



Rencana Pembelajaran Semester

 PERBANAS INSTITUTE	PERBANAS INSTITUTE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DEPARTEMEN S1 MANAJEMEN					
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN PEMASARAN	EKM19402		3		Ke-4	April 2022
OTORISASI / PENGESAHAN	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ka Prodi	
	 Pamela Magdalena, S.S., M.M.				 Dr. Tifa Noer Amelia, S.E., M.Acc.	
Capaian Pembelajaran	CPL-PRODI S1 MANAJEMEN					
	S2	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika				
	S8	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik				
	S9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri				
	Capaian Pembelajaran Perencanaan dan Pengendalian Pemasaran					
	KU1	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				
	KU2	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur				

	KU3	Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan
	KU5	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data
	KU7	Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya
	P1	Menguasai konsep teori dalam ilmu manajemen dan menerapkannya dalam berbagai tipe organisasi baik bisnis maupun non bisnis pada tingkat lokal, nasional dan global
	KK2	Mampu merumuskan dan mengimplementasikan rencana strategik ke dalam rencana operasional
Diskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini difokuskan untuk membangun kompetensi dan ketrampilan strategik yang diperlukan untuk bersaing di dalam tata perekonomian global dengan menggunakan kerangka analitik guna mengetahui bagaimana suatu perusahaan memformulasikan strategi, membuat keputusan strategik, dan mengimplementasikan strategi pemasaran. Pokok bahasan mata kuliah meliputi Konsep Perencanaan dan Pengendalian Pemasaran : Pemasaran Abad ke-21, Pemasaran di dalam Perekonomian Baru, Kepuasan Pelanggan, dan Nilai Pelanggan. (2) Analisis Lingkungan Pemasaran , meliputi Pemahaman Orientasi Nilai Perusahaan, Lingkungan Pemasaran, bagaiman Menghadapi Persaingan, Mengidentifikasi Ancaman-Peluang dan Kelemahan-Kekuatan, serta Menetapkan Arah dan Tujuan Perusahaan; (3) Formulasi Strategi Pemasaran , meliputi: Memilih Berbagai Alternatif Strategi Pemasaran, dan Merumuskan strategi dengan Analisis Portofolio; (4) Implementasi dan Pengendalian Strategi Pemasaran , meliputi: Memanfaatkan Struktur Organisasi, Menggunakan Alat-alat Strategik, Menerapkan Berbagai Strategi: Strategi Pasar, Strategi Produk, Strategi Penetapan Harga, Strategi Distribusi dan Strategi Promosi, serta Strategi Pemasaran Global.	
Bahan Kajian: Materi pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Review Dasar-Dasar Pemasaran 2. Pengantar Perencanaan dan Pengendalian Pemasaran 3. Analisis Strategik 4. Arah Strategik 5. Formulasi Strategi 6. Implementasi dan Pengendalian Strategik 7. Strategi Pemasaran 8. Strategi Pemasaran Global 	

Pustaka	Utama:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jain, Subhash C. 2005. <i>Marketing Planning & Strategy</i>. Cincinnati Ohio: South-Western Publishing Co. 2. Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2016. <i>Marketing Management</i>. New Jersey: Prentice Hall.
	Pendukung:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tjiptono, Fandy. 2019. <i>Strategi Pemasaran</i>. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit Andi 2. Ortiz-Rendon, P.A., Munuera-Aleman, J.-L. and Montoya-Restrepo, L.A. (2022), "Exploring marketing control mechanisms from a strategy perspective", <i>Marketing Intelligence & Planning</i>, Vol. 40 No. 5, pp. 639-655. https://doi-org.ezproxy.ugm.ac.id/10.1108/MIP-06-2021-0192 3. Espinosa Sáez, D., Ortiz-Rendón, P.A. and Munuera Alemán, J.L. (2022), "The influence of formal and informal control on market and financial results", <i>Spanish Journal of Marketing - ESIC</i>, Vol. 26 No. 1, pp. 44-60. https://doi-org.ezproxy.ugm.ac.id/10.1108/SJME-04-2021-0072 4. (2022), "Watch what you say: Using control mechanisms to influence marketing outcomes", <i>Strategic Direction</i>, Vol. 38 No. 7, pp. 1-2. https://doi-org.ezproxy.ugm.ac.id/10.1108/SD-06-2022-0054

