

 UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI FAKULTAS ILMU KESEHATAN PROGRAM STUDI S1 KESEHATAN MASYARAKAT				RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	
Mata Kuliah	Kode MK	Rumpun MK	Bobot (sks)	Semester	Tanggal Penyusunan
Strategi Pemasaran	IKM3737	Mata Kuliah Keahlian Prodi Dosen Pengembang RPS	2 SKS	VI Ganjil	31 September 2023
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL Prodi	Rizki Rahmawati Lestari, M.Kes	Dosen Pengampu MK Rizki Rahmawati Lestari, M.Kes		Ketua Prodi Ade Dita Putri, M.PH
Deskripsi Singkat MK	CP-MK	<p>Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, menguasai, dan mampu mengimplementasikan teori Strategi Pemasaran</p>			
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	Mata Kuliah ini membahas tentang Strategi Pemasaran	<p>Mata Kuliah Strategi Pemasaran adalah mata kuliah pilihan konsentrasi manajemen pemasaran pada program studi manajemen dengan bobot sks sebanyak 2 sks. Mata kuliah ini memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang konsep dasar manajemen strategi pemasaran secara menyeluruh dan bagaimana prinsip-prinsip tersebut diaplikasikan pada lingkungan bisnis.</p>			
Pustaka	<ol style="list-style-type: none"> David W. Cravens. 1999. <i>Pemasaran Strategi</i>. Erlangga, Jakarta. Kotler, Philip. 2000. <i>Marketing Management</i>. Jakarta. Kotler, Philip, Keller Kevin Lane. 2007. <i>Manajemen Pemasaran</i>. Jilid 1. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta. 	<p>1. 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.</p> <p>2. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur</p> <p>3. 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</p> <p>4. Mampu menyusun deskripsi saintifik hasil kajian tersebut di atas dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi</p> <p>5. Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data</p> <p>6. Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya</p> <p>7. 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</p> <p>8. Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada di bawah tanggung jawabnya dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri</p> <p>9. Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan dan menemukan kembali data untuk menjamin keahlihan dan meningkatkan mutu keahliannya</p>			



Media Pembelajaran Team Teaching	1. Hardware : Laptop, 2. Software : PPT Nany Librianti	1. Kotler, Phillip, Keller Kevin Lane. 2007. <i>Manajemen Pemasaran</i> , Jilid 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta. 2. PR Triton, Marketing Strategi. 2008. <i>Meningkatkan Pangsa Pasar Dan Daya Saing</i> , Tugu Publisher, Yogyakarta. 3. Nugroho J. Setiadi. 2005. <i>Perilaku Konsumen</i> , Prenada Media, Jakarta 4. Stanton William J. 1984. <i>Fundamental of Marketing</i> . Mc Grow Hill. Book Inc 5. Sunardi & Haryanti. 1987. <i>Memilih Pasar Sasaran</i> . BP FE UII. Yogyakarta 6. Swastha Basu. <i>Manajemen Pemasaran</i> . Salemba. Jakarta 7. Tjiptono, Fandy. 1997. <i>Prinsip-prinsip Total Quality Service</i> . Andi Offset. Yogyakarta. 8. Tjiptono Fandy. 2008. <i>Strategi pemasaran</i> , CV Andi Yogyakarta. 9. Tjiptono Fandi. 2000. <i>Manajemen Pemasaran</i> . Andi Offset. Jakarta						
Matakuliah Prasyarat								
Minggu Ke-								
1	Kemampuan Akhir yang diharapkan (Sub-CP MK) Mahasiswa mampu menjelaskan Pengertian Pemasaran dalam lingkup kemasayarkatan dan kemasayarkatan dan lingkup dunia usaha, Peranan Pemasaran Masa Kini, Manfaat Pemasaran, Falsafah Pemasaran	Indikator Mahasiswa Memahami Pengertian Pemasaran dalam lingkup kemasayarkatan dan lingkup dunia usaha, Peranan Pemasaran Masa Kini, Manfaat Pemasaran, Falsafah Pemasaran	Materi Pembelajaran Memahami Pemasaran Masa Kini a. Pengertian Pemasaran dalam lingkup kemasayarkatan dan lingkup dunia usaha kesehatan b. Peranan Pemasaran Masa Kini c. Manfaat Pemasaran d. Falsafah Pemasaran	Metode Pembelajaran - Ceramah - Tanya Jawab - Diskusi	Pengampu Nani Labrianty, M.A	Kriteria, Bentuk dan Bobot Penilaian - Keterampilan - Tugas - Sikap		
2	Mahasiswa mampu menjelaskan Peramalan Permintaan, Segmentasi Pasar, Orientasi Kegiatan Pemasaran, Dasar-dasar segmentasi Pasar, Memilih Pasar Sasaran, Menentukan Posisi Pasar	Mahasiswa menjelaskan Peramalan Permintaan, Segmentasi Pasar, Orientasi Kegiatan Pemasaran, Dasar-dasar segmentasi Pasar, Memilih Pasar Sasaran, Menentukan Posisi Pasar	Memilih Pasar Sasaran a. Peramalan Permintaan b. Segmentasi Pasar - Orientasi Kegiatan Pemasaran - Dasar-dasar segmentasi Pasar c. Memilih Pasar Sasaran d. Menentukan Posisi Pasar	- Ceramah - Tanya Jawab - Diskusi	Nani Labrianty, M.A	- Keterampilan - Tugas - Sikap		
3	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mempresentasikan	Mahasiswa menjelaskan dan mempresentasikan tentang	Strategi Produk a. pengertian produk b. Atribut Produk	- Ceramah - Tanya Jawab - Diskusi	Nani Labrianty, M.A	- Keterampilan - Tugas - Sikap		

