

2023/  
2024

# PERILAKU ORGANISASI

## ESY123

Dosen Pengampu / LNO :

Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA

2023/2024



**PERILAKU ORGANISASI**

ESY123

**KOORDINATOR / LNO:**

Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.

**TIM DOSEN PENGAMPU/INSTRUKTUR**

Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**UNIVERSITAS ALMA ATA**

**YOGYAKARTA**

**2023/2024**

**LEMBAR PENGESAHAN RPS**

Mata Kuliah Perilaku Organisasi ESY-123  
disahkan di Yogyakarta pada tanggal 19 Juni 2022

**Dekan Fakultas Agama Islam**

**Ketua Program Studi Ekonomi Syariah**

Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC

Al Haq Kamal, S.E.I., M.A.

**Mengetahui,  
Rektor Universitas Alma Ata Yogyakarta**

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

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum wr wb.

Alhamdulillah, atas izin dan bimbingan Allah SWT, maka Mata Kuliah Manajemen Pemasaran yang merupakan bagian dari Kurikulum Program Studi S1 Ekonomi Syariah Universitas Alma Ata dapat selesai dikembangkan dan disusun sebagai panduan pembelajaran di lingkungan Prodi S1 Ekonomi Syariah. Pengembangan Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Prodi S1 Ekonomi Syariah Universitas Alma Ata ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan dan melibatkan banyak pihak.

Atas nama pimpinan Universitas Alma Ata, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dan memberikan kontribusi baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Mata Kuliah Manajemen Pemasaran. Mata Kuliah Manajemen Pemasaran ini belum sempurna. Oleh karena itu kami berharap kepada tim penyusun untuk terus menerus memperbaiki dan menyempurnakan mata kuliah ini dan implementasinya di lingkungan Alma Ata.

Mudah-mudahan kontribusi Bapak/ Ibu dapat menjadi amal jariyah yang diterima oleh Allah SWT dan bermanfaat bagi masyarakat luas khususnya, bagi para dosen dan mahasiswa yang menggunakan mata kuliah ini. Amien.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 19 Juni 2022  
Rektor Universitas Alma Ata

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

## PENDAHULUAN

Proses pembelajaran yang bermutu tinggi akan dapat menghasilkan mutu *output* yang baik. Proses pembelajaran yang baik harus didukung oleh rencana program pembelajaran yang disusun secara matang dan konsepsional. Oleh karena itu, setiap mata kuliah harus memiliki RPS yang disusun dan dirancang oleh Dosen baik secara individual maupun secara kolektif.

Universitas Alma Ata mengambil kebijakan bahwa setiap mata kuliah yang ada harus memiliki RPS. Dengan adanya RPS diharapkan proses pembelajaran di Program Studi S1 Ekonomi Syariah dapat berjalan lebih bermutu, transparan dan akuntabel. Mata Kuliah Manajemen Pemasaran merupakan salah satu mata kuliah pilihan yang memberikan dasar keilmuan bagi mahasiswa Ekonomi Syariah. Setelah mempelajari mata kuliah Manajemen Pemasaran diharapkan mahasiswa mampu memahami tentang proses pengambilan keputusan pada individu, kelompok, atau organisasi untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk (barang, jasa, dan ide). RPS ini setiap tahun akan diperbarui dan diperbaiki untuk menjaga relevansi dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kebutuhan atau *problem* yang berkembang di masyarakat.

Tidak lupa kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak dan kontributor yang telah memberikan saran yang begitu berharga bagi pengembangan kurikulum Mata Kuliah Manajemen Pemasaran ini khususnya. Kami menyadari bahwa RPS mata kuliah Manajemen Pemasaran ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kami akan terus menerima dan menampung masukan, kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak, untuk dapat kami kembangkan demi kemajuan kurikulum.

Akhir kata, kami berharap mahasiswa mendapatkan pengalaman yang menarik dan berharga selama mengikuti mata kuliah ini.

Yogyakarta, 19 Juni 2022  
Kaprod S1 Ekonomi Syariah  
Universitas Alma Ata Yogyakarta

Alhaq Kamal, S.E.I., M.A.

