



**Universitas Riau**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
 Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Kode  
 Dokumen  
**RPS-SAB**  
**2204**

**Rencana Pembelajaran Semester**

MATA KULIAH (MK)	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tanggal Penyusunan
Manajemen Pemasaran	SAB 2204		Teori : 3, Praktek : 4 0		06 Agustus 2023
<b>OTORISASI/PENGESAHAN</b>	<b>Koordinator Pengembang RPS</b>		<b>Ketua Program Studi</b>		
			<b>Dr. Lie Othman, S.Pi, MM, CDMP</b>		
<b>Capaian Pembelajaran</b>	<b>CPL Prodi yang dibebankan pada MK</b>				
	S4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;			
	S7	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik			
	P2	2. Menguasai konsep teoretis secara umum terkait dengan teori-teori: kewirausahaan, inovasi sebagai bagian dari teori kreasi pengetahuan (knowledge creation), motivasi (motivation theory), perubahan (sosial dan manajemen) khususnya perilaku social dalam kewirausahaan, lintas budaya dalam organisasi bisnis, fungsi-fungsi bisnis, dan teori pemangku kepentingan			
	P5	Menguasai metodologi manajemen perubahan, metode analisis kinerja organisasi bisnis, dan metode penelitian sosial			
	P6	Menguasai prinsip dan teknik komunikasi persuasif lintas organisasi dan lintas budaya di bidang bisnis			
	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			
	KU3	Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni;			
	KU5	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data			
	KU7	Mampu bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi serta evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggung jawabnya;			

KK1	1. Mengevaluasi implikasi suatu kebijakan, keputusan, maupun strategi dengan menggunakan pendekatan analitis dan sistematis yang dituangkan dalam format evaluasi terstandar yang minimum mencakup informasi tentang metodologi evaluasi, temuan evaluasi, kesimpulan, dan rekomendasi;
KK2	Mengidentifikasi, menganalisis, permasalahan bisnis terstruktur (structured business) dengan menggunakan pendekatan analitis dan sistematis dan merumuskan solusi yang dapat dipertanggungjawabkan;
KK10	Bekerja dalam tim bisnis secara efisien dan efektif dengan latar belakang sosial dan akar budaya bisnis yang beragam.
<b>CPMK</b>	
CPMK1	Mahasiswa Mampu Menjabarkan Konsep Pemasaran (S7,P5,KU1,KU5,KK1)
CPMK2	Mahasiswa Mampu Menjabarkan konsep pemasaran produk dan Jasa (P2,P6,KU3,KU7,KK2)
CPMK3	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep harga dan strategi harga (S7,KU7,KK2,KK10)
CPMK4	Mahasiswa Mampu Membangun merk yang kuat dan menciptakan positioning pasar (S4,P2)
<b>Sub-CPMK</b>	
SUBCPMK1	Memahami gambaran umum perkuliahan (kontrak kuliah dan RPS) pada MK Perkembangan Pemikiran Ekonomi (CPMK1)
SUBCPMK2	Mampu mendeskripsikan konsep pemasaran (CPMK1)
SUBCPMK3	Mampu mendeskripsikan konsep pemasaran produk (CPMK2)
SUBCPMK4	Mampu mendeskripsikan konsep pemasaran Jasa (CPMK3)
SUBCPMK5	Mampu mendeskripsikan periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat (CPMK4)
SUBCPMK6	Mampu mendeskripsikan konsep harga dan strategi harga (CPMK3)
SUBCPMK7	Mampu mengelola saluran pemasaran dan rantai pasokan (CPMK4)
SUBCPMK8	Mampu membangun merk yang kuat (CPMK2)
SUBCPMK9	Mampu menciptakan positioning (CPMK1)
SUBCPMK10	Mampu mengidentifikasi riset pemasaran (CPMK3)
SUBCPMK11	Mampu menjelaskan komunikasi pemasaran (CPMK3)
SUBCPMK12	Mampu menjelaskan Pemasaran eramodern ECommerece (CPMK4)
SUBCPMK13	Mampu Menjelaskan Pemasaran Global (CPMK3)
SUBCPMK14	Mampu menjelaskan Marketing Plan (CPMK4)
<b>Deskripsi MK</b>	

