

MATA KULIAH MANAJEMEN PEMASARAN 1

ANALISA PEMBELAJARAN / PETA CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

CPMK MANAJEMEN PEMASARAN 1:

- CPMK1 Mahasiswa mampu menerangkan konsep dan prinsip-prinsip dasar manajemen pemasaran
- CPMK2 Mahasiswa mampu menganalisis permasalahan pemasaran
- CPMK3 Mahasiswa mampu menganalisis strategi pemasaran yang efektif
- CPMK4 Mahasiswa mampu menerangkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran dalam dunia kerja

EVALUASI / UJIAN AKHIR SEMESTER (Mg ke 16)

Sub-CPMK 14 : Mahasiswa mampu menganalisis Tren dan Perkembangan Terbaru dalam Pemasaran (minggu 15)

Sub-CPMK 13 : Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran Digital (minggu 14)

Sub-CPMK 11 : Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran B2B (minggu 12)

Sub-CPMK 12 : Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran Sosial dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (minggu 13)

Sub-CPMK10 : Mahasiswa mampu menganalisis pemasaran jasa (minggu 11)

Sub-CPMK 9 : Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran Internasional (minggu 10)

EVALUASI / UJIAN TENGAH SEMESTER (Mg ke 8)

Sub-CPMK 8 : Mahasiswa mampu menganalisis Manajemen Penjualan (minggu 9)

Sub-CPMK7 : Mahasiswa mampu menganalisis Promosi (minggu ke-7)

Sub-CPMK 5 : Mahasiswa mampu menganalisis Harga (minggu ke 5)

Sub-CPMK6 : Mahasiswa mampu menganalisis Distribusi (minggu ke 6)

Sub-CPMK 4 : Mahasiswa mampu menganalisis Produk (minggu ke 4)

Sub-CPMK 3 : Mahasiswa mampu menganalisis Strategi Pemasaran (minggu ke 3)

Sub-CPMK 2 : Mahasiswa mampu menjelaskan Analisis Pasar dan Pelanggan (minggu ke 2)

Sub-CPMK 1 : Mahasiswa mampu menjelaskan Pendahuluan Manajemen Pemasaran (Minggu ke 1)

Garis Entry Behaviour

MANAJEMEN PEMASARAN 1



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Kode Dokumen:

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

| MATA KULIAH (MK) | KODE | Rumpun MK | BOBOT (sks) | SEMESTER | Tanggal Penyusunan |
|--------------------------------------|--|--|-------------------------|-----------------|--------------------|
| Manajemen Pemasaran 1 | | | | | 22 Februari 2024 |
| OTORITAS/PENGESAHAN | Dosen Pengembangan RPS | | Koordinator KDBK | Ka PRODI | |
| | Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si | | | | |
| Capaian Pembelajaran | CPL-PRODI yang dibebankan pada MK | | | | |
| | CPL-1 | Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik; dalam tugas mengorganisasikan berbagai jenis pengetahuan manajemen pemasaran. S8 | | | |
| | CPL-2 | Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengimplementasian Ilmu manajemen dalam pekerjaan bidang ilmu manajemen.KU1 | | | |
| | CPL-3 | Mampu menyusun deskripsi saintifik hasil kajian tersebut di atas dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi. KU4 | | | |
| | CPL-4 | Mampu menerapkan dan menganalisis pengetahuan pengelolaan keuangan secara integratif untuk memaksimalkan nilai unit kerja/usaha, perusahaan, instansi pemerintah atau lembaga nirlaba dalam bentuk strategi pemasaran untuk pencapaian pemasaran yang maksimal.KK4 | | | |
| | Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) | | | | |
| | CPMK1 | Mahasiswa mampu menerangkan konsep dan prinsip-prinsip dasar manajemen pemasaran | | | |
| | CPMK2 | Mahasiswa mampu menganalisis permasalahan pemasaran | | | |
| | CPMK3 | Mahasiswa mampu menganalisis strategi pemasaran yang efektif | | | |
| | CPMK4 | Mahasiswa mampu menerangkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran dalam dunia kerja | | | |
| Kemampuan akhir tiap tahapan belajar | | | | | |

