



INSTITUT DHARMA BHARATA GRUP
PROGRAM STUDI D3 KETATALAKSANAAN PELAYARAN NIAGA DAN
KEPELABUHANAN

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MATA KULIAH (MK)		KODE	Rumpun MK		BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
MANAJEMEN PEMASARAN		16 D.K.2	MANAJEMEN		T=3	P=0	III	01-10-2025
OTORISASI : Ketua Program Studi		Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI		
		NUNUT ASNIAR, S.E., M.E		NUNUT ASNIAR, S.E., M.E		NUNUT ASNIAR, S.E., M.E		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK							
	CPL-3	Memiliki semangat pelayanan, komunikasi efektif dan kerja sama dalam lingkungan kerja						
	CPL-4	Mampu berpikir logis, kritis, sistematis dan inovatif dalam menyelesaikan masalah operasional						
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)							
	CPMK-1	Mahasiswa mampu menganalisis konsep dasar dan lingkungan pemasaran						
	CPMK-2	Mahasiswa mampu menerapkan strategi pemasaran, segmentasi, targetting dan positioning						
	CPMK-3	Mahasiswa mampu menganalisis strategi produk, harga, distribusi, promosi dan pemasaran digital						
	CPMK-4	Mahasiswa mampu menentukan target pasar dan positioning, serta segmentasi pasar						
	CPMK-5	Mahasiswa mampu menentukan saluran distribusi, promosi dan pemasaran digital						
	Korelasi CPL terhadap CPMK							

		CPL1	CPL2	CPL3	CPL4	CPL5	CPL6	CPL7	CPL8	CPL9	CPL10	CPL11	CPL12	CPL13
	Sub CPMK-1			√										
	Sub CPMK-2			√										
	Sub CPMK-3				√									
	Sub CPMK-4				√									
	Sub CPMK-5				√									
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membahas konsep dasar pemasaran, lingkungan pemasaran, perilaku konsumen, segmentasi pasar, target pasar dan positioning, strategi produk, strategi harga, saluran distribusi, strategi promosi, pemasaran digital, manajemen merek, pelayanan pelanggan, perencanaan pemasaran, dan strategi pemasaran.													
Bahan Kajian / Materi Pembelajaran	Materi Kuliah : 1. Konsep dasar pemasaran 2. Lingkungan Pemasaran 3. Perilaku Konsumen 4. Segmentasi Pasar 5. Positioning Pasar 6. Strategi Produk 7. Strategi Harga 8. Saluran Distribusi 9. Strategi Promosi 10. Pemasaran Digital 11. Manajemen Merk 12. Pelayanan Pelanggan 13. Perencanaan Pemasaran 14. Strategi Pemasaran													
Pustaka	Utama :													

	[1] Kotler & Keller - Marketing Management [2] Fandy Tjiptono - Strategi Pemasaran [3] Buchari Alma - Manajemen Pemasaran [4] Dave Chaffey - Digital Marketing [5] Sofjan Assauri - Manajemen Pemasaran
	Pendukung : Ppt pengajaran, Video, LMS
Dosen Pengampu	NUNUT ASNIAR, S.E., M.E
Matakuliah Syarat	PENGANTAR MANAJEMEN

Mg Ke-	CPMK	Sub-CPMK (Kemampuan akhir tiap tahapan belajar)	Penilaian		Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
			Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(8)
1-2	CPMK-1	Sub CPMK-1: 1. Mahasiswa mampu menjelaskan Konsep dasar pemasaran (C2) 2. Mahasiswa mampu Mengidentifikasi lingkungan pemasaran (C1)	1.1. Mahasiswa menjelaskan Konsep dasar pemasaran 1.2. Mahasiswa Mengidentifikasi lingkungan pemasaran	Diskusi, latihan dan tugas	Ceramah/Diskusi (1x3x50 menit) <i>Small group discussion</i> (1x3x50 menit)		Konsep dasar pemasaran, lingkungan pemasaran [1,2]	9,2%

