

LAPORAN
HASIL ANALISIS KOMPETENSI, SILABUS, DAN
SATUAN ACARA PEMBELAJARAN

Mata Kuliah
MANAJEMEN TANIAGA



Oleh
Mariyah, SP.M.Si

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS MULAWARMAN
FAKULTAS PERTANIAN
SAMARINDA
2008

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas Rahmat dan Karunia-Nya jualah maka Laporan Akhir Pelatihan PEKERTI dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini tidak lupa Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman yang telah memberi fasilitas dan kesempatan kepada Penulis mengikuti Pelatihan PEKERTI.
2. Ketua P2AI Umnul, Drs.H. Eddy Subandrijo, M.Pd dan segenap instruktur pelatihan PEKERTI yang telah banyak memberikan pengetahuan yang sangat berharga bagi Penulis.
3. Pembimbing penyusunan Tugas Akhir, Drs Endang Erawan yang telah meluangkan waktu dan tenaganya
4. Teman-teman peserta pelatihan PEKERTI di lingkungan Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman atas bantuan dan kerjasamanya.

Semoga amal dan kebaikan yang diberikan mendapatkan berkah dan rahmat dari Allah SWT.

Wassalam

Samarinda, 23 Februari 2008

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Analisis Kompetensi	1
Silabus	2
Satuan Acara Pembelajaran 1	5
Satuan Acara Pembelajaran 2	7
Satuan Acara Pembelajaran 3	9
Satuan Acara Pembelajaran 4	11
Satuan Acara Pembelajaran 5	13
Satuan Acara Pembelajaran 6	15
Satuan Acara Pembelajaran 7	17
Satuan Acara Pembelajaran 8	20
Kisi-Kisi dan Soal Tes Uraian Quis 1	25
Kisi-Kisi dan Soal Tes Uraian Quis 2	26
Kisi-Kisi dan Soal Tes Uraian Semester	27
Biodata Pengajar	33

Lembar Pengesahan

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga
Kode MK :
SKS : 3 SKS
Semester : VII
Program Studi : Sosial Ekonomi Pertanian
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas : Pertanian
Universitas : Mulawarman
Dosen Pengajar : Mariyah, SP.MSi.
NIP : 132 304 128

