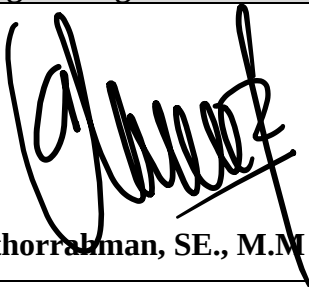
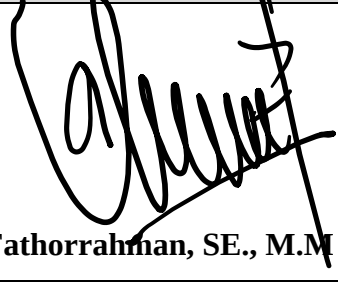




**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS -UNIVERSITAS WIRARAJA**

MATA KULIAH		KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Direvisi
PENGANTAR BISNIS		BDG1102		T=3	P=...	I	...
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ka PRODI	
		 Fathorrahman, SE., M.M		 Fathorrahman, SE., M.M		 Moh. Baqir Ainun SE., M.A	
CAPAIAN PEMBELAJARAN	CPL-PRODI	1. (S3) Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila 2. (S10) Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan 3. (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 4. (P) Mampu menguasai konsep komunikasi pemasaran, komunikasi bisnis dan etika pemasaran 5. (KK) Mampu mengaplikasikan keilmuan manajemen manual maupun berbasis teknologi informasi					
	CP-MK (Kemampuan Akhir Yang Diharapkan)						
	CP-MK 1	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana isu-isu terkini dalam dunia bisnis kontemporer, apa yang dimaksud dengan bisnis, sistem perusahaan swasta, dan enam periode sejarah bisnis, tenaga kerja dewasa ini, manajer abad ke-21					
	CP-MK 2	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana lingkungan saat ini untuk etika bisnis dan isu-isu sosial yang terkait, isu etika dan sosial, lingkungan etis kontemporer, bagaimana perusahaan membentuk kode etik, bertindak secara bertanggung jawab untuk masyarakat					
	CP-MK 3	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana perekonomian paling menantang dalam beberapa dekade, ekonomi mikro:permintaan dan penawaran, ekonomi makro:isu					

		ekonomi secara keseluruhan, mengevaluasi kinerja ekonomi, mengelola kinerja ekonomi, dan tantangan ekonomi global
	CP-MK 4	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana bisnis dan pemasaran internasional, alasan negara melakukan perdagangan, mengukur perdagangan antar negara, hambatan bagi perdagangan internasional, mengurangi hambatan bagi perdagangan internasional, terjun secara global, mengembangkan strategi untuk bisnis internasional
	CP-MK 5	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana penataan bisnis kontemporer, bisnis terdiri atas usaha kecil, kontribusi usaha kecil terhadap negara, mengapa usaha kecil gagal, meningkatkan peluang kesuksesan usaha kecil, alternatif wirlaba
	CP-MK 6	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana peran enterpreneur dalam sebuah perekonomian yang kompetitif, definisi wirausaha, kategori para wirausaha, lingkungan bagi wirausaha, karakteristik para wirausaha, memulai usaha baru
	CP-MK 7	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana praktek bisnis online yang efektif, apa yang dimaksud dengan e business, e business bisnis ke bisnis, belanja online dan e business, tantangan e business, menggunakan fungsi komonikasi web
	CP-MK 8	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana hirarki manajerial dilaksanakan dalam sebuah organisasi bisnis, apakah manajemen itu, menentukan visi dan standar etika perusahaan, pentingnya perencanaan, proses perencanaan strategis, proses perencanaan strategis, manajer sebagai pengambil keputusan
	CP-MK 9	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana memotivasi orang dan hubungan tenaga kerja, sumber daya manusia amat penting bagi semua perusahaan, rekrutmen dan seleksi, orientasi, pelatihan, evaluasi, kompensasi
	CP-MK 10	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana mendukung rekan kerja melalui kerja tim dan komonikasi, memperdayakan karyawan, karakteristik tim, dan pentingnya komonikasi yang efektif
	CP-MK 11	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana aspek-aspek operasional dan produksi dari bisnis kontemporer, kepentingan strategis dari fungsi produksi, produksi, teknologi dan proses produksi, pemilihan lokasi
	CP-MK 12	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana strategi-strategi pemasaran, apa yang dimaksud pemasaran, evaluasi konsep pemasaran, pemasaran bukan untuk profit dan pemasaran nontradisional, mengembangkan strategi pemasaran, riset pemasaran segmentasi pasar

