

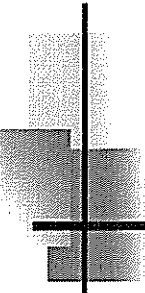


**GARIS- GARIS BESAR PROGRAM
PENGAJARAN
dan
SATUAN ACARA PENGAJARAN**

BUKU 3

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

DAFTAR ISI

- 
-
- MANAJEMEN PEMASARAN
 - MANAJEMEN PENJUALAN
 - E-COMMERCE
 - MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN
 - PERILAKU KONSUMEN
 - MANAJEMEN DAN OPERASI JASA
 - MANAJEMEN OPERASI
 - EKONOMI PEMBANGUNAN



**GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN
dan
SATUAN ACARA PENGAJARAN**

Mata Kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN
Kode Mata Kuliah/SKS : EM 355 / 3 SKS

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
DIPONEGORO
SEMARANG**

GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN

Mata Kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN**

Kode / SKS : EM 355 / 3 SKS

Deskripsi Singkat : Mata kuliah ini membahas tentang konsep dasar manajemen Pemasaran, fungsi – fungsi dalam manajemen Pemasaran , Konsep Pemasaran , Pendekatan Studi serta pembahasan Variabel – variable dalam pemasaran.

TIU : Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar manajemen, fungsi – fungsi dalam manajemen serta penerapannya dalam organisasi / perusahaan.

No	Tujuan Instruksional Khusus	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Est. Wkt	Sumber Kepustakaan
1.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar manajemen pemasaran dan fungsi-fungsi manajemen pemasaran	Konsep Dasar Manajemen pemasaran	a. Ruang lingkup b. Pengertian Manajemen pemasaran c. Arti penting manajemen pemasaran d. Perkembangan Studi Pemasaran e. Pendekatan Studi Pemasaran.. f. Fungsi- fungsi Pemasaran	150 menit	A. Basu Swastha , Azas Marketing Bab I Edisi III Liberty Jogjakarta 1996 B. Phillip Kotler & Garry Amstron , Principles Of Marketing, Seventh Edition,Préntice Hall Inc,2003 C William J.Stanton, Fundamentals of marketing,Seventh Edition, Mc Graw Hill Inc 1984
2.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan lingkungan makro Maupun lingkungan mikro dan pemasaran	Lingkungan Pemasaran	a. Lingkungan Mikro : Product, Price, Distribute,Promotion b. Lingkungan Makro : Kondisi Perekonomian,Peraturan pemerintah dsb c. Peranan Suppliers	150 menit	A. Bab III B. Bab III. C Bab 2

3.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Cara mensegmentasi pasar, cara memposisikan produk dan pasar sasaran	Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran Dan Menetapkan Posisi Produk	<ul style="list-style-type: none"> a. Arti Segmentasi b. Kriteria Segmentasi c. Target Market: Undifferent, Different and Concentrated d. Arti Penting Product Positioning. 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab IV B. Bab 8. D. Bab IV.
4.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Atribut, macam, penggolongan produk Serta Produk Life Cycles	Konsepsi Produk	<ul style="list-style-type: none"> a. Arti Produk b. Macam-macam produk c. Penggolongan produk d. Strategy Product Life Cycle 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 6, 7 B. Bab 9 D. Bab Bab 8
5.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan perluasan dan penyempitan produk, Produk Differensiasi, Produk diversifikasi, produk Inovasi	Pengembangan Strategi Produk	<ul style="list-style-type: none"> a. The Five Threat Attractiveness b. Perluasan Produk c. Penyempitan Produk d. Market Entry e. Produk differensiasi, diversifikasi, Inova 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 8 B. Bab 9 C. Bab 9, 10
6.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Pengetian, Latar Belakang dan metode penetapan harga	Konsepsi Harga	<ul style="list-style-type: none"> a. pengertian harga. b. Latar belakang penetapan.. Harga. c. Metode penetapan Harga 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 9. B. Bab 11 C. Bab 11
8.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan beberapa metode Penetapan harga	Pengembangan Strategi penetapan Harga	<ul style="list-style-type: none"> a. Berdasarkan biaya b. Berdasarkan Keseimbangan c. Berdasarkan Nilai Rata-rata d. Competitive Base Pricing methods 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 10, 11 B. Bab 11, 12 C. Bab 12, 13
9.	Setelah mengikuti mata kuliah	Konsepsi Distribusi	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengertian saluran distribusi 	150	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 12

	ini mahasiswa akan dapat menjelaskan arti penting dan Beberapa metode pemilihan saluran distribusi		<ul style="list-style-type: none"> si b. Arti penting Channel Distribution c. Metode pemolihan Saluran. distribusi 	menit	B. Bab 13
10	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan beberapa pedagang besar dan pedagang eceran melakukan operasinya	Pedagang Besar & Pengecer	<ul style="list-style-type: none"> a. Macam – macam Pedagang besar. b. Lisensi , Frenchise, Joint Venture c. Departement Store, Direct Selling , M L M 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 12 , 13. B. Bab 14 C. Bab 14 , 15
11	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan arti promosi dan Macamnya serta bagaimana Mengkonikasikan kepada masyarakat	Promosi dan Komunikasi Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> a. Arti penting promosi b. Macam – macam Promosi c. Promotion Mix d. Variabel dalam promosi e. Komunikasi emasaran untuk mempertahankan pelanggan 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 16 B Bab 15 C. Bab 18
12	Setelah mengikuti mata kuliah Ini mahasiswa akan dapat menjelaskan arti peronal selling Dan advertising serta penerapannya dalam pemasaran	Personal Selling dan Periklanan	<ul style="list-style-type: none"> a. Arti Personal selling b. Keuntungan dan kelemahan Personal selling c. Beberapa metode mencari Jumlah karyawan yang i deal d. Arti Advertising e. Keuntungan dan kelemahan advertising f. Syarat – syarat iklan yang baik 		<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 19 , 20 B. Bab 7 , 16 , 17 C. Bab 19 , 20
13	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan peranan sales promotion dan P R dalam menunjang Variabel Promosi	Sales Promotion And Public Relation	<ul style="list-style-type: none"> a. Arti Penting Sales Promotion b. Sales Promotion sebagai variabel penunjang c. Arti penting Pablic 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 19 , 20 B. Bab 16 C. Bab 20