Samarinda, 23 Februari 2008

Mengetahui
Dosen Pembimbing

Dosen Pengajar,

Drs. Endang Erawan
NIP. 131 412 623

Mariyah, SP.MSi.
NIP 132 304 128

Mengetahui
Dekan Faperta Unmul

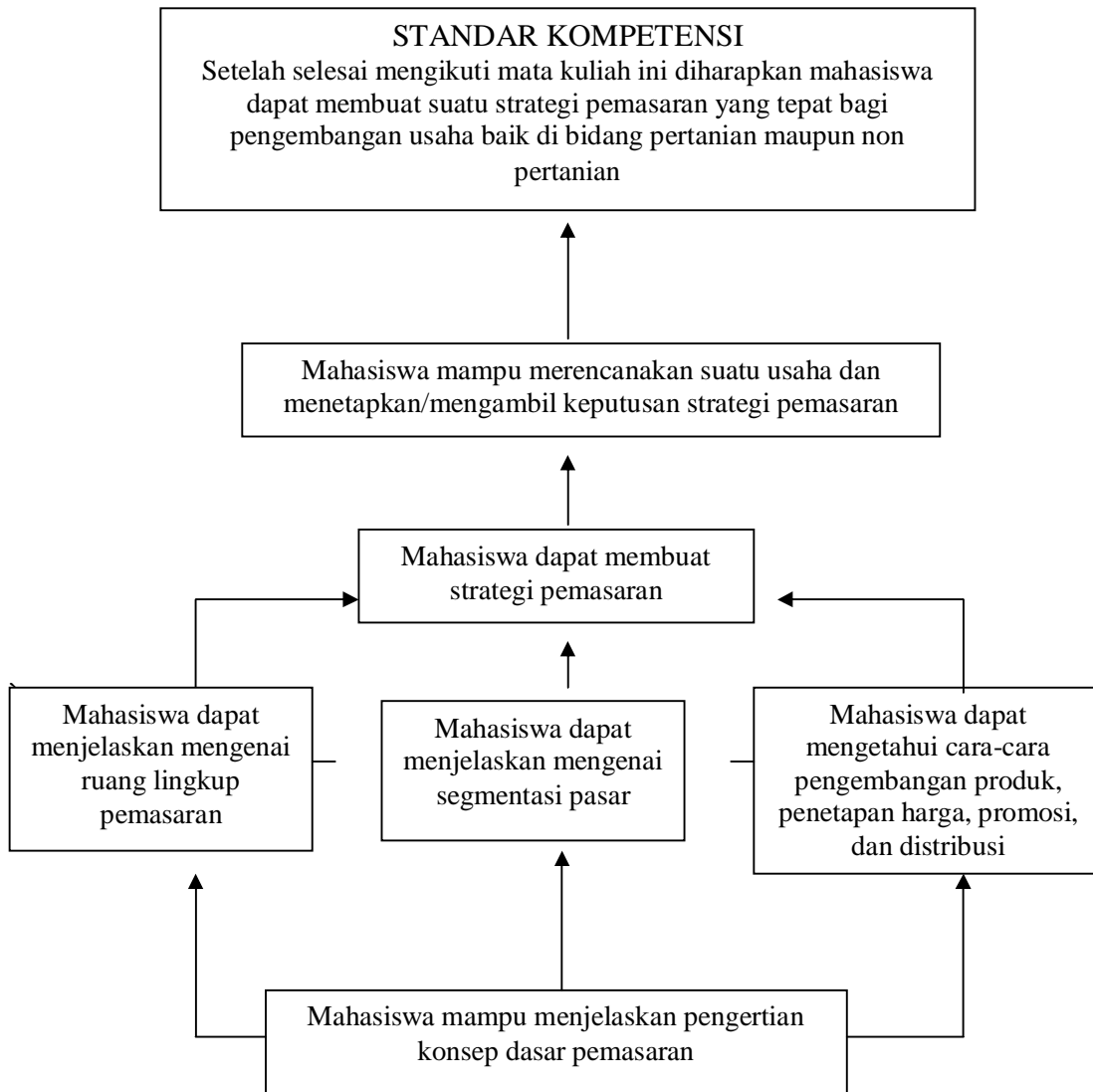
Ir. Rusmadi, MS,Ph.D
NIP. 131 784 008

BIODATA PENGAJAR

1. Nama : Mariyah, SP.MSi
2. NIP : 132 304 128
3. Pangkat/Golongan : Asisten Ahli/IIIa
4. Jabatan :
5. Pendidikan Terakhir : S2 Magister Sains
 - a. Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Ekonomi Pertanian
 - b. Fakultas : Ekonomi dan Manajemen
 - c. Perguruan Tinggi : Institut Pertanian Bogor
 - d. Tahun Lulus : 2008
6. Masa Kerja : 5 tahun 2 bulan
7. Unit Kerja :
 - a. Perguruan Tinggi : Universitas Mulawarman
 - b. Fakultas : Pertanian
 - c. Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian
 - d. Alamat Kantor : Jl. Pasir Balengkong, Kampus Gunung Kelua Samarinda
8. Alamat Rumah : Jl. H.Suwandi No.25 Samarinda
9. Mata Kuliah yang Diasuh Satu Tahun Lalu dan Sekarang
 - a. Manajemen Tataiaga
 - b. Matematika
 - c. Evaluasi Proyek
 - d. Ekonometrika
 - e. Ekonomi Produksi
 - f. Ekonomi Manajerial
10. Buku/Modul/Diktat/Handout untuk Mata Kuliah yang disusun/ditulis
 - a. Diktat : Tataniaga Pertanian dan Kewirausahaan
 - b. Handout :
 - Manajemen Tataniaga
 - Matematika

1. ANALISIS KOMPETENSI

Mata kuliah : Manajemen Tataniaga (2 SKS/ 2-0)



2. SILABUS

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga
 Kode/ SKS : / 2 SKS (2-0)
 Deskripsi : Mata kuliah ini berisi tentang 6 pokok bahasan yaitu : 1) konsep dasar dan ruang lingkup pemasaran, 2) pasar dan perilakunya, 3) barang, 4) harga, 5) saluran distribusi, 6) promosi, 7) Riset pemasaran dan sistem informasi pemasaran, 8) Perencanaan strategi pemasaran
 Standar Kompetensi (SK) : Setelah selesai mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa semester VII dapat membuat suatu rencana usaha, mampu mengembangkan produk, melakukan penetapan harga dan mampu membuat suatu strategi pemasaran yang tepat

NO	KOMPETENSI DASAR	MATERI PEMBELAJARAN	URAIAN MATERI PEMBELAJARAN	PENDEKATAN PEMBELAJARAN	WAKTU (MENIT)	MEDIA/ ALAT	PENILAI AN	REFERENSI/ KEPUSTAKAAN
1.	Mahasiswa menjelaskan konsep dasar dan ruang lingkup pemasaran	Pengertian konsep pemasaran dan ruang lingkupnya	1. Sifat dan ruang lingkup pemasaran 2. Konsep pemasaran 3. Sistem dan lingkungan pemasaran	1. Ceramah Interaktif 2. Diskusi	2 x 50	OHP White Board Spidol	Teknik/ Prosedur: Tes & Non Tes Bentuk : Tes Tulis – Uraian Lembar Penamatan Diskusi	1.Sofjan Assauri. 2002. Manajemen Pemasaran: dasar, Konsep, dan Strategi. 2.Indriyo Gitosudarmo.2000. Manajemen Pemasaran. 3.Philip Kotler, dkk. 2004. Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia. 4.Ismail Solihin.2005. Kamus Pemasaran.
2.	Mahasiswa menjelaskan pasar dan perilakunya	Penjabaraan pasar dan perilakunya	1. Segmentasi pasar(pengertian pasar, golongan, dan manfaat segmentasi pasar) 2. Perilaku konsumen	1. Ceramah Interaktif 2. Diskusi	2 x 50	LCD White Board	Teknik/ Prosedur: Tes & Non Tes	

							Bentuk : Tes Tulis – Uraian Lembar Penamatan Diskusi	
3	Mahasiswa menjelaskan mengenai barang	Perencanaan barang dan kebijakan barang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Arti Barang dan penggolongannya 2. Siklus kehidupan produk 3. Kebijakan dan strategi produk line 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah Interaktif 2. Diskusi 3. Penugasan 	4 x 50	LCD White Board Spidol		
4.	Mahasiswa dapat menjelaskan mengenai harga	Penentuan harga, metode dan strategi penetapan harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian dan teori harga 2. Tujuan Penetapan harga 3. Metode penentuan harga 4. Strategi dan kebijakan penetapan harga 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah Interaktif 2. Diskusi 3. Penugasan 	6x 50	LCD White Board Spidol	Teknik/ Prosedur: Tes & Non Tes Bentuk : Tes Tulis – Uraian Lembar Penamatan Diskusi	
5.	Quis 1							
6.	Mahasiswa dapat menjelaskan saluran distribusi	Saluran distribusi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian saluran distribusi 2. Macam-macam saluran distribusi 3. Manajemen saluran distribusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah Interaktif 2. Diskusi 3. Penugasan 	2x 50	LCD White Board Spidol	Teknik/ Prosedur: Tes & Non Tes Bentuk : Tes Tulis – Uraian Lembar Penamatan Diskusi	