3	CPMK-1	Sub CPMK-1: 1. Mahasiswa mampu menjelaskan perilaku konsumen (C2)	1.1 Mahasiswa menjelaskan perilaku konsumen	Diskusi, latihan dan tugas	Ceramah/Diskusi (1x3x50 menit)		Perilaku konsumen [1,2]	4,6%
4-5	CPMK-2	Sub CPMK-2: 1. Mahasiswa mampu Menganalisis segmentasi (C4) 2. Mahasiswa mampu Menentukan <i>positioning</i> pasar (C3)	2.1 Mahasiswa Menganalisis segmentasi 2.2 Mahasiswa Menentukan <i>positioning</i> pasar	Diskusi, latihan dan Presentasi	Ceramah/Diskusi (1x3x50 menit) Tugas mandiri (1x3x50 menit)		Segmentasi pasar, <i>positioning</i> pasar [2]	4,6%
6	CPMK-2	Sub CPMK-2: 1. Mahasiswa mampu Menyusun strategi produk (C4)	2.1 Mahasiswa Menyusun strategi produk	Tugas kelompok	Tugas mandiri (1x3x50 menit)	Diskusi asinkron melalui LMS	Strategi Produk [3]	4,6%
7	CPMK-3	Sub CPMK-3: 1. Mahasiswa mampu Menganalisis strategi harga (C4) 2. Mahasiswa mampu mengkarakteristikan strategi harga (C4)	3.1 Mahasiswa Menganalisis strategi harga 3.2 Mahasiswa mengkarakteristikan strategi harga	Diskusi, latihan dan Presentasi	Ceramah/Diskusi (1x3x50 menit)	Diskusi asinkron melalui LMS	Strategi harga [3]	4,6%

8		Ujian Tengah Semester (UTS)						20%
9-10	CPMK-3	Sub CPMK-3: 1. Mahasiswa mampu menyeleksi saluran distribusi pasar (C4) 2. Mahasiswa mampu Menganalisis promosi (C4) 3. Mahasiswa mampu membandingkan Strategi promosi (C5)	3.1 Mahasiswa menyeleksi saluran distribusi pasar 3.2 Mahasiswa Menganalisis promosi 3.3 Mahasiswa membandingkan Strategi promosi	Diskusi, latihan dan tugas	Ceramah/Diskusi (1x3x50 menit) <i>Collaborative learning</i> (1x3x50 menit)	Diskusi asinkron melalui LMS	Saluran distribusi pasar dan strategi promosi [4]	4,6%
11-12	CPMK-4	Sub CPMK-4: 1. Mahasiswa mampu Menyusun strategi digital (C4) 2. Mahasiswa mampu membuat dasar <i>Branding</i> (C4)	4.1 Mahasiswa Menyusun strategi digital 4.2 Mahasiswa membuat dasar <i>Branding</i>	Diskusi, latihan dan tugas	Ceramah/Diskusi (1x3x50 menit) <i>Collaborative learning</i> (1x3x50 menit)	Diskusi asinkron melalui LMS	Strategi digital dan branding [4]	9,2%
13-14	CPMK-5	Sub CPMK-5: 1. Mahasiswa mampu Mengevaluasi pelayanan 2. Mahasiswa mampu Menyusun rencana pemasaran	5.1 Mahasiswa Mengevaluasi pelayanan 5.2 Mahasiswa Menyusun rencana pemasaran	Diskusi, latihan dan tugas	Ceramah/Diskusi (1x3x50 menit) Tugas mandiri (2x120 menit)		Pelayanan pemasaran dan rencana pemasaran [5]	4,6%

15	CPMK-5	Sub CPMK-5: 1. Mahasiswa mampu Menyusun strategi terpadu (C5)	5.1 Mahasiswa Menyusun strategi terpadu	Tugas kelompok	<i>Small group discussion</i> (1x3x50 menit)	Diskusi asinkron melalui LMS	Strategi terpadu pemasaran [3, 5]	4,6%
16		Ujian Akhir Semester						30%

