

## Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

|  |  | UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA   |                        |          |                              | Kode Dokumen |
|---|--|---|------------------------|----------|------------------------------|--------------|
|   |  | PROGRAM STUDI MANAJEMEN   |                        |          |                              |              |
|   |  | FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS   |                        |          |                              |              |
| RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER   |  |   |                        |          |                              |              |
| MATA KULIAH (MK)  | KODE   | Rumpun MK   | BOBOT (sks)            | SEMESTER | Tgl Penyusunan               |              |
| Strategi Marketing  | MNJ-025  | Ekonomi   | 3 SKS                  | 6        | 26 Januari 2024              |              |
|   | <b>Pengembang RPS</b>  |   | <b>Koordinator RMK</b> |          | <b>Ketua PRODI</b>           |              |
|   | Farah Nur Syafi'ah Wijayanti,<br>S.M., M.Sc.   |   |                        |          | Dimas Wibisono, S.E., M.B.A. |              |
| <b>Pencapaian Pembelajaran (CP)</b>   | <b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>   |   |                        |          |                              |              |
|   | Sikap  |   |                        |          |                              |              |
|   | S-8  | Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik.   |                        |          |                              |              |
|   | S-9  | Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.   |                        |          |                              |              |
|   | S-10   | Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.   |                        |          |                              |              |
|   | Keterampilan Umum  |   |                        |          |                              |              |
|   | KU-2   | Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data. (KU5) |                        |          |                              |              |
|   | Keterampilan Khusus  |   |                        |          |                              |              |
|   | KK-1   | Ketrampilan Konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko (KK1)   |                        |          |                              |              |
|   |  | Tanggap terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan. (KK2)  |                        |          |                              |              |
|   | <b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>   |   |                        |          |                              |              |
|   | CP-MK1   | Mengerti dan memahami pentingnya strategi berorientasi pasar.   |                        |          |                              |              |
|   | CP-MK2   | Mengerti dan memahami peta persaingan dan merumuskan strategi pemasaran berbasis pesaing.   |                        |          |                              |              |
| CP-MK3  | Mengerti dan memahami penerapan konsep-konsep segmentasi pemasaran strategis, membentuk dan memilih strategi segmentasi. |   |                        |          |                              |              |
| CP-MK4  | Mengerti dan memahami strategi pengelolaan hubungan dengan konsumen.   |   |                        |          |                              |              |
| CP-MK5  | Mengerti dan memahami metode-metode serta kapabilitas yang dibutuhkan untuk mempelajari konsumen dan pasar.              |   |                        |          |                              |              |
| CP-MK6  | Mengerti dan memahami penargetan pasar sasaran serta pemosisian strategis.   |   |                        |          |                              |              |

|                             |   |   |            |            |            |            |            |            |            |            |
|-----------------------------|---|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                             | CP-MK7  | Mengerti dan memahami pentingnya hubungan strategis antar organisasi dan memaparkan metode-metode dalam membentuk dan mempertahankan hubungan tersebut. |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | CP-MK8  | Mengerti dan memahami arti penting inovasi bagi keberhasilan strategi pemasaran serta strategi terhadap produk baru.                                    |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | CP-MK9  | Mengerti dan memahami manajemen merk strategis, mengidentifikasi identitas merk, dan merumuskan strategi membangun merk yang kuat                       |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | <b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>  |   |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | Sub-CPMK 1  | Mampu dan memahami pentingnya strategi berorientasi pasar.  |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | Sub-CPMK 2  | Mampu dan memahami peta persaingan dan merumuskan strategi pemasaran berbasis pesaing.  |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | Sub-CPMK 3  | Mampu dan memahami penerapan konsep-konsep segmentasi pemasaran strategis, membentuk dan memilih strategi segmentasi.                                   |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | Sub-CPMK 4  | Mampu dan memahami strategi pengelolaan hubungan dengan konsumen.   |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | Sub-CPMK 5  | Mampu dan memahami metode-metode serta kapabilitas yang dibutuhkan untuk mempelajari konsumen dan pasar.  |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | Sub-CPMK 6  | Mampu dan memahami penargetan pasar sasaran serta pemosisian strategis.   |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | Sub-CPMK 7  | Mampu dan memahami pentingnya hubungan strategis antar organisasi dan memaparkan metode-metode dalam membentuk dan mempertahankan hubungan tersebut.    |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | Sub-CPMK 8  | Mampu dan memahami arti penting inovasi bagi keberhasilan strategi pemasaran serta strategi terhadap produk baru.                                       |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | Sub-CPMK 9  | Mampu dan memahami manajemen merk strategis, mengidentifikasi identitas merk, dan merumuskan strategi membangun merek yang kuat                         |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             | <b>Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK</b>  |   |            |            |            |            |            |            |            |            |
|                             |   | Sub-CPMK 1  | Sub-CPMK 2 | Sub-CPMK 3 | Sub-CPMK 4 | Sub-CPMK 5 | Sub-CPMK 6 | Sub-CPMK 7 | Sub-CPMK 8 | Sub-CPMK 9 |
|                             | CPMK 1  | v   |            |            |            | v          |            |            |            |            |
|                             | CPMK 2  |   | v          |            |            |            | v          | v          |            |            |
|                             | CPMK 3  |   |            | v          |            |            |            |            |            |            |
|                             | CPMK 4  |   |            |            | v          |            |            |            |            |            |
|                             | CPMK 5  | v   |            |            |            | v          |            |            |            |            |
|                             | CPMK 6  |   |            | v          |            |            | v          |            |            |            |
|                             | CPMK 7  |   |            |            | v          |            |            | v          |            |            |
|                             | CPMK 8  |   |            | v          |            |            |            |            | v          |            |
|                             | CPMK 9  |   |            |            |            |            |            | v          |            | v          |
| <b>Deskripsi Singkat MK</b> | Mata Kuliah ini mendeskripsikan Penekanan utama dalam mata kuliah ini terletak pada cara bagaimana melakukan analisis pemasaran dan perencanaan strategik. Mahasiswa diharapkan mampu memahami proses perencanaan hingga implementasi strategi pemasaran di perusahaan. |   |            |            |            |            |            |            |            |            |