## DAFTAR ISI

### HALAMAN

SAMPUL DALAM .....	
LEMBAR PENGESAHAN .....	
KATA PENGANTAR .....	
PENDAHULUAN .....	
DAFTAR ISI .....	
1. IDENTITAS MATA KULIAH.....	
2. DESKRIPSI MATA KULIAH .....	
3. CAPAIAN PEMBELAJARAN .....	
.....	
4. PETA KONSEP CAPAIAN PEMBELAJARAN .....	
5. RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN .....	
6. KOMPONEN PENILAIAN .....	
7. REFERENSI .....	
LAMPIRAN .....	
PETA KEGIATAN PEMBELAJARAN .....	
REKAPITULASI RENCANA PELAKSANAAN PROGRAM .....	
RANCANGAN TUGAS MAHASISWA .....	

## **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

### **1. IDENTITAS MATA KULIAH**

Nama Mata Kuliah	: Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah	: ESY-123
Bobot SKS	: 2 SKS
Semester	: 2 (Tiga)
Prasyarat	: -
Koordinator (LNO)	: Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.

Dosen Pengampu, Tutor, : Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.  
dan Instruktur Praktikum

### **2. DESKRIPSI MATA KULIAH**

Mata kuliah ini membahas tentang perilaku individu dalam suatu organisasi dan bagaimana menjalankan suatu organisasi dengan berbagai macam pola pemikiran yang berbeda dari seluruh anggota untuk mencapai tujuan bersama. Banyak perilaku-perilaku yang perlu dipahami dalam berinteraksi pada suatu organisasi hingga bagaimana menjadi seorang pemimpin di dalam suatu organisasi.

### **3. CAPAIAN PEMBELAJARAN**

#### **CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN**

Setelah mempelajari mata kuliah ini, diharapkan mahasiswa mampu:

1. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.
2. 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.
3. Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data.
4. Keterampilan Konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko
5. Mampu melihat peluang untuk menciptakan inovasi

6. Tanggap terhadap perubahan yang terjadi di lapangan.
7. Lulusan harus mengetahui tentang promosi, dan perilaku konsumen.
8. Lulusan mengetahui tentang perilaku pasar dan organisasi

#### **CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH**

- a. Mahasiswa memahami teori-teori yang berkaitan dengan perilaku manusia pada level individu, kelompok dan sistem organisasi
- b. Mahasiswa memahami struktur, proses serta perubahan organisasi
- c. Mahasiswa mampu menganalisis konsep yang telah dipelajari dalam kaitannya dengan situasi dilapangan
- d. Mahasiswa mampu menunjukkan motivasi, perilaku kerjasama, percaya diri, dan berkomunikasi secara efektif baik lisan maupun tulisan selama proses pembelajaran
- e. Mahasiswa mampu menampilkan sikap dan perilaku beretika, jujur, disiplin, dan sopan selama proses pembelajaran

#### **4. PETA KONSEP CAPAIAN LEARNING OUTCOME**





## 5. RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN

Pertemuan Ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu		Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian dan Indikator Pencapaian	Bobot Nilai
				Kuliah	Tutorial			
1.	Mengidentifikasi hubungan antara Perilaku ditingkat Individu, Kelompok dan Sistem Organisasi dengan Efektifitas Organisasi.	Model Perilaku Organisasi: a. Pengertian Perilaku Organisasi b. Kontribusi disiplin ilmu perilaku kepada perilaku organisasi c. Kebutuhan para manajer akan pengetahuan perilaku organisasi d. Tiga tingkat analisis dalam model perilaku organisasi	Kuliah  Ceramah  Diskusi	100	-	- Presensi - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%	Diskusi berdasarkan skenario
2.	Merumuskan hubungan antara Perilaku di level Individu dengan Efektifitas Organisasi Mampu menjelaskan Karakteristik Biografi  a. Mampu menjelaskan	Fondasi Perilaku Individu: a. Karakteristik Biografi b. Tipe Kemampuan Individu c. Faktor-Faktor penentu Kepribadian d. Pengaruh Tipologi pekerjaan	Kuliah  Ceramah  Diskusi	100	-	- Presensi - Kuis - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%	Diskusi berdasarkan skenario