| | | |
|-----------------------------|---|--|
| | (Sub-CPMK) | |
| | Sub-CPMK1 | Mahasiswa mampu menjelaskan Pendahuluan Manajemen Pemasaran |
| | Sub-CPMK2 | Mahasiswa mampu menjelaskan Analisis Pasar dan Pelanggan |
| | Sub-CPMK3 | Mahasiswa mampu menganalisis Strategi Pemasaran |
| | Sub-CPMK4 | Mahasiswa mampu menganalisis Produk |
| | Sub-CPMK5 | Mahasiswa mampu menganalisis Harga |
| | Sub-CPMK6 | Mahasiswa mampu menganalisis Distribusi |
| | Sub-CPMK7 | Mahasiswa mampu menganalisis Promosi |
| | Sub-CPMK8 | Mahasiswa mampu menganalisis Manajemen Penjualan |
| | Sub-CPMK9 | Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran Internasional |
| | Sub-CPMK10 | Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran Jasa |
| | Sub-CPMK11 | Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran B2B |
| | Sub-CPMK12 | Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran Sosial dan tanggung jawab social Perusahaan |
| | Sub-CPMK13 | Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran digital |
| | Sub-CPMK14 | Mahasiswa mampu menganalisis Tren dan Perkembangan Terbaru dalam Pemasaran |
| | Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK | |
| | | Sub-CPMK1 Sub-CPMK2 Sub-CPMK3 Sub-CPMK4 Sub-CPMK5 Sub-CPMK6 Sub-CPMK7 Sub-CPMK8 Sub-CPMK9 Sub-CPMK10 Sub-CPMK11 Sub-CPMK12 Sub-CPMK13 Sub-CPMK14 |
| | CPMK1 | √ √ |
| | CPMK2 | √ √ √ |
| | CPMK3 | √ √ √ |
| | CPMK4 | √ √ √ √ |
| Deskripsi Singkat MK | Mata kuliah Manajemen Pemasaran 1 merupakan mata kuliah wajib yang dirancang untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan pemahaman fundamental tentang konsep, prinsip, dan strategi pemasaran modern yang berorientasi pada konsumen. Mata kuliah ini akan memberikan landasan yang kuat bagi mahasiswa untuk memahami dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif dalam berbagai situasi bisnis. | |
| Bahan Kajian | Memberikan pemahaman fundamental tentang konsep, teori, dan strategi dalam manajemen pemasaran. | |
| Materi Pembelajaran | <ol style="list-style-type: none"> 1. Definisi dan ruang lingkup manajemen pemasaran, Konsep inti pemasaran, Peran penting pemasaran dalam organisasi, Tantangan dan peluang dalam pemasaran, Perkembangan terkini dalam pemasaran 2. Memahami proses pembelian konsumen, Segmentasi pasar, targeting, dan positioning, Riset pemasaran dan pengumpulan data, Analisis peluang pasar, Perilaku konsumen 3. Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, Menganalisis keunggulan kompetitif, Memilih strategi pemasaran yang tepat, Mengembangkan bauran pemasaran (4P), Menerapkan dan mengevaluasi strategi pemasaran 4. Mendefinisikan dan mengklasifikasikan produk, Mengembangkan strategi produk, Merek dan branding, Pengemasan dan desain produk, Siklus hidup produk 5. Menetapkan strategi harga, Menganalisis biaya produk, Menetapkan harga produk, Diskon dan promosi harga, Strategi penetapan harga khusus | |

| | |
|--------------------|---|
| | 6. Saluran distribusi dan perantara pemasaran, Logistik dan manajemen rantai pasokan, E-commerce dan pemasaran digital, Distribusi fisik dan penyimpanan |
| | 7. Komunikasi pemasaran dan bauran promosi, Periklanan dan publisitas, Promosi penjualan dan penjualan langsung, Pemasaran digital dan media sosial |
| | 8. Ujian Tengah Semester |
| | 9. Peran dan tanggung jawab tenaga penjualan, Proses penjualan dan prospek, Manajemen hubungan pelanggan (CRM), Motivasi dan pelatihan tenaga penjualan |
| | 10. Peluang dan tantangan dalam pemasaran internasional, Memasuki pasar global, Strategi pemasaran internasional, Adaptasi produk dan bauran pemasaran |
| | 11. Karakteristik dan keunikan jasa, Strategi pemasaran jasa, Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, Manajemen hubungan pelanggan dalam jasa |
| | 12. Karakteristik pasar B2B, Perilaku pembelian organisasi, Strategi pemasaran B2B, Pemasaran digital dalam B2B |
| | 13. Konsep pemasaran sosial dan tanggung jawab sosial Perusahaan, Strategi pemasaran social, Etika pemasaran dan keberlanjutan |
| | 14. Internet dan teknologi digital dalam pemasaran, Pemasaran online dan media social, Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM) |
| | 15. Big data dan analitik pemasaran, Realitas virtual dan augmented reality, Blockchain dan teknologi terdesentralisasi |
| | 16. Ujian Akhir Semester |
| Pustaka | Utama : |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2016. Marketing 4.0. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc 2. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2021 Marketing 5.0 : Technology for Humanity: John Wiley & Sons, Inc 3. Sudarsono, Heri. 2020. Buku Ajar: Manajemen Pemasaran. Jember: CV Pustaka 4. Kotler, Philip dan Kegan O'Connell. 2016. Marketing Management 15th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall |
| | Pendukung : |
| | 1. Kotler, P. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo |
| | 2. Lupiyoadi, R. (2019). Manajemen Pemasaran jasa. Edisi Pertama. Jakarta: SalembaEmpat |
| Dosen Pengampu | Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si |
| Mata Kuliah Syarat | |

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
|--------|---|--|--|---|--|---|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Teknik | (5) | (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| 1 | Sub-CPMK1 Mahasiswa mampu menjelaskan Pendahuluan Manajemen Pemasaran | kemampuan dalam menjelaskan Pendahuluan Manajemen Pemasaran | Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi Bentuk NonTest : Tanya jawab Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | - Diskusi [PB 1 x (2x50'')] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas [PB 1 x (2x50'')] | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | <ul style="list-style-type: none"> • Kontrak Perkuliahan • Definisi dan ruang lingkup manajemen pemasaran, Konsep inti pemasaran, Peran penting pemasaran dalam organisasi, Tantangan dan peluang dalam pemasaran, Perkembangan terkini dalam pemasaran | 5% |
| 2 | Sub-CPMK2 Mahasiswa mampu menjelaskan Analisis Pasar dan Pelanggan menjadi interaksi dunia online | kemampuan dalam menjelaskan Analisis Pasar dan Pelanggan manusia | Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi Bentuk NonTest : | - Diskusi [PB 1 x (2x50'')] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | Memahami proses pembelian konsumen, Segmentasi pasar, targeting, dan positioning, Riset pemasaran dan pengumpulan data, | 5% |

