



**SURAT KEPUTUSAN  
REKTOR UNIVERSITAS ALMA ATA  
NOMOR : 104/A/SK/UAA/III/2024**

**TENTANG**

**PENGANGKATAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH  
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2023/2024  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS ALMA ATA**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Rektor Universitas Alma Ata

- Menimbang** :
- 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 2023/2024;
  - Bahwa nama-nama yang tersebut di dalam lampiran Surat Keputusan ini dipandang mampu untuk diangkat menjadi dosen pengampu mata kuliah semester genap tahun akademik 2023/2024 Program Studi S1 Manajemen;
  - Bahwa untuk pengangkatan tersebut diperlukan adanya surat keputusan
- Mengingat** :
- Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336)
  - Undang-Undang Nomor 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen
  - Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
  - Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
  - Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
  - 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
  - SK Dirjen Pendis No. 7033 tahun 2016 tentang ijin perubahan nama STIA menjadi FAI pada Universitas Alma Ata di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta
  - Akte No. 6, Tahun 2006 tentang Pendirian Yayasan Alma Ata;
  - Akta No 04 Tahun 2021 tentang Keputusan Pembina Yayasan Alma Ata;
  - Keputusan Ketua Yayasan Alma Ata Nomor 095/A/SK/YAA/XII/2019 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Alma Ata.
- Memperhatikan** :
- Statuta Universitas Alma Ata
  - Visi Misi Tujuan dan Sasaran UAA 2040
  - 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 2023/2024 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 : 16 Maret 2024

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. Dekan Fakultas
6. Ketua Program Studi
7. Kepala PPKREP
8. Yang bersangkutan
9. Arsip

Lampiran : Surat Keputusan Rektor Universitas Alma Ata  
 Nomor : 104 /A/SK/UAA/III/2024  
 Tanggal : 16 Maret 2024  
 Tentang : Pengangkatan Dosen Pengampu Mata Kuliah Semester Genap TA. 2023/2024  
 Program Studi S1 Manajemen Universitas Alma Ata

**DAFTAR NAMA DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH  
 SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2023/2024  
 PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS ALMA ATA**

**SEMESTER II**

NO	KODE MK	MATA KULIAH	TOTAL SKS	LIAISON OFFICER	No	DOSEN PENGAMPU
1	UAA004	Bahasa Indonesia	2	Ahmad Syamsul Arifin M.Pdi		Ahmad Syamsul Arifin M.Pdi
2	UAA007	Bahasa Inggris I	2	Ika Tri Susilowati, M.Pd	1	Ika Tri Susilowati, M.Pd
					2	Esthi Nawangsasi, M.A
					3	Yuli Susanti Prihastuti, M.Pd
3	FEB041	Komunikasi Bisnis	3	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc	1	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc
					2	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
4	UAA008	Kewirausahaan	2	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	1	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
					2	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc
5	MNJ062	Manajemen Keuangan	3	Shindy Dwita Nuansari, S.M., M.S.M.		Shindy Dwita Nuansari, S.M., M.S.M.
6	MNJ063	Manajemen Operasional	3	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc		Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc
7	MNJ067	Matematika Bisnis	2	Shindy Dwita Nuansari, S.M., M.S.M.		Shindy Dwita Nuansari, S.M., M.S.M.

8	UAA005	Pendidikan Kewarganegaraan	2	Nur Kholik, S.Pd.i., M.S.I	Nur Kholik, S.Pd.i., M.S.I
TOTAL			19		

#### SEMESTER IV

NO	KODE MK	MATA KULIAH	TOTAL SKS	LIAISON OFFICER	No	DOSEN PENGAMPU
1	MNJ048	Pengukuran Kinerja	3	Dimas Wibisono,S.E.,M.B.A	1	Dr. Toufan Aldian Syah, S.E., M.E
					2	Farah Nur Syafi'ah Wijayanti, S.M., M.Sc.
2	MNJ061	Manajemen dan Analisis Investasi	3	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc		Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc
3	MNJ065	Manajemen Strategis	3	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	1	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
					2	Dr. Toufan Aldian Syah, S.E., M.E
4	MNJ044	Transformasi Digital dalam Bisnis	3	Dimas Wibisono,S.E.,M.B.A	1	Wahit Desta Prastowo, S.Kom., M.Kom.
					2	Ragil Satria Wicaksana, S.E.I., M.S.I.
5	MNJ014	Sistem Pengendalian Manajemen	3	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A		Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A
6	MNJ046	Manajemen Hubungan Pelanggan	3	Dimas Wibisono,S.E.,M.B.A		Dimas Wibisono,S.E.,M.B.A
7	UAA075	Bisnis Internasional	3	Shindy Dwita Nuansari,S.M.,M.S.M.		Elisa Jayanti Lestari, S.E., M.M
TOTAL			21			