	CP-MK 13	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana promosi dan penentuan harga dan barang, komunikasi pemasaran terintegrasi, bauran promosional, iklan, promosi penjualan, promosi personal, strategi dorong dan tarik
DESKRIPSI SINGKAT MK	Pengantar Bisnis bertujuan memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang bagaimana suatu organisasi bisnis berupaya mencapai tujuan organisasi dengan melakukan analisis dan mempertimbangkan lingkungan organisasi. Dalam mata kuliah ini dibahas semua aspek dalam praktek kegiatan perusahaan meliputi: keuangan, operasi, sumber daya manusia, dan pemasaran. Pada umumnya kegiatan bisnis tidak terlepas dari pengaruh lingkungan baik makro maupun mikro, termasuk di dalamnya lingkungan persaingan yang pada akhirnya akan mempengaruhi pengambilan kebijakan organisasi	
MATERI PEMBELAJARAN	Pokok Bahasan	
	1. Isu Terkini Dalam Dunia Bisnis Kontemporer: • Apa Yang Dimaksud Dengan Bisnis • Sistem Perusahaan Swasta • Enam Periode Sejarah Bisnis • Tenaga Kerja Dewasa • Manajer Abad Ke 21 2. Lingkungan Untuk Etika Bisnis Dan Isu Sosial Yang Terkait: • Isu Etika Dan Sosial • Lingkungan Etis Kontemporer • Bagaimana Perusahaan Membentuk Kode Etik • Bertindak Secara Bertanggung Jawab Untuk Masyarakat 3. Perekonmian Paling Menantang Dalam Beberapa Dekade Terakhir: • Ekonomi Mikro • Ekonomi Makro • Mengevaluasi Kinerja Ekonomi • Mengelola Kinerja Ekonomi • Tantangan Global 4. Bisnis Dan Pemasaran Internasional: • Alasan Negara Melakukan Perdagangan • Mengukur Perdagangan Antar Negara • Hambatan Bagi Perdagangan Internasional	

	• Mengurangi Hambatan Bagi Perdagangan Internasional • Terjun Secara Global • Mengembangkan Strategi Untuk Bisnis Internasional 5. Penataan Bisnis Kontemporer: • Bisnis Terdiri Atas Usaha Kecil • Kontribusi Usaha Kecil Terhadap Negara • Mengapa Usaha Kecil Gagal • Meningkatkan Peluang Kesuksesan Usaha Kecil • Alternative Wirlaba 6. Peran Enterprenuer Dalam Sebuah Perekonomian Yang Kompetitif: • Kategori Para Wirausaha • Lingkungan Bagi Wirausaha • Karakteristik Para Wirausaha • Memulai Usaha Baru 7. Praktek Bisnis Oneline Yang Efektif: • E Business • Belanja Oneline Dan E Business • Tantangan E Business • Menggunakan Fungsi Komonikasi Web 8. Ujian Tengah Semester 9. Bagaimana Hirarki Manajerial Dilaksanakan Dalam Sebuah Organisasi Bisnis • Cara Menentukan Vsi Misi Dan Standar Etika Perusahaan • Pentingnya Perencanaan • Proses Perencanaan Strategis • Cara Manajer Sebagai Pengambil Keputusan 10. Memotivasi Orang Dan Hubungan Tenaga Kerja: • Sumberdaya Manusia Amat Penting Bagi Perusahaan • Rekrutmen Dan Seleksi • Orientasi, Pelatihan Dan Evaluasi • Kompensasi 11. Mendukung Rekan Kerja Melalui Kerja Tim Dan Komunikasi:
--	---