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
|--------|---|---|---|---|--|---|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Teknik | (5) | (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| | | | <p>Tanya jawab</p> <p>Aktivitas partisipatif - Hasil proyek - Kognitif / pengetahuan</p> <p>Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes</p> | <p>Case Method : metode pembelajaran partisipatif berbasis diskusi untuk memecahkan kasus</p> | | Analisis peluang pasar, Perilaku konsumen | |
| 3 | Sub-CPMK3 Mahasiswa mampu menganalisis Strategi Pemasaran | kemampuan dalam menganalisis Strategi Pemasaran | <p>Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi</p> <p>Bentuk NonTest : Tanya jawab</p> <p>Aktivitas partisipatif - Hasil proyek - Kognitif / pengetahuan</p> <p>Observasi, unjuk kerja,</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Diskusi [PB 1 x (2x50'')] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus <p>Small Group Discussion membahas critical journal riview [PB 1 x (2x50'')]</p> | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, Menganalisis keunggulan kompetitif, Memilih strategi pemasaran yang tepat, Mengembangkan bauran pemasaran (4P), Menerapkan dan mengevaluasi strategi pemasaran | 10% |

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
|--------|---|-------------------------------------|---|--|--|--|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Teknik | (5) | (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| | | | hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | | | | |
| 4 | Sub-CPMK4 Mahasiswa mampu menganalisis Produk | kemampuan dalam menganalisis produk | <p>Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi</p> <p>Bentuk NonTest : Tanya jawab</p> <p>Aktivitas partisipatif - Hasil proyek - Kognitif / pengetahuan</p> <p>Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Diskusi [PB 1 x (2x50'')] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus [PB 1 x (2x50'')] <p>Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas</p> | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | Mendefinisikan dan mengklasifikasikan produk, Mengembangkan strategi produk, Merek dan branding, Pengemasan dan desain produk, Siklus hidup produk | 10% |

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
|--------|--|------------------------------------|---|---|---|--|---------------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Teknik | (5) | (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| 5 | Sub-CPMK5 Mahasiswa mampu menganalisis Harga | kemampuan dalam menganalisis Harga | <p>Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi</p> <p>Bentuk NonTest : Tanya jawab</p> <p>Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan</p> <p>Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Diskusi [PB 1 x (2x50”)] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus <p>Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas</p> <p>[PB 1 x (2x50”)]</p> | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | Menetapkan strategi harga, Menganalisis biaya produk, Menetapkan harga produk, Diskon dan promosi harga, Strategi penetapan harga khusus | 10% |

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
|--------|---|---|---|---|---|---|---------------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Teknik | (5) | (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| 6 | Sub-CPMK6 Mahasiswa mampu menganalisis distribusi | Ketepatan dan kemampuan dalam menganalisis distribusi | <p>Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi</p> <p>Bentuk NonTest : Tanya jawab</p> <p>Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan</p> <p>Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Diskusi [PB 1 x (2x50”)] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus <p>Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas</p> <p>[PB 1 x (2x50”)]</p> | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | Saluran distribusi dan perantara pemasaran, Logistik dan manajemen rantai pasokan, E-commerce dan pemasaran digital, Distribusi fisik dan penyimpanan | 10% |

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
|----------|---|--------------------------------------|--|---|---|--|---------------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Teknik | (5) | (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| 7 | Sub-CPMK7 Mahasiswa mampu menganalisis promosi | kemampuan dalam menganalisis promosi | Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi Bentuk NonTest : Tanya jawab Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | - Diskusi [PB 1 x (2x50”)] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas [PB 1 x (2x50”)] | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | Komunikasi pemasaran dan bauran promosi, Periklanan dan publisitas, Promosi penjualan dan penjualan langsung, Pemasaran digital dan media sosial | 10% |
| 8 | ETS/Evaluasi Tengah Semester : Melakukan Validasi Hasil Penilaian, Evaluasi dan Perbaikan Proses Pembelajaran Berikutnya | | | | | | |

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
|--------|--|--|---|--|--|--|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Teknik | (5) | (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| 9 | Sub-CPMK8 Mahasiswa mampu menganalisis Manajemen Penjualan | kemampuan dalam menganalisis Manajemen Penjualan | <p>Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi</p> <p>Bentuk NonTest : Tanya jawab</p> <p>Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan</p> <p>Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes</p> | <p>- Diskusi [PB 1 x (2x50”)]</p> <p>- Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus</p> <p>Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas</p> <p>[PB 1 x (2x50”)]</p> | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | Peran dan tanggung jawab tenaga penjualan, Proses penjualan dan prospek, Manajemen hubungan pelanggan (CRM), Motivasi dan pelatihan tenaga penjualan | 10% |