	Yang terdahulu.		Relation d. Dua tujuan adanya P R . Internal dan External		
14	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan dasar – dasar proses pengawasan, teknik dan metode pengawasan	Pemasaran di Bidang Khusus (Pemasaran Jasa dan Pemasaran International)	a. Pengertian Jasa b. Karakteristik Jasa c. Pengelolaan Jasa d. Pengertian Pemasaran Internasional e. Peranan asosiasi dalam pemasaran internasional.	150 menit	A. Bab 23 , 24 , 25 B. Bab 20 , 21 C. Bab 21 , 22 , 23

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN**

Kode Mata Kuliah : EM 355 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 3

A. Tujuan :

3. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan segmenting

4. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester II akan dapat :

b. Menjelaskan segmentasi pasar, sasaran pasar dan penempatan produk

B. Pokok Bahasan : Segmenting , Targeting dan Positioning

C. Sub Pokok Bahasan : 1. arti , latar belakang, kriteria segmentasi pasar

2. arti dan macam sasaran pasar

3. arti dan penempatan untuk golongan segmen

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi Manajemen pemasaran yang akan diajarkan pada pertemuan ke-3 2. Menjelaskan manfaat mempelajari segmentasi sasaran dan penempatan produk 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan arti segmentasi 2. Target Pasar 3. Penempatan produk	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Tugas :

1. Membaca materi chapter selanjutnya.....
2. Buat

G. Referensi :

4. A. Cp. 4
5. B Cp. 8
6. C. Cp. 4

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN**

Kode Mata Kuliah : EM 355 / 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 4

A. Tujuan :

3. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan kebijakan tentang produk

4. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester 1 akan dapat :

c. Menjelaskan kebijakan mengenai produk

d. Menjelaskan strategi produk pada berbagai tingkatan pasar

B. Pokok Bahasan : Kebijakan tentang produk

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Arti dan macam-macam produk

2. Product Life Cycles

3. Strategi produk pada setiap tingkatan

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi manajemen pemasaran pada minggu ke 4	3. Memperhatikan 4. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	2. Menjelaskan manfaat mempelajari kebijakan produk 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK 1. arti produk, macam produk dan penggolongan produk 2. Product Life Cycles	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	Merangkum materi yang disampaikan	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan	OHT, OHP & whiteboard

	3. Memberi pertanyaan 4. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	tanya jawab	
--	--	-------------	--

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. A. Cp. 6, 7

2. B. Cp. 9

3. C. Cp. 8

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN**

Kode Mata Kuliah : EM 355 / 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 5

A. Tujuan :

5. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan kebijakan tentang pengembangan strategi produk

6. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester 1 akan dapat :

e. Menjelaskan kebijakan mengenai strategi pengembangan produk

f. Menjelaskan strategi pengembangan produk pada berbagai segmen pasar

B. Pokok Bahasan : Kebijakan tentang strategi pengembangan produk

C. Sub Pokok Bahasan : 1. The five threat attractiveness

2. Perluasan produk

3. Penyempitan produk

4. Market entry

5. Produk defferensiasi, deversifikasi, inovasi

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi manajemen pemasaran pada minggu ke 5 2. Menjelaskan manfaat mempelajari strategi pengembangan produk 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	5. Memperhatikan 6. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. strategi pengembangan produk baru	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

<p>Penutup</p>	<p>2. market entry : perluasan produk, penyempitan produk, inovasi produk.</p> <p>Merangkum materi yang disampaikan</p> <p>5. Memberi pertanyaan</p> <p>6. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang</p>	<p>3 Memperhatikan</p> <p>4 Bervariasi dengan tanya jawab</p>	<p>OHT, OHP & whiteboard</p>
----------------	---	---	----------------------------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. A. Cp. 8
2. B. Cp. 9
3. C. Cp. 9, 10

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN

Kode Mata Kuliah : EM 355 / 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 6

A. Tujuan :

7. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan kebijakan tentang harga

8. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester 1 akan dapat :

g. Menjelaskan kebijakan harga

h. Menjelaskan metode penetapan harga

B. Pokok Bahasan : Kebijakan tentang harga

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Arti dan tujuan penetapan harga

2. Metode Penetapan harga

3. Strategi harga pada setiap tingkatan segmen

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi manajemen pemasaran pada minggu ke 4	7. Memperhatikan 8. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	2. Menjelaskan manfaat mempelajari kebijakan produk 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK 1. arti produk, macam produk dan penggolongan produk 2. Product Life Cycles	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	Merangkum materi yang disampaikan	5. Memperhatikan 6. Bervariasi dengan	OHT, OHP & whiteboard

	7. Memberi pertanyaan 8. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	tanya jawab	
--	--	-------------	--

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. A. Cp. 9
2. B. Cp. 11
3. C. Cp. 11

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN**

Kode Mata Kuliah : EM 355 / 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 7

A. Tujuan :

9. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan kebijakan tentang strategi pengembangan harga

10. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester 1 akan dapat :

1. menjelaskan beberapa metode penetapan harga

2. Cutting price, trading up , trading down dsb

B. Pokok Bahasan : Pengembangan strategi penetapan harga

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Penetapan harga berdasar pada biaya
2. penetapan harga berdasar pada break even
3. penetapan harga berdasar pada nilai rata-rata
4. Competitive base pricing methods

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi manajemen pemasaran pada minggu ke 7 2. Menjelaskan manfaat mempelajari strategi penetapan harga 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	9. Memperhatikan 10. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Cost plus pricing method 2. Mark up pricing method 3. Break even point 4. Cost base pricing method	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	Merangkum materi yang disampaikan 1. Memberi pertanyaan 2. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard
---------	---	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. A. Cp. 10, 11
2. B. Cp. 11, 12
3. C. Cp. 12,13

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN**

Kode Mata Kuliah : EM 355 / 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 8

A. Tujuan :

11. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan kebijakan distribusi

12. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester 1 akan dapat :

1. menjelaskan beberapa pemilihan saluran distribusi

2. bentuk dan macam saluran distribusi

B. Pokok Bahasan : Konsepsi saluran distribusi

C. Sub Pokok Bahasan : 1. arti penting saluran distribusi
2. beberapa metode pemilihan saluran distribusi
3. Saluran distribusi barang konsumsi
4. saluran distribusi barang produksi

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi mengenai pemasaran pada minggu ke 8 2. Menjelaskan manfaat mempelajari saluran distribusi 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	11. Memperhatikan 12. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Arti penting saluran distribusi 2. Macam saluran distribusi 3. Bentuk 4. metode pemilihan saluran distribusi	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	Merangkum materi yang disampaikan 1. Memberi pertanyaan 2. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. A. Cp. 12

2. B. Cp. 13

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN

Kode Mata Kuliah : EM 355 / 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 9

A. Tujuan :

13. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan kebijakan saluran distribusi untuk pedagang besar dan pedagang eceran

14. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester I akan dapat :

1. menjelaskan operasi khususnya distribusi dari pedagang besar
2. dan pedagang eceran.

B. Pokok Bahasan : Saluran distribusi pedagang besar dan pedagang eceran

C. Sub Pokok Bahasan : 1. macam – macam pedagang besar
2. Lisensi , Franchise dan joint venture
3. Departement Store, specialty store , direct selling, MLM.

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi manajemen minggu ke 9 2. Menjelaskan manfaat mempelajari operasi pedagang besar dan pedagang eceran 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	13. Memperhatikan 14. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. macam – macam pedagang besar.	1. Memperhatikan dan mencatat	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	2.Sistem operasi pedagang besar 3.Penjualan dengan lisensi,Fran- chise,joint venture 4.Departement store,Direct Sell- ing,MLM Merangkum materi yang disampaikan 1.Memberi pertanyaan 2.Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	2. Kreatif bertanya 1.Memperhatikan 2.Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard
---------	---	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. A. Cp. 12, 13
2. B. Cp. 14
3. C. Cp. 14, 15

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN

Kode Mata Kuliah : EM 355 / 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 10

A. Tujuan :

15. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan kebijakan Promosi dan komunikasi pemasaran

16. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester I akan dapat :

1. Menjelaskan beberapa kebijakan dalam promosi
2. Kebijakan komunikasi pemasaran perusahaan

B. Pokok Bahasan : Promosi dan Komunikasi pemasaran

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Arti penting promosi
2. macam-macam promosi
3. Promotion mix
4. Beberapa variabel dalam promosi
5. Komunikasi pemasaran dan nilai pelanggan

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi manajemen minggu ke 10 2. Menjelaskan manfaat mempelajari promosi dan komunikasi pemasaran. 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	15. Memperhatikan 16. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

Penyajian	1. Arti penting promosi 2. macam promosi 3. Promotion mix 4. Komunikasi pemasaran dan nilai pelanggan	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	Merangkum materi yang disampaikan 1. Memberi pertanyaan 2. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. A. Cp. 16
2. B. Cp. 15
3. C. Cp. 18

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN

Kode Mata Kuliah : EM 355 / 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 11

A. Tujuan :

17. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan personal selling dan periklanan

18. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester 1 akan dapat :

1. Menjelaskan arti penting personal selling
2. menjelaskan arti periklanan

B. Pokok Bahasan : Personal selling dan periklanan

C. Sub Pokok Bahasan : 1. arti personal selling
2. Kelebihan dan kelemahan personal selling
3. Arti advertising
4. Kelebihan dan kelemahan periklanan
5. Syarat- syarat iklan yang baik

D.Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi manajemen minggu ke 11 2. Menjelaskan manfaat mempelajari personal selling dan periklanan 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	17. Memperhatikan 18. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

Penyajian	1.arti penting personal selling 2.arti penting periklanan 3.keuntungan dan kelemahan masing – masing.	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	Merangkum materi yang disampaikan 1.Memberi pertanyaan 2.Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1.Memperhatikan 2.Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. A. Cp. 19, 20
2. B. Cp. 7 , 16, 17
3. C. Cp. 19, 20

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN

Kode Mata Kuliah : EM 355 / 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 12

A. Tujuan :

19. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan promosi penjualan dan Hubungan masyarakat

20. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester 1 akan dapat :

1. Menjelaskan arti promosi penjualan
2. Menjelaskan arti penting hubungan masyarakat

B. Pokok Bahasan : Promosi penjualan dan hubungan masyarakat (public relation).

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Arti penting promosi penjualan
2. Promosi penjualan sebagai faktor penunjang
3. Arti penting hubungan masyarakat
4. Tujuan internal dan external dalam Humas

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi manajemen minggu ke 12 2. Menjelaskan manfaat mempelajari promosi penjualan dan humas 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	19. Memperhatikan 20. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Arti penting promosi penjualan	1. Memperhatikan dan mencatat	OHT, OHP & whiteboard

<p>Penutup</p>	<p>2.promosi penjualan sebagai variabel penunjang 3.Arti penting Humas 4.Tujuan internal dan external dalam humas.</p> <p>Merangkum materi yang disampaikan</p> <p>1.Memberi pertanyaan 2.Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang</p>	<p>2. Kreatif bertanya</p> <p>1.Memperhatikan 2.Bervariasi dengan tanya jawab</p>	<p>OHT, OHP & whiteboard</p>
----------------	--	---	----------------------------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. A. Cp. 19, 20
2. B. Cp. 16
3. C. Cp. 20

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN

Kode Mata Kuliah : EM 355 / 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 13

A. Tujuan :

21. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemasaran jasa

22. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester 1 akan dapat :

1. Menjelaskan arti dari pemasaran jasa
2. menjelaskan characteristic jasa

B. Pokok Bahasan : Pemasaran jasa

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Arti pemasaran jasa
2. Karakteristik jasa
3. Dimensi jasa
4. Pengelolaan jasa

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi manajemen minggu ke 13 . 2. Menjelaskan manfaat mempelajari pemasaran jasa 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	21. Memperhatikan 22. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Arti penting pemasaran jasa 2. Dimensi jasa 3. Karakteristik jasa 4. Pengelolaan jasa	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	Merangkum materi yang disampaikan 1. Memberi pertanyaan 2. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard
---------	---	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. A. Cp. 23, 24
2. B. Cp. 20
3. C. Cp. 21, 22

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN**

Kode Mata Kuliah : EM 355 / 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 14

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemasaran internasional

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester 1 akan dapat :

1. Menjelaskan arti dari pemasaran internasional
2. menjelaskan peranan asosiasi dalam pemasaran internasional

B. Pokok Bahasan : Pemasaran internasional (multinational corporation)

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Arti pemasaran internasional
2. peranan asosiasi dalam pemasaran internasional

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi manajemen minggu ke 14	23. Memperhatikan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	2. Menjelaskan manfaat mempelajari pemasaran internasional	24. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
	3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	

Penutup	Merangkum materi yang disampaikan 1. Memberi pertanyaan 2. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard
---------	---	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. A. Cp. 25
2. B. Cp. 21
3. C. Cp. 23



**GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN
dan
SATUAN ACARA PENGAJARAN**

Mata Kuliah : MANAJEMEN PENJUALAN
Kode Mata Kuliah/SKS : EM 456 / 3 SKS

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
DIPONEGORO
SEMARANG**

GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN

Mata Kuliah : **MANAJEMEN PENJUALAN**

Kode / SKS : EM 456 / 3 SKS

Deskripsi Singkat : Mata kuliah ini membahas mengenai ruang lingkup manajemen penjualan dan distribusi, dampak dari penggunaan saluran distribusi, implikasi kebijakan dari proses *Selling In* dan *Selling Out*, struktur organisasi penjualan dan distribusi, key result area dari manajemen penjualan, *optimum outlet & salesforce*, perumusan buku kinerja manajemen penjualan, *sales highlight report* sebagai sistem informasi penjualan, analisis kinerja, teknik – teknik penjualan dan distribusi, sistem balas jasa tenaga penjualan, audit terhadap kebijakan penjualan dan distribusi, modal kualitatif dan sekuens pengembangan strategi penjualan dan distribusi.

TIU : Setelah mengikuti kuliah ini mahasiswa diharapkan mampu mengetahui dan memahami peranan dan bahasan manajemen penjualan, utamanya berkaitan dengan mengelola tenaga penjualan yang dapat menghasilkan kinerja penjualan yang baik.

No	Tujuan Instruksional Khusus	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Est. Wkt	Sumber Kepustakaan
1.	Mengetahui garis besar tentang proses manajemen penjualan	Pengantar manajemen penjualan	<ol style="list-style-type: none"> a. Manajemen penjualan di abad 21 b. Apa yang berperan pada manajemen penjualan c. Faktor lingkungan yang berpengaruh pada kesuksesan penjualan d. Lingkungan eksternal e. Lingkungan internal 	150 menit	<ol style="list-style-type: none"> A. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition (hal 3-23) B. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc C. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yoyakarta D. Levy, Retail Management

2.	Menjelaskan peran dari penjualan langsung dan garis besar peran tenaga penjualan pada masing-masing marketing mix	Tugas manajemen penjualan	<ul style="list-style-type: none"> a. Tugas penjualan langsung b. Perubahan yang terjadi pada penjualan c. Penjualan langsung dan hubungannya dengan marketing mix d. Dimensi manajemen penjualan e. Bidang pekerjaan manajer penjualan 	150 menit	B. hal. 3-19 C. hal. 17-34
3.	Menjelaskan bagaimana manajemen penjualan mempersiapkan seseorang dalam karir di masa yang akan datang	Karir dalam manajemen penjualan	<ul style="list-style-type: none"> a. Peluang karir dalam manajemen penjualan b. Peluang penjualan untuk wanita dan para minoritas c. Peluang penjualan dalam negara industri yang berkembang d. Persiapan penjualan dan perkembangan e. Bantuan bagi mahasiswa yang ingin berkarir di dunia penjualan f. Menjual dengan profesional 	150 menit	B. hal. 25-41 C. Hal. 147-152
4.	Melacak perkembangan penjualan yang moderen dan menerangkan peran penjualan langsung dewasa	Perkembangan penjualan yang profesional	<ul style="list-style-type: none"> a. Sejarah awal penjualan b. Penjualan di abad 21 c. Aktivitas penjualan d. Penjualan di tahun 90an 	150 menit	D. hal 47-62
5.	Memahami dua tahap dalam proses penjualan langsung mempersiapkan	Tahap awal dalam proses penjualan	<ul style="list-style-type: none"> a. Prospecting b. Menetapkan target c. Kualifikasikan target 	150 menit	B. hal 66-81 C. hal 39-48

	menangani tujuan, menutup dan tindak lanjut			d. Persiapan		
6.	Menjelaskan factor-faktor dalam menjalankan presentasi yang efektif	Tahap lanjutan dalam proses penjualan		a. Pendekatan b. Menetapkan kebutuhan c. Meyakinkan target d. Menangani target e. Penutup f. Tindak lanjut	B. hal 86-110 C. hal 63-74	
7.	Mengetahui perbedaan lingkungan internal dan lingkungan eksternal	Lingkungan manajemen penjualan		a. Lingkungan penjualan b. Lingkungan teknologi c. Lingkungan ekonomi d. Lingkungan kompetisi e. Lingkungan politik dan hukum	150 menit A. hal 12-23 B. hal 141-161	
8.	Mengetahui peran dari perencanaan penjualan dalam perusahaan	Perencanaan Manajemen penjualan		a. Pentingnya perencanaan dalam penjualan b. Perencanaan penjualan dalam konteks perusahaan c. Menetapkan tujuan penjualan d. Pelaksanaan perencanaan penjualan e. Tahap pengawasan	150 menit A. hal. 198-216 B. hal 165-187 C. hal. 77-99	
9.	Mengetahui pentingnya sales forecasting and sales budgeting	Sales Budgeting and Forecasting		a. Konsep Sales forecasting b. Prosedur dalam Sales forecasting c. Managing the forecasting function d. Tipe anggaran e. Menetapkan anggaran f. Prosedur anggaran penjualan	150 menit B. hal 190-232	
10.	Menjelaskan tugas utama dalam organisasi penjualan	Organisasi tenaga penjualan		a. Tugas prganisasi penjualan b. Mengembangkan organisasi penjualan	150 menit A. hal 106-130 B. hal 235-263 C. hal 107-129	

			<p>c. Tipe organisasi penjualan dengan departemen yang lain</p> <p>d. Perkembangan baru dalam organisasi penjualan</p>			
11.	Membedakan antara training tenaga penjualan yang formal dan informal, dan hubungannya dengan jenjang karir dari tenaga penjualan	Pelatihan tenaga penjualan	<p>a. Pelatihan dan pengaruhnya terhadap karir tenaga penjualan</p> <p>b. Mengembang palatihan formal</p> <p>c. Evaluasi dan tindak lanjut</p> <p>d. Pelatihan informal</p>	150 menit	A. hal 303-327 B. hal 326-354	
12.	Mengetahui elemen dalam motivasi tenaga penjual menggambarkan pengaruh kebutuhan terhadap perilaku tenaga penjual	Kepemimpinan dan supervisi dalam manajemen penjualan	<p>a. Motivasi</p> <p>b. Peran kepemimpinan dan kerjasama</p> <p>c. Kepemimpinan dan Peran kepemimpinan manejer penjualan</p> <p>d. Kepemimpinan individual</p> <p>e. Kemampuan hubungan manusiawi</p>		A. hal 224-245 B. hal 359-382 C. 161-168	
13.	Menjelaskan peran uang sebagai motivator bagi para tenaga penjualan	Insentif penjualan dan kompensasi	<p>a. Tipe insentif</p> <p>b. Kortes penjualan</p> <p>c. Pertemuan tenaga penjualan dan konvensi</p> <p>d. Tren komoensasi penjualan</p> <p>e. Mengembangkan program kompensasi</p>	150 menit	A. hal 333-357 B. hal 383-418 C. hal 161-168	
14.	Mengetahui tahap-tahap dalam mengevaluasi progra	Evaluasi bagi tenaga penjualan	<p>a. Prinsip-prinsip evaluasi tenaga penjualan</p> <p>b. Kesulitan dalam evaluasi</p> <p>c. Memnetapkan standar informasi sebagai dasar evaluasi</p> <p>d. Frekuensi dalam</p>	150 menit	A. hal 410-431 B. hal 455-487 C. hal 169-181	