	• Cara Memperdayakan Karyawan • Karakteristik Tim • Pentingnya Komonikasi Yang Efektif • Komonikasi Eksternal 12. Aspek Operasional Dan Produksi Dari Bisnis Kontemporer: • Strategis Dari Fungsi Produksi • Proses Produksi • Teknologi Dan Proses Produksi • Pemilihan Lokasi 13. Strategi-Strategi Pemasaran: • Evolusi Konsep Pemasaran • Pemasaran Bukan Untuk Profit Dan Pemasaran • Cara Mengembangkan Strategi Pemasaran • Segmentasi Pasar 14. Produksi Dan Distribusi Barang Dan Jasa: • Strategi Produk • Daur Hidup Produk • Identifikasi Produk • Strategi Distribusi 15. Promosi Dan Penentuan Harga: • Komonikasi Pemasaran Langsung • Bauran Promosional • Promosi Penjualan • Strategi Dorong Dan Tarik 16. Ujian Akhir Semester
Pustaka	Utama : 1. Louis E. Boone and David L. Kurts. 2017 Pengantar Bisnis Kontemporer. Edisi 13 Buku 1&2. Penerbit Salemba Empat Pendukung : 1. Buchari Alma. 2014. Pengantar Bisnis. Cetakan Ketujuh Belas. Alfa Beta Bandung.

		2. Nickles, dkk. 2009. Pengantar Bisnis Understdanding Business. Edisi 8 Buku 1&2. Penerbit Salemba Empat.				
Media Pembelajaran		Software :	Hardware :			
		OS:Windows; Office	PC & LCD Projector White boards & spidol			
Team Teaching						
Assessment		Ceramah, Diskusi, Praktek, Tugas dan Kuis				
Mata Kuliah Syarat						
Mg Ke-	Sub-CP-MK (kemampuan Akhir yang diharapkan)	Indikator	Kriteria dan Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
(1)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana isu-isu terkini dalam dunia bisnis kontemporer, apa yang dimaksud dengan bisnis, sistem perusahaan swasta, dan enam periode sejarah bisnis, tenaga kerja dewasa ini, manajer abad ke-21	- Memahami apa yang dimaksud dengan bisnis - Memahami sistem perusahaan swasta - Memahami enam periode sejarah bisnis - Memahami tenaga kerja dewasa - Memahami manajer abad ke 21	❖ Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan ❖ Mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	a. Diskusi: Penjelasan silabus & SAP, aturan kuliah, tugas, penilaian dan strategi pembelajaran di kelas b. Penjelasan materi pengantar manajemen produk c. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait sesuai dengan materi	Isu Terkini Dalam Dunia Bisnis Kontemporer: - Apa yang dimaksud dengan bisnis - Sistem perusahaan swasta - Enam periode sejarah bisnis - Tenaga kerja dewasa - Manajer abad Ke 21	5%