SEMESTER VI

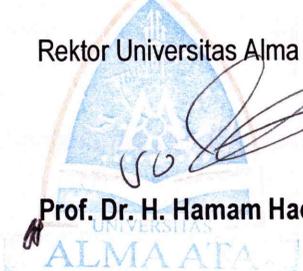
NO	KODE MK	MATA KULIAH	TOTAL SKS	LIAISON OFFICER	No	DOSEN PENGAMPU
1	MNJ003	Ekonomi Manajerial	3	Dr. Novi Febrianti, S.E., M.E		Dr. Novi Febrianti, S.E., M.E
2	MNJ004	Manajemen Strategis	3	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC		Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
3	FEB018	Perilaku Organisasi	3	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.	1	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.
					2	Elisa Jayanti Lestari, S.E., M.M
4	MNJ024	E-Marketing	3	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.	1	Ragil Satria Wicaksana, S.E.I., M.S.I.
					2	Wahit Desta Prastowo, S.Kom., M.Kom.
5	MNJ025	Strategi Pemasaran	3	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	1	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
					2	Farah Nur Syafi'ah Wijayanti, S.M., M.Sc.
6	MNJ018	Pemasaran Jasa	3	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.	1	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.
					2	Farah Nur Syafi'ah Wijayanti, S.M., M.Sc.
7	MNJ019	Manajemen Lintas Budaya	3	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc		Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc
8	MNJ020	Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia	3	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.		Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.
9	MNJ021	Perubahan dan Pengembangan Organisasi	3	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.		Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.
10	MNJ031	Seminar Sumber Daya Manusia	3	Shindy Dwita Nuansari, S.M., M.S.M.		Shindy Dwita Nuansari, S.M., M.S.M.
11	MNJ033	Seminar Pemasaran	3	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.		Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.
TOTAL			33			

**SEMESTER VIII**

NO	KODE MK	MATA KULIAH	TOTAL SKS	LIAISON OFFICER	No	DOSEN PENGAMPU
1	FEB010	Skripsi	6	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.	1	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
					2	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.
					3	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.
					4	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
					5	Shindy Dwita Nuansari, S.M., M.S.M
TOTAL						

Ditetapkan di : Yogyakarta  
Pada tanggal : 16 Maret 2024

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



**UNIVERSITAS ALMA ATA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**Kode  
Dokumen**

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Strategi Pemasaran	MNJ025	Kewirausahaan	T=3	P=0	6	7 Agustus 2024
<b>OTORISASI</b>	<b>Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Ketua PRODI</b>	
	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC.		Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC.		Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>					
	1	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. (S9)				
	2	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. (KU1)				
	3	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data. (KU5)				
	4	Tanggap terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan. (KK2)				
	5	Lulusan harus memahami perilaku dan perkembangan pemangku kepentingan (stakeholder). (P5)				
	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>					
	CPMK 1	Mahasiswa mampu memahami dan mengaplikasikan strategi pemasaran yang berorientasi pada pasar dengan melakukan analisis peta persaingan, segmentasi, penargetan, pemosisian, serta mengelola hubungan yang efektif dengan konsumen.				
	CPMK 2	Mahasiswa mampu memahami pentingnya hubungan strategis antar organisasi, peran tenaga penjualan, internet, serta pemasaran langsung, dan mampu membentuk organisasi yang berorientasi pada pasar.				
	CPMK 3	Mahasiswa mampu memahami pentingnya inovasi dalam strategi pemasaran, serta menerapkan manajemen merk yang strategis untuk membangun merk yang kuat dan mengelola produk baru.				