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
|--------|--|--|--|--|---|--|---------------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Teknik | (5) | (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| 10 | Sub-CPMK9 Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran Internasional | kemampuan dalam menganalisis Pemasaran Internasional | Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi Bentuk NonTest : Tanya jawab Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | - Diskusi [PB 1 x (2x50’)] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus Small Group Discussion membahas critical journal riview [PB 1 x (2x50’)] | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | Peluang dan tantangan dalam pemasaran internasional, Memasuki pasar global, Strategi pemasaran internasional, Adaptasi produk dan bauran pemasaran | 10% |
| 11 | Sub-CPMK10 Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran Jasa | kemampuan dalam menganalisis Pemasaran Jasa | Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi Bentuk NonTest : Tanya jawab Aktivitas partisipatif – | - Diskusi [PB 1 x (2x50’)] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | Karakteristik dan keunikan jasa, Strategi pemasaran jasa, Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, Manajemen hubungan pelanggan dalam jasa | |

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
|--------|---|--|--|---|---|---|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Teknik | (5) | (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| | | | <p>Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan</p> <p>Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes</p> | <p>mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas</p> <p>[PB 1 x (2x50'')]</p> <p>-</p> | | | |
| 12 | Sub-CPMK11 Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran B2B | kemampuan dalam menganalisis Pemasaran B2B | <p>Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi</p> <p>Bentuk NonTest : Tanya jawab</p> <p>Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Diskusi [PB 1 x (2x50'')] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus <p>Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada</p> | <p>E Learning : https://elearning.uma.ac.id/</p> | Karakteristik pasar B2B, Perilaku pembelian organisasi, Strategi pemasaran B2B, Pemasaran digital dalam B2B | |

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
|--------|---|--|---|--|--|--|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Teknik | (5) | (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| | | | Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas [PB 1 x (2x50'')] | | | |
| 13 | Sub-CPMK12 Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran Sosial dan Tanggung Jawab Social Perusahaan | kemampuan dalam menganalisis Pemasaran Sosial dan Tanggung Jawab Social Perusahaan | Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi Bentuk NonTest : Tanya jawab Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, | - Diskusi [PB 1 x (2x50'')] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus Small Group Discussion membahas critical journal riview [PB 1 x (2x50'')] | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | Konsep pemasaran sosial dan tanggung jawab sosial Perusahaan, Strategi pemasaran social, Etika pemasaran dan keberlanjutan | 10% |

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
|--------|---|--|--|---|--|--|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Teknik | (5) | (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| | | | penilaian sikap, tes | | | | |
| 14 | Sub-CPMK13 Mahasiswa mampu menganalisis Pemasaran Digital | kemampuan dalam menganalisis Pemasaran Digital | Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi Bentuk NonTest : Tanya jawab Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | - Diskusi [PB 1 x (2x50'')] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas [PB 1 x (2x50'')] | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | Internet dan teknologi digital dalam pemasaran, Pemasaran online dan media social, Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM) | 10% |

| Mg Ke- | Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
|--------|--|--|--|---|--|---|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Teknik | (5) | (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| 15 | Sub-CPMK14 Mahasiswa mampu menganalisis Tren dan Perkembangan Terbaru dalam Pemasaran | kemampuan dalam menganalisis Tren dan Perkembangan Terbaru dalam Pemasaran | Kriteria: ketepatan dan penguasaan materi Bentuk NonTest : Tanya jawab Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | - Diskusi [PB 1 x (2x50”)] - Tugas 1 : melakukan diskusi studi kasus Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas [PB 1 x (2x50”)] | E Learning : https://elearning.uma.ac.id/ | Big data dan analitik pemasaran, Realitas virtual dan augmented reality, Blockchain dan teknologi terdesentralisasi | |
| 16 | EAS/Evaluasi Akhir Semester : Melakukan Validasi Penilaian Akhir dan Menentukan Kelulusan Mahasiswa | | | | | | 100 |

Catatan :

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. CPL yang dibebankan pada mata kuliah adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa** adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** *Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning*, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. **TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.**

PORTOFOLIO PENILAIAN DAN EVALUASI KETERCAPAIAN CPL MAHASISWA

| Mg | CPL | CPMK (CLO) | Sub-CPMK (LLO) | Indikator | Bentuk Soal- Bobot (%) | Bobot (%) Sub-CPMK | Nilai Mhs (0-100) | (Nilai Mhs) x (Bobot%) | Ketercapaian CPL pd MK (%) |
|----|-----------------|--|--|---|---|--------------------|-------------------|------------------------|----------------------------|
| 1 | S1 S2 S3 | Mahasiswa mampu menerangkan konsep dan prinsip-prinsip dasar manajemen pemasaran | Sub-CPMK1 Sikap 10% Keterampilan Umum 25% Keterampilan Khusus 30% Pengetahuan 35% | Menguasai dasar manajemen pemasaran Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas | 10 | 40 | | |
| 2 | S3 S6 S13 | Mahasiswa mampu menganalisis permasalahan pemasaran | Sub-CPMK2 Sikap 10% Keterampilan Umum 25% Keterampilan Khusus 30% Pengetahuan 35% | Menguasai analisis pasar dan pelanggan Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | Case Method : metode pembelajaran partisipatif berbasis diskusi untuk memecahkan kasus | 10 | | | |
| 3 | S3 S6 | Mahasiswa mampu menganalisis strategi pemasaran yang efektif | Sub-CPMK3 Sikap 10% Keterampilan Umum 25% Keterampilan Khusus 30% | Menguasai dasar dari strategi pemasaran sesuai dengan kaidah dan teknik yang telah dipelajari | Small Group Discussion membahas critical journal review | 10 | | | |