Pertemuan Ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu		Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian dan Indikator Pencapaian	Bobot Nilai
				Kuliah	Tutorial			
	<p>Tipe Kemampuan Individu</p> <p>b. Mampu menjelaskan Faktor-Faktor penentu Kepribadian</p> <p>c. Mampu menjelaskan Pengaruh Tipologi pekerjaan</p> <p>d. Mampu menjelaskan Teori pembelajaran untuk perubahan perilaku</p>	e. Teori pembelajaran untuk perubahan perilaku						

Perte muan Ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu		Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian dan Indikator Pencapaian	Bobot Nilai
				Kuliah	Tutorial			
3.	<p>a. Mampu menjelaskan pengertian Personality</p> <p>b. Mampu menjelaskan pengertian Emotion</p> <p>c. Mampu menjelaskan Perbedaan penafsiran/ persepsi</p> <p>d. Mampu menjelaskan Pengaruh persepsi dalam pengambilan keputusan</p> <p>e. Mampu menjelaskan peran intuisi dalam pengambilan keputusan</p>	<p>Personality, Emotion, Persepsi dan Pengambilan keputusan individual:</p> <p>a. Personality</p> <p>b. Emotion</p> <p>c. Perbedaan penafsiran/ persepsi</p> <p>d. Pengaruh persepsi dalam pengambilan keputusan</p> <p>e. Peran intuisi dalam pengambilan keputusan</p>	<p>Kuliah</p> <p>Ceramah</p> <p>Diskusi</p>	100	-	<p>- Presensi</p> <p>- Presentasi</p> <p>- Pemahaman mahasiswa</p> <p>- Keaktifan mahasiswa</p>	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%</p>	<p>Diskusi berdasarkan skenario</p>

Perte muan Ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu		Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian dan Indikator Pencapaian	Bobot Nilai
				Kuliah	Tutorial			
4.	Merumuskan hubungan antara Perilaku di level Individu dengan Efektifitas Organisasi  a. Mampu menjelaskan Teori motivasi klasik  b. Mampu menjelaskan Teori motivasi kontemporer	Teori Motivasi:  a. Teori motivasi klasik  b. Teori motivasi kontemporer	Kuliah  Ceramah  Diskusi	100	-	- Presensi - Presentasi - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%	Diskusi berdasarkan skenario
5.	a. Mampu menjelaskan Sumber sistem nilai (individu)  b. Mampu menjelaskan nilai-nilai yang dominan	Nilai, Sikap dan Kepuasan Kerja:  a. Sumber sistem nilai (individu)  b. Nilai-nilai yang dominan  c. Hubungan antara Sikap dan Perilaku	Kuliah  Ceramah  Diskusi	100	-	- Presensi - Kuis - Presentasi - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%	Diskusi berdasarkan skenario

Pertemuan Ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu		Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian dan Indikator Pencapaian	Bobot Nilai
				Kuliah	Tutorial			
	<p>c. Mampu menjelaskan hubungan antara Sikap dan Perilaku</p> <p>d. Mampu menjelaskan faktor-faktor Kepuasan kerja</p>	<p>d. Faktor-faktor Kepuasan kerja</p> <p>e. Respons terhadap Ketidakpuasan kerja</p>						
6.	<p>a. Mampu menjelaskan Perbedaan Kelompok formal dan kelompok informal</p> <p>b. Mampu menjelaskan Faktor kunci dalam Perilaku kelompok</p> <p>c. Mampu menjelaskan pengertian</p>	<p>Dasar-dasar Perilaku Kelompok:</p> <p>a. Perbedaan Kelompok formal dan kelompok informal</p> <p>b. Faktor kunci dalam Perilaku kelompok</p> <p>c. Social Loafing</p> <p>d. Kohesifitas dalam kelompok</p>	<p>Kuliah</p> <p>Ceramah</p> <p>Diskusi</p>	100	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Presentasi</li> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%</p>	<p>Diskusi berdasarkan skenario</p>