7.	Mahasiswa dapat membuat perencanaan promosi	Perencanaan Promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian promosi 2. Macam-macam promosi 3. Perencanaan promosi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah Interaktif 2. Diskusi 3. Tugas Kelompok 	4 x 50	OHP White Board	<p>Teknik/ Prosedur: Tes & Non Tes</p> <p>Bentuk : Tes Tulis – Uraian</p> <p>Lembar Penamatan Diskusi</p>	.
8.	Mahasiswa memahami mengenai riset pemasaran dan sistem informasi pemasaran	Riset pemasaran dan sistem informasi pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Riset Pemasaran 2. Proses riset pemasaran 3. Pentingnya sistem informasi pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ceramah Interaktif 2. Diskusi 	8 x 50	OHP White Board	<p>Teknik/ Prosedur: Tes & Non Tes</p> <p>Bentuk : Tes Tulis – Uraian</p> <p>Lembar Penamatan Diskusi</p>	.
9.	Mahasiswa dapat membuat perencanaan strategi pemasaran	Perencanaan strategi pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pentingnya perencanaan strategis 2. Tahap-tahap perencanaan strategis 3. Formulasi strategi pemasaran 					
10.	Quis 2							

3. SATUAN ACARA PEMBELAJARAN (SAP) 1

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga
Kode/ SKS :/ 2 SKS (2-0)
Waktu Pertemuan : 2 x 50 menit
Pertemuan ke : I (Satu)

A. Standar Kompetensi (SK) : Setelah selesai mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa semester VII dapat membuat suatu rencana usaha, mampu mengembangkan produk, melakukan penetapan harga dan mampu membuat suatu strategi pemasaran yang tepat

B. Kompetensi Dasar (KD) : Mahasiswa menjelaskan konsep dasar pemasaran dan ruang lingkupnya, serta perkembangan manajemen pemasaran

C. Materi Pembelajaran : Pengertian pemasaran dan ruang lingkupnya serta perkembangan manajemen pemasaran

D. Uraian Materi Pembelajaran :
1. Pengertian pemasaran dan ruang lingkupnya
2. Konsep pemasaran dan perkembangan manajemen pemasaran
3. Sistem dan lingkungan pemasaran

E. Strategi Pembelajaran : Ceramah interaktif, Diskusi dan Penugasan

F. Kegiatan Pembelajaran

TAHAP KEGIATAN	KEGIATAN MAHASISWA	KEGIATAN PENGAJAR/DOSEN	MEDIA & ALAT
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjawab salam2. Berdoa3. Memperkenalkan diri4. Membahas kontrak perkuliahan bersama dosen5. Memperhatikan dan bertanya6. Memperhatikan dan bertanya membuat peta konsep/struktur materi	<ol style="list-style-type: none">1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan3. Dosen memperkenalkan diri & meminta mahasiswanya memperkenalkan diri4. Menjelaskan tata tertib umum dan kontrak kuliah5. Menjelaskan SK & KD	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi

		matakuliah manajemen tataniaga 6. Membuat peta konsep/struktur materi	
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 2. Bertanya tentang hal yang perlu 3. Memperhatikan dan merespon umpan balik 4. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 5. Bertanya tentang hal yang perlu 6. Memperhatikan dan merespon umpan balik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan definisi & peranan pemasaran 2. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 3. Memberikan umpan balik 4. Menjelaskan konsep pemasaran dan perkembangan manajemen pemasaran 5. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 6. Memberikan umpan balik 7. Menjelaskan sistem dan lingkungan pemasaran 8. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 9. Memberikan umpan balik 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi Handout
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat kesimpulan atau rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Memperhatikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta mahasiswa menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah kepada mahasiswa untuk membaca buku 3. Memberikan manfaat materi 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi

G. PENILAIAN

1. a. Prosedur : Tes & Non tes
- b. Bentuk Soal : Tes tertulis - uraian
- c. Soal :
1. Apa manfaat mempelajari manajemen tataniaga ?
- d. Lembar Pengamatan Diskusi Kelompok
 (terlampir)
2. Tugas Rumah : Membaca buku teks dan handout dengan materi pertemuan 1

H. Referensi

5. Sofjan Assauri. 2002. Manajemen Pemasaran: dasar, Konsep, dan Strategi.
6. Indriyo Gitosudarmo.2000. Manajemen Pemasaran.
7. Philip Kotler, dkk. 2004. Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia.
8. Ismail Solihin.2005. Kamus Pemasaran.

SATUAN ACARA PEMBELAJARAN (SAP) 2

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga
 Kode/ SKS :/ 2 SKS (2-0)
 Waktu Pertemuan : 2 x 50 menit
 Pertemuan ke : II (Dua)

- A. Standar Kompetensi (SK) : Setelah selesai mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa semester VII dapat membuat suatu rencana usaha, mampu mengembangkan produk, melakukan penetapan harga dan mampu membuat suatu strategi pemasaran yang tepat
- B. Kompetensi Dasar (KD) : Mahasiswa menjelaskan segmenatasi pasar dan perilaku konsumen
- C. Materi Pembelajaran : Penjabaraan pasar dan perilakunya
3. D. Uraian Materi Pembelajaran :1. Segmentasi pasar(pengertian pasar, golongan, dan manfaat segmentasi pasar)
 2. Perilaku konsumen
- E. Strategi Pembelajaran : Ceramah interaktif, Diskusi dan Penugasan

F. Kegiatan Pembelajaran

TAHAP KEGIATAN	KEGIATAN MAHASISWA	KEGIATAN PENGAJAR/DOSEN	MEDIA & ALAT
Pendahuluan	1. Menjawab salam 2. Berdoa 3. Memperhatikan dan menjawab pertanyaan	1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa 2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan 3. Menanyakan materi pertemuan sebelumnya.	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi
Penyajian	1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 2. Bertanya tentang hal-hal yang perlu 3. Memperhatikan dan merespon umpan balik	1. Menjelaskan segmentasi pasar dan perilaku konsumen 2. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 3. Memberikan umpan balik	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi Handout

Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat kesimpulan/rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Berdoa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta mahasiswa menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah pada mahasiswa membaca buku dan handout 3. Mengajak mahasiswa berdoa. 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi
---------	--	---	---

G. PENILAIAN

1. a. Prosedur : Tes & Non tes
- b. Bentuk Soal : Tes tertulis - uraian
- c. Soal :
1. Menguraikan mengenai segmentasi pasar dan perilaku konsumen pada masing-masing segmen pasar?
- d. Lembar Pengamatan Diskusi Kelompok
..... (terlampir)

H. Referensi

1. 1. Sofjan Assauri. 2002. Manajemen Pemasaran: dasar, Konsep, dan Strategi.
2. Indriyo Gitosudarmo. 2000. Manajemen Pemasaran.
3. Philip Kotler, dkk. 2004. Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia.
4. Ismail Solihin. 2005. Kamus Pemasaran.

SATUAN ACARA PEMBELAJARAN (SAP) 3

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga

Kode/ SKS :/ 2 SKS (2-0)

Waktu Pertemuan : 4 x 50 menit

Pertemuan ke : III dan IV

A. Standar Kompetensi (SK) : Setelah selesai mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa semester VII dapat membuat suatu rencana usaha, mampu mengembangkan produk, melakukan penetapan harga dan mampu membuat suatu strategi pemasaran yang tepat

B. Kompetensi Dasar (KD) : Mahasiswa menjelaskan perencanaan barang dan kebijakan barang

C. Materi Pembelajaran : Perencanaan Barang dan Kebijakan Barang

D. Uraian Materi Pembelajaran :

1. Arti Barang dan penggolongannya
2. Siklus kehidupan produk
3. Kebijakan dan strategi produk line

E. Strategi Pembelajaran : Ceramah interaktif, Diskusi dan Penugasan

F. Kegiatan Pembelajaran

TAHAP KEGIATAN	KEGIATAN MAHASISWA	KEGIATAN PENGAJAR/DOSEN	MEDIA & ALAT
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjawab salam2. Berdoa3. Memperhatikan dan menjawab pertanyaan	<ol style="list-style-type: none">1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan3. Menanyakan materi pertemuan sebelumnya.	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan2. Bertanya tentang hal-hal yang perlu3. Memperhatikan dan merespon	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan arti dan penggolongan barang2. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya3. Memberikan umpan balik	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi Handout

	umpan balik		
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat kesimpulan/rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Berdoa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta mahasiswa menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah pada mahasiswa membaca buku dan handout 3. Mengajak mahasiswa berdoa. 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi
<u>Pertemuan 4</u> Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjawab salam 2. Berdoa 3. Memperhatikan dan menjawab pertanyaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa 2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan 3. Menanyakan materi pertemuan sebelumnya. 	White Board Spidol
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 2. Bertanya tentang hal-hal yang perlu 3. Memperhatikan dan merespon umpan balik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan Siklus kehidupan produk dan strategi product line 2. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 3. Memberikan umpan balik 	OHP Tansparansi White Board Spidol Handout
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat kesimpulan/rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Berdoa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta mahasiswa menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah pada mahasiswa membaca buku dan handout 3. Mengajak mahasiswa berdoa 	White Board Spidol

G. PENILAIAN

1. a. Prosedur : Tes & Non tes
- b. Bentuk Soal : Tes tertulis - uraian
- c. Soal :

1. Apa yang dimaksud dengan barang ?
2. Sebutkan penggolongan barang ?
3. Bagaimana siklus kehidupan produk dan karakteristik produk pada masing-masing tahap?
4. Bagaimana strategi yang dilaksanakan pada masing-masing tahap?

d. Lembar Pengamatan Diskusi Kelompok
..... (terlampir)

H. Referensi

1. Sofjan Assauri. 2002. Manajemen Pemasaran: dasar, Konsep, dan Strategi.
2. Indriyo Gitosudarmo.2000. Manajemen Pemasaran.
3. Philip Kotler, dkk. 2004. Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia.
4. Ismail Solihin.2005. Kamus Pemasaran.

SATUAN ACARA PEMBELAJARAN (SAP) 4

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga

Kode/ SKS :/ 2 SKS (2-0)

Waktu Pertemuan : 4 x 50 menit

Pertemuan ke : V dan VI

A. Standar Kompetensi (SK) : Setelah selesai mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa semester VII dapat membuat suatu rencana usaha, mampu mengembangkan produk, melakukan penetapan harga dan mampu membuat suatu strategi pemasaran yang tepat

B. Kompetensi Dasar (KD) : Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian harga, metode, dan strategi penetapan harga

C. Materi Pembelajaran : Pengertian harga, metode, dan strategi penetapan harga

D. Uraian Materi Pembelajaran : 1. Pengertian dan teori harga
2. Tujuan Penetapan harga
3. Metode penentuan harga
4. Strategi dan kebijakan penetapan harga

E. Strategi Pembelajaran : Ceramah interaktif, Diskusi dan Penugasan

F. Kegiatan Pembelajaran

TAHAP KEGIATAN	KEGIATAN MAHASISWA	KEGIATAN PENGAJAR/DOSEN	MEDIA & ALAT
Pertemuan 5 Pendahuluan	1. Menjawab salam 2. Berdoa 3. Memperhatikan dan menjawab pertanyaan	1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa 2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan 3. Menanyakan materi pertemuan sebelumnya.	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi
Penyajian	1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 2. Bertanya tentang hal-hal yang perlu	1. Menjelaskan pengertian dan teori harga serta metode penentuan harga 2. Memberikan kesempatan	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi Handout