4	tentang pengertian produk; atribur produk; klasifikasi produk; strategi produk	Mahasiswa dapat menjelaskan Strategi Pemasaran pada Berbagai tahapan Daur Hidup Produk, Statregi Pemasaran dalam Tahap Pertumbuhan, Statregi Pemasaran dalam Tahap Kedewasaan, Statregi Pemasaran dalam Tahap Kemanduran	<p>pengetttian produk; atribur produk; klasifikasi produk; strategi produk</p> <p>Mahasiswa menjelaskan Strategi Pemasaran pada Berbagai tahapan Daur Hidup Produk, Statregi Pemasaran dalam Tahap Pertumbuhan, Statregi Pemasaran dalam Tahap Kedewasaan, Statregi Pemasaran dalam Tahap Kemanduran</p>	<p>c. Klasifikasi Produk</p> <p>d. Strategi produk</p> <p>Strategi Pemasaran Pada Daur Hidup Produk</p> <p>a. Pengembangan Produk Baru</p> <p>b. Strategi Pemasaran pada Berbagai tahapan Daur Hidup Produk</p> <ul style="list-style-type: none"> • Statregi Pemasaran dalam Tahap Perkenalan • Statregi Pemasaran dalam Tahap Pertumbuhan • Statregi Pemasaran dalam Tahap Kedewasaan • Statregi Pemasaran dalam Tahap Kemanduran 	Nani Labrianty, M.A	<ul style="list-style-type: none"> - Keterampilan - Tugas - Sikap
5	Mahasiswa mampu menjelaskan Pengetian Pasar, Jenis-jenis Pasar, Pasar konsumen, Pasar Organisasional	Mahasiswa menjelaskan Pengetian Pasar, Jenis-jenis Pasar, Pasar konsumen, Pasar Organisasional	<p>Analisa Perilaku Pasar</p> <p>a. Pengertian Pasar</p> <p>b. Jenis-jenis Pasar</p> <p>c. Pasar konsumen</p> <p>d. Pasar Organisasional</p>	Nani Labrianty, M.A	<ul style="list-style-type: none"> - Keterampilan - Tugas - Sikap 	
6	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mempresentasikan tentang Strategi Pemasaran Bagi Market Leader, Strategi Pemasaran Bagi Market Challenger, Strategi Pemasaran Bagi Market Follower, Strategi Pemasaran Bagi Market Nicher	1. Mahasiswa menjelaskan dan mempresentasikan tentang Strategi Pemasaran Bagi Market Leader, Strategi Pemasaran Bagi Market Challenger, Strategi Pemasaran Bagi Market Follower, Strategi Pemasaran Bagi Market Nicher	<p>Strategi Pemasaran Dalam Berbagai Posisi Persaingan</p> <p>a. Strategi Pemasaran Bagi Market Leader</p> <p>b. Strategi Pemasaran Bagi Market Challenger</p> <p>c. Strategi Pemasaran Bagi Market Follower</p> <p>d. Strategi Pemasaran Bagi Market Nicher</p>	Nani Labrianty, M.A	<ul style="list-style-type: none"> - Keterampilan - Tugas - Sikap 	
7	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mempresentasikan tentang	Mahasiswa menjelaskan dan mempresentasikan tentang	<p>Strategi Pemasaran dalam Berbagai Situasi Ekonomi</p>	Nani Labrianty, M.A	<ul style="list-style-type: none"> - Keterampilan - Tugas 	