Perte muan Ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu		Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian dan Indikator Pencapaian	Bobot Nilai
				Kuliah	Tutorial			
	Social Loafing d. Mampu menjelaskan Kohesifitas dalam kelompok							
7.	Mahasiswa memahami tentang Identifikasi Segmen dan Target Pasar Sasaran	Identifikasi Segmen dan Pasar Sasaran a. Pemasaran Efektif b. Level Pemasaran Mikro c. Definisi Segmen Pasar d. Dasar segmentasi pasar konsumen e. Kriteria Segmentasi yang Efektif f. Pola Pemilihan Target Pasar g. Evaluasi Pemilihan Target Pasar	Kuliah Ceramah Diskusi	100	-	- Presensi - Presentasi - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%	Diskusi berdasarkan skenario
<b>UTS</b>					<b>30%</b>			
8.	Mahasiswa memahami tentang strategi <i>Positioning</i> Merek	Strategi Positioning Merek a. Definisi <i>positioning</i> b. Strategi Diferensiasi	Kuliah Ceramah Diskusi	100	-	- Presensi - Presentasi - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%	Diskusi berdasarkan skenario

Perte muan Ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu		Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian dan Indikator Pencapaian	Bobot Nilai
				Kuliah	Tutorial			
		c. Daur Hidup Produk dan Pemasaran d. Strategi dalam tahap daur hidup produk e. Modifikasi pemasaran produk						
9.	Mahasiswa memahami tentang pasar global dan strategi memasuki pasar global	Pasar Global a. Definisi Perusahaan Global b. Keputusan Utama Pemasaran Internasional c. Tahap Internasionalisasi d. Karakteristik menarik target pasar Luar Negeri e. Cara memasuki pasar global f. Strategi Produk & Komunikasi Internasional g. Organisasi Pemasaran Global	Kuliah Ceramah Diskusi	100	-	- Presensi - Presentasi - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%	Diskusi berdasarkan skenario
10.	Mahasiswa memahami tentang strategi produk	Strategi Produk a. Definisi Produk b. Tingkatan Produk c. Keputusan mengenai Produk	Kuliah Ceramah Diskusi	100	-	- Presensi - Kuis - Presentasi - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%	Diskusi berdasarkan skenario

Perte muan Ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu		Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian dan Indikator Pencapaian	Bobot Nilai
				Kuliah	Tutorial			
		d. Keputusan mengenai Merek e. Strategi Merek f. Keputusan Bauran Produk g. Definisi Jasa dan Karakteristik Jasa h. Strategi Pemasaran untuk Perusahaan Jasa						
11.	Mahasiswa memahami tentang strategi harga	Strategi Harga a. Definisi Harga b. Faktor-faktor dalam penetapan harga c. Tahapan penetapan harga d. Strategi penyesuaian harga e. Strategi harga dan kualitas	Kuliah Ceramah Diskusi	100	-	- Presensi - Presentasi - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%	Diskusi berdasarkan skenario
12.	Mahasiswa mampu menjelaskan desain dan mengelola jaringan pemasaran yang terintegrasi	Desain & Jaringan Pemasaran a. Definisi Saluran Pemasaran b. Perantara saluran pemasaran c. Tugas saluran perantara d. Manajemen saluran pemasaran e. Konflik saluran pemasaran	E-Learning	100	-	- Presensi - Kuis - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%	Diskusi berdasarkan skenario



Perte muan Ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu		Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian dan Indikator Pencapaian	Bobot Nilai
				Kuliah	Tutorial			
		f. Menjelaskan mengenai <i>Retailer &amp; Wholeseller</i>						
13.	Mahasiswa mampu menjelaskan desain dan komunikasi pemasaran terpadu	Desain dan Komunikasi Pemasaran Terpadu a. Menjelaskan mengenai Komunikasi pemasaran terpadu. b. Menjelaskan mengenai Proses komunikasi pemasaran. c. Menjelaskan mengenai Bauran komunikasi pemasaran. d. Menjelaskan mengenai Karakteristik & jenis bauran komunikasi pemasaran. e. Menjelaskan mengenai Proses program komunikasi pemasaran terpadu.	E-Learning	100	-	- Presensi - Kuis - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%	Diskusi berdasarkan skenario
14.	Review Materi	<i>Review Materi:</i> a. Strategi Positioning Merk b. Pasar Global c. Strategi Produk	E-Learning	100	-	- Presensi - Kuis - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 40%	Diskusi berdasarkan skenario

Pertemuan Ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu		Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian dan Indikator Pencapaian	Bobot Nilai
				Kuliah	Tutorial			
		d. Strategi Harga e. Desain dan Jaringan Pemasaran f. Desain Dan Komunikasi Pemasaran Terpadu						
<b>UAS</b>					<b>30%</b>			