	3. Memperhatikan dan merespon umpan balik	mahasiswa bertanya 3. Memberikan umpan balik	
Penutup	1. Membuat kesimpulan/rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Berdoa	1. Meminta mahasiswa menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah pada mahasiswa membaca buku dan handout 3. Mengajak mahasiswa berdoa	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi
<u>Pertemuan 6</u> Pendahuluan	1. Menjawab salam 2. Berdoa 3. Memperhatikan dan menjawab pertanyaan	1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa 2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan 3. Menanyakan materi pertemuan sebelumnya.	White Board Spidol
Penyajian	1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 2. Bertanya tentang hal-hal yang perlu 3. Memperhatikan dan merespon umpan balik	1. Menjelaskan strategi dan kebijakan penetapan harga 2. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 3. Memberikan umpan balik	OHP Tansparansi White Board Spidol Handout
Penutup	1. Membuat kesimpulan/rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Berdoa	1. Meminta mahasiswa menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah pada mahasiswa membaca buku dan handout 3. Mengajak mahasiswa berdoa	White Board Spidol

G. PENILAIAN

1. a. Prosedur : Tes & Non tes
- b. Bentuk Soal : Tes tertulis - uraian

c. Soal :

Pertemuan 5 dan 6

1. Apa yang dimaksud dengan harga?
2. Bagaimana proses terbentuknya harga
3. Apa tujuan penetapan harga?
4. Hal-hal apa yang saja yang menjadi dasar penetapan harga?
5. sebutkan metode-metode penentuan harga?
6. Jelaskan mengenai strategi penetapan harga?

d. Lembar Pengamatan Diskusi Kelompok

H. Referensi

1. Sofjan Assauri. 2002. Manajemen Pemasaran: dasar, Konsep, dan Strategi.
2. Indriyo Gitosudarmo.2000. Manajemen Pemasaran.
3. Philip Kotler, dkk. 2004. Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia.
4. Ismail Solihin.2005. Kamus Pemasaran.

SATUAN ACARA PEMBELAJARAN (SAP) 5

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga
Kode/ SKS :/ 2 SKS (2-0)
Waktu Pertemuan : 2 x 50 menit
Pertemuan ke : VII → Quis

A. Standar Kompetensi (SK) : Setelah selesai mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa semester VII dapat membuat suatu rencana usaha, mampu mengembangkan produk, melakukan penetapan harga dan mampu membuat suatu strategi pemasaran yang tepat

B. Kompetensi Dasar (KD) : Mahasiswa menjelaskan materi dari pertemuan 1 s.d 6

C. Materi Pembelajaran : Materi Pertemuan 1 s.d 6

D. Uraian Materi Pembelajaran :

1. Pengertian pemasaran
2. Segmentasi Pasar
3. Pengertian barang dan siklus kehidupan produk
4. Harga dan metode penentuan harga

E. Strategi Pembelajaran : Penugasan

F. Kegiatan Pembelajaran

TAHAP KEGIATAN	KEGIATAN MAHASISWA	KEGIATAN PENGAJAR/DOSEN	MEDIA & ALAT
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjawab salam2. Berdoa	<ol style="list-style-type: none">1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan3. Menanyakan kesiapan mahasiswa untuk memulai Quis	
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan penjelasan sebelum memulai Quis	<ol style="list-style-type: none">1. Membagikan lembar soal dan lembar jawaban	Lembar soal dan lembar jawaban

	2. Menjawab soal yang telah dibagikan dengan baik dan tenang	2. Memberikan penjelasan terhadap soal yang kurang jelas 3. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk membaca soal dan menanyakan hal-hal yang tidak jelas 4. Mengawasi selama quis berlangsung	
Penutup	1. Mengumpulkan lembar jawaban setelah selesai mengerjakan 2. Berdoa	1. Meminta mahasiswa mengumpulkan lembar jawaban dari quis yang telah dikerjakan 2. Mengajak mahasiswa berdoa.	

G. PENILAIAN

1. a. Prosedur : Tes & Non tes
- b. Bentuk Soal : Tes tertulis - uraian
- c. Soal Quis : Terlampir
- d. Lembar Pengamatan Diskusi Kelompok

H. Referensi

1. Sofjan Assauri. 2002. Manajemen Pemasaran: dasar, Konsep, dan Strategi.
2. Indriyo Gitosudarmo.2000. Manajemen Pemasaran.
3. Philip Kotler, dkk. 2004. Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia.
4. Ismail Solihin.2005. Kamus Pemasaran.

SATUAN ACARA PEMBELAJARAN (SAP) 6

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga
Kode/ SKS :/ 3 SKS (2-1)
Waktu Pertemuan : 2 x 50 menit
Pertemuan ke : VIII

A. Standar Kompetensi (SK) : Setelah selesai mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa semester VII dapat membuat suatu rencana usaha, mampu mengembangkan produk, melakukan penetapan harga dan mampu membuat suatu strategi pemasaran yang tepat

B. Kompetensi Dasar (KD) : Mahasiswa menjelaskan saluran distribusi

C. Materi Pembelajaran : Pengertian saluran distribusi, macam-macam saluran distribusi dan manajemen distribusi

D. Uraian Materi Pembelajaran :
1. Pengertian saluran distribusi
2. Macam-macam saluran distribusi
3. Manajemen saluran distribusi

E. Strategi Pembelajaran : Ceramah interaktif, Diskusi dan Penugasan

F. Kegiatan Pembelajaran

TAHAP KEGIATAN	KEGIATAN MAHASISWA	KEGIATAN PENGAJAR/DOSEN	MEDIA & ALAT
Pendahuluan	1. Menjawab salam 2. Berdoa 3. Memperhatikan dan menjawab pertanyaan	1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa 2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan 3. Membagikan hasil Quis pada pertemuan sebelumnya dan menanyakan hal-hal yang kurang dimengerti	Whiteboard, Spidol

Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 2. Bertanya tentang hal-hal yang perlu 3. Memperhatikan dan merespon umpan balik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan pengertian saluran distribusi, dan macam-macam saluran distribusi serta manajemennya 2. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 3. Memberikan umpan balik 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi Handout
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat kesimpulan/rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Berdoa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta mahasiswa menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah pada mahasiswa membaca buku dan handout 3. Mengajak mahasiswa berdoa. 	