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 1

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui manajemen penjualan secara umum

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Mengetahui garis besar tentang proses manajemen penjualan

B. Pokok Bahasan : Pengenalan pada Manajemen penjualan

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Manajemen penjualan pada abad 21
2. Apa yang berperan pada manajemen penjualan
3. Faktor lingkungan yang berpengaruh pada kesuksesan penjualan
4. Lingkungan Eksternal
5. Lingkungan internal

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan bahan ajar untuk satu semester 2. Menjelaskan perlunya mempelajari manajemen penjualan	1. Mendengarkan 2. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
Penyajian	1. Manajemen penjualan pada abad 21 2. Apa yang berperan pada manajemen penjualan 3. Faktor lingkungan yang berpengaruh pada kesuksesan	1. Mendengarkan 2. Bertanya 3. Mencatat	OHT, LCD & whiteboard

	penjualan 4. Lingkungan Eksternal 5. Lingkungan internal		
Penutup	1. Merangkum materi yang sudah disajikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi selanjutnya	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard

E. Evaluasi:

Diskusi kelompok dari studi kasus yang diberikan

F. Tugas:

1. Mempersiapkan diri dengan membaca materi selanjutnya

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yoyakarta
4. Levy, Retail Management

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 2

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui dieskripsi tugas dari manajemen penjualan

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Menjelaskan peran dari penjualan langsung dan garis besar peran tenaga penjualan pada masing-masing marketing mix

B. Pokok Bahasan : Tugas manajemen penjualan

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Tugas penjualan langsung
2. Perubahan yang terjadi pada penjualan
3. Penjualan langsung dan hubungannya dengan marketing mix
4. Dimensi manajemen penjualan
5. Bidang pekerjaan manajer penjualan

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini2. Menjelaskan perlunya mempelajari tugas manajemen penjualan	<ol style="list-style-type: none">1. Mendengarkan2. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Tugas penjualan langsung2. Perubahan yang terjadi pada penjualan3. Penjualan langsung dan hubungannya dengan marketing mix4. Dimensi manajemen	<ol style="list-style-type: none">1. Mendengarkan2. Bertanya3. Mencatat	OHT, LCD & whiteboard

	penjualan 5. Bidang pekerjaan manajer penjualan		
Penutup	1. Merangkum materi yang sudah disajikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi selanjutnya	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard

E. Evaluasi:

Diskusi kelompok dari studi kasus yang diberikan

F. Tugas:

1. Mempersiapkan diri dengan membaca materi selanjutnya

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yogyakarta
4. Levy, Retail Management

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 3

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui seluk beluk tentang karir dalam dunia penjualan

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Menjelaskan bagaimana manajemen penjualan mempersiapkan seseorang dalam karir di masa yang akan datang

B. Pokok Bahasan : Karir dalam manajemen penjualan

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Peluang karir dalam dunia penjualan
2. Peluang penjualan untuk wanita dan para minoritas
3. Peluang penjualan dalam negara industri yang berkembang
4. Persiapan penjualan dan perkembangan
5. Bantuan bagi mahasiswa yang ingin berkarir di dunia penjualan
6. Menjual dengan profesional

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini	1. Mendengarkan 2. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
	2. Menjelaskan perlunya mempelajari karir dalam dunia penjualan		
Penyajian	1. Peluang karir dalam dunia penjualan 2. Peluang penjualan untuk wanita dan para minoritas 3. Peluang penjualan dalam negara industri yang berkembang 4. Persiapan penjualan dan	4. Mendengarkan 5. Bertanya 6. Mencatat	OHT, LCD & whiteboard

	<p>perkembangan</p> <p>5. Bantuan bagi mahasiswa yang ingin berkarir di dunia penjualan</p> <p>6. Menjual dengan profesional</p>		
Penutup	<p>1. Merangkum materi yang sudah disajikan</p> <p>2. Memberi pertanyaan</p> <p>3. Memberi gambaran umum tentang materi selanjutnya</p>	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard

E. Evaluasi:

Diskusi kelompok dari studi kasus yang diberikan

F. Tugas:

1. Mempersiapkan diri dengan membaca materi selanjutnya

G. Referensi:

2. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
3. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
4. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yoyakarta
5. Levy, Retail Management

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 4

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui perkembangan penjualan yang profesional

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Melacak perkembangan penjualan yang moderen dan menerangkan peran penjualan langsung dewasa ini

B. Pokok Bahasan : Perkembangan penjualan yang profesional

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Sejarah awal penjualan
2. Penjualan di abad 21
3. Aktivitas penjualan
4. Penjualan di tahun 90an

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini 2. Menjelaskan perlunya mempelajari perkembangan dan sejarah manajemen penjualan	1. Mendengarkan 2. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
Penyajian	1. Sejarah awal penjualan 2. Penjualan di abad 21 3. Aktivitas penjualan 4. Penjualan di tahun 90an	1. Mendengarkan 2. Bertanya 3. Mencatat	OHT, LCD & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang	1. Bertanya	OHT, LCD &

	<p>sudah disajikan</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi selanjutnya 		whiteboard
--	---	--	------------

E. Evaluasi:

Diskusi kelompok dari studi kasus yang diberikan

F. Tugas:

1. Mempersiapkan diri untuk responsi minggu depan

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yogyakarta
4. Levy, Retail Management

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 5

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui tahap-tahap dalam proses penjualan

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Memahami dua tahap dalam proses penjualan langsung mempersiapkan dan menanggapi tujuan, menutup dan menindaklanjuti