<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Mata kuliah Strategi Pemasaran menjelaskan mengenai isu-isu utama serta faktor-faktor penting untuk memilih strategi yang tepat dalam situasi pasar dan persaingan yang semakin hebat, dengan berorientasi terhadap pasar (market-driven). 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. Mahasiswa juga diharapkan mampu memahami bagaimana tahapan evaluasi, pengendalian, dan pengukuran efektifitas strategi pemasaran di perusahaan. Kemampuan ini diharapkan akan bermanfaat bagi mahasiswa ketika mereka mengelola usaha, memasuki lingkungan kerja perusahaan, atau organisasi lainnya.
<b>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran</b>	<p>Bahan Kajian: 1. Strategi Pemasaran , 2. Strategi, 3. Market-Driven, 4. Segmentasi, 5. Targeting, 6. Positioning</p> <p>Materi Pembelajaran:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengantar Strategi Pemasaran Berorientasi Pasar</li> <li>2. Analisis Peta Persaingan dan Pesaing</li> <li>3. Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP)</li> <li>4. Manajemen Hubungan dengan Konsumen (Customer Relationship Management - CRM)</li> <li>5. Analisis Konsumen dan Pasar</li> <li>6. Penentuan Pasar Sasaran dan Pemosisian Strategis</li> <li>7. Hubungan Strategis Antar Organisasi</li> <li>8. Peran Tenaga Penjualan, Internet, dan Pemasaran Langsung</li> <li>9. Inovasi dalam Strategi Pemasaran</li> <li>10. Manajemen Merk Strategis</li> <li>11. Strategi Rantai Nilai (Value Chain)</li> <li>12. Strategi Penetapan Harga</li> <li>13. Strategi Promosi dan Periklanan</li> <li>14. Implementasi dan Pengendalian Strategi Pemasaran</li> </ol>
<b>Pustaka</b>	<p><b>Utama :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Craven, D.W., &amp; Piercy, N.F. (2013).</b> <i>Strategic Marketing</i> (Tenth Edition). Boston: McGraw-Hill Companies, Inc.</li> <li>2. <b>Kotler, P., &amp; Keller, K.L. (2016).</b> <i>Marketing Management</i> (15th Edition). Pearson Education Limited.</li> <li>3. <b>Armstrong, G., Kotler, P., &amp; Opresnik, M.O. (2017).</b> <i>Marketing: An Introduction</i> (13th Edition). Pearson Education.</li> </ol> <p><b>Pendukung :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Keller, K.L. (2009).</b> <i>Building Strong Brands in a Modern Marketing Communications Environment. Journal of Marketing Communications</i>, 15(2-3), 139-155.</li> <li>2. <b>Maula, D. I. (2021).</b> Perurusan Model Bisnis Sosial; Modest Fashion Enterprise. <i>Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia</i>.</li> </ol>
<b>Dosen Pengampu</b>	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC. Farah Nur Syafi'ah Wijayanti, S.M., M.Sc.

Matakuliah syarat		Manajemen Pemasaran					
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 (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar pemasaran berorientasi pasar dan mengenali pentingnya fokus pada kebutuhan konsumen dalam merancang strategi pemasaran.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Menjelaskan strategi berorientasi pasar beserta karakteristiknya</li> <li>Mendeskrripsikan kaitan antara strategi korporat, strategi bisnis, dan strategi pemasaran.</li> <li>Menjelaskan tantangan strategi berdasarkan isu-isu terkini</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	TM : 3 x 50 menit  Ceramah Diskusi	-	<b>Pengantar Strategi Pemasaran Berorientasi Pasar</b>  <b>Pustaka Utama: 1,2</b>	<b>2,5%</b>
	Mahasiswa mampu menganalisis peta persaingan dalam suatu industri, menggunakan alat-alat analisis seperti Porter's Five Forces dan SWOT untuk memahami posisi kompetitor.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Menjelaskan keterkaitan pasar dan strategi</li> <li>Mendeskrripsikan dan menganalisa konsumen</li> <li>Menganalisa persaingan</li> <li>Mengestimasi ukuran pasar</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	TM : 3 x 50 menit  Ceramah Diskusi	-	<b>Analisis Peta Persaingan dan Pesaing</b>  <b>Pustaka utama : 1,2</b>	<b>2,5%</b>
	Mahasiswa mampu mengidentifikasi segmen pasar yang	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mendeskrripsikan tingkatan dan jenis-jenis segmentasi pasar</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Kuis</li> <li>- Presentasi</li> </ul>	TM : 3 x 50 menit  Ceramah	-	<b>Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP)</b>	<b>5%</b>

	<p>potensial, menentukan pasar sasaran yang tepat, dan merumuskan strategi pemosisian yang efektif untuk mencapai keunggulan kompetitif.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Strategi dan segmentasi berorientasi pasar</li> <li>3. Menjelaskan aktivitas-aktivitas serta keputusan dalam segmentasi pasar</li> <li>4. Mengidentifikasi segmentasi pasar</li> <li>5. Menyusun segmentasi pasar</li> <li>6. Memilih strategi segmentasi</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	<p>Diskusi FGD</p>		<p><b>Pustaka utama : 2,3</b></p>	
	<p>Mahasiswa mampu memahami konsep CRM dan menerapkan teknik-teknik yang efektif untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan konsumen.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjelaskan peranan CRM</li> <li>2. Menerangkan proses penyusunan strategi CRM</li> <li>3. Menjelaskan proses penciptaan nilai</li> <li>4. Menjelaskan hubungan antara CRM dengan pemasaran strategis</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Kuis</li> <li>- Presentasi</li> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	<p>TM : 3 x 50 menit</p> <p>Ceramah Diskusi FGD</p>	<p>-</p>	<p><b>Manajemen Hubungan dengan Konsumen (Customer Relationship Management - CRM)</b></p> <p><b>Pustaka utama : 2</b> <b>Pustaka pendukung : 1</b></p>	<p><b>5%</b></p>
	<p>Mahasiswa mampu menerapkan metode dan alat analisis untuk memahami perilaku konsumen dan tren pasar, serta</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjelaskan strategi berorientasi pasar, market-sensing, dan proses pembelajaran</li> <li>2. Menjelaskan peranan informasi</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Kuis</li> <li>- Presentasi</li> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	<p>TM : 3 x 50 menit</p> <p>Ceramah Diskusi FGD</p>	<p>-</p>	<p><b>Analisis Konsumen dan Pasar</b></p> <p><b>Pustaka utama : 2,3</b></p>	<p><b>5%</b></p>

