

## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

**Mata Kuliah** : Manajemen Pemasaran  
**Program Studi** : S-1 Agribisnis

**Semester** : VI                      **Kode** : AGB 3 249                      **SKS** : 2 SKS  
**Dosen** : Ir. Iskandarini, M.M., Ph.D. ; Ir. H.M. Mozard B. Darus, M.Sc.;  
**Riantri Barus, SP, MP, MM**

**Capaian Pembelajaran** : Setelah menyelesaikan mata kuliah Manajemen Pemasaran, mahasiswa semester VI, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara, diharapkan akan dapat menjelaskan permasalahan dan solusi pemasaran produk agribisnis, pengembangan produk serta mampu membuat strategi memperluas pemasaran produk agribisnis.

Minggu ke-	Kemampuan Akhir Yang Diharapkan	Bahan Kajian (Materi Ajar)	Metode Pembelajaran	Waktu	Kriteria Penilaian	Bobot Nilai (%)
1	Mampu menjelaskan konsep inti dari pemasaran	Konsep inti pemasaran: Konsep pemasara , arti kebutuhan, keinginan dan permintaan	- Ceramah - Tanya jawab - Diskusi kelompok - Mencari jurnal terkait dan terkini	100 menit	Kuis Tugas UTS UAS	10 20 35 35
2	Mampu menjelaskan sistim manajemen pemasaran dan permintaan produk agribisnis	Manajemen pemasaran dan permintaan produk agribisnis: Jenis-jenis permintaan dan tujuan pemasaran	- Ceramah - Tanya jawab - Diskusi kelompok - Pemilihan kelompok presentasi, pemilihan topic jurnal			
3	Mampu menjelaskan sistim informasi pemasaran global untuk produk agribisnis dan mampu membuat promosi produk agribisnis di media social	Manajemen pemasaran global, sistem informasi pasar dan e-commerce	- Ceramah - Tanya jawab - Membuat promosi produk dari			

Minggu ke-	Kemampuan Akhir Yang Diharapkan	Bahan Kajian (Materi Ajar)	Metode Pembelajaran	Waktu	Kriteria Penilaian	Bobot Nilai (%)
			masing-masing daerah untuk media social - Studi Kasus			
4	Mampu menjelaskan tentang konsep bauran pemasaran	Bauran pemasaran produk agribisnis : Proses pemasaran, penciptaan nilai, program pemasaran dan bauran pemasaran	- Ceramah - Tanya jawab - Presentasi kelompok promosi produk agribisnis			
5	Mampu menjelaskan tentang konsep segmentasi pasar dan positioning produk agribisnis	Segmentasi pasar dan positioning : Tingkat dan pola segmentasi pasar, identifikasi segmen pasar dan memilih pasar sasaran, positioning	- Ceramah - Tanya jawab - Diskusi kelompok - Mencari jurnal terkait bauran pemasaran, segmentasi dan positioning			
6	Mampu mengelola sistem komunikasi pemasaran produk agribisnis	Mengelola Komunikasi Pemasaran Produk Agribisnis : Bauran Komunikasi Pemasaran, Elemen dalam Proses Komunikasi, Langkah Pengembangan Komunikasi Pemasaran	- Ceramah - Tanya jawab - Presentasi kelompok topik segmentasi pasar dan positioning - Studi Kasus			
7- 8	Mampu menjelaskan dan mengelola konsep iklan, dan promosi produk agribisnis	Mengelola Periklanan dan Promosi : Formulasi Pesan, Periklanan, Media Iklan, Tujuan Periklanan dan Promosi Penjualan	- Ceramah - Tanya jawab - Membuat iklan produk agribisnis yang dihasilkan			

Minggu ke-	Kemampuan Akhir Yang Diharapkan	Bahan Kajian (Materi Ajar)	Metode Pembelajaran	Waktu	Kriteria Penilaian	Bobot Nilai (%)
			matakuliah kewirausahaan			
<b>Ujian Tengah Semester (UTS)</b>						
9	Mampu mengelola strategi siklus hidup produk agribisnis dan mengembangkan produk baru	Siklus Hidup Produk, Siklus hidup penjualan dan laba, kategori produk baru dan proses penerimaan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> <li>- Tanya jawab</li> <li>- Mencari iklan terkait dan terkini masalah siklus hidup produk agribisnis</li> <li>- Studi Kasus</li> </ul>			
10	Mampu mengelola strategi pemasaran produk agribisnis berdasarkan siklus hidup produk	Strategi pemasaran produk agribisnis berdasarkan siklus hidup produk baru, strategi pemasaran untuk pengenalan, SWOT analisis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> <li>- Tanya jawab</li> <li>- Presentasi dan diskusi kelompok</li> </ul>			
11	Mampu menjelaskan tentang fungsi-fungsi pemasaran dan lembaga pemasaran yang terkait	Fungsi-fungsi pemasaran dan lembaga pemasaran : Proses pemasaran, fungsi pemasaran, dan lembaga pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> <li>- Tanya jawab</li> <li>- Membuat analisis proses pemasaran produk agribisnis dan fungsi lembaganya</li> </ul>			
12	Mampu menjelaskan konsep analisis margin pemasaran terhadap produk agribisnis	Analisis Margin Pemasaran Produk Agribisnis : Proses pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> <li>- Tanya jawab</li> <li>- Mencari bahan jurnal terkait untuk diskusi dalam FGD</li> </ul>			

Minggu ke-	Kemampuan Akhir Yang Diharapkan	Bahan Kajian (Materi Ajar)	Metode Pembelajaran	Waktu	Kriteria Penilaian	Bobot Nilai (%)
			- Studi Kasus			
13	Mampu menjelaskan konsep merek dan pengemasan untuk produk agribisnis	Mengelola Merek dan Pengemasarn : Produk agribisnis, Merek, sikap pelanggan terhadap merek, strategi kepuasan nama merek, kualitas merek, pengemasan	- Ceramah - Tanya jawab - Presentasi jurnal - FGD pembahasan merek - Mengamati iklan berbagai merek produk			
14	Mampu menjelaskan dan mengelolan strategi penetapan harga untuk produk agribisnis	Merancang Strategi dan Program Penetapan Harga : Strategi harga dan mutu, penentuan kebijakan harga, memilih harga akhir	- Ceramah - Tanya jawab - Kerja sama dengan kelompok kewirausahaan dalam menentukan merek, pengemasan dan penetapan harga - Studi Kasus			
15-16	Mampu merancang dan mengelola pemasaran jasa untuk produk agribisnis	Merancang dan Mengelola Jasa : Pengertian konsep pemasaran jasa, bauran barang jasa, konsekuensi konsumen jasa, kualitas jasa	- Ceramah - Tanya jawab - Diskusi kelompok (FGD) materi pemasaran jasa			
<b>Ujian Akhir Semester (UAS)</b>						

**Referensi :**

1. Iskandarini (2020), Modul Manajemen Pemasaran, USU, Medan
2. Kotler, Philip (2005) Manajemen Pemasaran, Prindhall, Jakarta
3. Jurnal-jurnal terkini dan terkait dengan Pemasaran dan produk Agribisnis