<b>Bahan Kajian:</b> Materi Pembelajaran	1. Kontrak Perkuliahan 2. Pemasaran dan EraPerkembangannya 3. Konsep Pemasaranproduk 4. Konsep PemasaranJasa 5. 1. Periklanan2. Promosipenjualan3. Hubunganmasyarakat 6. 1. Konsep harga2. Strategi harga 7. 1. Saluranpemasaran2. Rantai pasokan 8. 1. Pengertian merk2. Membangunmerk 9. 1. Pengertianposisioning2. Menciptakanposisioning 10. 1. Pengertian risetpemasaran2. Konsep risetpemasaran 11. 1. StrategipengembanganBisnis dalamperusahaan 12. Pemasaran eramodern ecommerce 13. PemasaranGlobal 14. Marketing plan						
<b>Pustaka</b>	1. ref[1] : Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga (utama) 2. ref[2] : Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 2. Jakarta: Erlangga. (utama) 3. ref[3] : Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri. 2018. Manajemen Pemasaran. Depok: PT RajaGrafindo Persada. (pendukung)						
<b>Dosen Pengampu</b>	Mandataris, Mashur Fadli, Se., M.Si 198409022019031008, Drs. Endang Sutrisna, M.Si, Dr. Lie Othman, S.Pi, MM, CDMP,						
<b>Mata Kuliah Syarat</b>							
<b>Minggu ke-</b>	<b>Sub-CPMK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)</b>	<b>Penilaian (indikator)</b>	<b>Penilaian (kriteria dan bentuk)</b>	<b>Bentuk &amp; Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]</b>		<b>Materi Pembelajaran [Pustaka]</b>	<b>Bobot Penilaian (%)</b>
				<b>Luring</b>	<b>Daring</b>		

1	SUBCPMK1. Memahami gambaran umum perkuliahan (kontrak kuliah dan RPS) pada MK Perkembangan Pemikiran Ekonomi	Ketepatan mengidentifikasi pengertian pemasaran Ketepatan menjelaskan konsep pemasaran	<i>Kriteria :</i> Ketepatan mengidentifikasi pengertian pemasaran Ketepatan menjelaskan konsep pemasaran  <i>Bentuk :</i> Meringkas materi kuliah	Kuliah <i>Ceramah</i>	Kontrak Perkuliahan ; [1,]	0
2	SUBCPMK2. Mampu mendeskripsikan konsep pemasaran	Ketepatan mengidentifikasi pengertian pemasaran	<i>Kriteria :</i> Ketepatan mengidentifikasi pengertian pemasaran  <i>Bentuk :</i> kuliah tatap muka	Kuliah Diskusi Tugas  <i>Case-based method</i>	Pemasaran dan Era Perkembangannya; [1,2,]	5
3	SUBCPMK3. Mampu mendeskripsikan konsep pemasaran produk	1. Ketepatan mengidentifikasi pengertian pemasaran produk 2. Ketepatan menjelaskan konsep pemasaran produk	<i>Kriteria :</i> 1. Ketepatan mengidentifikasi pengertian pemasaran produk 2. Ketepatan menjelaskan konsep pemasaran produk  <i>Bentuk :</i> quiz	Kuliah Diskusi Tugas : menunjukkan strategi yang di gunakan oleh perusahaan yang ditentukan oleh pengajar  <i>Case-based method</i>	Konsep Pemasaran produk; [1,2,]	5

4	SUBCPMK4. Mampu Mendeskripsikan konsep pemasaran Jasa	1. Ketepatan mengidentifikasi pengertian pemasaran jasa 2. Ketepatan menjelaskan konsep pemasaran jasa	<i>Kriteria :</i> 1. Ketepatan mengidentifikasi pengertian pemasaran jasa 2. Ketepatan menjelaskan konsep pemasaran jasa  <i>Bentuk :</i> Quiz	Kuliah Diskusi  <i>Team Project-based method</i>	Konsep Pemasaran Jasa; <a href="#">[1,2,3,]</a>	5
5	SUBCPMK5. Mampu mendeskripsikan periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat	1. Ketepatan menjelaskan periklanan 2. Ketepatan menjelaskan promosi penjualan 3. Ketepatan menjelaskan Bungan masyarakat	<i>Kriteria :</i> 1. Ketepatan menjelaskan periklanan 2. Ketepatan menjelaskan promosi penjualan 3. Ketepatan menjelaskan Bungan masyarakat  <i>Bentuk :</i> Quiz	Kuliah diskusi  <i>Case-based method</i>	1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Hubungan masyarakat; <a href="#">[1,2,]</a>	5
6	SUBCPMK6. Mampu mendeskripsikan konsep harga dan strategi harga	1. Ketepatan menjelaskan konsep harga 2. Ketepatan menjelaskan strategi harga	<i>Kriteria :</i> 1. Ketepatan menjelaskan konsep harga 2. Ketepatan menjelaskan strategi harga  <i>Bentuk :</i> Quiz	Kuliah diskusi  <i>Team Project-based method</i>	1. Konsep harga 2. Strategi harga ; <a href="#">[1,2,]</a>	5