| <b>Bahan Kajian:<br/>Materi<br/>Pembelajaran</b>                                   | Pembahasan akan dimulai dengan memperkenalkan terlebih dahulu Istilah-istilah dalam pemasaran Analisis Situasi Strategis: 1. Sistem Informasi Pemasaran lingkungan pemasaran, kepuasan pelanggan, Analisis situasi strategis, Strategi pemasaran dalam siklus Hidup produk, Analisis Pasar Internal, menciptakan ekuitas merek, strategi branding |  |   |  |  |  |  |
|--|---|--|---|--|--|--|--|
| <b>Pustaka</b>   | <b>Utama:</b>   |  |   |  |  |  |  |
|  | 1. Craven, D.W. & Piercy, N.F. (2013). <i>Strategic Marketing, Tenth Edition</i> . Boston: McGraw-Hill Companies, Inc   |  |   |  |  |  |  |
|  | <b>Pendukung :</b>  |  |   |  |  |  |  |
| 1. Kotler & Keller (2019). <i>Marketing Management</i> . New Jersey: Prentice Hall |   |  |   |  |  |  |  |
| <b>Dosen Pengampu</b>  | Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.  |  |   |  |  |  |  |
| <b>Matakuliah syarat</b>   | -   |  |   |  |  |  |  |
| Mg Ke-   | Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)   | Penilaian  |   | Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ Estimasi Waktu] |  | Materi Pembelajaran [ Pustaka ]  | Bobot Penilaian (%)  |
|  |   | Indikator  | Kriteria & Teknik   | Luring ( <i>offline</i> )  | Daring ( <i>online</i> )   |  |  |
| (1)  | (2)   | (3)  | (4)   | (5)  | (6)  | (7)  | (8)  |
| 1  | Mampu dan memahami pentingnya strategi berorientasi pasar.  | Kedalaman menjelaskan strategi berorientasi pasar beserta karakteristiknya | <b>Kriteria:</b><br>Ketepatan dan penugasan<br><br><b>Bentuk non-test:</b><br>Tanya Jawab | <b>Ceramah dan Tanya Jawab</b><br>Daring: 1x (3x50 menit)                        | <a href="http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6947">http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6947</a><br><br><a href="http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm">http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm</a> | 1. strategi berorientasi pasar beserta karakteristiknya<br>2. strategi korporat, strategi bisnis, dan strategi pemasaran.<br>3. strategi berdasarkan isu-isu terkini.<br><br>Craven, D.W. & Piercy, N.F. (2013). <i>Strategic Marketing, Tenth Edition</i> . | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%<br><br>UTS: 30%<br>UAS: 30% |

|     |  |  |  |   |   |  |  |
|-----|--|--|--|---|---|--|--|
|     |  |  |  |   |   | <p>Boston: McGraw-Hill Companies, Inc</p> <p>Kotler &amp; Keller (2019).Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall</p>  |  |
| 2-3 | Mampu dan memahami peta persaingan dan merumuskan strategi pemasaran berbasis pesaing dan Strategi Pemasaran dalam Siklus Hidup Produk | Kedalaman menjelaskan Analisis Pasar Internal dan strategi | <p><b>Kriteria:</b><br/>Ketepatan dan penugasan</p> <p><b>Bentuk non-test:</b><br/>Ringkasan hasil rujukan</p> | <p><b>Ceramah dan Tanya Jawab</b><br/>Daring: 1x (3x50 menit)</p>               | <p><a href="http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949">http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</a></p> <p><a href="http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm">http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm</a></p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis Pasar Internal dan strategi</li> <li>2. menganalisa konsumen</li> <li>3. Menganalisa persaingan</li> <li>4. ukuran pasar</li> <li>5. Strategi Pemasaran dalam Siklus Hidup Produk (PLC)</li> </ol> <p>Craven, D.W. &amp; Piercy, N.F. (2013). <i>Strategic Marketing, Tenth Edition</i>. Boston: McGraw-Hill Companies, Inc</p> <p>Kotler &amp; Keller (2019).Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall</p> | <p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30%<br/>UAS: 30%</p> |
| 4   | Mampu dan memahami penerapan konsep-konsep Analisis Pasar Internal pada segmentasi pemasaran   | Kedalaman Tingkatan dan jenis-jenis                        | <p><b>Kriteria:</b><br/>Ketepatan dan penugasan</p>  | <p><b>Metode Latihan Keterampilan (Tutorial)</b><br/>Daring: (1 x (3x50"))]</p> | <p><a href="http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949">http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</a></p>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkatan dan jenis-jenis segmentasi pasar</li> </ol>  | <p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p>                              |