	<p>menggunakan data tersebut dalam pengambilan keputusan pemasaran.</p>	<p>dan pengetahuan sebagai sumber data dalam pemasaran</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Memahami intelegen pemasaran dan knowledge management</li> <li>4. Mendiskusikan isu-isu etika yang berhubungan dengan cara pengumpulan dan penggunaan informasi</li> </ol>					
	<p>Mahasiswa mampu menentukan pasar sasaran dengan pendekatan strategis dan menetapkan pemosisian yang efektif untuk produk atau jasa di pasar yang kompetitif.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjelaskan strategi dalam penargetan pasar sasaran</li> <li>2. Mengklasifikasikan penargetan sasaran pasar di berbagai macam lingkungan pemasaran</li> <li>3. Memahami strategi pemosisian (positioning) serta mengembangkan strategi positioning</li> <li>4. Mendeskripsikan cara-cara untuk mengukur tingkat efektivitas pemosisian</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Kuis</li> <li>- Presentasi</li> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	<p>TM : 3 x 50 menit</p> <p>Studi Kasus Diskusi FGD</p>	<p>-</p>	<p><b>Penentuan Pasar Sasaran dan Pemosisian Strategis</b></p> <p><b>Pustaka utama : 1,2</b></p>	<p><b>10%</b></p>

	<p>Mahasiswa mampu memahami pentingnya aliansi strategis antar organisasi dan menerapkan metode yang tepat untuk membentuk serta mempertahankan hubungan bisnis yang menguntungkan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendiskusikan pentingnya hubungan antar organisasi dan manfaatnya bagi pihak-pihak yang terkait</li> <li>2. Mendeskripsikan beberapa bentuk hubungan yang umum terjadi antara organisasi bisnis</li> <li>3. Menjelaskan bagaimana mengorganisir hubungan antar organisasi</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Kuis</li> <li>- Presentasi</li> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	<p>TM : 3 x 50 menit</p> <p>Presentasi Diskusi</p>	<p>-</p>	<p><b>Hubungan Strategis Antar Organisasi</b></p> <p><b>Pustaka utama : 1</b></p>	<p><b>20%</b></p>
	<p>Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan menerapkan peran strategis tenaga penjualan, internet, dan pemasaran langsung dalam mendukung keseluruhan strategi pemasaran.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjelaskan peranan tenaga penjual dalam lingkup strategi pemasaran</li> <li>2. Memaparkan strategi dalam memaksimalkan tenaga penjualan</li> <li>3. Menjelaskan peranan internet dan pemasaran langsung</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Kuis</li> <li>- Presentasi</li> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	<p>TM : 3 x 50 menit</p> <p>Diskusi FGD</p>	<p>-</p>	<p><b>Peran Tenaga Penjualan, Internet, dan Pemasaran Langsung</b></p> <p><b>Pustaka utama : 2</b></p>	<p><b>5%</b></p>

		dalam lingkup strategi pemasaran					
	Mahasiswa mampu memahami pentingnya inovasi dalam pemasaran dan merancang strategi untuk pengembangan dan peluncuran produk baru yang berpotensi sukses di pasar	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjelaskan inovasi sebagai proses yang berorientasi terhadap konsumen</li> <li>2. Mendeskripsikan proses perencanaan produk baru</li> <li>3. Menjelaskan bagaimana proses peluncuran produk baru mulai dari pengumpulan ide, evaluasi dan analisis bisnis, pengembangan produk, test pasar, hingga komersialisasi</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Kuis</li> <li>- Presentasi</li> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	<p>TM : 3 x 50 menit</p> <p>Diskusi FGD</p>	-	<p><b>Inovasi dalam Strategi Pemasaran</b></p> <p><b>Pustaka utama : 1</b></p>	<b>20%</b>
	Mahasiswa mampu mengelola merk secara strategis dengan mengidentifikasi dan membangun identitas merk yang kuat, serta merumuskan strategi untuk memperkuat posisi merk di pasar.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjelaskan peranan penting merk dan bagaimana pengaplikasian proses manajemen merk strategis</li> <li>2. Menjelaskan cara menganalisa performa dan kekuatan merk</li> <li>3. Menjelaskan bagaimana cara</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Kuis</li> <li>- Presentasi</li> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	<p>TM : 3 x 50 menit</p> <p>Diskusi FGD</p>	-	<p><b>Manajemen Merk Strategis</b></p> <p><b>Pustaka utama : 2</b> <b>Pustaka pendukung : 1,2</b></p>	<b>5%</b>