| | | | | | | | | | | |
|---|-----------------|--|--|---|---|----|--|--|--|--|
| | | | Pengetahuan 35% | Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | | | | | | |
| 4 | S6 S13 | Mahasiswa mampu menerangkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran dalam dunia kerja | Sub-CPMK4 Sikap 10% Keterampilan Umum 25% Keterampilan Khusus 30% Pengetahuan 35% | Menguasai dasar dari produk Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas | 10 | | | | |
| 5 | S3 S6 S13 | Mahasiswa mampu menerangkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran dalam dunia kerja | Sub-CPMK5 Sikap 10% Keterampilan Umum 25% Keterampilan Khusus 30% Pengetahuan 35% | Menguasai menganalisis harga Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas | 10 | | | | |
| 6 | S1 S2 S3 | Mahasiswa mampu menerangkan konsep dan prinsip-prinsip dasar | Sub-CPMK6 Sikap 10% | Menguasai menganalisis distribusi | Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri | 10 | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------------------|--|--|---|---|----|----|--|--|--|
| | | manajemen pemasaran | Keterampilan Umum 25% Keterampilan Khusus 30% Pengetahuan 35% | Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas | | | | | |
| 7 | S1 S2 S3 | Mahasiswa mampu menerangkan konsep dan prinsip-prinsip dasar manajemen pemasaran | Sub-CPMK6 Sikap 10% Keterampilan Umum 25% Keterampilan Khusus 30% Pengetahuan 35% | Menguasai menganalisis promosi Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas | 10 | | | | |
| 8 | EVALUASI TENGAH SEMESTER (ETS) | | | | | | | | | |
| 9 | S1 S2 S3 | Mahasiswa mampu menerangkan konsep dan prinsip-prinsip dasar manajemen pemasaran | Sub-CPMK7 Sikap 10% Keterampilan Umum 25% Keterampilan Khusus 30% Pengetahuan 35% | Menguasai Manajemen Penjualan Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas | 10 | 60 | | | |

| | | | | | | | | | | |
|----|-----------------------|--|--|--|---|----|--|--|--|--|
| 10 | S1 S2 S6 S13 | Mahasiswa mampu menerangkan konsep dan prinsip-prinsip dasar manajemen pemasaran | Sub-CPMK8 Sikap 10% Keterampilan Umum 25% Keterampilan Khusus 30% Pengetahuan 35% | Menguasai Pemasaran Internasional Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | Small Group Discussion membahas critical journal review | 10 | | | | |
| 11 | S1 S2 S6 S13 | Mahasiswa mampu menerangkan konsep dan prinsip-prinsip dasar manajemen pemasaran | Sub-CPMK8 Sikap 10% Keterampilan Umum 25% Keterampilan Khusus 30% Pengetahuan 35% | Menguasai Pemasaran Jasa Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | Small Group Discussion membahas critical journal review | 10 | | | | |
| 12 | S1 S2 S6 S13 | Mahasiswa mampu menerangkan konsep dan prinsip-prinsip dasar manajemen pemasaran | Sub-CPMK8 Sikap 10% Keterampilan Umum 25% Keterampilan Khusus 30% Pengetahuan 35% | Menguasai Pemasaran B2B Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | Small Group Discussion membahas critical journal review | 10 | | | | |
| 13 | S1 S2 S3 | Mahasiswa mampu menerangkan pengetahuan dan | Sub-CPMK9 Sikap 10% | Menguasai Pemasaran Sosial dan tanggung | Small Group Discussion membahas | 10 | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|----|-------------------------------|--|--------------------------------|---|---|----|--|--|--|--|
| | | keterampilan pemasaran dalam dunia kerja | Keterampilan Umum 25% | jawab social Perusahaan | critical journal riview | | | | | |
| | | | Keterampilan Khusus 30% | Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan | | | | | | |
| | | | Pengetahuan 35% | Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | | | | | | |
| 14 | S1 S2 S3 S16 | Mahasiswa mampu menerangkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran dalam dunia kerja | Sub-CPMK10 Sikap 10% | Menguasai pemasaran digital Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan | Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas | 10 | | | | |
| | | | Keterampilan Umum 25% | Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan | | | | | | |
| | | | Keterampilan Khusus 30% | Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | | | | | | |
| | | | Pengetahuan 35% | | | | | | | |
| 15 | S1 S2 S3 S16 | Mahasiswa mampu menerangkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran dalam dunia kerja | Sub-CPMK10 Sikap 10% | Menguasai Tren dan Perkembangan Terbaru dalam Pemasaran | Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas | 10 | | | | |
| | | | Keterampilan Umum 25% | Aktivitas partisipatif – Hasil proyek – Kognitif / pengetahuan | | | | | | |
| | | | Keterampilan Khusus 30% | Observasi, unjuk kerja, hasil karya, proyek, penilaian sikap, tes | | | | | | |
| | | | Pengetahuan 35% | | | | | | | |
| 16 | EVALUASI AKHIR SEMESTER (EAS) | | | | | | | | | |

| | | | | | |
|--|-----|-----|--|--|--|
| Total Bobot (%) | 100 | 100 | | | |
| Nilai Akhir Mahasiswa ((Nilai Mhs) x (Bobot%)) | | | | | |