## 5. KOMPONEN PENILAIAN

### A. KOMPONEN PENILAIAN TEORI

NO.	KOMPONEN	DEFINISI	BOBOT
1	Keaktifan	Rata-rata nilai keaktifan mahasiswa dalam perkuliahan interaktif, tutorial maupun diskusi.	20%
2	Penugasan/ Nilai Proses	Rata-rata nilai tugas harian/mingguan yang dikerjakan oleh mahasiswa baik secara individu maupun kelompok	20%
3	Ujian tengah Semester	Nilai ujian tengah semester	30%
4	Ujian Akhir Semester	Nilai ujian akhir teori	30%

### B. NILAI AKHIR

$$NA = \frac{(NT \times sksT) + (NP \times sksT) + (NPL \times sksT)}{\sum sks}$$

Keterangan :

NA = Nilai Akhir

NT = Nilai Teori

NP = Nilai Praktikum

NPL = Nilai Praktikum Lapangan

### BOBOT PENILAIAN PRODI

No	Pencapaian Materi	Skor Absolut	Huruf Mutu	Angka Mutu
1	80% – 100%	80 – 100	A	4
2	75% – 79.9%	75 – 79.9	AB	3.5
3	70% – 74.9%	70 – 74.9	B	3
4	65% – 69.9%	65 – 69.9	BC	2.5
5	60% – 64.9%	60 – 64.9	C	2
6	50% – 59.9%	50 – 59.9	D	1
7	<50%	<50	E	0

## 6. REFERENSI

1. Kinicki & Kreitner. 2007. Organizational Behavior, 7thed. New York: The McGraw Hill Companies, Inc.
2. Robbins, Stephen. P & Judge, Timothy A. 2009. Perilaku Organisasi 1 & 2. Edisi 12 .Jakarta : Salemba Empat.
3. Buku referensi penunjang lain dan jurnal-jurnal
4. Stephen P. Robbins and Timothy A. Judge "Organizational Behavior" 15th Edition, Prentice Hall, 2013
5. Robert A. Baron and Jerald Greenberg, "Behavior in Organizations" 9th Edition, Prentice Hall, 2007



## LAMPIRAN

### PETA KEGIATAN PEMBELAJARAN

#### TEORI

<b>NO/PERT</b>	<b>HARI/TANGGAL</b>	<b>JAM</b>	<b>TEMA/MATERI</b>	<b>DOSEN PENGAMPU</b>
1.				Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
2.				Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
3.				Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
4.				Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
5.				Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
6.				Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
7.				Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
			<b>UTS</b>	
8.				Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
9.				Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.

10.				Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
11.				Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
12.	<b>E-Learning</b>			Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
13.	<b>E-Learning</b>			Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
14.	<b>E-Learning</b>			Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
			<b>UAS</b>	

## REKAPITULASI RENCANA PELAKSANAAN PROGRAM

### A. IDENTITAS MATA KULIAH

1	NAMA MATA KULIAH	:			Manajemen
2	KODE MATA KULIAH	:			Pemasaran
3	KELAS	:			ESY303
4	JUMLAH MAHASISWA	:			1
					Mahasiswa
5	BOBOT SKS (TOTAL)	:	3	SKS	
	TEORI (T)	:	3	SKS	
	PRAKTIKUM (P)	:	0	SKS	
	PRAKTIKUM LAPANGAN (PL)	:	0	SKS	
6	JUMLAH KELOMPOK TUTORIAL	:	0	Kelompok	
	KELOMPOK 1	:		Mahasiswa	
	KELOMPOK 2	:		Mahasiswa	
	KELOMPOK 3	:		Mahasiswa	
	KELOMPOK 4	:		Mahasiswa	
	KELOMPOK 5	:		Mahasiswa	
7	JUMLAH KELOMPOK PRAKTIKUM LAB	:	0	Kelompok	
	KELOMPOK 1	:	0	Mahasiswa	
	KELOMPOK 2	:	0	Mahasiswa	
	KELOMPOK 3	:	0	Mahasiswa	
	KELOMPOK 4	:	0	Mahasiswa	
	KELOMPOK 5	:	0	Mahasiswa	