		<p>dalam mengukur ekuitas merk</p> <p>4. Menjelaskan pengelolaan strategi merk</p> <p>5. Menjelaskan pengelolaan portofolio merk</p>					
	<p>Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan konsep rantai nilai dalam pemasaran, serta mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan efisiensi dan nilai tambah dalam rantai pasokan.</p>	<p>1. Mendeskripsikan peranan strategis rantai nilai</p> <p>2. Menjelaskan macam-macam saluran serta pemilihan strategi saluran.</p> <p>3. Menjelaskan metode-metode pengelolaan saluran serta kaitannya dengan internasionalisasi saluran</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Kuis</li> <li>- Presentasi</li> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	<p>TM : 3 x 50 menit</p> <p>Praktik Diskusi</p>	-	<p><b>Strategi Rantai Nilai (Value Chain)</b></p> <p><b>Pustaka utama : 1</b></p>	<b>20%</b>
	<p>Mahasiswa mampu menentukan strategi penetapan harga yang tepat dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi harga, serta dampaknya</p>	<p>1. Menjelaskan peranan harga dan keterkaitannya dengan aspek-aspek lain dalam lingkup strategi pemasaran</p> <p>2. Menjelaskan metode-metode</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presensi</li> <li>- Kuis</li> <li>- Presentasi</li> <li>- Pemahaman mahasiswa</li> <li>- Keaktifan mahasiswa</li> </ul>	<p>TM : 3 x 50 menit</p> <p>Ceramah Diskusi FGD</p>	-	<p><b>Strategi Penetapan Harga</b></p> <p><b>Pustaka utama : 2</b> <b>Pustaka pendukung : 2</b></p>	<b>5%</b>

	terhadap pasar dan konsumen	umum dalam penetapan harga 3. Menjelaskan proses pengambilan keputusan dalam penentuan strategi harga					
	Mahasiswa mampu merancang dan menerapkan strategi promosi dan periklanan yang efektif, serta mengevaluasi keberhasilan kampanye promosi dalam mencapai tujuan pemasaran.	1. Menjelaskan peranan promosi dan bermacam-macam strategi promosi 2. Menjelaskan peranan promosi penjualan dan bermacam-macam strategi promosi penjualan 3. Menjelaskan periklanan dan bermacam-macam strategi periklanan	- Presensi - Kuis - Presentasi - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	TM : 3 x 50 menit  Ceramah Diskusi FGD	-	<b>Strategi Promosi dan Periklanan</b>  <b>Pustaka utama : 2</b> <b>Pustaka pendukung : 2</b>	<b>5%</b>
	Mahasiswa mampu mengimplementasikan strategi pemasaran yang telah dirumuskan dan melakukan pengendalian serta evaluasi untuk memastikan keberhasilan strategi tersebut dalam	1. Menjelaskan proses perencanaan strategi pemasaran 2. Menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana mengimplimentasikan rencana pemasaran strategis.	- Presensi - Kuis - Presentasi - Pemahaman mahasiswa - Keaktifan mahasiswa	TM : 3 x 50 menit  Ceramah Diskusi FGD	-	<b>Implementasi dan Pengendalian Strategi Pemasaran</b>  <b>Pustaka utama : 1,2</b> <b>Pustaka pendukung : 1,2</b>	<b>10%</b>

	mencapai tujuan organisasi.	<p>3. Menjelaskan metode-metode yang digunakan dalam mengevaluasi dan mengontrol strategi pemasaran</p> <p>4. Menjelaskan cara mengukur tingkat efektifitas dan performa dari aktivitas pemasaran</p> <p>5. Mendiskusikan isu-isu global terkini berkaitan dengan perencanaan, implementasi, dan pengendalian strategi pemasaran</p>					
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						

**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.

# Detail Pertemuan Perkuliahan

Dosen Pengampu Utama: DIMAS WIBISONO, S.E., M.B.A.

