produk	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh kasus dan pembahasannya	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, • Diskusi Kelas • Bahan Video dan Materi contoh kasus 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek 	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
		Strategi Penetapan Harga Produk			Bentuk non-test: Keaktifan di kelas		
11	Mampu memahami Proses Penjualan mulai dari mengenal Calon Konsumen, mendekatinya hingga meyakinkan Calon Konsumen tersebut untuk membeli dan mengonsumsi Produk yang ditawarkan	Proses Penjualan sebuah Produk mulai dari mengenali prospek Calon Konsumen hingga mendekati dan meyakinkan untuk membeli dan mengonsumsi Produk yang ditawarkan	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh kasus dan pembahasannya	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, • Diskusi Kelas • Bahan Video dan Materi contoh kasus 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek Bentuk non-test: Keaktifan di kelas	0,5	2
12	Mampu memahami Program Promosi dan proses pelaksanaan program Promosi dari perencanaan dan implementasi pelaksanaannya.	Presentasi Kelompok untuk Produk kelompok yang telah dikreasi dilakukan perencanaan pemasarannya hingga demonstrasi produknya di hadapan rekan di kelas yang akan bertindak sebagai	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh kasus dan pembahasannya	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, • Presentasi Kelompok dengan bahan Powerpoint dari kelompok. • Materi Video Iklan Kelompok 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek Bentuk non-test: Keaktifan di kelas	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
		audience Calon Konsumennya.					
13	Mampu memahami Program Promosi dan proses pelaksanaan program Promosi dari perencanaan dan implementasi pelaksanaannya.	Presentasi Kelompok untuk Produk kelompok yang telah dikreasi dilakukan perencanaan pemasarannya hingga demonstrasi produknya di hadapan rekan di kelas yang akan bertindak sebagai audience Calon Konsumennya.	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh kasus dan pembahasannya	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, • Presentasi Kelompok dengan bahan Powerpoint dari kelompok. • Materi Video Iklan Kelompok 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek Bentuk non-test: Keaktifan di kelas	0,5	2
14	Mampu memahami Program Promosi dan proses pelaksanaan program Promosi dari perencanaan dan implementasi pelaksanaannya.	Presentasi Kelompok untuk Produk kelompok yang telah dikreasi dilakukan perencanaan pemasarannya hingga demonstrasi produknya di hadapan rekan di kelas yang akan bertindak sebagai	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh kasus dan pembahasannya	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, • Presentasi Kelompok dengan bahan Powerpoint dari kelompok. • Materi Video Iklan Kelompok 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek Bentuk non-test: Keaktifan di kelas	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
		audience Calon Konsumennya.					
15	Mampu memahami Program Promosi dan proses pelaksanaan program Promosi dari perencanaan dan implementasi pelaksanaannya.	Presentasi Kelompok untuk Produk kelompok yang telah dikreasi dilakukan perencanaan pemasarannya hingga demonstrasi produknya di hadapan rekan di kelas yang akan bertindak sebagai audience Calon Konsumennya.	Kotler, Philip & Gary Armstrong Contoh-contoh kasus dan pembahasannya	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif, Presentasi Kelompok dengan bahan Powerpoint dari kelompok. Materi Video Iklan Kelompok 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> Penyelesaian soal Analisis dan Aktivitas Bisnis dalam praktek Bentuk non-test: Keaktifan di kelas	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)]			9 jam	30 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 30%
- 2) Ujian tengah semester (UTS) 25%
- 3) Ujian akhir semester (UAS) 45%

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