Catatan : CLO = *Course Learning Outcomes*, LLC = *Lesson Learning Outcomes*

PENILAIAN KETERCAPAIAN CPL PADA MK _____

| No | CPL Pada MK-_____ | Nilai Capaian (0-100) | Ketercapaian CPL Pada MK (%) |
|----|--|-----------------------|------------------------------|
| 1 | CPL-1 Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik; dalam tugas mengorganisasikan berbagai jenis pengetahuan manajemen pemasaran. S8 | | |
| 2 | CPL-2 Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengimplementasian Ilmu manajemen dalam pekerjaan bidang ilmu manajemen.KU1 | | |
| 3 | CPL-3 Mampu menyusun deskripsi saintifik hasil kajian tersebut di atas dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi. KU4 | | |
| 4 | CPL-4 Mampu menerapkan dan menganalisis pengetahuan pengelolaan keuangan secara integratif untuk memaksimalkan nilai unit kerja/usaha, perusahaan, instansi pemerintah atau lembaga nirlaba dalam bentuk strategi pemasaran untuk pencapaian pemasaran yang maksimal.KK4 | | |

RUBRIK PENILAIAN

Contoh Rubrik Holistik

| GRADE | SKOR | KRITERIA PENILAIAN |
|---------------|-------|--|
| Sangat kurang | <20 | Rancangan yang disajikan tidak teratur dan tidak menyelesaikan permasalahan |
| Kurang | 21-40 | Rancangan yang disajikan teratur namun kurang menyelesaikan permasalahan |
| Cukup | 41-60 | Rancangan yang disajikan tersistematis, menyelesaikan masalah, namun kurang dapat diimplementasikan |
| Baik | 61-80 | Rancangan yang disajikan sistematis, menyelesaikan masalah, dapat diimplementasikan, kurang inovatif |
| Sangat Baik | >81 | Rancangan yang disajikan sistematis, menyelesaikan masalah, dapat diimplementasikan dan inovatif |

Contoh Rubrik Analitik

| Kriteria | Sangat Baik (85-100) | Baik (75-84) | Cukup (65-74) | Proporsi (%) |
|---------------------------|----------------------|--------------|----------------|--------------|
| Ketepatan Menjawab Soal | Sangat Tepat | Tepat | Kurang Tepat | 80% |
| Kerapian Menjawab Soal | Sangat Rapi | Rapi | Kurang Rapi | 10% |
| Sistematika Menjawab Soal | Sangat Teratur | Teratur | Kurang Teratur | 10% |

Contoh Rubrik Skala Persepsi

| Aspek/Dimensi yang Dinilai | Sangat Kurang | Kurang | Cukup | Baik | Sangat Baik |
|---|---------------|---------|---------|---------|-------------|
| | <20 | (21-40) | (41-60) | (61-80) | ≥80 |
| <i>Ketepatan menjawab soal</i> | | | | | |
| <i>Sistematika menjawab soal</i> | | | | | |
| <i>Kemampuan mendeskripsikan hasil</i> | | | | | |
| <i>Kerapian menjawab soal</i> | | | | | |
| <i>Ketepatan waktu mengumpulkan hasil</i> | | | | | |



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

RENCANA TUGAS MAHASISWA

| | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|------------|---|-----------------|----|
| MATA KULIAH | Manajemen Pemasaran 1 | | | | |
| KODE | MMA521 | SKS | 3 | SEMESTER | II |
| DOSEN PENGAMPU | | | | | |

BENTUK TUGAS

Tugas Rutin adalah tugas mahasiswa mandiri mengisi lembar kerja (LK) pada setiap awal perkuliahan yang merupakan hasil literasi materi yang akan dibahas

SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

Sikap 10%
Ketrampilan umum 25%
Ketrampilan khusus 30%
Pengetahuan 35%

METODE Pengerjaan Tugas

1. Melakukan kajian tentang leadership
2. Melakukan ide konsep
3. Self Assessment
4. Penilaian Tugas
5. Project

BENTUK DAN FORMAT LUARAN

- a. Obyek Garapan :
- b. Bentuk Luaran :
 - 1.
 - 2.

INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

- a. Penguasaan Materi Ajar
 - Keakuratan pemilihan konsep dan penerapannya
 - Keakuratan prosedur (uraian/elaborasi penyelesaian masalah)
 - Ketajaman dalam pemberian alasan atau pemberian contoh atau penjelasan penyelesaian masalah
 - Keakuratan hasil pemecahan masalah
- b. Sikap
 - Kesungguhan melaksanakannya tugas
 - Tepat waktu menyerahkan tugas
 - Jujur dalam penyelesaian tugas
- c. Keterampilan
 - Kelengkapan dan tampilan isi tugas (laporan)
 - Kemampuan mempresentasikan laporan
 - Kemampuan mengajukan Pertanyaan
 - Kemampuan mengajukan jawaban

JADWAL PELAKSANAAN

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

LAIN-LAIN

| |
|--|
| |
|--|

DAFTAR RUJUKAN

1. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2016. Marketing 4.0. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
2. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2021 Marketing 5.0 : Technology for Humanity: John Wiley & Sons, Inc
3. Sudarsono, Heri. 2020. Buku Ajar: Manajemen Pemasaran. Jember: CV Pustaka
4. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management 15th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

RENCANA TUGAS MAHASISWA

MATA KULIAH Manajemen Pemasaran 1

| | | | | |
|-------------|------------|---|-----------------|--|
| KODE | SKS | 3 | SEMESTER | |
|-------------|------------|---|-----------------|--|

DOSEN PENGAMPU

BENTUK TUGAS

Mandiri Terstruktur

SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

Sikap 10%
Ketrampilan umum 25%
Ketrampilan khusus 30%
Pengetahuan 35%

DESKRIPSI TUGAS

Case Method : metode pembelajaran partisipatif berbasis diskusi untuk memecahkan kasus atau masalah, **Small Group Discussion** membahas critical journal riviw dinamika persaingan perusahaan, **Project Based Learning** adalah adalah tugas yang bersifat kelompok yang bertujuan untuk melatih mahasiswa melakukan penelitian dalam bentuk survey lapangan membahas terkait strategi perusahaan.