Mata Kuliah : Strategi Pemasaran

Kelas : 01

PERT.	HARI/JAM/TANGGAL	RUANG	JUDUL/ISI	HADIR	TIDAK HADIR
1	Selasa, 27 Februari 2024 08.45-10.30	MAM 408	PERTEMUAN 1 - Dosen: DEFIA IFSANTIN MAULA, S.I.P. M.B.A.	36	7
2	Selasa, 5 Maret 2024 08.45-10.30	MAM 408	PERTEMUAN 2 - Dosen: DEFIA IFSANTIN MAULA, S.I.P. M.B.A.	41	2
3	Selasa, 19 Maret 2024 08.45-10.30	MAM 408	PERTEMUAN 3 - Dosen: DEFIA IFSANTIN MAULA, S.I.P. M.B.A.	33	10
4	Selasa, 26 Maret 2024 08.45-10.30	MAM 408	PERTEMUAN 4 - Dosen: DEFIA IFSANTIN MAULA, S.I.P. M.B.A.	40	3
5	Senin, 22 April 2024 07.00-08.40	MAM 408	PERTEMUAN 5 - Dosen: DEFIA IFSANTIN MAULA, S.I.P. M.B.A.	43	0
6	Selasa, 23 April 2024 08.45-10.30	MAM 408	PERTEMUAN 6 - Dosen: DEFIA IFSANTIN MAULA, S.I.P. M.B.A.	37	6
7	Selasa, 23 April 2024 16.30-18.10	MAM 408	PERTEMUAN 7 - Dosen: DEFIA IFSANTIN MAULA, S.I.P. M.B.A.	43	0
8	Kamis, 23 Mei 2024 07.00-08.40	MAM 408	PERTEMUAN 8 - Dosen: FARAH NUR SYAFI'AH WIJAYANTI, S.E., M.Sc.	32	11
9	Senin, 27 Mei 2024 16.30-18.10	MAM 408	PERTEMUAN 9 - Dosen: FARAH NUR SYAFI'AH WIJAYANTI, S.E., M.Sc.	38	5
10	Senin, 3 Juni 2024 16.30-18.10	MAM 408	PERTEMUAN 10 - Dosen: FARAH NUR SYAFI'AH WIJAYANTI, S.E., M.Sc.	40	3
11	Senin, 10 Juni 2024 08.45-10.30	MAM 408	PERTEMUAN 11 - Dosen: FARAH NUR SYAFI'AH WIJAYANTI, S.E., M.Sc.	37	6
12	Senin, 10 Juni 2024 16.30-18.10	MAM 408	PERTEMUAN 12 - Dosen: FARAH NUR SYAFI'AH WIJAYANTI, S.E., M.Sc.	43	0
13	Kamis, 20 Juni 2024 08.45-10.30	MAM 408	PERTEMUAN 13 - Dosen: FARAH NUR SYAFI'AH WIJAYANTI, S.E., M.Sc.	31	12
14	Senin, 24 Juni 2024 16.30-18.10	MAM 408	PERTEMUAN 14 - Dosen: FARAH NUR SYAFI'AH WIJAYANTI, S.E., M.Sc.	36	7



UNIVERSITAS ALMA ATA  
S1 - MANAJEMEN

Jalan Brawijaya No.99, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Telp : (0274) 4342288

402  
300

PRESENSI PERKULIAHAN PROGRAM STUDI S1 - MANAJEMEN  
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Mata Kuliah : MNJ025 - Strategi Pemasaran  
Dosen : Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.  
Hari, Jam :

SKS/Kelas : 3/01  
T.A (Smt) : 2023-2 (06)  
Ruang :

NO.	NIM	NAMA	PARAF / PERTEMUAN KE							
			1	2	3	4	5	6	7	
1.	212400302	ABDUL ROHMAN		<i>Paraf</i>						
2.	212400295	AFIFAH RAHMAH MAHFUDAH		<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>
3.	212400287	ALFATIA RIHADATUL 'AISY		<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>
4.	212400304	ALI ZULFA ROIS ARIFA SAKTI		<i>Paraf</i>						
5.	212400271	ANANDA ADITYA SIDIK SAPUTRA	X	<i>Paraf</i>						
6.	212400329	ANGGITA	X	<i>Paraf</i>						
7.	212400278	ARDYANTO		<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>
8.	212400272	BILFA LUTHFIANA	X	<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>
9.	212400274	DHIMAS SETYA NUGRAHA		<i>Paraf</i>						
10.	212400286	ERNA NUR WIJAYANTI		<i>Paraf</i>						
11.	212400309	EVAN ARDIANSYAH		<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>
12.	212400273	EVI NUR SYAFITRI		<i>Paraf</i>						
13.	212400310	EVIANA		<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>
14.	212400330	FADEL ADHIANTA ABAS		<b>X</b>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>
15.	212400311	FAHRUL ANWAR		<i>Paraf</i>						
16.	212400313	GHANDI KRISNA PALUPI		<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>
17.	212400314	INDI BELLA SILVIA		<i>Paraf</i>						
18.	212400316	KHOFIFAH INDI FAUZIYAH		<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>
19.	212400317	LA ODE MUHAMMAD NUR MUBARAK		<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>
20.	212400291	LATIEFFATUL KHAIRUNNISA	X	<i>Paraf</i>						
21.	212400318	LUTFI FAKHRUL MUTTAQIN		<i>Paraf</i>						
22.	212400282	MAIN ALFI AINASALSABILA		<i>Paraf</i>						
23.	212400320	MEGA MAY RISA		<i>Paraf</i>						
24.	212400284	MILASARI		<i>Paraf</i>						
25.	212400322	MUHAMAD ZAINUL MUSTOFA	X	<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>
	212400288	MUHAMMAD SOFIAN		<i>Paraf</i>						
	212400298	MUHAMMAD SYAFIQ	X	<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>	<b>X</b>	<i>Paraf</i>	<i>Paraf</i>
	212400323	NOVIAN RISKA SAFITRI		<i>Paraf</i>						
	212400324	NOVITASARI		<i>Paraf</i>						
	212400285	RAHMATIKA HARITZA		<i>Paraf</i>						