BOBOT WAKTU (MENIT)	
MIN	MAX
2100	2400
0	0
0	0

### B. REKAPITULASI KEGIATAN PEMBELAJARAN

#### TEORI

No.	KEGIATAN	FREKUENSI (SESI)	WAKTU / SESI (MENIT)	TOTAL WAKTU (MENIT)
1	Kuliah Reguler	21	100	2100
2	Tutorial		100	0
4	Ujian Akhir	2	100	200
<b>TOTAL</b>				<b>2300</b>

### C. REKAPITULASI KEGIATAN PEMBELAJARAN PRAKTIKUM

No.	KEGIATAN	FREKUENSI (SESI)	WAKTU / SESI (MENIT)	TOTAL WAKTU (MENIT)
1	Praktikum Lab (D)	0	0	0
2	Praktikum Lab (M)	0	0	0
3	Praktikum Lab (E)	0	0	0
2	Praktikum in Class (D)	0	0	0
3	Praktikum in Class (M)	0	0	0
4	Praktikum in Class (E)	0	0	0
<b>TOTAL</b>				<b>0</b>

### D. REKAPITULASI KEGIATAN PEMBELAJARAN PRAKTIKUM LAPANGAN / KLINIK

No.	KEGIATAN	WAKTU / SESI (MENIT)	SETARA (HARI KERJA)
1	Praktikum Lapangan	0	0

**E. REKAPITULASI BEBAN DOSEN PENGAMPU**

NO	NAMA DOSEN	BEBAN DOSEN (MENIT)				JUMLAH
		KULIAH	TUTORIAL	PRAKTIKUM IN CLASS	PRAKTIKUM LAB	
1	Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.	2100				2100
2						0
3						0
4						0
5						0
6						0
<b>JUMLAH</b>		<b>2100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2100</b>

**F. VALIDASI KEGIATAN PEMBELAJARAN TERHADAP BOBOT SKS**

No	SKS	VALIDASI	
1	Teori	VALID	-
2	Praktikum	VALID	-

**G. VALIDASI BEBAN DOSEN TERHADAP KEGIATAN PEMBELAJARAN**

		VALIDASI	
1	Kuliah Reguler	VALID	-
2	Tutorial	VALID	-
3	Praktikum In Class	VALID	-
4	Praktikum Lab	VALID	-

Mengetahui  
Ketua Program Studi


Abdul Salam, S.H.I., M.A.

Yogyakarta,  
Koordinator Mata Kuliah

Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.



## RANCANGAN TUGAS MAHASISWA

	Universitas Alma Ata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Syariah
Nama Mata Kuliah/Blok	Manajemen Pemasaran
Kode Mata Kuliah/Blok	ESY 303
Dosen Pengampu	Febrian Wahyu Wibowo, S.E., M.E.
<b>Bentuk tugas</b>	
Penugasan sesuai jadwal	
<b>Judul Tugas</b>	
Rangkuman Perkuliahan	
Paper Presentasi	
Presentasi Kelompok	
<b>Deskripsi Tugas</b>	
<b>Metode Pengerjaan Tugas</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Merangkum perkuliahan dan menulisnya.</li><li>2. Menulis paper terkait materi presentasi.</li><li>3. Mempresentasikan materi</li></ol>	
<b>Bentuk dan Format Luaran</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>a. Obyek Garapan: Penyusunan Proposal Panel</li><li>b. Bentuk Luaran:<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kumpulan rangkuman perkuliahan ditulis dengan MS Word dengan sistematika penulisan rangkuman.</li><li>2. Paper ditulis dengan MS Word dengan sistematika dan format sesuai dengan standar panduan penulisan paper.</li><li>3. Slide presentasi PowerPoint, terdiri dari: Text, grafik, tabel, gambar, animasi ataupun video clips, minimum 10 slide. Dikumpulkan dalam bentuk softcopy format ekstensi (*.ppt).</li></ol></li></ol>	
<b>Indikator, Kriteria, dan Bobot Penilaian</b>	

- a. Rangkuman perkuliahan (bobot 30%)
- b. Penyusunan Slide Presentasi (bobot 30%)  
Jelas dan konsisten, sederhana dan inofatif, mnampilkan gambar dan blok sistem, tulisan menggunakan font yang mudah dibaca, jika diperlukan didukung dengan gambar dan video clip yang relevan
- c. Presentasi (bobot 40%)  
Bahasa komunikatif, penguasaan materi, penguasaan audiensi, pengendalian waktu (15 menit presentasi + 5 menit diskusi), kejelasan dan ketajaman paparan, penguasaan media presentasi.

