



**PERBANAS
INSTITUTE**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MATA KULIAH

ENTREPRENEURIAL MARKETING

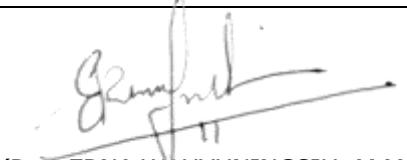
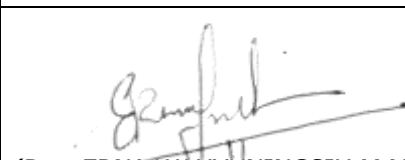
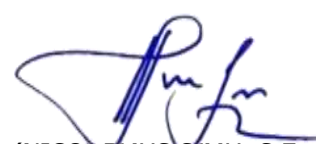
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

2019



NAMA PERGURUAN TINGGI: PERBANAS INSTITUTE
NAMA FAKULTAS: EKONOMI & BISNIS
NAMA JURUSAN / PRODI: S-1 MANAJEMEN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Entrepreneurial Marketing	EKM.192051	Manajemen	3	5	30 NOVEMBER 2019
OTORISASI	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua Program Studi
	 (Dra. ERNA WAHYUNINGSIH, M.M.)		 (Dra. ERNA WAHYUNINGSIH, M.M.)		 (NICODEMUS SIMU, S.E., M.M.)
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI				
	S10	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang usaha secara Mandiri dalam kegiatannya di bidang pemasaran			
	KU5	Mampu memformulasikan permasalahan di industri berdasarkan konsep yang terkait dengan bidang Ilmu Pemasaran dan Kewirausahaan dengan didukung oleh inovasi teknologi.			
	KU6	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis dan inovatif dalam konteks pengembangan dan implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai yang sesuai dengan bidang keahlian.			
	P3	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur dengan menyesuaikan perkembangan teknologi dan memanfaatkan dunia perbankan sebagai pendukung kegiatan ekonomi			
	P4	Mampu mengkombinasikan kompetensi teknis dan keahlian profesional untuk menyelesaikan penugasan kerja. Sebagai pelaku usaha			
	KK2	Mampu secara mandiri menganalisis strategi pemasaran dan menginterpretasi usaha dalam mengembangkan pasar serta mampu menanaj kegiatan usahanya.			

	Mampu secara mandiri menyusun rencana pasar dan target pasar serta pengungkapan yang relevan dan andal untuk pengambilan keputusan manajerial dengan menerapkan teknik analisis peluang pasar.
CP-MK	
C3	Mahasiswa memiliki kemampuan menerapkan dalam rencana mengembangkan pasar untuk menciptakan pemasaran yang kreatif dan memberikan informasi kegiatan usaha yang dilakukan yang berguna untuk menyesuaikan bisnis startup 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 kemajuan dalam memasarkan produk , mengelola usaha serta membantu manajemen di dalam membuat keputusan organisasi dan bisnis terutama membangunloyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar
Diskripsi Singkat MK	Matakuliah ini mengajarkan agar Mahasiswa memiliki Kemampuan menganalisis kegiatan usaha secara mandiri sebagai syarat mutlak bagi praktisi usaha mandiri , seperti wirausahawan, pelaku bisnis . 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. Mata kuliah Pemasaran bagi Wirausaha dirancang untuk mendorong minat mahasiswa, sekaligus mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan secara riil. Menjadi wirausaha bukan menciptakan produk yang inovatif saja tetapi perlu strategi untuk meraih pasar dan menghadapi persaingan sebagai tantangan menghadapi pembeli/pengguna produk. Perkembangan jaman menuntut dan tertantang untuk mencari strategi menjual produk dengan berbagai terobosan-terobosan baru misalnya dengan market place atau penjualan secara online yang nantinya akan menggerus penjualan secara konvensional. Manajemen strategis dapat meningkatkan efektivitas usaha dimulai dari usaha kecil yang harus memiliki prosedur yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen .

Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tren Kewirausahaan, mengembangkan bisnis dan DigitalPreneur. 2. Manajemen Pemasaran dan Promosi Bisnis 3. Keterampilan Menjual dan Negosiasi 4. Strategi Kepuasan Pelanggan 5. Strategi produk dalam rangka mengembangkan pasar 6. Tempat dan Pengembangan sistem saluran distribusi 7. Presentasi Kemampuan dalam Mengembangkan Pasar 8. Ujian Tengah Semester 9. Perencanaan Produk dan Jasa jasa untuk barang 10. Manajemen dan Strategi Mengembangkan Bisnis: 11. Memilih Lokasi dan Menentukan fasilitas 12. Menyusun rencana pemasaran yang kuat 13. Manajemen dan administrasi keuangan 14. Strategi Pengembangan bisnis 15. Sukses story dalam memasarkan produk 16. Ujian Akhir semester
Pustaka	<p>Utama :</p> <p>Thomas W. Zimmerer. Norman M. Scarborough, Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Salemba Empat. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia Bisnis. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia</p> <p>Pendukung :</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ciptono Fandy: Strategi Pemasaran , Andi Yogyakarta 2. Bruce R. Barringer, R. Duane Ireland, Entrepreneurship, successfullynLaunching New Ventures, Fourth Edition, Prentice Hall 3. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia Bisnis. 4. Cannon, Perreaultt, Mc Carthy, Pemasaran Dasar, Pendekatan Manajerial Global , Salemba Empat 	
Media Pembelajaran	Perangkat lunak : Kumpulan Kasus	Perangkat keras :
	-	Komputer, LCD & Projector
Team Teaching	Dra. Erna Wahyuningsih, M.M., A.Tunggul Birowo, S.H.,M.B.A, Eddy Hermawan ,Drs.,M.B.A,	
Matakuliah syarat	Manajemen Pemasaran, Kewirausahaan	

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Prakti k
1.	Mengenal Digitalpreneurship, serta tips, taktik, dan strategi untuk membangunnya(C3)	Tren Kewirausahaan, Mengembangkan bisnis dan <ul style="list-style-type: none"> - Trend Baru Entrepreneur ship - Jenis Bisnis <i>Digital</i> 	Bab 17: 512—536 (Hendro)	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Diskusi dalam kelompok Kolaboratif • Diskusi tren wirausaha Review 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Startup wirausaha Bentuk non-test: Tanya jawab Faktor Penentu daya Tahan wirausaha berbasis IT/Digital.	TM=3 x 50 T=2x80	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	<p>Mampu menjelaskan rencana pemasaran , strategi dan taktik pemasaran(KU5)</p> <p>Mampu menjelaskan bauran pemasaran, kebijakan harga dan promosi(KU6)</p>	<p>Manajemen Pemasaran dan promosi Bisnis</p> <p>-Peranan Pemasaran dalam Perusahaan</p> <p>-Rencana Pemasaran</p>	Bab 13: 371--389 (Hendro)	• Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif	<p>Kriteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Penyelesaian soal Pemasaran dengan analisis menyampaikan peluang usaha dengan menghubungkan 4P <p>Bentuk non-test: Tanya Jawab Peluang Usaha</p>	<p>TM=3 x 50 T=2x80</p>	5%
3	<p>Mampu menjelaskan perbedaan Marketing dan Selling</p> <p>Mampu menjelaskan pentingnya kualitas dalam visi menjual(P4)</p> <p>Mampu menjelaskan tahapan-tahapan menjual(P4)</p> <p>Mampu menjelaskan cara dan strategi dalam bernegosiasi dan memahami tentang kepuasan pelanggan(P4)</p>	<p>Keterampilan Menjual dan Negosiasi</p> <p>-Selling Skill Is An Embryo of Entrepreneurship Skill</p> <p>-Proses menjual</p> <p>-Negosiasi</p>	Bab 14: 401--429	• Diskusi kelompok dan tanya jawab	<p>Kriteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Penyelesaian soal Strategi/ Teknik menjual <p>Bentuk non –test: Tanya Jawab</p>	<p>TM=3 x 50 T=2x80</p>	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
4	<p>Mampu membangun pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya(P4)</p> <p>Mampu menjelaskan Strategi pemasaran berisi strategi yang spesifik (KK2)</p>	<p>Strategi Kepuasan Pelanggan</p> <ul style="list-style-type: none"> -Konsep Kepuasan Pelanggan -Teori dan Model kepuasan Pelanggan - Pengukuran Kepuasan Pelanggan 	<p>BabII (19)</p> <p>Fandy Tjiptono</p>	<p>Penjelasan</p> <p>Tanya Jawab</p>		<p>TM=3x 50 T=2x80</p>	<p>10%</p>
5	<p>Mampu Menjelaskan pentingnya atribut Produk (P4)</p> <p>Mampu memahami perubahan struktur pasar Dalam memposisikan produk(P4)</p> <p>Menjelskan lingkup produk yang dicari konsumen(P4)</p> <p>Mampu menjelaskan keanekaragaman produk untuk mengatasi</p>	<p>Stategi Produk</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atribut Produk - Positioning - Lingkup Produk - Strategi Diversifikasi Produk 	<p>Bab IV (94)</p> <p>Fandy Tjiptono</p>	<p>Penjelasan</p> <p>Tanya Jawab</p> <p>Pembahasan Kasus</p>	<p>Bentuk non tes –</p> <p>Tanya Jawab</p>	<p>TM=3x 50 T=2x80</p>	<p>10%</p>