METODE Pengerjaan Tugas

Project Based Learning : Dosen membagi kelas menjadi beberapa kelompok, kelompok menentukan tempat riset, kelompok mahasiswa menentukan pertanyaan untuk riset lapangan, kelompok mahasiswa membuat desain proyek, Menyusun penjadwalan, studi lapangan, penilaian hasil, dan evaluasi. kelompok menyampaikan hasil diskusi kepada peserta lain, dan terakhir dosen memberikan kesimpulan, refleksi dan evaluasi
Case Method : Dosen membagi kelas menjadi beberapa kelompok, Dosen membagikan kertas foto copy print tentang kasus perusahaan, kelompok mahasiswa memberikan penyelesaian masalah tersebut, kelompok melakukan diskusi, kelompok menyampaikan hasil diskusi kepada peserta lain, dan terakhir dosen memberikan kesimpulan, refleksi dan evaluasi.
Small Group Discussion : Dosen membagi kelas menjadi beberapa kelompok, Dosen membagikan foto copy jurnal yang akan dibahas oleh mahasiswa, mahasiswa membaca jurnal secara keseluruhan, mahasiswa menulis identitas jurnal, mahasiswa meringkas isi jurnal, mahasiswa memberikan gagasan atau pendapat tentang jurnal, mahasiswa menuliskan kesimpulan dari hasil riviw, kelompok menyampaikan hasil diskusi kepada peserta lain, dan terakhir dosen memberikan kesimpulan, refleksi dan evaluasi.

INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

Bobot Nilai Harian (NH)
Bobot Nilai Tugas (NT)
Bobot Nilai Ujian Tengah Semester (UTS)
Bobot Nilai Ujian Akhir Semester (UAS)
Nilai Akhir

JADWAL PELAKSANAAN

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

LAIN-LAIN

DAFTAR RUJUKAN

1. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2016. Marketing 4.0. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
2. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2021 Marketing 5.0 : Technology for Humanity: John Wiley & Sons, Inc



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

RENCANA TUGAS MAHASISWA

| | | | | | |
|---|-----------------------|------------|---|-----------------|--|
| MATA KULIAH | Manajemen Pemasaran 1 | | | | |
| KODE | | SKS | 3 | SEMESTER | |
| DOSEN PENGAMPU | | | | | |
| BENTUK TUGAS | | | | | |
| Mahasiswa diberikan penugasan untuk meresume salah satu artikel jurnal internasional bereputasi tentang strategi inovasi bisnis Mandiri Tersteuktur | | | | | |
| SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH | | | | | |
| Sikap 10% Ketrampilan umum 25% Ketrampilan khusus 30% Pengetahuan 35% | | | | | |
| METODE Pengerjaan Tugas | | | | | |
| 1. Self Assessment 2. Penilaian Tugas 3. Project | | | | | |
| BENTUK DAN FORMAT LUARAN | | | | | |
| Obyek Garapan : Bentuk Luaran : 1. 2. 3. | | | | | |
| INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN | | | | | |
| Bobot Nilai Harian (NH) Bobot Nilai Tugas (NT) Bobot Nilai Ujian Tengah Semester (UTS) Bobot Nilai Ujian Akhir Semester (UAS) Nilai Akhir | | | | | |
| JADWAL PELAKSANAAN | | | | | |
| | | | | | |
| LAIN-LAIN | | | | | |
| | | | | | |
| DAFTAR RUJUKAN | | | | | |
| 1. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2016. Marketing 4.0. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc 2. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2021 Marketing 5.0 : Technology for Humanity: John Wiley & Sons, Inc 1. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2016. Marketing 4.0. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc | | | | | |



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

RENCANA TUGAS MAHASISWA

| | | | | | |
|---|-----------------------|-----|---|-----------------|--|
| MATA KULIAH | Manajemen Pemasaran 1 | | | | |
| KODE | | SKS | 3 | SEMESTER | |
| DOSEN PENGAMPU | | | | | |
| BENTUK TUGAS | | | | | |
| Mandiri Terstruktur | | | | | |
| SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH | | | | | |
| Sikap 10% Ketrampilan umum 25% Ketrampilan khusus 30% Pengetahuan 35% | | | | | |
| METODE Pengerjaan Tugas | | | | | |
| 1. Self Assessment 2. Penilaian Tugas 3. Project | | | | | |
| BENTUK DAN FORMAT LUARAN | | | | | |
| Obyek Garapan : Bentuk Luaran : 1. 2. 3. | | | | | |
| INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN | | | | | |
| Bobot Nilai Harian (NH) Bobot Nilai Tugas (NT) Bobot Nilai Ujian Tengah Semester (UTS) Bobot Nilai Ujian Akhir Semester (UAS) Nilai Akhir | | | | | |
| JADWAL PELAKSANAAN | | | | | |
| | | | | | |
| LAIN-LAIN | | | | | |
| | | | | | |
| DAFTAR RUJUKAN | | | | | |
| 1. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2016. Marketing 4.0. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc 2. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2021 Marketing 5.0 : Technology for Humanity: John Wiley & Sons, Inc | | | | | |