|     |   |   |  |  |  |   |  |
|-----|---|---|--|--|--|---|--|
|     | strategis, membentuk dan memilih strategi segmentasi.   | segmentasi pasar                            | <b>Bentuk non-test:</b><br>Ringkasan hasil rujukan   |  | <a href="http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm">http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm</a>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Strategi dan segmentasi berorientasi pasar</li> <li>3. aktivitas-aktivitas serta keputusan dalam segmentasi pasar</li> <li>4. segmentasi pasar</li> <li>5. segmentasi pasar</li> <li>6. Memilih strategi segmentasi</li> </ol> <p>Craven, D.W. &amp; Piercy, N.F. (2013). <i>Strategic Marketing, Tenth Edition</i>. Boston: McGraw-Hill Companies, Inc</p> <p>Kotler &amp; Keller (2019). <i>Marketing Management</i>. New Jersey: Prentice Hall</p> | <p>UTS: 30%<br/>UAS: 30%</p>   |
| 5-6 | Mampu dan memahami strategi pengelolaan hubungan dengan konsumen dan Penciptaan Ekuitas Merek | Kedalaman menjelaskan peranan CRM dan merek | <p><b>Kriteria:</b><br/>Ketepatan dan penugasan</p> <p><b>Bentuk non-test:</b><br/>Ringkasan hasil rujukan</p> | <p><b>Metode Latihan Keterampilan (Tutorial)</b><br/>Daring: (1 x (3x50"))</p> <p><b>Tugas 1:</b><br/>Fenomena pemasaran jasa pada pelayanan Go food</p> | <a href="http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949">http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</a><br><br><a href="http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm">http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm</a> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. peranan CRM dan merek</li> <li>2. proses penyusunan strategi CRM dan merek</li> <li>3. proses penciptaan nilai dan merek</li> <li>4. hubungan antara CRM dengan pemasaran strategis pada merek</li> </ol>   | <p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30%<br/>UAS: 30%</p> |

|   |   |  |  |  |   |  |  |
|---|---|--|--|--|---|--|--|
|   |   |  |  |  |   | <p>Craven, D.W. &amp; Piercy, N.F. (2013). <i>Strategic Marketing, Tenth Edition</i>. Boston: McGraw-Hill Companies, Inc</p> <p>Kotler &amp; Keller (2019). <i>Marketing Management</i>. New Jersey: Prentice Hall</p>   |  |
| 7 | Mampu dan memahami metode-metode serta kapabilitas yang dibutuhkan untuk mempelajari konsumen dan strategi branding | Kedalaman menjelaskan strategi berorientasi pasar, market-sensing, dan proses pembelajaran dan strategi branding | <p><b>Kriteria:</b><br/>Ketepatan dan penugasan</p> <p><b>Bentuk non-test:</b><br/>Ringkasan hasil rujukan</p> | <p><b>Metode Latihan Keterampilan (Tutorial)</b><br/>Daring: (1 x (3x50''))]</p> | <p><a href="http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6949">http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6949</a></p> <p><a href="https://meet.google.com/vfr-fbwc-pim">https://meet.google.com/vfr-fbwc-pim</a></p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. strategi berorientasi pasar, market-sensing, dan proses pembelajaran dan strategi branding</li> <li>2. peranan informasi dan pengetahuan sebagai sumber data dalam pemasaran dan strategi branding</li> <li>3. intelegen pemasaran dan knowledge management</li> <li>4. isu-isu etika yang berhubungan dengan cara pengumpulan dan penggunaan informasi dan strategi branding</li> </ol> | <p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30%<br/>UAS: 30%</p> |

|          |   |   |  |  |   |  |  |
|----------|---|---|--|--|---|--|--|
|          |   |   |  |  |   | Craven, D.W. & Piercy, N.F. (2013). <i>Strategic Marketing, Tenth Edition</i> . Boston: McGraw-Hill Companies, Inc<br><br>Kotler & Keller (2019). <i>Marketing Management</i> . New Jersey: Prentice Hall  |  |
| <b>8</b> | <b>Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengah Semester</b>                 |   |  |  |   |  |  |
| 9-10     | Mampu dan memahami penargetan pasar sasaran serta pemosisian strategis. | Ketetapan menjelaskan strategi dalam penargetan pasar sasaran | <p><b>Kriteria:</b><br/>Ketepatan, keaktifan diskusi dengan bertanya dan menjawab</p> <p><b>Bentuk non-test:</b><br/>Ringkasan hasil rujukan</p> | <p><b>Metode Latihan Keterampilan (Persentasi Kelompok)</b><br/>Daring: (1 x (3x50"))]</p> | <p><a href="http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949">http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</a></p> <p><a href="https://meet.google.com/vfr-fbwc-pim">https://meet.google.com/vfr-fbwc-pim</a></p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. strategi dalam penargetan pasar sasaran</li> <li>2. penargetan sasaran pasar di berbagai macam lingkungan pemasaran</li> <li>3. strategi pemosisian (positioning) serta mengembangkan strategi positioning</li> <li>4. cara-cara untuk mengukur tingkat efektivitas pemosisian</li> <li>5. Studi Kasus Strategi pemasaran dalam pemosisian.</li> </ol> | <p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30%<br/>UAS: 30%</p> |