(2)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana lingkungan saat ini untuk etika bisnis dan isu-isu sosial yang terkait, isu etika dan sosial, lingkungan etis kontemporer, bagaimana perusahaan membentuk kode etik, bertindak secara bertanggung jawab untuk masyarakat	• Memahami isu etika dan sosial • Memahami lingkungan etis kontemporer • Memahami bagaimana perusahaan membentuk kode etik • Memahami untuk bertindak secara bertanggung jawab untuk masyarakat	❖ Pemahaman materi dan ketepatan menjawab diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan ❖ Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	a. Penyampain materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi c. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan	Lingkungan Untuk Etika Bisnis dan Isu Sosial Yang Terkait: • Isu etika dan sosial • Lingkungan etis kontemporer • Bagaimana perusahaan membentuk kode etik • Bertindak secara bertanggung jawab untuk masyarakat	5%
(3)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana perekonomian paling menantang dalam beberapa dekade, ekonomi mikro:permintaan dan penawaran, ekonomi makro:isu ekonomi secara keseluruhan,	• Memahami ekonomi mikro • Memahami ekonomi makro • Memahami untuk mengevaluasi kinerja ekonomi • Memahami tantangan global	❖ Penyampaian materi ❖ Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi ❖ Mahasiswa mengerjakan	a. Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan b. Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	Perekonmian Paling Menantang Dalam Beberapa Dekade Terakhir: • Ekonomi mikro • Ekonomi makro • Mengevaluasi kinerja ekonomi • Mengelola kinerja ekonomi • Tantangan global	5%

	mengevaluasi kinerja ekonomi, mengelola kinerja ekonomi, dan tantangan ekonomi global		latihan soal yang terdapat pada modul ❖ Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan			
(4)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana bisnis dan pemasaran internasional, alasan negara melakukan perdagangan, mengukur perdagangan antar negara, hambatan bagi perdagangan internasional, mengurangi hambatan bagi perdagangan internasional, terjun secara global, mengembangkan strategi untuk bisnis internasional	• Memahami alasan negara melakukan perdagangan • Memahami mengukur perdagangan antar negara • Memahami hambatan bagi perdagangan internasional • Memahami untuk mengurangi hambatan bagi perdagangan internasional • Memahami terjun secara global • Memahami cara mengembangkan strategi untuk bisnis internasional	❖ Penyampaian materi ❖ Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi ❖ Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan	a. Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan b. Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	Bisnis dan Pemasaran Internasional: • Alasan negara melakukan perdagangan • Mengukur perdagangan antar negara • Hambatan bagi perdagangan internasional • Mengurangi hambatan bagi perdagangan internasional • Terjun secara global • Mengembangkan strategi untuk bisnis internasional	5%
(5)	Mahasiswa	• Memahami bisnis terdiri	❖ Penyampaian	a. Pemahaman materi	Penataan Bisnis	5%

	diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana penataan bisnis kontemporer, bisnis terdiri atas usaha kecil, kontribusi usaha kecil terhadap negara, mengapa usaha kecil gagal, meningkatkan peluang kesuksesan usaha kecil, alternatif wirlaba	atas usaha kecil • Memahami kontribusi usaha kecil terhadap negara • Memahami mengapa usaha kecil gagal • Memahami meninggalkan peluang kesuksesan usaha kecil • Memahami alternative wirlaba	materi ❖ Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi ❖ Memilih mahasiswa secara acara untuk menjawab pertanyaan	dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan b. Ketepatan menjawab pertanyaan dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	Kontemporer: • Bisnis terdiri atas usaha kecil • Kontribusi usaha kecil terhadap negara • Mengapa usaha kecil gagal • Meningkatkan peluang kesuksesan usaha kecil • Alternative wirlaba	
(6)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana peran enterprenuer dalam sebuah perekonomian yang kompetitif, definisi wirausaha, kategori para wirausaha, lingkungan bagi wirausaha, karakteristik para wirausaha, memulai	• Memahami kategori para wirausaha • Memahami lingkungan bagi wirausaha • Memahami karakteristik para wirausaha • Memahami cara memulai usaha baru	❖ Penyampaian materi ❖ Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi ❖ Mahasiswa mengerjakan soal yang terdapat pada	a. Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan b. Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran	Peran Enterprenuer Dalam Sebuah Perekonomian Yang Kompetitif: • Kategori para wirausaha • Lingkungan bagi wirausaha • Karakteristik para wirausaha • Memulai usaha baru	5%

