	SEKOLAH TINGGI PERIKANAN DAN KELAUTAN MATAULI **PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN**	**Kode Dokumen:** SEP2101

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	**KODE**	**Rumpun MK**	**BOBOT (sks)**		**SEMESTER**	**Tgl Penyusunan**
Manajemen Pemasaran	SEP2101	Ilmu Perikanan	**T= 2**	**P= 0**	3	

OTORISASI	**Pengembang RPS**	**Koordinator RMK**	**Ketua PRODI**
	Tika Nisari, S.Pi., M.Si	Tika Nisari, S.Pi., M.Si	Nursamsi,S.P .,M.Si

Capaian Pembelajaran (CP)	**CPL-PRODI yang dibebankan pada MK**	
	CPL9	Mampu memahami dan mengimplementasikan usaha sosial ekonomi berbasis potensi sumber daya wilayah khususnya pemberdayaan dan konservasi kawasan pesisir.
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	CPMK1	Mahasiswa mampu menganalisis konsep, prinsip, dan fungsi manajemen pemasaran serta peranannya dalam strategi bisnis perikanan/kelautan maupun sektor lainnya.
	CPMK2	Mahasiswa mampu menganalisis perilaku konsumen, segmentasi pasar, penetapan posisi, serta bauran pemasaran (marketing mix) untuk mendukung pengambilan keputusan pemasaran.
	CPMK3	Mahasiswa mampu merancang strategi pemasaran yang inovatif, berkelanjutan, dan berbasis riset untuk meningkatkan daya saing produk/jasa di pasar sasaran.
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	
	Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep, fungsi, dan prinsip dasar manajemen pemasaran serta peranannya dalam pengembangan usaha.
	Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu menganalisis perilaku konsumen, segmentasi pasar, targeting, dan positioning dalam konteks pemasaran produk/jasa.

	Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu mengevaluasi dan merancang strategi bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi) yang sesuai dengan pasar sasaran.
	Sub-CPMK4	Mahasiswa mampu menyusun rencana dan strategi pemasaran inovatif yang berorientasi pada keberlanjutan dan peningkatan daya saing.
	Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK	

	Sub-CPMK1	**Sub-CPMK2**	**Sub-CPMK3**	**Sub-CPMK4**
CPL9	√	√	√	√

Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan pemahaman konsep, prinsip, dan praktik manajemen pemasaran. Mahasiswa dilatih menganalisis perilaku konsumen, segmentasi pasar, bauran pemasaran, serta menyusun strategi pemasaran inovatif dan berkelanjutan guna meningkatkan daya saing produk atau jasa di pasar sasaran.
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	• Konsep dan Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran • Analisis Pasar dan Perilaku Konsumen • Bauran Pemasaran (Marketing Mix) • Perencanaan dan Strategi Pemasaran Berkelanjutan
Pustaka	**Utama:**
	• Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi, Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
	Pendukung :
Dosen Pengampu	Tika Nisari, S.Pi., M.Si
Matakuliah syarat	

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**	**Luring (*offline*)**	**Daring (*online*)**		
(1)	**(2)**	**(3)**	**(4)**	**(5)**	**(6)**	**(7)**	**(8)**
1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep, fungsi,	• Ketepatan definisi & konsep	**Kriteria:** penugasan	**Bentuk pembelajaran:** Tatap muka.		**Materi Pembelajaran :**	1,1%

	dan prinsip dasar manajemen pemasaran.	• Kelengkapan uraian fungsi.	**Teknik Penilaian :** Tes tertulis	**Waktu:** 1 x (2x50") **Metode Pembelajaran:** ceramah dan diskusi **Penugasan:** -		• kontrak kuliah • Konsep dasar manajemen pemasaran. • Fungsi dan prinsip pemasaran modern. **Pustaka:** • Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi, Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.	
2	Mahasiswa mampu menguraikan peran manajemen pemasaran dalam pengembangan usaha/perusahaan	• Keterkaitan teori dengan praktik • Kesesuaian contoh	**Kriteria:** penugasan **Teknik Penilaian :** Tes	**Bentuk pembelajaran:** Tatap muka. **Waktu:** 1 x (2x50")		**Materi Pembelajara:** • Peran pemasaran dalam strategi	1,1%

	.	kasus.	tertulis	**Metode Pembelajaran:** diskusi kelompok **Penugasan:** quis		bisnis • Hubungan pemasaran dengan fungsi manajemen lain. **Pustaka :** • Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi, Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.	
3	Mahasiswa mampu mengidentifikasi pasar, segmentasi, targeting, dan positioning sesuai karakteristik konsumen.	• Ketepatan identifikasi segmen pasar • Kejelasan analisis targeting & positioning.	**Kriteria:** penugasan **Teknik Penilaian :** Tes tertulis	**Bentuk pembelajaran:** Tatap muka. **Waktu:** 1 x (2x50") **Metode Pembelajara**		**Materi Pembelajaran:** • Teknik segmentasi pasar • Strategi targeting & positioning produk.	

				n: diskusi kelompok **Penugasan:** -		**Pustaka :** • Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi, Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.	
4	Mahasiswa mampu menjelaskan faktor sosial, budaya, dan psikologis yang memengaruhi perilaku konsumen.	• Kelengkapan analisis faktor • Relevansi dengan strategi pemasaran.	**Kriteria:** penugasan **Teknik Penilaian :** Tes tertulis	**Bentuk pembelajaran:** Tatap muka. **Waktu:** 1 x (2x50") **Metode Pembelajaran:** ceramah dan diskusi **Penugasan:** -		**Materi Pembelajatan:** • Analisis faktor budaya dan sosial • Faktor psikologis dalam keputusan pembelian. **Pustaka :** • Tjiptono, Fandy.	1,1%