|       |  |   |   |   |  |  |  |
|-------|--|---|---|---|--|--|--|
|       |  |   |   |   |  | Craven, D.W. & Piercy, N.F. (2013). <i>Strategic Marketing, Tenth Edition</i> . Boston: McGraw-Hill Companies, Inc<br><br>Kotler & Keller (2019). <i>Marketing Management</i> . New Jersey: Prentice Hall  |  |
| 11-12 | Mampu dan memahami pentingnya hubungan strategis antar organisasi dan memaparkan metode-metode dalam membentuk dan mempertahankan hubungan tersebut. | Pentingnya hubungan antar organisasi dan manfaatnya bagi pihak-pihak yang terkait | <b>Kriteria:</b><br>Ketepatan, keaktifan diskusi dengan bertanya dan menjawab<br><b>Bentuk non-test:</b><br>Ringkasan hasil rujukan | <b>Metode Latihan Keterampilan (Persentasi Kelompok)</b><br><br>Daring: (1 x (3x50")) | <a href="http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6949">http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6949</a><br><br><a href="https://meet.google.com/ahi-fyrb-fau">https://meet.google.com/ahi-fyrb-fau</a> | 1. pentingnya hubungan antar organisasi dan manfaatnya bagi pihak-pihak yang terkait<br>2. bentuk hubungan yang umum terjadi antara organisasi bisnis<br>3. mengorganisir hubungan antar organisasi<br><br>Craven, D.W. & Piercy, N.F. (2013). <i>Strategic Marketing, Tenth Edition</i> . Boston: McGraw-Hill Companies, Inc<br><br>Kotler & Keller (2019). <i>Marketing Management</i> . New Jersey: Prentice Hall | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%<br><br>UTS: 30%<br>UAS: 30% |
| 13-14 | Mampu dan memahami arti penting inovasi bagi keberhasilan strategi   | inovasi sebagai proses yang berorientasi  | <b>Kriteria:</b><br>Ketepatan, keaktifan diskusi dengan   | <b>Metode Latihan Keterampilan</b>  | <a href="http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6949">http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6949</a>  | 1. inovasi sebagai proses yang   | Kehadiran, Tugas,  |



|    |   |                   |   |  |   |  |  |
|----|---|-------------------|---|--|---|--|--|
|    | pemasaran serta strategi terhadap produk baru.        | terhadap konsumen | bertanya dan menjawab<br><b>Bentuk non-test:</b><br>Ringkasan hasil rujukan | <b>(Persentasi Kelompok)</b><br><br>Daring: (1 x (3x50"))] | <a href="https://meet.google.com/ahi-fyrb-fau">https://meet.google.com/ahi-fyrb-fau</a> | berorientasi terhadap konsumen<br>2. proses perencanaan produk baru<br>3. proses peluncuran produk baru mulai dari pengumpulan ide, evaluasi dan analisis bisnis, pengembangan produk, test pasar, hingga komersialisasi | Partisipasi Kelas: 40%<br><br>UTS: 30%<br>UAS: 30% |
| 16 | <b>Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester</b> |                   |   |  |   |  |  |

**Catatan :**

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.

6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.



**JURNAL MENGAJAR DOSEN**  
**SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2021/2022**

Mata Kuliah : Strategi Pemasaran  
 Dosen Pengampu : Dimas Wibisono, S.E., M.B.a.  
 Program Studi : S1 MANAJEMEN  
 Sem/Ruang/Kelas : 06/01  
 Jml Peserta : 21

| NO | PERTEMUAN<br>HARI/TGL<br>JAM  | MATERI YANG DISAMPAIKAN  | JML HADIR MHS |                |            |
|----|---|--|---------------|----------------|------------|
|    |   |  | HADIR         | TIDAK<br>HADIR | %<br>HADIR |
| 1  | Pertemuan Ke-1<br>SELASA 22 Maret 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112 | Istilah-istilah dalam pemasaran Analisis Situasi Strategis: 1. Sistem Informasi Pemasaran 2. Lingkungan pemasaran 3. Kepuasan pelanggan<br>- | 21            |                | 100,00     |
| 2  | Pertemuan Ke-2<br>SELASA 01 Maret 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112 | Analisis Situasi Strategis<br>-  | 21            |                | 100,00     |
| 3  | Pertemuan Ke-3<br>SELASA 08 Maret 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112 | Strategi Pemasaran dalam Siklus Hidup Produk<br>-  | 21            |                | 100,00     |
| 4  | Pertemuan Ke-4<br>SELASA 15 Maret 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112 | Analisis Pasar Internal<br>-   | 21            |                | 100,00     |
| 5  | Pertemuan Ke-5<br>SELASA 22 Maret 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112 | Pertemuan 5 Tugas<br>-   | 21            |                | 100,00     |
| 6  | Pertemuan Ke-6<br>SELASA 29 Maret 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112 | Pertemuan 6 menciptakan Ekuitas Merek<br>-   | 21            |                | 100,00     |
| 7  | Pertemuan Ke-7  | Strategi Branding  | 21            |                | 100,00     |