Dosen Pengampu

Matakuliah syarat Dasar-Dasar Pemasaran

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Tatap Muka (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu menjelaskan dasar-dasar pemasaran	Mahasiswa memahami dasar-dasar pemasaran	Tanya jawab dan diskusi	Kuliah tatap muka 1 jam dan diskusi 1,5 jam	Kegiatan kelompok	Kotler	5
2	Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian Konsep Dasar Pemasaran, Perubahan bisnis, dan	Mahasiswa memahami pengertian Konsep Dasar Pemasaran,	Diskusi kelompok	Kuliah tatap muka 1 jam dan diskusi 1,5 jam	Kegiatan kelompok	Jain Ch 1	5

3	<p>pemasaran pada era perekonomian baru, serta pemanfaatan <i>E-Business</i> dan <i>Websites</i> dalam praktik Pemasaran</p> <p>Mahasiswa mampu menjelaskan bagaimana cara suatu perusahaan merencanakan, memformulasikan, mengimplementasikan, mengendalikan strategi pemasaran, mampu menganalisis lingkungan pemasaran dan memanfaatkan berbagai alat atau metode untuk merumuskan dan merekomendasikan alternatif strategi yang tepat bagi suatu perusahaan</p>	<p>Perubahan bisnis, dan pemasaran pada era perekonomian baru, serta pemanfaatan <i>E-Business</i> dan <i>Websites</i> dalam praktik Pemasaran</p> <p>Mahasiswa memahami bagaimana cara suatu perusahaan merencanakan, memformulasikan, mengimplementasikan, mengendalikan strategi pemasaran, mampu menganalisis lingkungan pemasaran dan memanfaatkan berbagai alat atau metode untuk merumuskan dan merekomendasikan alternatif strategi yang tepat bagi suatu perusahaan</p>	Diskusi kelompok Dan Presentasi	Presentasi 2,5 jam	Kegiatan kelompok		5
4	<p>Mahasiswa mampu menjelaskan Analisis Strategik (<i>Strategic Analysis</i>):</p> <p>1. Penilaian Perusahaan <i>rate</i></p>	<p>Mahasiswa memahami Analisis Strategik (<i>Strategic</i></p>	Diskusi kelompok	Kuliah tatap muka 1 jam, diskusi kelompok 1,5 jam	Kegiatan kelompok	Jain Ch 3, 4, 5, dan 6 Tjiptono 9	5

	<p><i>AppraisalAppraisal)</i></p> <p>2. Memahami Persaingan (<i>Understanding Competition</i>)</p> <p>3.Fokus Pada Pelanggan (<i>Focusing On The Customer</i>)</p> <p>4.Analisis Lingkungan (<i>Scanning The Environment</i>)</p>	<p><i>Analysis):</i> Penilaian Perusahaan <i>rate AppraisalAppraisal)</i></p> <p>2. Memahami Persaingan (<i>Understanding Competition</i>)</p> <p>3.Fokus Pada Pelanggan (<i>Focusing On The Customer</i>)</p> <p>4.Analisis Lingkungan (<i>Scanning The Environment</i>)</p>					
5	<p>Mahasiswa mampu menganalisis strategi perusahaan di dalam mencari peluang di lingkungan pemasaran serta menetapkan tujuan dan sasaran pemasaran</p>	<p>Mahasiswa memahami strategi perusahaan di dalam mencari peluang di lingkungan pemasaran serta menetapkan tujuan dan sasaran pemasaran</p>	<p>Diskusi kelompok</p>	<p>Kuliah tatap muka 1 jam, diskusi kelompok 1,5 jam</p>	<p>Kegiatan kelompok</p>	<p>Jain Ch 7 dan 8</p>	<p>10</p>
6	<p>Mahasiswa mampu menganalisis Arah Strategik</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari Peluang di Lingkungan Pemasaran 2. Menetapkan Tujuan dan Sasaran Pemasaran 	<p>Mahasiswa memahami Arah Strategik Mencari Peluang di Lingkungan Pemasaran, Menetapkan Tujuan dan Sasaran Pemasaran</p>	<p>Diskusi kelompok Dan Presentasi</p>	<p>Presentasi 2,5 jam</p>	<p>Kegiatan kelompok</p>		<p>10</p>