	usaha baru		modul ❖ Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan	yang telah disampaikan		
(7)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana praktek bisnis online yang efektif, apa yang dimaksud dengan e business, e business bisnis ke bisnis, belanja online dan e business, tantangan e business, menggunakan fungsi komonikasi web	• Memahami e business • Memahami belanja oneline dan e business • Tantangan e business • Memahami menggunakan fungsi komonikasi web	❖ Penyampain materi ❖ Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi	a. Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan b. Ketepatan menjawab soal-soal kuis	Praktek Bisnis Oneline Yang Efektif: • E business • Belanja oneline dan e business • Tantangan e business • Menggunakan fungsi komonikasi web	5%
(8)	UTS (UJIAN TENGAH SEMESTER)					15%
(9)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana hirarki manajerial dilaksanakan dalam sebuah organisasi bisnis, apakah	• Memahami cara menentukan visi dan standar etika perusahaan • Memahami pentingnya perencanaan • Memahami proses perencanaan strategis • Memahami manajer sebagai pengambil	❖ Penyampain materi ❖ Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan	a. Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan b. Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa	Bagaimana Hirarki manajerial dilaksanakan dalam sebuah organisasi bisnis: • Menentukan visi dan standar etika perusahaan • Pentingnya perencanaan	5%

	manajemen itu, menentukan visi dan standar etika perusahaan, pentingnya perencanaan, proses perencanaan strategis, proses perencanaan strategis, manajer sebagai pengambil keputusan	keputusan	hal terkait dengan materi ❖ Mahasiswa mengerjakan latihan soal yang terdapat pada modul ❖ Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan	dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	- Proses perencanaan strategis - Manajer sebagai pengambil keputusan	
(10)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana memotivasi orang dan hubungan tenaga kerja, sumber daya manusia amat penting bagi semua perusahaan, rekrutmen dan seleksi, orientasi, pelatihan, evaluasi, kompensasi	- Memahami sumber daya manusia amat penting bagi perusahaan - Memahami cara rekrutmen dan seleksi - Memahami orientasi, pelatihan dan evaluasi - Memahami kompensasi	❖ Penyampain materi ❖ Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi ❖ Mahasiswa mengerjakan latihan soal yang terdapat pada modul ❖ Memilih mahasiswa secara acak	a. Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan b. Ketepatan menjawab soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	Memotivasi Orang dan Hubungan Tenaga Kerja: - Sumber daya manusia amat penting bagi semua perusahaan - Rekrutmen dan seleksi - Orientasi, pelatihan dan evaluasi - kompensasi	5%

			untuk menjawab pertanyaan			
(11)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana mendukung rekan kerja melalui kerja tim dan komunikasi, memperdayakan karyawan, karakteristik tim, dan pentingnya komunikasi yang efektif	• memahami cara memperdayakan karyawan • memahami karakteristik tim • memahami pentingnya komunikasi yang efektif • memahami komunikasi eksternal	❖ Penyampain materi ❖ Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi ❖ Mahasiswa mengerjakan latihan soal yang terdapat pada modul ❖ Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan	a. Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahaan b. Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	Mendukung Rekan Kerja Melalui Kerja Tim dan Komonikasi: • Memperdayakan karyawan • Karakteristik tim • Pentingnya komunikasi yang efektif • Komonikasi eksternal	5%
(12)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana aspek-aspek operasional dan produksi dari	• Memahami strategis dari fungsi produksi • Memahami proses produksi • Memahami teknologi dan proses produksi • Memahami pemilihan	❖ Penyampain materi ❖ Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsika	a. Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahaan b. Ketepatan	Aspek Opersional dan Produksi dari Bisnis Kontemporer: • Strategis dari fungsi produksi • Proses produksi • Teknologi dan proses	5%