MBKM

100



# UNIVERSITAS ALMA ATA S1 - MANAJEMEN

Jalan Brawijaya No.99, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Telp : (0274) 4342288

## PRESENSI PERKULIAHAN PROGRAM STUDI S1 - MANAJEMEN SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Mata Kuliah : MNJ025 - Strategi Pemasaran  
Dosen : Dimas Wibisono, S.E.,M.B.A.

SKS/Kelas : 3/01

T.A (Smt) : 2023-2 (06)

Ruang :

No	NIM	NAMA	PARAF / PERTEMUAN KE							
			8	9	10	11	12	13	14	
1	212400302	ABDUL ROHMAN			✓	✗	✓	✗		
2	212400295	AFIFAH RAHMAH MAHFUDAH			✓	✗	✓	✗		
3	212400287	ALFATIA RIHADATUL 'AISY			✓		✓			
4	212400304	ALI ZULFA ROIS ARIFA SAKTI			✓		✓			
5	212400271	ANANDA ADITYA SIDIK SAPUTRA			✓		✓			
6	212400329	ANGGITA			✓		✓			
7	212400278	ARDYANTO			✓		✓			
8	212400272	BILFA LUTHFIANA			✓		✓	✗		
9	212400274	DHIMAS SETYA NUGRAHA			✓		✓			
10	212400286	ERNA NUR WIJAYANTI			✓		✓			
11	212400309	EVAN ARDIANSYAH			✓		✓	✗		
12	212400273	EVI NUR SYAFITRI			✓		✓	✗		
13	212400310	EVIANA			✓		✓	✗		
14	212400330	FADEL ADHIANTA ABAS			✓		✓			
15	212400311	FAHRUL ANWAR			✓		✓			
16	212400313	GHANDI KRISNA PALUPI			✓	✗	✓	✗		
17	212400314	INDI BELLA SILVIA			✓		✓		✗	
18	212400316	KHOFIFAH INDI FAUZIYAH			✓		✓	✗	✗	
19	212400317	LA ODE MUHAMMAD NUR MUBARAK			✓		✓	✗	✗	
20	212400291	LATIEFFATUL KHAIRUNNISA			✓	✗	✓			
21	212400318	LUTFI FAKHRUL MUTTAQIN			✓		✓			
22	212400282	MAIN ALFI AINASALSABILA			✓		✓			
23	212400320	MEGA MAY RISA			✓		✓			
24	212400284	MILASARI			✓		✓			
25	212400322	MUHAMAD ZAINUL MUSTOFA			✓	✗	✓	✗		
26	212400288	MUHAMMAD SOFIAN			✓		✓	✗		
27	212400298	MUHAMMAD SYAFIQ			✓		✓			
28	212400323	NOVIAN RISKA SAFITRI			✓		✓			
29	212400324	NOVITASARI			✓		✓			
30	212400285	RAHMATIKA HARITZA			✓	✗	✓	✗	✗	

PRESENSI PERKULIAHAN PROGRAM STUDI S1 - MANAJEMEN  
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2023/2024

NIM	NAMA	PARAF / PERTEMUAN KE							
		8	9	10	11	12	13	14	
212400297	RHAFIKA MARETA SARI			✓		✓			
212400279	RISA AMANDA SARI			✓		✓			
212400289	RISKA FEBRIANTI			✓		✓			
212400296	RIZKI NURINA AFLAH			✓		✓			
212400283	RIZKY AFDANSYAKUR MALIK			✓	✗	✓		✗	
212400325	SATRIA HANDIKA ADI SAPUTRA			—	✗	✓	✗	✗	
212400332	SELVI SISILIA MARGARETTA			✓		✓	✗		
212400293	SITI KHAERiyAH			✓		✓			
212400277	SUFI DEWI UTAMI			✓		✓			
212400281	TIYAS SHINTA MALVIANA			✓		✓	✗		
212400333	VINA SOFIA AQLINA			✓		✓			