	mempresentasikan tentang Strategi pemasaran Pada Masa Kekurangan Masa Kekurangan Strategi pemasaran Pada Masa Inflasi Strategi pemasaran Pada Masa Resesi	Strategi pemasaran Pada Masa Kekurangan Strategi pemasaran Pada Masa Inflasi Strategi pemasaran Pada Masa Resesi	a. Strategi pemasaran Pada Masa Kekurangan b. Strategi pemasaran Pada Masa Inflasi c. Strategi pemasaran Pada Masa Resesi	- Diskusi			- Sikap
8	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mempresentasikan tentang pengertian Merk (Brand), memahami kebaikan dan penggolongan merk, memahami alasan untuk tidak menggunakan merk, memahami merek, memahami alasan untuk tidak menggunakan merk, memahami kemasan, memahami desain kemasan, memahami label	Mahasiswa menjelaskan dan mempresentasikan tentang pengertian Merk (Brand), memahami penggolongan merk, memahami kebaikan dan alasan untuk tidak menggunakan merk, memahami kemasan, memahami desain kemasan, memahami label	Ujian Tengah Semester Merk dan Kemasan a. Pengertian Merk (Brand) b. Penggolongan merk c. Keabakan dan keburukan merk d. Alasan untuk tidak menggunakan merk e. Kemasan f. Desain kemasan g. Label	- Ceramah - Tanya Jawab - Diskusi	Rizki Rahmawati		Presentasi
10	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mempresentasikan tentang pengertian komunikasi pemasaran, dan memahami promotional mix	Mahasiswa menjelaskan dan mempresentasikan tentang pengertian komunikasi pemasaran, dan memahami promotional mix	Komunikasi Pemasaran a. Pengertian komunikasi pemasaran b. Promotional mix	- Ceramah - Tanya Jawab - Diskusi	Rizki Rahmawati		Presentasi
11	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mempresentasikan tentang definisi periklanan, fungsi periklanan, dan sifat periklanan, tujuan periklanan, jenis periklanan, dan Semblilan alasan mengapa periklanan, penilaian efektivitas periklanan, dan	Mahasiswa menjelaskan dan mempresentasikan tentang definisi periklanan, fungsi dan sifat periklanan, pemilihan jenis periklanan, tujuan periklanan, penilaian efektivitas periklanan, dan Semblilan alasan mengapa periklanan, penilaian efektivitas periklanan, dan	Strategi Periklanan a. Pengertian periklanan b. Fungsi-fungsi periklanan c. Sifat-sifat iklan d. Pemilihan jenis-jenis periklanan e. Tujuan periklanan f. Penilaian efektivitas periklanan g. Semblilan alasan mengapa periklanan perlu diberikan	- Ceramah - Tanya Jawab - Diskusi	Rizki Rahmawati		CTJ Diskusi LCD

15	menganalisis tindakan pesaing, system intelijen pesaing	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mempresentasikan tentang strategi pesaing, pemilihan konsep penentuan posisi pasar, pemilihan strategi posisi, penggabungan komponen-komponen posisi, penentuan posisi, efektivitas penentuan posisi	Mahasiswa menjelaskan dan mempresentasikan tentang strategi pasar sasaran, pemilihan konsep penentuan posisi pasar, pemilihan strategi posisi, penggabungan komponen-komponen posisi, penentuan posisi, efektivitas penentuan posisi	Strategi penetapan pasar sasaran dan posisi 1. Strategi pasar sasaran 2. Pemilihan konsep penentuan posisi pasar 3. Pemilihan strategi posisi 4. Penggabungan komponen-komponen posisi 5. Penentuan posisi 6. Efektivitas penentuan posisi	- Diskusi Kelompok	Rizki Rahmawati	- Kete - Tug - Sika
16							