G. PENILAIAN

1. a. Prosedur : Tes & Non tes
- b. Bentuk Soal : Tes tertulis - uraian
- c. Soal :
1. Jelaskan pengertian saluran distribusi?
2. jelaskan macam-macam saluran distribusi!
- d. Lembar Pengamatan Diskusi Kelompok

H. Referensi

1. Sofjan Assauri. 2002. Manajemen Pemasaran: dasar, Konsep, dan Strategi.
2. Indriyo Gitosudarmo.2000. Manajemen Pemasaran.
3. Philip Kotler, dkk. 2004. Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia.
4. Ismail Solihin.2005. Kamus Pemasaran.

SATUAN ACARA PEMBELAJARAN (SAP) 7

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga
Kode/ SKS :/ 2 SKS (2-0)
Waktu Pertemuan : 4 x 50 menit
Pertemuan ke : IX dan X

A. Standar Kompetensi (SK) : Setelah selesai mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa semester VII dapat membuat suatu rencana usaha, mampu mengembangkan produk, melakukan penetapan harga dan mampu membuat suatu strategi pemasaran yang tepat

B. Kompetensi Dasar (KD) : Mahasiswa mampu melakukan perencanaan promosi

C. Materi Pembelajaran : Perencanaan promosi

D. Uraian Materi Pembelajaran :
1. Pengertian promosi
2. Macam-macam promosi
3. Perencanaan promosi

E. Strategi Pembelajaran : Ceramah interaktif, Diskusi dan Penugasan

F. Kegiatan Pembelajaran

TAHAP KEGIATAN	KEGIATAN MAHASISWA	KEGIATAN PENGAJAR/DOSEN	MEDIA & ALAT
Pertemuan 9 Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjawab salam2. Berdoa3. Memperhatikan dan menjawab pertanyaan	<ol style="list-style-type: none">1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan3. Menanyakan materi pertemuan	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi

		sebelumnya.	
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 2. Bertanya tentang hal-hal yang perlu 3. Memperhatikan dan merespon umpan balik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan pengertian promosi, dan macam-macam promosi 2. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 3. Memberikan umpan balik 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi Handout
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat kesimpulan/rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Berdoa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta mahasiswa menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah pada mahasiswa membaca buku dan handout serta membuat tugas mengenai promosi 3. Mengajak mahasiswa berdoa. 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi
Pertemuan 10			
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjawab salam 2. Berdoa 3. Memperhatikan dan menjawab pertanyaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa 2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan 3. Menanyakan materi pertemuan sebelumnya dan tugas yang diberikan 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 2. Bertanya tentang hal-hal yang perlu 3. Memperhatikan dan merespon umpan balik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan teknik perencanaan promosi 2. Melakukan diskusi mengenai tugas promosi yang telah dibuat oleh mahasiswa secara berkelompok 3. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 3. Memberikan umpan balik 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi Handout
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta mahasiswa 	

	kesimpulan/rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Berdoa	menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah pada mahasiswa membaca buku dan handout 3. Mengajak mahasiswa berdoa.	
--	---	--	--

G. PENILAIAN

1. a. Prosedur : Tes & Non tes
- b. Bentuk Soal : Tes tertulis - uraian
- c. Soal :
 1. Jelaskan pengertian promosi?
 2. Sebutkan macam-macam promosi?
 3. Ambillah suatu produk dan buat suatu bentuk promosi terhadap produk tersebut!

d. Lembar Pengamatan Diskusi Kelompok

H. Referensi

1. Sofjan Assauri. 2002. Manajemen Pemasaran: dasar, Konsep, dan Strategi.
2. Indriyo Gitosudarmo.2000. Manajemen Pemasaran.
3. Philip Kotler, dkk. 2004. Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia.
4. Ismail Solihin.2005. Kamus Pemasaran.

SATUAN ACARA PEMBELAJARAN (SAP) 8

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga
Kode/ SKS :/ 2 SKS (2-0)
Waktu Pertemuan : 4 x 50 menit
Pertemuan ke : XI dan XII

A. Standar Kompetensi (SK) : Setelah selesai mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa semester VII dapat membuat suatu rencana usaha, mampu mengembangkan produk, melakukan penetapan harga dan mampu membuat suatu strategi pemasaran yang tepat

B. Kompetensi Dasar (KD) : Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian riset pemasaran dan prosesnya serta pentingnya sistem informasi pemasaran

C. Materi Pembelajaran : 1. Pengertian riset pemasaran
2. Proses riset pemasaran
3. Pentingnya sistem informasi pemasaran

D. Uraian Materi Pembelajaran:

E. Strategi Pembelajaran : Ceramah interaktif, Diskusi dan Penugasan

F. Kegiatan Pembelajaran

TAHAP KEGIATAN	KEGIATAN MAHASISWA	KEGIATAN PENGAJAR/DOSEN	MEDIA & ALAT
Pertemuan 11 Pendahuluan	1. Menjawab salam 2. Berdoa 3. Memperhatikan dan menjawab pertanyaan	1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa 2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan 3. Menanyakan materi pertemuan	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi

		sebelumnya.	
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 2. Bertanya tentang hal-hal yang perlu 3. Memperhatikan dan merespon umpan balik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan pengertian riset pemasaran dan prosesnya 2. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 3. Memberikan umpan balik 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi Handout
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat kesimpulan/rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Berdoa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta mahasiswa menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah pada mahasiswa membaca buku dan handout 3. Mengajak mahasiswa berdoa 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi
<u>Pertemuan 12</u> Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjawab salam 2. Berdoa 3. Memperhatikan dan menjawab pertanyaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa 2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan 3. Menanyakan materi pertemuan sebelumnya. 	White Board Spidol
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 2. Bertanya tentang hal-hal yang perlu 3. Memperhatikan dan merespon umpan balik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan lanjutan mengenai pentingnya sistem informasi pemasaran 2. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 3. Memberikan umpan balik 	OHP Tansparansi White Board Spidol Handout
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat kesimpulan/rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Berdoa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta mahasiswa menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah pada mahasiswa membaca buku dan handout 3. Mengajak mahasiswa berdoa 	White Board Spidol

G. PENILAIAN

1. a. Prosedur : Tes & Non tes
- b. Bentuk Soal : Tes tertulis - uraian
- c. Soal :

Pertemuan 12, 13, 14, dan 15

1. Apa yang dimaksud dengan riset pemasaran
 2. Jelaskan proses riset pemasaran!
 3. Mengapa sistem informasi pemasaran diperlukan?
- d. Lembar Pengamatan Diskusi Kelompok

H. Referensi

1. Sofjan Assauri. 2002. Manajemen Pemasaran: dasar, Konsep, dan Strategi.
2. Indriyo Gitosudarmo.2000. Manajemen Pemasaran.
3. Philip Kotler, dkk. 2004. Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia.
4. Ismail Solihin.2005. Kamus Pemasaran.

SATUAN ACARA PEMBELAJARAN (SAP) 9

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga
Kode/ SKS :/ 2 SKS (2-0)
Waktu Pertemuan : 4 x 50 menit
Pertemuan ke : XIII dan XIV

A. Standar Kompetensi (SK) : Setelah selesai mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa semester VII dapat membuat suatu rencana usaha, mampu mengembangkan produk, melakukan penetapan harga dan mampu membuat suatu strategi pemasaran yang tepat

B. Kompetensi Dasar (KD) : Mahasiswa mampu menjelaskan pentingnya perencanaan strategi pemasaran

C. Materi Pembelajaran : 1. Pentingnya perencanaan strategis
2. Tahap-tahap perencanaan strategis
3. Formulasi strategi pemasaran

D. Uraian Materi Pembelajaran:

E. Strategi Pembelajaran : Ceramah interaktif, Diskusi dan Penugasan

F. Kegiatan Pembelajaran

TAHAP KEGIATAN	KEGIATAN MAHASISWA	KEGIATAN PENGAJAR/DOSEN	MEDIA & ALAT
Pertemuan 13 Pendahuluan	1. Menjawab salam 2. Berdoa 3. Memperhatikan dan menjawab pertanyaan	1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa 2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan 3. Menanyakan materi pertemuan sebelumnya.	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi

Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 2. Bertanya tentang hal-hal yang perlu 3. Memperhatikan dan merespon umpan balik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan pentingnya perencanaan strategis dan tahap-tahapnya 2. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 3. Memberikan umpan balik 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi Handout
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat kesimpulan/rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Berdoa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta mahasiswa menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah membuat suatu perencanaan strategi 3. Mengajak mahasiswa berdoa 	Whiteboard, Spidol OHP, Transparansi
<u>Pertemuan 14</u> Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjawab salam 2. Berdoa 3. Memperhatikan dan menjawab pertanyaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberi salam dan menyapa mahasiswa 2. Mengajak mahasiswa berdoa sebelum perkuliahan 3. Menanyakan materi pertemuan sebelumnya dan tugas yang dibuat 	White Board Spidol
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan & mengajukan pertanyaan 2. Bertanya tentang hal-hal yang perlu 3. Memperhatikan dan merespon umpan balik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan lanjutan mengenai formulasi strategi pemasaran 2. Melakukan diskusi mengenai tugas yang dibuat 3. Memberikan kesempatan mahasiswa bertanya 	OHP Tansparansi White Board Spidol Handout
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat kesimpulan/rangkuman 2. Melaksanakan tugas di rumah 3. Berdoa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta mahasiswa menyimpulkan materi kuliah 2. Memberikan tugas rumah pada mahasiswa membaca buku dan handout sebagai persiapan quis 3. Mengajak mahasiswa berdoa 	White Board Spidol

G. PENILAIAN

1. a. Prosedur : Tes & Non tes
- b. Bentuk Soal : Tes tertulis - uraian
- c. Soal :

Pertemuan 13 dan 14

1. Apa manfaat perencanaan strategi pemasaran?
 2. Jelaskan tahap-tahap perencanaan strategis!
 3. Membuat formulasi strategi pemasaran!
- d. Lembar Pengamatan Diskusi Kelompok

H. Referensi

1. Sofjan Assauri. 2002. Manajemen Pemasaran: dasar, Konsep, dan Strategi.
2. Indriyo Gitosudarmo.2000. Manajemen Pemasaran.
3. Philip Kotler, dkk. 2004. Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia.
4. Ismail Solihin.2005. Kamus Pemasaran.

SATUAN ACARA PEMBELAJARAN (SAP) 10

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga
Kode/ SKS :/ 2 SKS (2-0)
Waktu Pertemuan : 2 x 50 menit
Pertemuan ke : XV (Enambelas) → Quis 2

A. Standar Kompetensi (SK) : Setelah selesai mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa semester VII dapat membuat suatu rencana usaha, mampu mengembangkan produk, melakukan penetapan harga dan mampu membuat suatu strategi pemasaran yang tepat

B. Kompetensi Dasar (KD) : Mahasiswa menjelaskan materi dari pertemuan 8 s.d 14

C. Materi Pembelajaran : Materi Pertemuan 8 s/d 14

D. Uraian Materi Pembelajaran :

1. Pengertian saluran distribusi
2. Macam-macam saluran distribusi
3. Manajemen saluran
4. Promosi
5. Macam-macam promosi
6. Pengertian riset pemasaran
7. Proses riset pemasaran
8. Manfaat sistem informasi pemasaran
9. Manfaat perencanaan strategis pemasaran
10. Tahap-tahap perencanaan strategis
11. Formulasi strategi Pemasaran

E. Strategi Pembelajaran : Penugasan

F. Kegiatan Pembelajaran

TAHAP KEGIATAN	KEGIATAN MAHASISWA	KEGIATAN PENGAJAR/DOSEN	MEDIA & ALAT
Pendahuluan	3. Menjawab salam 4. Berdoa	4. Memberi salam dan menyapa mahasiswa 5. Mengajak mahasiswa berdoa	

		sebelum perkuliahan 6. Menanyakan kesiapan mahasiswa untuk memulai Quis	
Penyajian	3. Memperhatikan penjelasan sebelum memulai Quis 4. Menjawab soal yang telah dibagikan dengan baik dan tenang	5. Membagikan lembar soal dan lembar jawaban 6. Memberikan penjelasan terhadap soal yang kurang jelas 7. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk membaca soal dan menanyakan hal-hal yang tidak jelas 8. Mengawasi selama quis berlangsung	Lembar soal dan lembar jawaban
Penutup	3. Mengumpulkan lembar jawaban setelah selesai mengerjakan 4. Berdoa	3. Meminta mahasiswa mengumpulkan lembar jawaban dari quis yang telah dikerjakan 4. Mengajak mahasiswa berdoa.	

G. PENILAIAN

1. a. Prosedur : Tes & Non tes
- b. Bentuk Soal : Tes tertulis - uraian
- c. Soal Quis : terlampir
- d. Lembar Pengamatan Diskusi Kelompok

H. Referensi

1. Sofjan Assauri. 2002. Manajemen Pemasaran: dasar, Konsep, dan Strategi.
2. Indriyo Gitosudarmo. 2000. Manajemen Pemasaran.
3. Philip Kotler, dkk. 2004. Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia.
4. Ismail Solihin. 2005. Kamus Pemasaran.

Kisi-kisi Tes Uraian Quis I

1. Mata kuliah : Manajemen Tataniaga
2. Semester : VII
3. Program Studi : Sosial Ekonomi Pertanian
4. Waktu Ujian : 2 x 50 menit
5. Bentuk Tes : Tertulis
6. Jumlah Soal : 4

No	MATERI PEMBELAJARAN DAN URAIAN MATERI	Jmlh Soal Proses Berfikir					Jumlah Butir Soal	%
		C2	C3	C4	C5	C6		
1.	Pengertian dan ruang lingkup pemasaran metode	1					1	20
2.	Pengertian pasar dan segmentasi pasar	1					1	20
3.	Pengertian barang dan siklus kehidupan produk		1				1	30
4.	Pengertian harga dan metode penentuan harga			1			1	30
Jumlah Butir Soal		2	1	1			5	
%		50	25	25			100	

Soal Quis I ;

1. Apa pengertian dan ruang lingkup pemasaran? Jelaskan!
2. Jelaskan pengertian pasar dan bagaimana cara mensegmentasi pasar
3. Jelaskan mengenai siklus kehidupan produk dan bagaimana strategi pada masing-masing tahapan?
4. Bagaimana harga terbentuk dan jelaskan metode penentuan harga?

Kisi-kisi Tes Uraian Quis II

1. Mata kuliah : Manajemen Tataniaga
2. Semester : VII
3. Program Studi : Sosial Ekonomi Pertanian
4. Waktu Ujian : 2 x 50 menit
5. Bentuk Tes : Tertulis
6. Jumlah Soal : 4

No	MATERI PEMBELAJARAN DAN URAIAN MATERI	Jmlh Soal Proses Berfikir					Jumlah Butir Soal	%
		C2	C3	C4	C5	C6		
1.	Saluran distribusi	1					1	20
2.	Promosi		1				1	20
3.	Riset pemasaran dan sistem informasi			1			1	30
4.	pemasaran Perencanaan strategi pemasaran				1		1	30
	Jumlah Butir Soal	1	1	1	1		4	
	%	25,00	25,00	25,00	25,00		100	

Soal Quis II :

1. Jelaskan pengertian dan macam-macam saluran distribusi?
2. Jelaskan pengertian promosi dan macam-macam promos!
3. Apa manfaat riset pemasaran dan bagaimana prosesnya?
4. Jelaskan mengenai tahap-tahap perencanaan strategi pemasaran!

Kisi-kisi Tes Uraian Semester

1. Mata kuliah : Manajemen Tataniaga
2. Semester : VII
3. Program Studi : Sosial Ekonomi Pertanian
4. Waktu Ujian : 2 x 50 menit
5. Bentuk Tes : Tertulis
6. Jumlah Soal : 5

No	MATERI PEMBELAJARAN DAN URAIAN MATERI	Jmlh Soal Proses Berfikir					Jumlah Butir Soal	%
		C2	C3	C4	C5	C6		
1.	Pasar dan Perilaku konsumen	1					1	20
2.	Barang							
3.	Harga		1				1	25
4.	Perencanaan strategi pemasaran		1				1	30
			1				1	25
	Jumlah Butir Soal	1	3				4	
	%	25	75				100	

Soal Ujian Semester:

1. Mengapa segmentasi pasar diperlukan?
2. Jika ada berada pada siklus produk tertentu, bagaimana strategi kebijakan pengembangan produk yang anda lakukan?
3. Hal apa yang mendasari penetapan harga dan bagaimana metode penetapan harga?
4. Jika anda ingin melakukan suatu usaha yang baru, strategi pemasaran apa yang akan anda lakukan?