Portofolio Penilaian dan Evaluasi Ketercapaian CPL Mahasiswa

Mg	CPL	CPMK (CLO)	Sub-CPMK (LLO)	Indikator	Bentuk Soal – Bobot(%) ^{*1}		Bobot (%) Sub-CPMK	Nilai Mhs (0-100)	Σ (Nilai Mhs) X (Bobot%) ^{*1}	Ketercapaian CPL
1-2	CPL-3	CPMK-1	Sub CPMK-1	1.1 1.2	Tugas-1 Tugas-2	4,6 4,6	9,2			
3	CPL-3	CPMK-1	Sub CPMK-1	1.1	Tugas-3	4,6	4,6			
4-5	CPL-3	CPMK-2	Sub CPMK-1	2.1 2.2	Tugas-4	4,6	4,6			
6	CPL-3	CPMK-2	Sub CPMK-2	2.1	Tugas-5	4,6	4,6			
7	CPL-3	CPMK-3	Sub CPMK-2	3.1 3.1	Tugas-6	4,6	4,6			
8	Ujian Tengah Semester (UTS)					20	20			
9-10	CPL-4	CPMK-3	Sub CPMK-4	3.1 3.2 3.3	Tugas-7	4,6	4,6			
11-12	CPL-4	CPMK-4	Sub CPMK-4	4.1 4.2	Tugas-8	4,6	4,6			
13-14	CPL-4	CPMK-5	Sub CPMK-5	5.1 5.2	Tugas-9 Tugas-10	4,6	9,2			
15	CPL-4	CPMK-5	Sub CPMK-5	5.1	Tugas-11	4,6	4,6			
16	Ujian Akhir Semester (UAS)					30	30			
Total Bobot (%)						100	100			
Nilai akhir mahasiswa (Σ(Nilai Mhs) x (Bobot%))										

Penilaian Ketercapaian CPL pada MK

No.	CPL pd MK- Dasar-Dasar Pemrograman Teknik Kimia	Nilai capaian (0-100)	Ketercapaian CPL pd MK
1	CPL-3: Memiliki semangat pelayanan, komunikasi efektif dan kerja sama dalam lingkungan kerja	23	
2	CPL-4: Mampu berpikir logis, kritis, sistematis dan inovatif dalam menyelesaikan masalah operasional	77	



INSTITUT DHARMA BHARATA GRUP
PROGRAM STUDI D3 KETATALAKSANAAN PELAYARAN NIAGA
DAN KEPELABUHANAN

RENCANA TUGAS MAHASISWA

MATA KULIAH	MANAJEMEN PEMASARAN				
KODE	KPNK22	sks	3	SEMESTER	III
DOSEN PENGAMPU	NUNUT ASNIAR, S.E., M.E				
BENTUK TUGAS		WAKTU Pengerjaan Tugas			
TUGAS KELOMPOK DAN PRESENTASI		1 MINGGU			
JUDUL TUGAS					
MAKALAH MANAJEMEN LINGKUNGAN PEMASARAN					
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH					
Mahasiswa mampu menganalisis konsep dasar dan lingkungan pemasaran (C4)					
DISKRIPSI TUGAS					
Mahasiswa mencari materi dari berbagai referensi mengenai Konsep dasar dan lingkungan pemasaran, memahami konsep serta mampu mengidentifikasi indicator lingkungan pemasaran internal dan eksternal.					
METODE Pengerjaan Tugas					
1. mahasiswa membentuk kelompok 2. mahasiswa mengumpulkan materi konsep dasar dan lingkungan pemasaran 3. mahasiswa membuat makalah dan diskusi kelompok 4. mahasiswa mempresentasikan makalah dan hasil diskusi kelompok					
BENTUK DAN FORMAT LUARAN					
a. Obyek Garapan : Artikel, Jurnal, observasi lapangan b. Bentuk Luaran : Diskusi kelompok dan publikasi					
INDIKATOR, KRETERIA DAN BOBOT PENILAIAN					
1. Makalah kelompok (20%) 2. Hasil observasi (20%) 3. Presentasi kelompok (20%) 4. Kerjasama tim (20%) 5. Argumentasi saat diskusi (20%)					
JADWAL PELAKSANAAN					
Pertemuan 3 (tiga)					
LAIN-LAIN					
DAFTAR RUJUKAN					
[1] Kotler & Keller - Marketing Management [2] Fandy Tjiptono - Strategi Pemasaran [3] Buchari Alma - Manajemen Pemasaran					