|    |  |  |    |  |        |
|----|--|--|----|--|--------|
|    | SELASA 05 April 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112                  | -  |    |  |        |
| 8  | Pertemuan Ke-8<br>SELASA 17 Mei 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112  | Strategi Pemasaran Kasus<br>-                    | 21 |  | 100,00 |
| 9  | Pertemuan Ke-9<br>SELASA 24 Mei 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112  | Analisis studi kasus Artikel<br>-                | 21 |  | 100,00 |
| 10 | Pertemuan Ke-10<br>SELASA 31 Mei 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112 | Analisis Studi Kasus Artikel Pertemuan ke 9<br>- | 21 |  | 100,00 |



| NO | PERTEMUAN<br>HARI/TGL<br>JAM  | MATERI YANG DISAMPAIKAN                             | JML HADIR MHS |                |            |
|----|---|---|---------------|----------------|------------|
|    |   |   | HADIR         | TIDAK<br>HADIR | %<br>HADIR |
| 11 | Pertemuan Ke-11<br>SELASA 07 Juni 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112 | Analisis Studi Kasus Artikel Pertemuan ke 10<br>-   | 21            |                | 100,00     |
| 12 | Pertemuan Ke-12<br>SELASA 14 Juni 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112 | Analisis kasus Strategy pemasaran pertemuan 11<br>- | 21            |                | 100,00     |
| 13 | Pertemuan Ke-13<br>SELASA 21 Juni 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112 | Persentasi Strategy UMKM<br>-                       | 21            |                | 100,00     |
| 14 | Pertemuan Ke-14<br>SELASA 28 Juni 2022<br>Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112 | Persentasi Strategi pemasaran 14<br>-               | 21            |                | 100,00     |

Mengetahui,  
 Ketua Program Studi S1 - Manajemen,

Tyagita Dianingtyas Sudibyo, S.E., M.M.  
 NIP. 16201820611



**LAPORAN PRESENSI PERKULIAHAN PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**  
**SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2021/2022**

Mata Kuliah : Strategi Pemasaran  
 Dosen : Dimas Wibisono, S.E., M.B.a.  
 Hari/Jam :

Kelas : 01  
 T.A/Sem : 2021/2022  
 Ruang :

| NO. | NIM       | NAMA                          | PERTEMUAN KE |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    | Jml |
|-----|-----------|-------------------------------|--------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|-----|
|     |           |                               | 1            | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |     |
| 1.  | 192400114 | AHSANI MUHAMMAD NUR UTAMA     | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 2.  | 192400063 | ALFIANA NUR FITRIANTI         | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 3.  | 192400099 | AVIVATUL LATIFAH              | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 4.  | 192400066 | BUSTANUL ALWI FARHANI         | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 5.  | 192400070 | DHARMAWAN AGUS WIJAYA         | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 6.  | 192400072 | DWI HERMAWATI                 | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 7.  | 192400100 | HASRUDIN                      | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 8.  | 192400078 | MEI NITASARI                  | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 9.  | 192400107 | MILENDA YULIANTI              | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 10. | 192400080 | MUHAMMAD ALI HAIDAR           | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 11. | 192400082 | MUHAMMAD MAULID YALDI         | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 12. | 192400083 | MUHAMMAD SHALAHUDDIN ALRASYID | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 13. | 202400133 | NAJIDA LAHA AZMA              | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 14. | 182400048 | NURI SUSILOWATI               | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 15. | 192400086 | REMA FRANSISKA                | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 16. | 192400087 | RETNO SUNDARININGRUM          | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 17. | 192400089 | RITA SAFITRI                  | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 18. | 192400092 | ROFIQ BURHANNUDIN             | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 19. | 192400096 | SUTARTO BALICH                | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 20. | 202400230 | SYIFAUL MUBAROKAH             | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |
| 21. | 192400097 | THORIQ ALFA RIZKI             | V            | V | V | V | V | V | V | V | V | V  | V  | V  | V  | V  | V  | 14 |     |



**Keterangan:**

- Pertemuan Ke 1 : SELASA 22 Maret 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 2 : SELASA 01 Maret 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 3 : SELASA 08 Maret 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 4 : SELASA 15 Maret 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 5 : SELASA 22 Maret 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 6 : SELASA 29 Maret 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 7 : SELASA 05 April 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 8 : SELASA 17 Mei 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 9 : SELASA 24 Mei 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 10 : SELASA 31 Mei 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 11 : SELASA 07 Juni 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 12 : SELASA 14 Juni 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 13 : SELASA 21 Juni 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112
- Pertemuan Ke 14 : SELASA 28 Juni 2022, Jam 13.00-15.30, Ruang:SH 112