	bisnis kontemporer, kepentingan strategis dari fungsi produksi, produksi, teknologi dan proses produksi, pemilihan lokasi	lokasi	n serta mendiskusikan hal terkait dengan materi ❖ Mahasiswa mengerjakan latihan soal yang terdapat pada modul ❖ Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan	menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	produksi • Pemilihan lokasi	
(13)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana strategi-strategi pemasaran, apa yang dimaksud pemasaran, evaluasi konsep pemasaran, pemasaran bukan untuk profit dan pemasaran nontradisional, mengembangkan strategi pemasaran, riset pemasaran segmentasi pasar	• Memahami evolusi konsep pemasaran • Memahami pemasaran bukan untuk profit dan pemasaran nontradisional • Memahami cara mengembangkan strategi pemasaran • Memahami segmentasi pasar	❖ Penyampaikan materi ❖ Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi ❖ Mahasiswa mengerjakan latihan soal yang terdapat pada modul ❖ Memilih	a. Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan b. Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	Strategi –Strategi Pemasaran: • Evolusi konsep pemasaran • Pemasaran bukan untuk profit dan pemasaran nontradisional • Mengembangkan strategi pemasaran • Segmentasi pasar	5%

			mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan			
(14)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana produksi dan distribusi barang dan jasa, strategi produk, daur hidup produk, identifikasi produk, strategi distribusi	• Memahami strategis produk • Memahami daur hidup produk • Memahami identifikasi produk • Memahami strategi distribusi	❖ Penyampain materi ❖ Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi ❖ Mahasiswa mengerjakan latihan soal yang terdapat pada modul ❖ Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan	a. Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan b. Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	Produksi dan Distribusi Barang Dan Jasa: • Strategi produk • Daur hidup produk • Identifikasi produk • Strategi distribusi	5%
(15)	Mahasiswa diharapkan mampu memahami serta menjelaskan bagaimana promosi	• Memahami komunikasi pemasaran langsung • Memahami bauran promosi • Memahami promosi	❖ Penyampain materi ❖ Mahasiswa menyimak, memahami,	a. Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan	Promosi dan Penentuan Harga dan Barang: • Komunikasi pemasaran langsung • Bauran promosi	5%

	dan penentuan harga dan barang, komunikasi pemasaran terintegrasi, bauran promosional, iklan, promosi penjualan, promosi personal, strategi dorong dan tarik	penjualan • Memahami strategi dorong dan tarik	mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi ❖ Kuis Pra UAS	perkuliahaan b. Ketepatan menjawab soal-soal kuis	• Promosi penjualan • Strategi dorong dan tarik	
(16)	UAS (UJIAN AKHIR SEMESTER)					15%

RANCANGAN TUGAS MAHASISWA

Kode Mata Kuliah	BDG1102
Nama Mata Kuliah	Pengantar Bisnis
Kemampuan akhir yang diharapkan	Mahasiswa dapat memahami dan mengingat secara komprehensif mengenai materi yang telah disampaikan
Dosen Pengampu	Fathorrahman SE., M.M
Minggu/Pertemuan Ke	5
Tugas Ke	1 (Makalah Pengantar Bisnis)
1. Tujuan Tugas - Repetisi materi yang telah diajarkan di kelas - Menambah kreatifitas dan pengetahuan mahasiswa dengan melakukan analisis antara teori dan kondisi yang terjadi di lingkungan masyarakat - Meningkatkan kemampuan analisis mahasiswa 2. Uraian Tugas - Objek Garapan Materi Pengantar Bisnis - Yang harus dikerjakan dan batasan Membuat makalah mengenai materi pengantar bisnis sesuai dengan acara perkuliahan serta memberikan contoh secara aplikasi setiap isu dan strategi bisnis - Metode/cara pengerjaan dan Acuan yang digunakan Mahasiswa membuat resume mengenai materi-materi yang telah disampaikan sebelum Ujian Tengah Semester dan mencari contoh riil tentang bisnis yang relevan dengan materi yang disampaikan - Deskripsi luaran (output) yang akan dihasilkan/dikerjakan Tugas dikumpulkan dan bentuk makalah dan diketik, tidak dianjurkan untuk melakukan plagiasme 3. Kreteria Penilaian - Kerapihan sistematika dala penulisan: 20% - Kelengkapan dan kedalaman menyajikan pembahasan: 40% - Analisis penerapan teori dengan aplikasi riil perusahaan: 20% - Ketepatan waktu pengumpulan: 20%	