Ujian Akhir Semester

UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI
ABSENSI KELAS

Nama Dosen : RIZKI RAHMAWATI LESTARI, S.KM, M.Kes
IDPTK : 096542174

Nama Matakuliah : STRATEGI PEMASARAN
Program Studi : KESEHATAN MASYARAKAT

NO	PERTEMUAN KE	TOPIK	SUBTOPIK	KEHADIRAN	WAKTU
1	9	Mahasiswa menjelaskan dan mempresentasikan tentang memahami pengertian Merk (Brand), memahami penggolongan merk, memahami kebaikan dan keburukan merk, memahami alasan untuk tidak menggunakan merk, memahami kemasan, memahami desain kemasan, memahami label	merk dan kemasan a. pengertian b. penggolongan merk c. kebaikan dan keburukan merk d. alasan menggunakan merk e, kemasan f. desain kemasan g. label	Peserta Mahasiswa : 26 Hadir : 20 Izin : 3 Sakit : 0 Alpha : 3	Jam Mulai : 2023-09-14 13:05:04 Jam Selesai : 2023-09-14 14:35:03
2	10	Komunikasi pemasaran	Komunikasi pemasaran: 1. Pengertian 2. Promotional mix	Peserta Mahasiswa : 26 Hadir : 25 Izin : 0 Sakit : 0 Alpha : 1	Jam Mulai : 2023-09-20 15:45:25 Jam Selesai : 2023-09-20 17:33:35
3	11	iklan dan etika	iklan dan etika	Peserta Mahasiswa : 26 Hadir : 22 Izin : 1 Sakit : 0 Alpha : 3	Jam Mulai : 2023-09-27 13:42:52 Jam Selesai : 2023-09-27 14:17:40
4	12	merancang strategi penetapan harga	merancang strategi penetapan harga	Peserta Mahasiswa : 26 Hadir : 24 Izin : 1 Sakit : 0 Alpha : 1	Jam Mulai : 2023-10-05 14:26:00 Jam Selesai : 2023-10-05 15:29:22
5	13	segmentasi pasar	segmentasi pasar	Peserta Mahasiswa : 26 Hadir : 26 Izin : 0 Sakit : 0 Alpha : 0	Jam Mulai : 2023-10-12 15:21:33 Jam Selesai : 2023-10-12 16:20:19
6	14	analisis persaingan	analisis persaingan	Peserta Mahasiswa : 26 Hadir : 24 Izin : 0 Sakit : 0 Alpha : 2	Jam Mulai : 2023-10-19 14:41:21 Jam Selesai : 2023-10-19 15:28:09
7	15	strategi penetapan pasar	strategi penetapan pasar	Peserta Mahasiswa : 26 Hadir : 24 Izin : 0 Sakit : 0 Alpha : 2	Jam Mulai : 2023-10-19 15:28:54 Jam Selesai : 2023-10-19 17:50:35

Mengetahui,
Ketua Program Studi



ADE DITA PUTERI, S.KM, M.P.H

Bangkinang, 02 Januari 2024
Dosen Pengajar



RIZKI RAHMAWATI LESTARI, S.KM, M.Kes

**DAFTAR HADIR KULIAH
KESEHATAN MASYARAKAT - FAKULTAS ILMU KESEHATAN**

Nama Matakuliah : STRATEGI PEMASARAN
Semester / SKS : 5 / 2
Kelas / Tahun Akd : K / 2023/2024 Ganjil

Dosen Pengampu : RIZKI RAHMAWATI LESTARI, S.KW, M.Kes
Dosen Pengajar :