Dosen Pengampu

Dimas Wibisono, S.E., M.B.a.  
 NIP. 16201920607

Mengetahui,  
 Ketua Program Studi S1 - Manajemen

Tyagita Dianingtyas Sudibyo, S.E., M.M.  
 NIP. 16201820611

**DAFTAR NILAI MAHASISWA**

Tahun Ajaran : 2021/2022  
 Semester : Genap  
 Jenjang Studi : S1

Program Studi : MANAJEMEN

Kelas Kuliah : 01

Kode MK : MNJ025  
 Mata Kuliah : Strategi Pemasaran

| No.                  | NIM       | K | Nama Mahasiswa        | HADIR | HARIAN | TUGAS | PRAKTIKUM | MID | UAS / REMIDI | TOTAL | Nilai ANGKA / ESBED |
|----------------------|-----------|---|-----------------------|-------|--------|-------|-----------|-----|--------------|-------|---------------------|
|                      |           |   |                       |       |        | 15    |           | 35  | 50           | 100   | NILAI AKHIR         |
| PERSENTASE BOBOT (%) |           |   |                       |       |        | 15    |           | 35  | 50           | 100   | 100                 |
| 1                    | 182400048 |   | NURI SUSILOWATI       |       |        | 75    |           | 80  | 80           | 79,25 | A/B                 |
| 2                    | 192400063 |   | ALFIANA NUR FITRIANTI |       |        | 65    |           | 70  | 80           | 74,25 | B                   |
| 3                    | 192400066 |   | BUSTANUL ALWI FARHANI |       |        | 65    |           | 78  | 80           | 77,05 | A/B                 |
| 4                    | 192400070 |   | DHARMAWAN AGUS WIJAYA |       |        | 60    |           | 60  | 75           | 67,5  | B/C                 |
| 5                    | 192400072 |   | DWI HERMAWATI         |       |        | 75    |           | 80  | 75           | 76,75 | A/B                 |
| 6                    | 192400078 |   | MEI NITASARI          |       |        | 70    |           | 75  | 80           | 76,75 | A/B                 |
| 7                    | 192400080 |   | MUHAMMAD ALI HAIDAR   |       |        | 75    |           | 76  | 75           | 75,35 | A/B                 |
| 8                    | 192400082 |   | MUHAMMAD MAULID YALDI |       |        |       |           | 65  | 60           | 52,75 | D                   |

|    |           |                                     |  |  |    |  |    |    |       |            |
|----|-----------|-------------------------------------|--|--|----|--|----|----|-------|------------|
| 9  | 192400083 | MUHAMMAD<br>SHALAHUDDIN<br>ALRASYID |  |  |    |  | 75 | 80 | 66,25 | <b>B/C</b> |
| 10 | 192400086 | REMA FRANSISKA                      |  |  | 70 |  | 80 | 80 | 78,5  | <b>A/B</b> |
| 11 | 192400087 | RETNO<br>SUNDARININGRUM             |  |  | 70 |  | 75 | 70 | 71,75 | <b>B</b>   |
| 12 | 192400089 | RITA SAFITRI                        |  |  | 80 |  | 76 | 73 | 75,1  | <b>A/B</b> |
| 13 | 192400092 | ROFIQ<br>BURHANNUDIN                |  |  |    |  | 65 | 70 | 57,75 | <b>D</b>   |
| 14 | 192400096 | SUTARTO BALICH                      |  |  |    |  | 75 | 75 | 63,75 | <b>C</b>   |
| 15 | 192400097 | THORIQ ALFA<br>RIZKI                |  |  | 70 |  |    |    | 10,5  | <b>E</b>   |
| 16 | 192400099 | AVIVATUL<br>LATIFAH                 |  |  | 70 |  | 75 | 75 | 74,25 | <b>B</b>   |
| 17 | 192400100 | HASRUDIN                            |  |  | 70 |  | 80 | 80 | 78,5  | <b>A/B</b> |
| 18 | 192400107 | MILENDA<br>YULIANTI                 |  |  | 60 |  | 70 | 70 | 68,5  | <b>B/C</b> |
| 19 | 192400114 | AHSANI<br>MUHAMMAD NUR<br>UTAMA     |  |  | 60 |  | 65 | 65 | 64,25 | <b>B/C</b> |
| 20 | 202400133 | NAJIDA LAHA<br>AZMA                 |  |  | 60 |  | 70 | 70 | 68,5  | <b>B</b>   |
| 21 | 202400230 | SYIFAU<br>MUBAROKAH                 |  |  |    |  | 75 | 70 | 61,25 | <b>B/C</b> |

Yogyakarta, 8 Agustus 2022  
Dosen Pengampu



Dimas Wibisono, S.E., M.B.A





**SURAT KEPUTUSAN  
REKTOR UNIVERSITAS ALMA ATA  
NOMOR : 034/A/SK/UAA/III/2022**

**TENTANG**

**PENGANGKATAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH  
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2021/2022  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS ALMA ATA**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Rektor Universitas Alma Ata

- Menimbang : a. Bahwa dalam rangka meningkatkan kelancaran jalannya kegiatan belajar mengajar pada Program Studi S1 Manajemen Universitas Alma Ata dengan sebaik-baiknya, maka perlu mengangkat dosen pengampu mata kuliah semester genap tahun akademik 2021/2022;
- b. Bahwa nama-nama yang tersebut di dalam lampiran Surat Keputusan ini dipandang mampu untuk diangkat menjadi dosen pengampu mata kuliah semester genap tahun akademik 2021/2022;
- c. Bahwa untuk pengangkatan tersebut diperlukan adanya surat keputusan
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336)
2. Undang-Undang Nomor 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
5. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
6. Keputusan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor: 155/KPT/II/2016 tentang Perubahan Bentuk Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Alma Ata menjadi Universitas Alma Ata
7. SK Dirjen Pendis No. 7033 tahun 2016 tentang ijin perubahan nama STIA menjadi FAI pada Universitas Alma Ata di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta
8. Akte No. 6, Tahun 2006 tentang Pendirian Yayasan Alma Ata;
9. Akta No 04 Tahun 2021 tentang Keputusan Pembina Yayasan Alma Ata;
10. Keputusan Ketua Yayasan Alma Ata Nomor 095/A/SK/YAA/XII/2019 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Alma Ata.
- Memperhatikan : 1. Statuta Universitas Alma Ata
2. Visi Misi Tujuan dan Sasaran UAA 2040
3. Usulan Prodi S1 Manajemen