Kode Mata Kuliah	BDG1102
Nama Mata Kuliah	Pengantar Bisnis
Kemampuan akhir yang diharapkan	Mahasiswa dapat memahami dan

	mengingat secara komprehensif mengenai materi yang telah disampaikan
Dosen Pengampu	Fathorrahman SE., M.M
Minggu/Pertemuan Ke	13-15
Tugas Ke	2 (merumuskan bisnis plan)
1. Tujuan Tugas - Repetisi materi yang telah diajarkan di kelas - Menambah kreatifitas dan pengetahuan mahasiswa dengan melakukan analisis antara teori dan kondisi yang terjadi di lingkungan masyarakat - Meningkatkan kreatifitas mahasiswa 2. Uraian Tugas - Objek Garapan Materi dan kemasan produk - Yang harus dikerjakan dan batasan Membuat dummy barang dan kemasanyang menarik - Metode/cara pengerjaan dan Acuan yang digunakan Secara berkelompok mahasiswa membuat dummy barang dan kemasan yang menarik - Deskripsi luaran (output) yang akan dihasilkan/dikerjakan Output yang dihasilkan berupa dummy barang dan kemasan 3. Kreteria Penilaian - Kreatifitas : 40% - Efektifitas dan efisiensi produk: 20% - Desain: 20% - Ketepatan waktu pengumpulan: 10% - Daya tarik produk: 10%	

PENILAIAN RUBRIK TUGAS
(Makalah Individu)

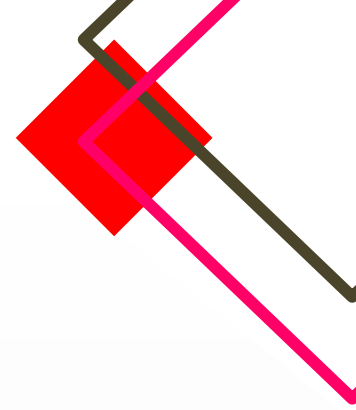
No	Komponen	Bobot skor
1	Kerapihan & sistematika penulisan	20%
2	Kelengkapan, kedalaman pembahasan	40%
3	Analisis penerapan teori dengan kondisi riil perusahaan	20%
4	Ketepatan waktu pengumpulan	20%

Mindmap Materi Per Kelompok

No	Komponen	Bobot skor
1	Kreatifitas	40%
2	Efektifitas dan efisiensi produk	30%
3	Desain	20%
4	Ketepatan waktu pengumpulan	20%

Pembuatan Produk & Kemasan per Kelompok

No	Komponen	Bobot skor
1	Kreatifitas	40%
2	Efektifitas dan efisiensi produk	20%
3	Desain	20%
4	Daya tarik produk	10%
5	Ketepatan waktu pengumpulan	10%



STRATEGI PEMASARAN BISNIS



Fathor Rahman SE., M.M
ACADEMICS

EDUKASI

UNIVERSITAS MUHAMMIDYAH MALANG

S1 Ekonomi dan Bisnis

S2 Ekonomi dan Bisnis



Telepon

0821-3152-2299



Email

fathorrahman@wiraraja.ac.id



Alamat

Perm. Bumi Sumekar Asri

PENGALAMAN

STUDY INDEPENDENT SINGAPORE

BUSINESS

2017

PRACTITIONER

Neuro Linguistic Programming

2014

PRACTITIONER

MindFullness Communication

2015

DESCRIPTION

1



Strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang dan jangka pendek untuk menyusun pencapaian dari perusahaan



2

Pemasaran adalah kegiatan menyeluruh dan terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan pasar, yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan.