Yogyakarta,  
Dosen Pengampu

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

LISNAWATI

✓ i ✗

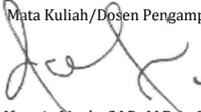
42

DAFTAR NILAI MAHASISWA  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ALMA ATA

Nama MK : MNJ025-Strategi Pemasaran  
Kelas/Semester : 01/06 (ENAM)

NIM	Nama Mahasiswa	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	Semester	Nama Kelas	Nilai Huruf	Nilai Angka	Kode Prodi	Nama Prodi
212400316	KHOFIFAH INDI FAUZIYAH	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	73	61201	MANAJEMEN
212400274	DHIMAS SETYA NUGRAHA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	A	84	61201	MANAJEMEN
212400273	EVI NUR SYAFITRI	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	A	85	61201	MANAJEMEN
212400291	LATIEFFATUL KHAIRUNNISA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	72	61201	MANAJEMEN
212400295	AFIFAH RAHMAH MAHFUDAH	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	71	61201	MANAJEMEN
212400286	ERNA NUR WIJAYANTI	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	AB	77	61201	MANAJEMEN
212400282	MAIN ALFI AINASALSABILA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	AB	75	61201	MANAJEMEN
212400320	MEGA MAY RISA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	A	86	61201	MANAJEMEN
212400323	NOVIAN RISKA SAFITRI	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	70	61201	MANAJEMEN
212400285	RAHMATIKA HARITZA (MSIB)	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	MBKM	0	61201	MANAJEMEN
212400289	RISKA FEBRIANTI	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	70	61201	MANAJEMEN
212400297	RHAFIKA MARETA SARI	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	A	85	61201	MANAJEMEN
212400296	RIZKI NURINA AFLAH	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	71	61201	MANAJEMEN
212400283	RIZKY AFDANSYAKUR MALIK	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	70	61201	MANAJEMEN
212400293	SITI KHAERIYAH	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	A	80	61201	MANAJEMEN
212400277	SUFI DEWI UTAMI	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	A	81	61201	MANAJEMEN
212400281	TIYAS SHINTA MALVIANA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	A	83	61201	MANAJEMEN
212400317	LA ODE MUHAMMAD NUR MUBARAK	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	C	60	61201	MANAJEMEN
212400310	EVIANA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	AB	75	61201	MANAJEMEN
212400314	INDI BELLA SILVIA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	72	61201	MANAJEMEN
212400302	ABDUL ROHMAN	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	71	61201	MANAJEMEN
212400271	ANANDA ADITYA SIDIK SAPUTRA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	A	85	61201	MANAJEMEN
212400329	ANGGITA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	70	61201	MANAJEMEN
212400278	ARDYANTO	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	72	61201	MANAJEMEN
212400272	BILFA LUTHFIANA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	AB	76	61201	MANAJEMEN
212400311	FAHRUL ANWAR	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	72	61201	MANAJEMEN
212400330	FADEL ADHIANTA ABAS	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	C	60	61201	MANAJEMEN
212400287	ALFATIA RIHADATUL 'AISY	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	70	61201	MANAJEMEN
212400318	LUTFI FAKHRUL MUTTAQIN	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	70	61201	MANAJEMEN
212400324	NOVITASARI	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	72	61201	MANAJEMEN
212400322	MUHAMAD ZAINUL MUSTOFA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	AB	76	61201	MANAJEMEN
212400279	RISA AMANDA SARI	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	72	61201	MANAJEMEN
212400284	MILASARI	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	AB	75	61201	MANAJEMEN
212400288	MUHAMMAD SOFIAN	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	74	61201	MANAJEMEN
212400298	MUHAMMAD SYAFIQ	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	AB	76	61201	MANAJEMEN
212400333	VINA SOFIA AQLINA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	71	61201	MANAJEMEN
212400309	EVAN ARDIANSYAH	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	72	61201	MANAJEMEN
212400313	GHANDI KRISNA PALUPI	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	74	61201	MANAJEMEN
212400332	SELVI SISILIA MARGARETTA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	74	61201	MANAJEMEN
212400304	ALI ZULFA ROIS ARIFA SAKTI	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	70	61201	MANAJEMEN
212400325	SATRIA HANDIKA ADI SAPUTRA	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	E	5	61201	MANAJEMEN
192400097	THORIQ ALFA RIZKI	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	meninggal	13	61201	MANAJEMEN
2023002101	LISNAWATI (PMM)	MNJ025	Strategi Pemasaran	6	1	B	73	61201	MANAJEMEN

LnO Mata Kuliah/Dosen Pengampu

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