B. Pokok Bahasan : Tahap awal dalam proses penjualan

**C. Sub Pokok Bahasan : 1. Sejarah awal penjualan
2. Penjualan di abad 21
3. Aktivitas penjualan
4. Penjualan di tahun 90an**

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini 2. Menjelaskan perlunya mempelajari tahap-tahap dalam proses penjualan	1. Mendengarkan 2. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
Penyajian	1. Prospecting 2. Menetapkan target 3. Kualifikasikan target 4. Persiapan	1. Mendengarkan 2. Bertanya 3. Mencatat	OHT, LCD & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang sudah disajikan 2. Memberi pertanyaan	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard

	3. Memberi gambaran umum tentang materi selanjutnya		
--	---	--	--

E. Evaluasi:

Melaksanakan responsi

F. Tugas:

1. Mempersiapkan diri dengan membaca tentang lingkungan manajemen penjualan

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yoyakarta
4. Levy, Retail Management

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 6

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui tentang tahap-tahap dalam proses penjualan

Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Menjelaskan factor-faktor dalam menjalankan presentasi yang efektif

B. Pokok Bahasan : Tahap lanjutan dalam proses penjualan

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pendekatan
2. Menetapkan kebutuhan
3. Meyakinkan target
4. Menangani target
5. Penutup

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini 2. Menjelaskan perlunya mempelajari tahap-tahap dalam proses penjualan	1. Mendengarkan 2. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
Penyajian	1. Pendekatan 2. Menetapkan kebutuhan 3. Meyakinkan target 4. Menangani target 5. Penutup	1. Mendengarkan 2. Bertanya 3. Mencatat	OHT, LCD & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang sudah disajikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard

	umum tentang materi selanjutnya		
--	------------------------------------	--	--

E. Evaluasi:

Diskusi kelompok dari studi kasus yang diberikan

F. Tugas:

1. Mempersiapkan diri dengan membaca materi selanjutnya

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yogyakarta
4. Levy, Retail Management

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 7

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui seluk beluk tentang Lingkungan manajemen penjualan

Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Mengetahui perbedaan lingkungan internal dan lingkungan eksternal

B. Pokok Bahasan : Lingkungan manajemen penjualan

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Lingkungan penjualan
2. Lingkungan teknologi
3. Lingkungan ekonomi
4. Lingkungan kompetisi
5. Lingkungan politik dan hukum

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini 2. Menjelaskan perlunya mempelajari lingkungan dalam manajemen penjualan	1. Mendengarkan 2. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
Penyajian	1. Lingkungan penjualan 2. Lingkungan teknologi 3. Lingkungan ekonomi 4. Lingkungan kompetisi 5. Lingkungan politik dan hukum	1. Mendengarkan 2. Bertanya 3. Mencatat	OHT, LCD & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang sudah disajikan	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard

	2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi selanjutnya		
--	--	--	--

E. Evaluasi:

Memberi pertanyaan untuk menguji pemahaman mahasiswa akan materi yang telah diberikan

F. Tugas:

1. Membuat makalah tentang lingkungan manajemen penjualan

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
 2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
 3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yogyakarta
 4. Levy, Retail Management
-

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 8

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui seluk beluk tentang perencanaan dalam manajemen penjualan

Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Mengetahui peran dari perencanaan penjualan dalam perusahaan

B. Pokok Bahasan : Perencanaan Manajemen penjualan

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Pentingnya perencanaan dalam penjualan
2. Perencanaan penjualan dalam konteks perusahaan
3. Menetapkan tujuan penjualan
4. Pelaksanaan perencanaan penjualan
5. Tahap pengawasan lingkungan penjualan

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini2. Menjelaskan perlunya mempelajari perencanaan dalam manajemen penjualan	<ol style="list-style-type: none">1. Mendengarkan2. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Pentingnya perencanaan dalam penjualan2. Perencanaan penjualan dalam konteks perusahaan3. Menetapkan tujuan penjualan	<ol style="list-style-type: none">1. Mendengarkan2. Bertanya3. Mencatat	OHT, LCD & whiteboard

	4. Pelaksanaan perencanaan penjualan 5. Tahap pengawasan ingkungan penjualan		
Penutup	1. Merangkum materi yang sudah disajikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi selanjutnya	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard

E. Evaluasi:

Diskusi kelompok membahas studi kasus

F. Tugas:

1. Mempersiapkan diri untuk responsi minggu depan

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yoyakarta
4. Levy, Retail Management

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 9

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui seluk beluk tentang
Sales Budgeting and Forecasting

Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Mengetahui pentingnya sales forecasting and sales budgeting

B. Pokok Bahasan : Sales Budgeting and Forecasting

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Konsep Sales forecasting
2. Prosedur dalam Sales forecasting
3. Managing the forecasting function
4. Tipe anggaran
5. Menetapkan anggaran
6. Prosedur anggaran penjualan

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini 2. Menjelaskan perlunya mempelajari Sales Budgeting and Forecasting 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendengarkan 2. Bertanya 	OHT, LCD & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep Sales forecasting 2. Prosedur dalam Sales forecasting 3. Managing the 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendengarkan 2. Bertanya 3. Mencatat 	OHT, LCD & whiteboard

	forecasting function 4. Tipe anggaran 5. Menetapkan anggaran 6. Prosedur anggaran penjualan		
Penutup	1. Merangkum materi yang sudah disajikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi selanjutnya	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard

E. Evaluasi:

Melaksanakan responsi

F. Tugas:

1. Mempesiapkan dengan membaca materi minggu depan

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yogyakarta
4. Levy, Retail Management

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 10

2. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui seluk beluk tentang organisasi tenaga penjualan

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Menjelaskan tugas utama dalam organisasi penjualan

B. Pokok Bahasan : Organisasi tenaga penjualan

C. Sub Pokok Bahasan :

- Tugas prganisasi penjualan
- Mengembangkan organisasi penjualan
- Tipe organisasi penjualan
- Hubungan dengan departemen yang lain
- Perkembangan baru dalam organisasi penjualan Konsep Sales forecasting

D.Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini 2. Menjelaskan perlunya mempelajari organisasi tenaga penjualan	1.Mendengarkan 2.Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
Penyajian	1. Tugas prganisasi penjualan 2. Mengembangkan organisasi penjualan 3. Tipe organisasi penjualan 4. Hubungan dengan departemen yang lain	1. Mendengarkan 2. Bertanya 3. Mencatat	OHT, LCD & whiteboard