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
	kejenuhan konsumen.(P4)						
6	<p>Memahami hal-hal yang disiratkan oleh kelompok-kelompok produk berdasarkan distribusinya(KK2)</p> <p>Memahami bagaimana dan mengapa pemasaran mengembangkan sistem penyalur yang efektif(KK2)</p> <p>Memahami perbedaan jenis distribusi yang membantu memasarkan produk(KK2)</p>	<p>Tempat dan Pengembangan Sistem Saluran Distribusi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tujuan distribusi - Sisten penyalur yang efektif - Distribusi intensif, selektif dan eksklusif 	Bab 11 Cannon, Perreult, Mc Carthy (346)	Penjelasan Tanya Jawab Pembahasan Kasus	<p>Kriteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian kasus • Tehnik dan Metode Analisis Prospektif Kreativitas usahawan <p>Bentuk non-test: Tanya jawab Analisa mencapai sukses dalam berwirausaha</p>	TM=3x50 T=2x80	10%
7	Menjelaskan pentingnya pasar untuk mencapai target produk aktual dan pembeli potensial (KU6)	Presentasi Kemampuan dalam Mengembangkan Pasar	Review Materi	Presentasi kelompok untuk memahami pentingnya memasarkan produk	Deskripsi dan metode analisis	TM=3x50 T=2x80	10%
8	Ujian Tengah Semester (UTS) : Melakukan pengujian tertulis hasil pembelajaran kemudian penilaian dan evaluasi untuk proses pembelajaran berikutnya					0	2
9	Mengetahui perbedaan utama antara barang dan	Perencanaan Produk dan Jasa jasa untuk barang	Bab X Cannon, Perreult, Mc Carthy (284)	Penjelasan Tanya Jawab Atau			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
	<p>jasa</p> <p>Mengetahui perbedaan diantara berbagai kelas konsumen dan kelompok produk bisnis (KU6)</p> <p>Memahami pentingnya kemasan dan peran garansi dalam perencanaan strategi memasarkan produk.(KU6)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Perbedaan produk dan jasa - Kelas Konsumen - Kemasan, Peran Garansi 					
10	<p>Mahasiswa mampu mengenal strategi memetakan produk, kualitas dan harga dengan pesaing(KU5)</p> <p>Memahami supply dan Demand untuk suatu produk (KU5)</p> <p>Mampu memahami proses keputusan pembelian dari konsumen.(KU5)</p>	<p>Manajemen dan Strategi Mengembangkan Bisnis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Product Mapping - Memahami Teori Permintaan dan Penwaran - Perilaku Konsumen 	<p>Bab; 16(473) Hendro</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Uji Pengetahuan • Tugas Individu dan Kelompok • Diskusi Kelas 	<p>Kriteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian kasus • Tehnik dan Metode Analisis Prospektif Strategi Mengembangkan Bisnis <p>Bentuk non-test: Tanya jawab Analisa tentang perilaku konsumen</p>	<p>TM=3 x 50 T=2x 80</p>	<p>10%</p>