NO	NIM	MAHASISWA	SEMESTER					KEHADIRAN					KET					
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	2113201001	ADE ADRIAN NUGRAHA	A	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	2113201002	AHMAD HABIBULLAH	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	2113201003	ALDO PE Brianda	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	2113201004	ALFIN SAPUTRA	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	2113201005	AMELIA OKTAVIANA	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6	2113201013	DESY SUSANTI	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7	2113201015	DINA DESMITA	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8	2113201016	DINA HUMAIRAH	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9	2113201017	FAHRA NABILA	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10	2113201069	FATHUL IKSAN AZHURI	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	2113201018	FEBI LYRA TIANA	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
12	2113201060	HAFIZUL FIKRI	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
13	2113201020	IKA AYU NABILAH	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14	2113201021	IKHSAN MUBARI	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
15	2113201022	ILHAM RIVALDO	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
16	2113201023	IMELDA JULIANI	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
17	2113201024	ISFIHANY MEISYA PUTRI	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
18	2113201028	MIFTAH INAYA FAHIRA	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
19	2113201031	MUHAMMAD DIKI	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
20	2113201032	MUHAMMAD IQBAL	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
21	2113201033	MUHAMMAD MUDAHIR	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
22	2113201064	NABELA SUCI OKTATALITA	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
23	2113201056	NADA NADHIFAH NARTI	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
24	2113201046	SEFTI NURHAFIZHA	A	A	A	A	A	A	A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

DAFTAR HASIL STUDI
UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI
PROGRAM STUDI S1 KESEHATAN MASYARAKAT
T.A 2023/2024

MATA KULIAH : STRATEGI PEMASARAN
DOSEN : RIZKI RAHMAWATI
SEMESTER : 5 (lima) K3
JLH MAHASISWA : 26

No	Nim	Nama	Komponen Nilai				Total	Nilai Akhir	
			MK	TT	TM	AT		Huruf	Angka
			30%	30%	30%	10%			
1	2113201001	ADE ADRIAN NUGRAHA						87	
2	2113201002	AHMAD HABIBULLAH						90	
3	2113201003	ALDO PEBRIANDA						64	
4	2113201004	ALFIN SAPUTRA						90	
5	2113201005	AMELIA OKTAVIANA						90	
6	2113201013	DESY SUSANTI						90	
7	2113201015	DINA DESMITA						90	
8	2113201016	DINA HUMAIRAH						90	
9	2113201017	FAHRA NABILA						90	
10	2113201069	FATIHUL IKSAN AZHURI						87	
11	2113201018	FEBI LYRA TIANA						90	
12	2113201060	HAFIZUL FIKRI						80	
13	2113201020	IKA AYU NABILAH						90	
14	2113201021	IKHSAN MUBARI						87	
15	2113201022	ILHAM RIVALDO						87	
16	2113201023	IMELDA JULIANI						90	
17	2113201024	ISFIHANY MEISYA PUTRI						87	
18	2113201028	MIFTAH INAYA FAHIRA						90	
19	2113201031	MUHAMMAD DIKI						87	
20	2113201032	MUHAMMAD IQBAL						87	
21	2113201033	MUHAMMAD MUDAHIR						90	
22	2113201064	NABELA SUCI OKTATALITA						90	
23	2113201056	NADA NADHIFAH NARTI						90	
24	2113201046	SEFTI NURHAFIZHA						87	
25	2113201058	SUCI SEPTIANI						90	
26	2113201051	VIONASWA AMANDA ARIANDI						90	

KETERANGAN :

RENTANG NILAI

A 85-100 C+ : 60-64
A- 80-84 C : 55-59
B+ 75-79 D : 45-54
B 70-74 E : - 45
B- 65-69

KETERANGAN

- MK : Tatap muka terdiri dari: Kehadiran dengan bobot (20%), Ujian tengah semester bobot (40%) ujian akhir semester bobot (40%). Total skor tatap muka adalah 30%.
- TT : Tugas terstruktur/Tugas kelompok terdiri dari: skor tugas terstruktur (30%).
- TM : Tugas mandiri terdiri dari: Total skor Tugas mandiri (30%).
- AT : Attitude terdiri dari: a). Kedisiplinan, b). Penampilan. c). Kesantunan. d). Kemampuan kerjasama. e). Kemampuan Komunikasi. f). Komitmen. g). Keteladanan. h). Semangat. i). Empati. j). Tanggung Jawab. Total skor attitude 10%.

Mengetahui,
Dosen Pengajar

(Rizki Rahmawati Lestari, M. Kes)