**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan** :
- Pertama : Mengangkat nama-nama yang tercantum dalam lampiran Surat Keputusan ini sebagai dosen pengampu mata kuliah semester genap tahun akademik 2021/2022 Program Studi S1 Manajemen Universitas Alma Ata.
- Kedua : Nama dan mata kuliah yang diampu seperti dalam lampiran Surat Keputusan ini.
- Ketiga : Biaya yang timbul akibat diterbitkannya Surat Keputusan ini dibebankan pada anggaran yang sesuai di lingkungan Universitas Alma Ata.
- Keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan pada keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Yogyakarta  
Pada tanggal : 23 Februari 2022

Rektor Universitas Alma Ata,



UNIVERSITAS  
**ALMA ATA**

Prof. Dr. H. Hamam Hadi, MS., Sc.D., Sp.GK.

**Tembusan:**

1. Wakil Rektor Bidang Pengembangan Akademik, Pembelajaran dan MBKM
2. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum dan Sumber Daya
3. Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Keagamaan
4. Ka. Biro Keuangan
5. Ka. LP2M
6. Dekan Fakultas
7. Ketua Program Studi
8. Kepala PPKREP
9. Yang bersangkutan
10. Arsip



Lampiran : Surat Keputusan Rektor Universitas Alma Ata  
 Nomor : 034/A/SK/UAA/III/2022  
 Tanggal : 23 Februari 2022  
 Tentang : Pengangkatan Dosen Pengampu Mata Kuliah Semester Genap TA. 2021/2022  
 Program Studi S1 Manajemen Universitas Alma Ata

**DAFTAR NAMA DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH  
 SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2021/2022  
 PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS ALMA ATA**

**SEMESTER II**

| NO | KODE MK | MATA KULIAH             | SKS | LIAISON OFFICER                                  | DOSEN PENGAMPU   |
|----|---------|-------------------------|-----|--|--|
| 1  | UAA002  | Studi Agama Islam II    | 2   | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari,<br>S.E., M.Sc. | 1. Dr. Laelatul Badriah, M.Pd.<br>2. Abdul Salam, MA.  |
| 2  | FEB016  | Pengantar Akuntansi II  | 3   | Rosa Nikmatul Fajri, SE., M.Acc.,<br>Ak., CA.    | 1. Rosa Nikmatul Fajri, SE., M.Acc., Ak.,<br>CA.<br>2. Marsuking, S.E., M.Ak.  |
| 3  | FEB006  | Perpajakan I            | 3   | Abi Suryono S.E., Ak., M.Ak.                     | Abi Suryono S.E., Ak., M.Ak.   |
| 4  | FEB001  | Bahasa Inggris II       | 2   | Chahya Kusuma S.Pd., M.A.                        | 1. Ika Tri Susilowati, M.Pd.<br>2. Chahya Kusuma, M.A.<br>3. Umi Salamah, M.Hum.<br>4. Esthi Nawangsasi, M.A.<br>5. Tri Utari S, M.A.<br>6. Wiwiek Arifah, M.Pd. |
| 5  | FEB014  | Pengantar Ekonomi Makro | 3   | Ahmad Yunadi S.E., M.A                           | Ahmad Yunadi S.E., M.A   |
| 6  | FEB003  | Pengantar Manajemen     | 3   | Tien Suhartini, S.S., M.M.                       | 1. Tien Suhartini, S.S., M.M.<br>2. Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A.   |
| 7  | UAA006  | Pancasila               | 2   | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari,<br>S.E., M.Sc. | Najid Jauhar S.Sos, SHI, M.Si, M.Sc  |

| NO           | KODE MK | MATA KULIAH            | SKS       | LIAISON OFFICER                     | DOSEN PENGAMPU                      |
|--------------|---------|------------------------|-----------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 8            | FEB007  | Perekonomian Indonesia | 2         | Al Haq Kamal, S.E.I., M.A.          | Al Haq Kamal, S.E.I., M.A.          |
| 9            | UAA008  | Kewirausahaan          | 3         | Defia Ifsantin Maula, S.I.P. M.B.A. | Defia Ifsantin Maula, S.I.P. M.B.A. |
| <b>TOTAL</b> |         |                        | <b>23</b> |                                     |                                     |

**SEMESTER IV**

| NO | KODE MK | MATA KULIAH                   | SKS | LIAISON OFFICER                               | DOSEN PENGAMPU   |
|----|---------|-------------------------------|-----|---|--|
| 1  | FEB005  | Statistik II                  | 2   | Rusny Istiqomah Sujono, S.E.Sy., M.A.         | 1. Rusny Istiqomah Sujono, S.E.Sy., M.A.<br>2. Rosa Nikmatul Fajri, SE., M.Acc., Ak., CA.        |
| 2  | MNJ014  | Sistem Pengendalian Manajemen | 3   | Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.         | Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.  |
| 3  | MNJ009  | Manajemen Keuangan II         | 3   | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. | 1. Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.<br>2. Asri Dwi Ariyani, S.E., M.Sc.             |
| 4  | MNJ005  | Tata Kelola Perusahaan        | 3   | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. | 1. Meutia Layli, S.E., M.Ak.<br>2. Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.                 |
| 5  | FEB021  | Akuntansi Biaya               | 3   | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. | 1. Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.<br>2. Kusumaningdiah Retno Setiorini, M.Ak, CA. |
| 6  | FEB018  | Perilaku Organisasional       | 3   | Tien Suhartini, S.S., M.M.                    | Tien Suhartini, S.S., M.M.   |