7	Mahasiswa mampu menganalisis Formulasi Strategi (<i>Strategy Formulation</i>) 1. Pemilihan Strategi 2. Analisis Portofolio Bisnis	Mahasiswa memahami Formulasi Strategi (<i>Strategy Formulation</i>) untuk Pemilihan Strategi, Analisis Portofolio Bisnis	Diskusi kelompok	Kuliah tatap muka 1 jam, diskusi kelompok 1,5 jam	Kegiatan kelompok	Jain Ch 9 dan 10	10
8	Ujian Tengah Semester						30
9	Mahasiswa mampu menganalisis implementasi struktur organisasi dan alat/metode strategik perusahaan	Mahasiswa memahami implementasi struktur organisasi dan alat/metode strategik perusahaan	Diskusi kelompok	Kuliah tatap muka 1 jam, diskusi kelompok 1,5 jam	Kegiatan kelompok	Jain Ch 9 dan 10	5
10	Mahasiswa mampu menganalisis Implementasi dan Pengendalian Strategik 1.Struktur Organisasi 2.Alat/Metode Strategik	Mahasiswa memahami Implementasi dan Pengendalian Strategik 1.Struktur Organisasi 2.Alat/Metode Strategik	Diskusi kelompok	Kuliah tatap muka 1 jam, diskusi kelompok 1,5 jam	Kegiatan kelompok	Jain Ch 11 dan 12	5
11	Mahasiswa mampu menganalisis strategi pemasaran perusahaan yang berupa produk	Mahasiswa memahami strategi pemasaran perusahaan yang berupa produk	Diskusi kelompok	Kuliah tatap muka 1 jam, diskusi kelompok 1,5 jam	Kegiatan kelompok	Jain Ch 13 dan 14 Tjiptono Ch 4 dan 6	10
12	Mahasiswa mampu menganalisis strategi pemasaran perusahaan yang berupa Distribusi	Mahasiswa memahami strategi pemasaran perusahaan yang berupa Distribusi	Diskusi kelompok Dan presentasi	Presentasi 2,5 jam	Kegiatan kelompok		10

13	Mahasiswa mampu menganalisis strategi pemasaran perusahaan yang berupa harga	Mahasiswa memahami strategi pemasaran perusahaan yang berupa harga	Diskusi kelompok	Kuliah tatap muka 1 jam, diskusi kelompok 1,5 jam	Kegiatan kelompok	Jain Ch 15 dan 16 Tjiptono Ch 5 dan 7	10
14	Part I - Mahasiswa mampu menganalisis strategi pemasaran perusahaan yang berupa promosi Part II - Mahasiswa mampu membandingkan strategi pemasaran global dengan strategi pemasaran lokal	Mahasiswa memahami strategi pemasaran perusahaan yang berupa promosi Mahasiswa memahami strategi pemasaran global dengan strategi pemasaran lokal	Diskusi kelompok Dan Presentasi	Presentasi 2,5 jam	Kegiatan kelompok	Jain Ch 17 dan 18 Tjiptono Ch 10	10
15	Minggu Tenang						
16	Ujian Akhir Semester						100

Penilaian mahasiswa ditentukan berdasarkan gabungan dari komponen berikut :

1. Ujian Tengah Semester (UTS) **30%**
2. Tugas Terstruktur **25%**
3. Ujian Akhir Semester (UAS) **45%**

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

Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot	Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot
90,00 – 100,00	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	< 45,00	E	0,00