Catatan: Setiap tugas dan ujian mahasiswa dibuatkan Rencana Tugas dan Rencana Ujian

RUBRIK PENILAIAN

CPMK 1: Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar pemasaran serta menganalisis lingkungan pemasaran internal dan eksternal

No.	Materi Soal/Tugas	Bobot (%)	Nilai			
			< 55	55 - < 65	65 - < 75	75 - 100
1	Menjelaskan tentang konsep dasar pemasaran	8	Tugas dikumpul tepat waktu dan menjelaskan 50% konsep dasar pemasaran dengan benar tanpa penjelasan detail	Tugas dikumpul tepat menjelaskan 50% konsep dasar pemasaran dengan benar tanpa penjelasan detail	Tugas dikumpul tepat waktu dan menyebutkan 50% menjelaskan 50% konsep dasar pemasaran dengan benar tanpa penjelasan detail	Tugas dikumpul tepat waktu dan menyebutkan 100% menjelaskan 50% konsep dasar pemasaran dengan benar tanpa penjelasan detail
2	Kemampuan dalam mengidentifikasi lingkungan pemasaran internal dan eksternal mikro makro	8	Tugas dikumpul tepat waktu dan mampu mengidentifikasi 50% lingkungan pemasaran internal dan eksternal mikro makro	Tugas dikumpul tepat waktu dan mampu menuliskan 100% lingkungan pemasaran internal dan eksternal mikro makro	Tugas dikumpul tepat waktu dan mampu menuliskan 50% lingkungan pemasaran internal dan eksternal mikro makro	Tugas dikumpul tepat waktu dan mampu menuliskan 100% lingkungan pemasaran internal dan eksternal mikro makro
3	Kemampuan menganalisis lingkungan pemasaran internal dan eksternal mikro makro	10	Tugas dikumpul tepat waktu dan mampu menganalisis 50% lingkungan internal dan eksternal pemasaran dengan penjelasan detail	Tugas dikumpul tepat waktu dan mampu menuliskan 100% lingkungan internal dan eksternal pemasaran dengan penjelasan detail	Tugas dikumpul tepat waktu dan mampu lingkungan internal dan eksternal pemasaran dengan penjelasan detail	Tugas dikumpul tepat waktu dan mampu menuliskan 100% lingkungan internal dan eksternal pemasaran dengan penjelasan detail

INDIKATOR PENILAIAN AKHIR SEMESTER

No	KomponenEvaluasi	Bobot (%)
1.	Kehadiran dan partisipasi dalamkelas	10
2.	Latihan dikelas dan penugasan (Quiz)	25
3.	Ujian Tengah Semester	25
4.	UjianAkhir Semester	40
		100

Pengertian 1 SKS dalam Pembelajaran				Jam
a	Kuliah Tatap Muka, Tutorial dan Responsi			2,83
	Tatap Muka	Penugasan Terstruktur	Tugas Mandiri	
	50 menit/minggu/semster	60 menit/minggu/semster	60 menit/minggu/semster	
b	Seminar atau bentuk pembelajaran lain		Belajar Mandiri	2,83
	100 menit/minggu/semster		70 menit/minggu/semster	
c	Praktikum, praktek studio, praktek lapangan, penelitian pengabdian pada masyarakat dan/atau bentuk lain yang setara			2,83
	170 menit/minggu/semster			

NO	METODE PEMBELAJARAN MAHASISWA	Kode
1	Small Group Discussion	SGD
2	Role-Play & Simulation	RPS
3	Discovery Learning	DL
4	Self-Directed Learning	SDL
5	Cooperative Learning	Col
6	Collaborative Learning	Cbl
7	Contextual Learning	Ctl
8	Project Based Learning	PiBL
9	Problem Based Learning & Inquiry	PBL
10	Atau metode pembelajaran lain, yang dapat secara efektif memfasilitasi pemenuhan capaian pembelajaran lulusan.	