| NO | KODE MK | MATA KULIAH                                    | SKS       | LIAISON OFFICER                               | DOSEN PENGAMPU   |
|----|---------|--|-----------|---|--|
| 7  | MNJ013  | Metode Kuantitatif dalam Pengambilan Keputusan | 3         | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. | 1. Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.<br>2. Kusumaningdiah Retno Setlorini, M.Ak, CA. |
| 8  | FEB024  | Aspek Hukum Dalam Bisnis                       | 2         | Baiq Ismiati, S.E.i., M.E.                    | Baiq Ismiati, S.E.i., M.E.   |
|    |         | <b>TOTAL</b>                                   | <b>20</b> |   |  |

#### SEMESTER VI

| NO | KODE MK | MATA KULIAH                      | SKS | LIAISON OFFICER                               | DOSEN PENGAMPU   |
|----|---------|----------------------------------|-----|---|--|
| 1  | MNJ008  | Bisnis Internasional             | 3   | Rosa Nikmatul Fajri, SE., M.Acc., Ak., CA.    | Rosa Nikmatul Fajri, SE., M.Acc., Ak., CA.   |
| 2  | MNJ004  | Manajemen Strategis              | 3   | Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.         | Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.  |
| 3  | FEB007  | Metodologi Penelitian            | 3   | Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A.                   | 1. Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A.<br>2. Dr. Rath Purbowisanti, SEI, M.E.              |
| 4  | MNJ003  | Ekonomi Manajerial               | 3   | Al Haq Kamal.,S.E.I.,M.A.                     | Al Haq Kamal.,S.E.I.,M.A.  |
| 5  | MNJ024  | E-Marketing                      | 3   | Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A.                   | Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A.  |
| 6  | MNJ025  | Strategi Pemasaran               | 3   | Dimas Wibisono,S.E.,M.B.A                     | Dimas Wibisono,S.E., M.B.A.  |
| 7  | MNJ026  | Manajemen Keuangan Internasional | 3   | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. | 1. Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.<br>2. Asri Dwi Aryani, S.E.,M.Sc. |
| 8  | MNJ028  | Pasar Modal                      | 3   | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. | Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A.  |

| NO           | KODE MK | MATA KULIAH       | SKS       | LIAISON OFFICER                                 | DOSEN PENGAMPU  |
|--------------|---------|-------------------|-----------|---|---|
| 9            | MNJ018  | Pemasaran Jasa    | 3         | Dimas Wibisono,S.E., M.B.A.                     | Dimas Wibisono,S.E., M.B.A.   |
| 10           | MNJ029  | Manajemen Risiko  | 3         | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari,<br>S.E, M.Sc. | 1. Silvia Waning Hiyun Puspita Sari,<br>S.E, M.Sc.<br>2. Kusumaningdiah Retno Setiorini,<br>M.Ak, CA. |
| 11           | MNJ030  | Seminar Keuangan  | 3         | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari,<br>S.E, M.Sc. | 1. Silvia Waning Hiyun Puspita Sari,<br>S.E, M.Sc.<br>2. Kusumaningdiah Retno Setiorini,<br>M.Ak, CA. |
| 12           | MNJ033  | Seminar Pemasaran | 3         | Dimas Wibisono,S.E., M.B.A.                     | Dimas Wibisono,S.E., M.B.A.   |
| <b>TOTAL</b> |         |                   | <b>24</b> |   |   |

**SEMESTER VIII**

| NO | KODE MK | MATA KULIAH | SKS | LIAISON OFFICER                                 | DOSEN PENGAMPU   |
|----|---------|-------------|-----|---|--|
| 1  | FEB012  | SKRIPSI     | 6   | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari,<br>S.E, M.Sc. | 1. Defia Ifsantin Maula, S.Ip.<br>M.B.A.<br>2. Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A.<br>3. Silvia Waning Hiyun Puspita<br>Sari, S.E., M.Sc.<br>4. Dimas Wibisono,S.E., M.B.A.<br>5. Ridho Satria Harahap, S.I.Kom,<br>M.B.A. |

| NO    | KODE MK | MATA KULIAH      | SKS | LIAISON OFFICER                                  | DOSEN PENGAMPU                                   |
|-------|---------|------------------|-----|--|--|
| 2     | MNU017  | Ujian Pendadaran | 0   | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari,<br>S.E., M.Sc. | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari,<br>S.E., M.Sc. |
| TOTAL |         |                  | 6   |  |  |

Ditetapkan di Yogyakarta  
Pada tanggal: 23 Februari 2022

Rektor Universitas Alma Ata,



Prof. Dr. H. Hamam Hadi, MS., Sc.D., Sp.GK.

Tembusan:

1. Wakil Rektor Bidang Pengembangan Akademik, Pembelajaran dan MBKM
2. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum dan Sumber Daya
3. Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Keagamaan
4. Ka. Biro Keuangan
5. Ka. LP2M
6. Dekan Fakultas
7. Ketua Program Studi
8. Kepala PPKREP
9. Yang bersangkutan
10. Arsip