Penilaian dari Ujian menggunakan rubrik

| KRITERIA | SANGAT BAIK (85-100) | BAIK (75-84) | CUKUP (65-74) | PROPORSI (%) |
|-------------------------|--|---|---|--------------|
| Ide/Pemahaman Konsep | Ide sesuai dengan Ide dapat tergambar dengan baik dari penjelasan gambar Ide dapat dipahami dengan keterampilan merangkai penjelasan dengan baik | Ide sesuai dengan kasus Ide dapat tergambar dengan baik dari penjelasan gambar Ide dapat dipahami dengan keterampilan merangkai penjelasan dengan baik | Ide sesuai dengan kasus Ide dapat tergambar dengan baik dari penjelasan gambar Ide dapat dipahami dengan keterampilan merangkai penjelasan dengan baik | 15% |
| Ketepatan menjawab soal | Tepat Jelas Keterangan tidak bertele-tele | Tepat Jelas Keterangan tidak bertele-tele | Tepat Jelas Keterangan tidak bertele-tele | 30% |
| Kerapian menjawab soal | Menampilkan dengan modul yang jelas Jawaban lengkap dengan studi kasus | Menampilkan dengan modul yang jelas Jawaban lengkap dengan studi kasus | Menampilkan dengan modul yang tidak jelas Jawaban lengkap dengan studi kasus | 15% |
| Deskripsi hasil | Terdapat keterangan gambar Gambar dapat dimengerti Sesuai dengan format yang disetujui Terdiri dari Judul, Kop sesuai standar | Keterangan gambar kurang lengkap Gambar dapat dimengerti Sesuai dengan format yang disetujui Terdiri dari Judul, Kop sesuai standar | Gambar tidak ada keterangan Gambar dapat dimengerti Sesuai dengan format yang disetujui Terdiri dari Judul, Kop sesuai standar | 10% |
| Presentasi | Dapat menjelaskan hasil perancangan bisnis sesuai dengan gambar dengan Bahasa yang baik, Menguasai ide rancangan bisnis, Menjawab pertanyaan dengan baik Menjelaskan tanpa teks | Dapat menjelaskan hasil perancangan bisnis sesuai dengan gambar dengan Bahasa yang baik, Menguasai ide rancangan bisnis, Menjawab pertanyaan dengan baik Menjelaskan dengan teks | Dapat menjelaskan hasil perancangan bisnis sesuai dengan gambar dengan Bahasa yang baik, Kurang Menguasai ide rancangan bisnis, Menjawab pertanyaan gagap dan bertele-tele Menjelaskan dengan teks | 30% |



**UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PRODI MANAJEMEN**

LEMBAR SOAL UJIAN

SEMESTER GANJIL/GENAP 2024

| | | | |
|-------------------------|-----------------------|---------------------------|-----------|
| Mata Kuliah | Manajemen Pemasaran 1 | Kode/SKS | |
| Hari/Tanggal/Jam | | Kelas | |
| Dosen Pengampu | | Ruang | |
| Waktu Ujian | | TTG Dosen Pengampu | TTG Prodi |
| Sifat Ujian | | | |

SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

Sub CPMK 3 : Mahasiswa mampu menganalisis strategi pemasaran

| SOAL | Bobot (%) |
|--|------------------|
| 1. Jelaskan secara singkat dan jelas apa yang dimaksud dengan strategi pemasaran dan mengapa strategi tersebut penting bagi suatu perusahaan | 15% |
| 2. Sebutkan dan jelaskan 4 (empat) tahap utama dalam proses pengembangan strategi pemasaran | 15% |
| 3. Jelaskan apa yang dimaksud dengan segmentasi pasar, targeting, dan positioning (STP) dalam strategi pemasaran. Berikan contoh penerapan STP pada suatu produk atau layanan. | 25% |
| 4. Jelaskan 4 (empat) jenis bauran pemasaran (marketing mix) dan berikan contoh penerapannya pada suatu produk atau layanan. | 25% |
| 5. Jelaskan bagaimana cara mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang telah dijalankan oleh suatu perusahaan. | 20% |

**Selamat mengikuti ujian dan berusahalah sekuat-kuatnya untuk melawan keinginan berbuat curang, ini adalah saat yang tepat berlatih berbuat jujur, kalau tidak sekarang kapan lagi!!!
Semoga Anda semua sukses.**

Penilaian dari Ujian menggunakan rubrik

| Aspek/Dimensi yang Dinilai | Sangat Kurang | Kurang | Cukup | Baik | Sangat Baik |
|----------------------------------|---------------|---------|---------|---------|-------------|
| | <20 | (21-40) | (41-60) | (61-80) | ≥80 |
| <i>Ketepatan menjawab soal</i> | | | | | |
| <i>Sistematika menjawab soal</i> | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| <i>Kemampuan mendeskripsikan hasil</i> | | | | | |
| <i>Kerapian menjawab soal</i> | | | | | |
| <i>Ketepatan waktu mengumpulkan hasil</i> | | | | | |