7	SUBCPMK7. Mampu mengelolasaluran pemasarandan rantai pasokan	1. Ketepatan dalam mengelola saluran pemasaran 2. Ketepatan dalam rantai pasokan	<i>Kriteria :</i> 1. Ketepatan dalam mengelola saluran pemasaran 2. Ketepatan dalam rantai pasokan  <i>Bentuk :</i> Quiz	Kuliah diskusi  <i>Case-based method</i>		1. Saluranpemasaran2. Rantai pasokan; <a href="#">[1,3,]</a>	5
8	UTS / Evaluasi Tengah Semester: melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya						
9	SUBCPMK8. Mampu membangunmerk yang kuat	1. Ketepatan menjelaskan pengertian merk 2. Ketepatan dalam membangun merk	<i>Kriteria :</i> 1. Ketepatan menjelaskan pengertian merk 2. Ketepatan dalam membangun merk  <i>Bentuk :</i> Quiz	Kuliah Diskusi  <i>Team Project-based method</i>		1. Pengertian merk2. Membangunmerk ; <a href="#">[1,2,3,]</a>	10
10	SUBCPMK9. Mampu menciptakanposisiing	1. Ketepatan menjelaskan pengertian posisiing 2. Ketepatan menciptakan posisiing	<i>Kriteria :</i> 1. Ketepatan menjelaskan pengertian posisiing 2. Ketepatan menciptakan posisiing  <i>Bentuk :</i> Quiz	Kuliah diskusi  <i>Case-based method</i>		1. Pengertianposisiing2. Menciptakanposisiing; <a href="#">[1,3,]</a>	10

11	SUBCPMK10. Mampumengidentifikasi risetpemasaran	1. Ketepatan menjelaskan pengertian riset pemasaran 2. Ketepatan menjelaskan konsep riset pemasaran	<i>Kriteria :</i> 1. Ketepatan menjelaskan pengertian riset pemasaran 2. Ketepatan menjelaskan konsep riset pemasaran  <i>Bentuk :</i> Quiz	Kuliah Diskusi  <i>Team Project- based method</i>	1. Pengertian risetpemasaran2. Konsep risetpemasaran; <a href="#">[2,3,]</a>	10
12	SUBCPMK11. Mampu menjelaskankomunikasipemasaran	1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian komunikasi pemasaran 2. Ketepatan dalam menjelaskan konsep komunikasi pemasaran	<i>Kriteria :</i> 1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian komunikasi pemasaran 2. Ketepatan dalam menjelaskan konsep komunikasi pemasaran  <i>Bentuk :</i> Quiz	Kuliah diskusi  <i>Team Project- based method</i>	1. StrategipengembanganBisnis dalamperusahaan ; <a href="#">[1,2,]</a>	10
13	SUBCPMK12. Mampu menjelaskanPemasaran eramodern ECommerece	1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian pemasaran era modern ecommerce 2. Ketepatan dalam menjelaskan konsep pemasaran era modern e	<i>Kriteria :</i> 1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian pemasaran era modern ecommerce 2. Ketepatan dalam menjelaskan konsep pemasaran era modern e  <i>Bentuk :</i> Quiz	Kuliah Diskusi  <i>Case-based method</i>	Pemasaran eramodern ecommerce; <a href="#">[1,]</a>	10

14	SUBCPMK13. Mampu Menjelaskan Pemasaran Global	1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian pemasaran global 2. Ketepatan dalam menjelaskna konsep pemasaran global	<i>Kriteria :</i> 1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian pemasaran global 2. Ketepatan dalam menjelaskna konsep pemasaran global  <i>Bentuk :</i> Quiz	Kuliah Diskusi  <i>Case-based method</i>	Pemasaran Global ; <a href="#">[1,2,]</a>	10
15	SUBCPMK14. Mampu menjelaskan Marketing Plan	1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian marketing plan 2. Ketepatan dalam menjelaskna konsep marketing plan	<i>Kriteria :</i> 1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian marketing plan 2. Ketepatan dalam menjelaskna konsep marketing plan  <i>Bentuk :</i> Quiz	Kuliah Diskusi  <i>Case-based method</i>	Marketing plan; <a href="#">[1,2,3,]</a>	10
16	UAS / Evaluasi Akhir Semester: melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa					