

## SILABUS

Mata Kuliah : Manajemen Tataniaga  
 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	PERTEMUAN KE-	KOMPETENSI DASAR	MATERI PEMBELAJARAN	URAIAN MATERI PEMBELAJARAN	PENDEKATAN PEMBELAJARAN	WAKTU (MENIT)	MEDIA/ ALAT	PENILAIAN
1.	1	Mahasiswa menjelaskan konsep dasar dan ruang lingkup pemasaran	Pengertian konsep pemasaran dan ruang lingkungannya	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
2.	2,3	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	4,5	Mahasiswa menjelaskan mengenai barang	Perencanaan barang dan kebijakan barang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Arti Barang dan penggolongannya</li> <li>2. Siklus kehidupan produk</li> <li>3. Kebijakan dan strategi produk line</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah Interaktif</li> <li>2. Diskusi</li> <li>3. Penugasan</li> </ol>	4 x 50	LCD White Board Spidol	
4.	6,7	Mahasiswa dapat menjelaskan mengenai harga	Penentuan harga, metode dan strategi penetapan harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian dan teori harga</li> <li>2. Tujuan Penetapan harga</li> <li>3. Metode penentuan harga</li> <li>4. Strategi dan kebijakan penetapan harga</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah Interaktif</li> <li>2. Diskusi</li> <li>3. Penugasan</li> </ol>	6x 50	LCD White Board Spidol	Teknik/ Prosedur: Tes & Non Tes Bentuk : Tes Tulis – Uraian Lembar Penamatan Diskusi
5.	8	UTS						
6.	9,10	Mahasiswa dapat menjelaskan saluran distribusi	Saluran distribusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian saluran distribusi</li> <li>2. Macam-macam saluran distribusi</li> <li>3. Manajemen saluran distribusi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah Interaktif</li> <li>2. Diskusi</li> <li>3. Penugasan</li> </ol>	2x 50	LCD White Board Spidol	Teknik/ Prosedur: Tes & Non Tes Bentuk : Tes Tulis – Uraian Lembar Penamatan Diskusi
7.	11,12	Mahasiswa dapat membuat perencanaan promosi	Perencanaan Promosi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian promosi</li> <li>2. Macam-macam promosi</li> <li>3. Perencanaan promosi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah Interaktif</li> <li>2. Diskusi</li> <li>3. Tugas Kelompok</li> </ol>	4 x 50	OHP White Board	Teknik/ Prosedur: Tes & Non Tes

								Bentuk : Tes Tulis – Uraian  Lembar Penamatan Diskusi
8.	13	Mahasiswa memahami mengenai riset pemasaran dan sistem informasi pemasaran	Riset pemasaran dan sistem informasi pemasaran	1. Pengertian Riset Pemasaran 2. Proses riset pemasaran 3. Pentingnya sistem informasi pemasaran	1. Ceramah Interaktif 2. Diskusi	8 x 50	OHP White Board	Teknik/ Prosedur: Tes & Non Tes  Bentuk : Tes Tulis – Uraian Lembar Penamatan Diskusi
9.	14	Mahasiswa dapat membuat perencanaan strategi pemasaran	Perencanaan strategi pemasaran	1. Pentingnya perencanaan strategis 2. Tahap-tahap perencanaan strategis 3. Formulasi strategi pemasaran				
10.	15	UAS						

#### 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.