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
11	<p>Mampu mengambil keputusan bisnis pemula yang bisa di lakukan di rumah(P3)</p> <p>Mampu menentukan layout dalam memasarkan produk agar menjadi daya tarik bagi konsumen(P3)</p> <p>Mengetahui arti pentingnya kelengkapan fasilitas fisik sebagai penunjang usaha(P3)</p>	<p>Memilih Lokasi dan Merencanakan Fasilitas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bisnis yang bermarkas di Raumah - Merancang Fasilitas Fisik - Melengkapi Fasilitas Fisik 	<p>Bab: IV (239) Justin G-Longenecher Charles W.Moore J.Willian Petty</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif 	<p>Bentuk non-test: Tanya Jawab Pentingnya Lokasi Bisnis</p>	<p>TM=3 x 50 T=2x 80</p>	<p>10%</p>
12	<p>Memahami pentingnya riset pasar dalam membuat rencana pemasaran gerilya dan menguraikan proses riset pasar.(S10)</p> <p>Mampu menjelaskan cara bisnis dalam</p>	<p>Menyusun Rencana Pemasaran yang Kuat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pasar Gerilya - Menentukan Pasar Sasaran - Keunggulan Bersaing - Pemasaran di Word Wide Web 	<p>Bab VIII (359) (Thomas Zimmerer Norma M.Scarborough Dengan Doug Wilson)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok • Tanya jawab • Tugas merancang komunikasi pemasaran. 	<p>Kriteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian Rencana Pemasaran yang efektif <p>Bentuk non-test: Mengukur keberhasilan usaha , tugas di luar kelas.</p>	<p>TM=3 x 50 T=2x 80</p>	<p>5%</p>

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
	<p>menentukan pasar sasaran(S10)</p> <p>Mampu mendiskripsikan cara usaha dalam menghadapi persaingan.(S10)</p> <p>Mampu menjelaskn pentingnya komunikasi pemasaran melalui WWW (S10)</p>						
13	<p>Mampu memahami pentingnya manajemen keuangan dalam menjaga kelangsungan sebuah bisnis beserta ruang lingkupnya.(C4)</p> <p>Mampu mempelajari dan mengenal dministrasi keuangn, pencatatan transaksi keuangan, peyusunan laporan dan</p>	<p>Manajemen dan Administrasi Keuangan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Time Value of Money - Administrasi dan Pembukuan - Pencatatan Transaksi Keuangan dan Pelaporan 	Bab 15: 434—464 (Hendro)	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif • Evaluasi 	<p>Kriteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penyelesaian soal Analisis , Likuiditas, Modal Kerja dan Pencatatan transaksi <p>Bentuk non-test: Tanya jawab Mengelola keuangan dalam menjalankan usaha</p>	<p>TM=3 x 50 T=2x 80</p>	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
	cara menganalisa laporan keuangan (C4).	- Anggaran					
14	Mampu menjelaskan keunggulan dan kelemahan dari bentuk kepemilikan bisnis (K10) Mampu menguraikan keunggulan dan kelemahan setiap kepemilikan usaha(K10) mampu menjelaskan supply dan demand(C3)	Bentuk-bentuk Kepemilikan Usaha - Perusahaan Perseorangan - Persekutuan - Perseroan - Bentuk Kepemilikan Lainnya.	Bab V (219-256) (Thomas W. Zimmerer, Norman M.Scarborough dengan Doug Wilson)	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif Tugas : Strategi mengembangkan usaha 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> Penyelesaian soal mengenai Pengembangan Bisnis Bentuk non-test: Tanya jawab Portofolio Bisnis	TM=3 x 50 T=2x 80	10%
15	Memahami Pentingnya merencanakan modal dalam Bisnis(C4) Mengetahui arti Ketangguhan, Mental, resiko Kegagalan.(S10) Menimbulkan Semangat Berwirausaha bagi	Sukses Story dalam memasarkan produk	Mempelajari semua Bab untuk mengkaji survey lapangan	Observasi, wawancara , survey produk dan pasar	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> Penyelesaian soal Startup wirausaha Bentuk non-test: Tanya jawab Faktor Penentu daya Tahan wirausaha berbasis IT/Digital.	TM=3 x 50 T=2x 80	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
	pemula maupun yang sedang merintis usaha (KK2)						
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	18 jam
Teori	9 jam : [0,80jam/mgg x 16 mgg] = 0,70 sks		1 sks				
Praktek/ Tugas	18 jam : [0,80jam/mgg x 16 mgg] = 1,30 sks		2sks				
Total Bobot SKS Entrepreneurial Marketing			3sks				

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