	5. Perkembangan baru dalam organisasi penjualan Konsep Sales forecasting		
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang sudah disajikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi selanjutnya 	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberi pertanyaan untuk menguji pemahaman mahasiswa

F. Tugas:

1. Membuat makalah tentang organisasi manajemen penjualan

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yoyakarta
4. Levy, Retail Management

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 11

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui tentang pelatihan tenaga penjualan

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Membedakan antara training tenaga penjualan yang formal dan informal, dan hubungannya dengan jenjang karir dari tenaga penjualan

B. Pokok Bahasan : Pelatihan tenaga penjualan

C. Sub Pokok Bahasan :

- a. Pelatihan dan pengaruhnya terhadap karir tenaga penjualan
- b. Mengembang palatihan formal
- c. Evaluasi dan tindak lanjut
- d. Pelatihan informal

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini	1. Mendengarkan 2. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
	2. Menjelaskan perlunya mempelajari pelatihan tenaga penjualan		
Penyajian	a. Pelatihan dan pengaruhnya terhadap karir tenaga penjualan b. Mengembang palatihan formal c. Evaluasi dan tindak lanjut d. Pelatihan informal	1. Mendengarkan 2. Bertanya 3. Mencatat	OHT, LCD & whiteboard

Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang sudah disajikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi selanjutnya 	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
---------	--	-------------	-----------------------

E. Evaluasi:

Memberi pertanyaan untuk menguji pemahaman mahasiswa

F. Tugas:

Membuat makalah tentang sales training and development

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yoyakarta
4. Levy, Retail Management

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 12

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui tentang Kepemimpinan dan supervisi dalam manajemen penjualan

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Mengetahui elemen dalam motivasi tenaga penjual menggambarkan pengaruh kebutuhan terhadap perilaku tenaga penjual

B. Pokok Bahasan : Kepemimpinan dan supervisi dalam manajemen penjualan

C. Sub Pokok Bahasan :

- a. Motivasi
- b. Peran kepemimpinan
- c. Kepemimpinan dan kerjasama
- d. Peran kepemimpinan manejer penjualan
- e. Kepemimpinan individual
- f. Kemampuan hubungan manusiawi Pelatihan dan pengaruhnya terhadap karir tenaga penjualan
- g. Mengembang pelatihan formal

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	a. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini b. Menjelaskan perlunya mempelajari kepemimpinan dan supervisi dalam manajemen penjualan	1. Mendengarkan 2. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
Penyajian	1. Motivasi 2. Peran kepemimpinan 3. Kepemimpinan dan	1. Mendengarkan 2. Bertanya 3. Mencatat	OHT, LCD & whiteboard

	kerjasama 4. Peran kepemimpinan manejer penjualan 5. Kepemimpinan individual 6. Kemampuan hubungan manusiawi Pelatihan dan pengaruhnya terhadap karir tenaga penjualan 7. Mengembang pelatihan formal		
Penutup	1. Merangkum materi yang sudah disajikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi selanjutnya	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberi pertanyaan untuk menguji pemahaman mahasiswa

F. Tugas:

Membaca materi berikutnya

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yogyakarta
4. Levy, Retail Management

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 13

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui tentang Insentif penjualan dan kompensasi

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Menjelaskan peran uang sebagai motivator bagi para tenaga penjualan

B. Pokok Bahasan : Insentif penjualan dan kompensasi

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Tipe insentif
2. Kontes penjualan
3. Pertemuan tenaga penjualan dan konvensi
4. Tren komoensasi penjualan
5. Mengembangkan program kompensasi

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini 2. Menjelaskan perlunya mempelajari insentif penjualan dan kompensasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendengarkan 2. Bertanya 	OHT, LCD & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipe insentif 2. Kontes penjualan 3. Pertemuan tenaga penjualan dan konvensi 4. Tren komoensasi penjualan 5. Mengembangkan program 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendengarkan 2. Bertanya 3. Mencatat 	OHT, LCD & whiteboard

	kompensasi		
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang sudah disajikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi selanjutnya 	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberi pertanyaan untuk menguji pemahaman mahasiswa

F. Tugas:

Mempersiapkan untuk responsi

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yogyakarta
4. Levy, Retail Management

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : Manajemen Penjualan

Kode Mata Kuliah : EM 456

Waktu Pertemuan : 1 X 3X 50 Menit

Pertemuan : 14

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat mengetahui tentang Evaluasi bagi tenaga penjualan

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti kelas ini mahasiswa akan dapat :

Mengetahui tahap-tahap dalam mengevaluasi program

B. Pokok Bahasan : Evaluasi bagi tenaga penjualan

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Prinsip-prinsip evaluasi tenaga penjualan
2. Kesulitan dalam evaluasi
3. Menetapkan standar
4. Informasi sebagai dasar evaluasi
5. Frekuensi dalam melaksanakan evaluasi
6. Memberi peran bagi tenaga penjualan Tipe insentif

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi apa saja yang akan disampaikan pada pertemuan ini2. Menjelaskan perlunya mempelajari evaluasi bagi tenaga penjualan	<ol style="list-style-type: none">1. Mendengarkan2. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Prinsip-prinsip evaluasi tenaga penjualan2. Kesulitan dalam evaluasi3. Menetapkan standar4. Informasi sebagai dasar	<ol style="list-style-type: none">1. Mendengarkan2. Bertanya3. Mencatat	OHT, LCD & whiteboard

	evaluasi 5. Frekuensi dalam melaksanakan evaluasi 6. Memberi peran bagi tenaga penjualan Tipe insentif		
Penutup	1. Merangkum materi yang sudah disajikan 2. Memberi pertanyaan	1. Bertanya	OHT, LCD & whiteboard

E. Evaluasi:

Melaksanakan responsi

F. Tugas:

Mempersiapkan untuk ujian akhir

G. Referensi:

1. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
2. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc
3. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yoyakarta
4. Levy, Retail Management

OUTLINE OF TEACHING PROGRAM

Course : **Sales Management**

Code / Credit : EM 456 / 3 SKS

Description : This course captured the vitality of sales management in an environment that is constantly changing. The Scope of this course is introduction and job of sales management, careers in personal selling, steps in selling process, sales management environment, sales management planning, sales management budgeting and forecasting, and organization of the sales force.

General Instructional Objectives : After completed this course, student should be able to understand the role of Sales Management, and convict that Sales Management is one of the most important elements in the success of modern organization.