						2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi, Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.	
5	Mahasiswa mampu mengevaluasi peluang pasar dan tren pemasaran di sektor terkait.	• Ketepatan evaluasi peluang pasar • Kesesuaian rekomendasi strategi program penyuluhan.	**Kriteria:** penugasan **Teknik Penilaian :** proyek mini, Tes tertulis	**Bentuk pembelajaran:** Tatap muka. **Waktu:** 1 x (2x50") **Metode Pembelajaran:** diskusi kelompok **Penugasan:** Tugas kelompok		**Materi Pembelajatan:** • Metode riset peluang pasar • Identifikasi tren pemasaran terbaru **Pustaka :** • Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi,	1,1%

						Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.	
6	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi).	• Ketepatan menjelaskan konsep 4P • Kelengkapan contoh penerapan.	**Kriteria:** penugasan **Teknik Penilaian :** Tes tertulis	**Bentuk pembelajaran:** Tatap muka. **Waktu:** 1 x (2x50") **Metode Pembelajaran:** diskusi kelompok **Penugasan:** -		**Materi Pembelajaran:** • Konsep 4P/7P dalam pemasaran • Integrasi elemen bauran pemasaran. **Pustaka :** • Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi, Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba	1,1%

						Empat.	
7	Mahasiswa mampu mengembangkan strategi produk sesuai kebutuhan pasar sasaran.	• Kreativitas pengembangan produk • Kesesuaian strategi dengan pasar sasaran.	**Kriteria:** penugasan **Teknik Penilaian :** Tes tertulis	**Bentuk pembelajaran:** Tatap muka. **Waktu:** 1 x (2x50") **Metode Pembelajaran:** diskusi kelompok **Penugasan:** quis		**Materi Pembelajatan:** • Strategi pengembangan produk • Penyesuaian produk dengan kebutuhan konsumen. **Pustaka :** • Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi, Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.	1,1%
8	**Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengan Semester**						
9	Mahasiswa mampu merancang strategi penetapan harga dan	• Ketepatan analisis harga • Kejelasan rencana	**Kriteria:** penugasan	**Bentuk pembelajaran:** Tatap muka.		**Materi Pembelajaran:** • Metode	1,1%

	distribusi yang efektif.	distribusi.	**Teknik Penilaian :** Tes tertulis	**Waktu:** 1 x (2x50”) **Metode Pembelajaran:** diskusi kelompok **Penugasan:** quis		penetapan harga • Sistem distribusi & saluran pemasaran. **Pustaka :** • Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi, Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.	
10	Mahasiswa mampu mengembangkan strategi promosi dan komunikasi pemasaran terpadu.	• Kejelasan perencanaan promosi. • Efektivitas pemilihan media promosi	**Kriteria:** penugasan **Teknik Penilaian :** Tes tertulis	**Bentuk pembelajaran:** Tatap muka. **Waktu:** 1 x (2x50”) **Metode Pembelajara**		**Materi Pembelajatan:** • Konsep promosi & IMC (Integrated Marketing Communication). • Pemilihan	1,1%

				n: diskusi kelompok **Penugasan:** quis		media promosi efektif. **Pustaka :** • Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi, Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.	
11	Mahasiswa mampu menyusun rencana pemasaran berbasis data dan riset pasar.	• Kualitas analisis data pasar • Ketepatan perumusan strategi.	**Kriteria:** penugasan **Teknik Penilaian :** Tes tertulis	**Bentuk pembelajaran:** Tatap muka. **Waktu:** 1 x (2x50") **Metode Pembelajaran:** ceramah dan diskusi **Penugasan:** quis		**Materi Pembelajatan:** • Analisis data dan riset pasar. • Perumusan rencana pemasaran strategis. **Pustaka :** • Tjiptono, Fandy.	1,1**%**

						2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi, Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.	
12-13	Mahasiswa mampu mengevaluasi keberhasilan implementasi strategi pemasaran.	• Ketepatan indikator evaluasi • Kesesuaian rekomendasi perbaikan.	**Kriteria:** penugasan **Teknik Penilaian :** Tes tertulis	**Bentuk pembelajaran:** Tatap muka. **Waktu:** 1 x (2x50") **Metode Pembelajaran:** diskusi kelompok **Penugasan:** tugas kelompok		**Materi Pembelajatan:** • Indikator kinerja pemasaran (KPI). • Teknik evaluasi strategi pemasaran. **Pustaka :** • Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi,	1,1**%**

						Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.	
14-15	Mahasiswa mampu menyusun rekomendasi strategi pemasaran yang inovatif dan berkelanjutan.	• Kreativitas strategi baru. • Keterkaitan dengan tren pasar & keberlanjutan.	**Kriteria:** penugasan **Teknik Penilaian :** Proyek mini, Tes tertulis	**Bentuk pembelajaran:** Tatap muka. **Waktu:** 1 x (2x50") **Metode Pembelajaran:** diskusi kelompok **Penugasan:** tugas kelompok		**Materi Pembelajaran:** • Tren inovasi pemasaran • Penyusunan strategi berkelanjutan berbasis riset. **Pustaka :** • Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. • Lupiyoadi, Rambat. 2020. Manajemen Pemasaran Jasa.	1,1%

						Jakarta: Salemba Empat.	
16	**Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester**						