STRATEGI PEMASARAN BISNIS



Strategi Pemasaran adalah rangkaian perencanaan untuk menjangkau target pasar dan mengubah mereka menjadi konsumen produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan





Memperkenalkan produk



Mencapai target penjualan



Memastikan kepuasan konsumen



Menciptakan strategis



Bekerja sama dengan tim

TUJUAN
PEMASARAN
BISNIS

FUNGSI PEMASARAN



1



2



1

**Fungsi
Pertukaran**

2

**Fungsi
Distribusi**

STRATEGI

PEMASARAN



**Melakukan
Segmentasi Pasar**



**Menentukan
Target Pasar**

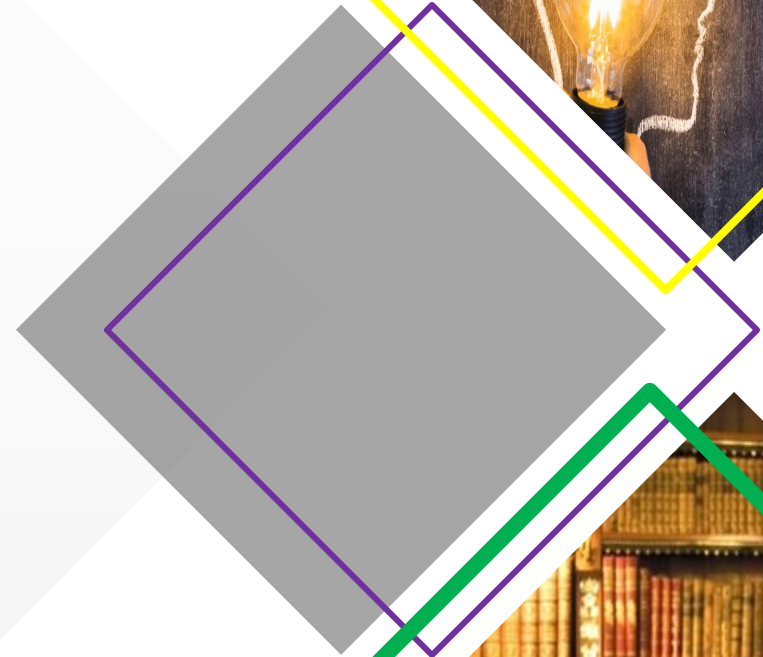


Market Positioning



MANAJEMEN

Manajemen Pemasaran adalah: Alat analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan utama perusahaan yaitu memperoleh laba.





ASPEK PEMASARAN

Aspek pemasaran adalah : segala sesuatu yang menyangkut ada atau tidaknya peluang pasar untuk produk yang dibuat oleh sebuah perusahaan. Sehingga aspek pemasaran ini bisa menjadi kunci keberhasilan bagi perusahaan dalam memetakan pasar.



ASPEK-ASPEK

PEMASARAN



Segmentasi Pasar



**Analisis Kondisi
Pasar**



Analisis Pesaing



Strategi Pesaing



1



2



3

Jenis-Jenis Pemasaran



Iklan Siaran



Multi Level Marketing



Internet



HASIL PENGABDIAN

- ❑ Pendampingan Strategi Pemasaran Produk Inovatif Gula Siwalan Pada Home Industry Di Desa Grujugan Gapura Sumenep
- ❑ Penulis: MB Ainun, A Ghufrony, Fathorrahman, SA Harmanto, DA Pitaloka
- ❑ Humanism: Jurnal Pengabdian Masyarakat 3(3), 156-171
- ❑ <https://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/HMN/article/viewFile/15041/5862>



FOKUS KEPADA TUJUAN

**Bukan Kepada
Rasa Takutmu**

“Anthony Robbins”