Jadwal Pelaksanaan

Lain-lain

Daftar Rujukan

## RUBRIK PENILAIAN

### Contoh Rubrik Deskriptif untuk Penilaian Presentasi Makalah

Dimensi	Skala				
	Sangat Baik Skor $\geq$ 81	Baik (61-80)	Cukup (41-60)	Kurang (21-40)	Sangat Kurang < 20
Organisasi	Terorganisasi dengan menyajikan fakta yang didukung oleh contoh yang telah dianalisis sesuai konsep	Terorganisasi dengan baik dan menyajikan fakta yang meyakinkan untuk mendukung kesimpulan-kesimpulan	Presentasi mempunyai fokus dan menyajikan beberapa bukti yang mendukung kesimpulan-kesimpulan	Cukup fokus, namun bukti kurang mencukupi untuk digunakan dalam menarik kesimpulan	Tidak ada organisasi yang jelas. Fakta tidak
Isi	Isi mampu menggugah pendengar untuk mengembangkan pikiran	Isi akurat dan lengkap. Para pendengar menambah wawasan baru tentang topik tersebut	Isi secara umum akurat, tetapi tidak lengkap. Para pendengar bisa mempelajari beberapa fakta yang tersirat, tetapi mereka tidak menambah wawasan baru tentang	Isinya kurang akurat, karena tidak ada data faktual, tidak menambah pemahaman pendengar	Isinya tidak akurat atau terlalu umum. Pendengar tidak belajar apapun atau kadang menyesatkan

			topik tersebut		
Gaya Presentasi	Berbicara dengan semangat, menularkan semangat dan antusiasme pada pendengar	Pembicara tenang dan menggunakan intonasi yang tepat, berbicara tanpa bergantung pada catatan, dan berinteraksi	Secara umum Pembicara tenang, tetapi dengan nada yang datar dan cukup sering bergantung pada catatan. Kadang-kadang kontak mata dengan pendengar diabaikan.	Berpatokan pada catatan, tidak ada ide yang dikembangkan di luar catatan, suara monoton	Pembicara cemas dan tidak nyaman, dan membaca berbagai catatan daripada berbicara. Pendengar sering diabaikan. Tidak terjadi kontak mata karena pembicara lebih banyak melihat ke papan tulis atau layar.

## Soal UTS dan UAS

### *UTS*

1. Jelaskan dan berikan contoh perbedaan konsep selling dan marketing!
2. Sebutkan dan jelaskan konsep inti dalam pemasaran!
3. Jelaskan seberapa penting diverensiasi produk harus dilakukan?
4. faktor apa saja yang digunakan untuk menetapkan harga suatu produk?
5. Jika anda menjadi seorang pebisnis minuman dingin, dan pada saat ini memasuki musim penghujan yang membuat penjualan anda menurun, lalu apa yang anda lakukan selaku owner usaha untuk menjaga usaha anda tetap survive di saat penjualan yang menurun?

### *UAS*

1. Menurut anda, apa syarat suatu brand dikatakan brand yang baik?
2. Apa itu definisi produk dan harga?
3. Jika anda sebagai pelaku bisnis jasa, hal apa yang menjadi prioritas anda dalam menjalani bisnis? Jelaskan!
4. Apa yang dimaksud dengan positioning price?
5. Apabila anda menjadi seorang penjual sportcar dengan harga milyaran rupiah, langkah apa yang anda lakukan supaya dapat menjual unit sportcar dengan harga milyaran tersebut?

### Contoh Rubrik Holistik

Demensi	Bobot	Nilai	Komentar (Catatan)	Nilai Total
Penguasaan Materi	30%			
Ketepatan menyelesaikan masalah	30%			
Kemampuan Komunikasi	20%			
Kemampuan menghadapi pertanyaan	10%			
Kelengkapan alat peraga dalam presentasi	10%			
Nilai Akhir	100%			