No	Specific Instructional Objectives	Main Theme	Sub Main Theme	Est. Time	References
1.	Identify key trends affecting sales organization and sales managers today, and present a general overview of the sales management process	Introduction to Sales Management	<ul style="list-style-type: none"> a. Sales Management in the 21st Century b. What is involved in Sales Management c. Environmental Factors Impact Success in Selling d. External Environment e. Internal Environment 	150 minutes	<ul style="list-style-type: none"> A. Johnston, Marshall, Sales Force Management, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition (page 3-23) B. Johnson, Kurtz, Scheuing, Sales Management, Second Edition, McGraw Hill, Inc C. Swastha, Manajemen Penjualan, Edisi 3, BPFE Yogyakarta D. Levy, Retail Management

2.	Describe the nature of personal selling and outline the role of the sales force in each of the marketing mix variables	Job of Sales Management	<ul style="list-style-type: none"> a. The nature of personal Selling b. Changes in Selling in the Personal selling in the marketing mix c. Dimensions of Sales Management d. The Field Sales Manager 	150 minutes	B. page. 3-19 C. page. 17-34
3.	Explain how Sales Management prepares someone for future career challenges	Careers in Personal Selling and Sales Management	<ul style="list-style-type: none"> a. Advantages of sales careers b. Sales opportunities for women and minorities c. Sales opportunities in growth industries d. Sales preparation and development e. Job search guide for students interested in sales careers f. Sales professionalism 	150 minutes	B. page. 25-41 C. Page. 147-152
4.	Trace the evolution of modern selling and describe the role of personal selling today	Evolution of Professional Selling	<ul style="list-style-type: none"> a. Early history of selling b. Selling in the twentieth century c. Sales activities and tasks d. Selling in the 1990s 	150 minutes	D. page 47-62
5.	Understand the two basic steps in personal selling process, prospecting and preparing, handling objection, closing and following up	Preliminary Steps in the Selling Process	<ul style="list-style-type: none"> a. Prospecting b. Identifying prospects c. Qualifying prospects d. Preparing 	150 minutes	B. page 66-81 C. page 39-48

6.	Describe the various factors that go into making an effective sales presentation	Advanced Steps in the Selling Process	<ul style="list-style-type: none"> a. Approach b. Probing for needs c. Convicting the prospect d. Handling objections e. Closing f. Follow up 	B. page 86-110 C. page 63-74
7.	Differentiate between internal and external environment	Sales Management Environment	<ul style="list-style-type: none"> a. The social and cultural environment b. technological environment c. Economic environment d. Competitive environment e. Political and legal environment 	150 minutes A. page 12-23 B. page 141-161
8.	Understand the role of sales planning in the corporate context	Sales Management Planning	<ul style="list-style-type: none"> a. The nature and importance of sales planning b. Sales planning in corporate context c. Setting sales objectives d. Sales plan implementation e. The control phase 	150 minutes A. page. 198-216 B. page 165-187 C. page. 77-99
9.	Understand the importance of sales forecasting and sales budgeting	Sales Budgeting and Forecasting	<ul style="list-style-type: none"> a. Sales forecasting concept b. Sales forecasting procedure c. Managing the forecasting function d. Types of budgets e. Determining the budget level f. Sales budgeting procedure 	150 minutes B. page 190-232
10.	List the major tasks of the sales organization	Organization of the sales force	<ul style="list-style-type: none"> a. Tasks of the sales organization b. Developing a sales organization c. Basic types of sales organization 	150 minutes A. page 106-130 B. page 235-263 C. page 107-129

COURSE OUTLINE

Course : **FINANCIAL INSTITUTION MANAGEMENT**

Code / SKS : EM 460 / 3 SKS

Brief Description : This course discuss Bank and Non Bank Financial Institution Management in theory and practice

General Instructional Objective: After completing this course student could understand miscellaneous financial institution including its product and their management method

NO	Specific Instructional Objectives	Subject	Sub Subject	Duration	Reference
1.	Student could explain basic concept of bank and non bank financial institution and its role in economic	Financial institution type and role	<ol style="list-style-type: none"> 1. Financial system 2. Financial institution definition 3. Type of financial institution 4. Financial institution Role 5. Monetary policy and financial sector deregulation. 	150 minutes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005. 2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, Mc Graw-Hill 2000. 3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / Mc Graw, 1999. 4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution , Prentice Hall, Inc.NJ, 1999. 5. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and

			<p>Cases. New York : John wiley & Sons, 1997</p> <p>6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University , Irwin 1997.</p> <p>7. Sukirno, Sadono, Pengantar Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.</p>
2.	<p>Student could explain Central Bank (Bank Indonesia) and Insurance Deposit Company</p>	<p>Central Bank (Bank Indonesia) and Insurance Deposit Company</p>	<p>1. Central Bank and Bank Indonesia definition 2. Bank Indonesia duty 3. Bank Indonesia organization structure 4. Bank Indonesia Independency 5. Monetary crisis and trust crisis 6. Insurance Deposit Company</p>
	150 minutes		<p>1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005.</p> <p>2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, Mc Graw-Hill 2000.</p> <p>3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / Mc Graw, 1999.</p> <p>4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution, Prentice Hall, Inc.NJ, 1999.</p> <p>5. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and Cases. New York : John wiley</p>

<p>3.</p>	<p>Student could explain Banking institutional</p>	<p>Bank</p>	<p>1. Bank. Definition 2. Commercial Bank 3. Rural Bank (Bank Perkreditan Rakyat) 4. Differences between Commercial Bank and Rural Bank (Bank Perkreditan Rakyat) 5. Bank as intimidator institution 6. Bank healthiness</p>	<p>150 minutes</p>	<p>& Sons, 1997 6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition . Texas A & M University, Irwin 1997. 7. Sukirno, Sadono, Pengantar Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985. 8. UU No. 23/ 1999 sebagaimana diubah menjadi UU No. 3/ 2004 tentang Bank Indonesia. 9. UU No. 24 / 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan.</p>
<p>3.</p>	<p>Student could explain Banking institutional</p>	<p>Bank</p>	<p>1. Bank. Definition 2. Commercial Bank 3. Rural Bank (Bank Perkreditan Rakyat) 4. Differences between Commercial Bank and Rural Bank (Bank Perkreditan Rakyat) 5. Bank as intimidator institution 6. Bank healthiness</p>	<p>150 minutes</p>	<p>1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005. 2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, Mc Graw-Hill 2000. 3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / Mc Graw, 1999. 4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution , Prentice Hall, Inc.NJ, 1999. 5. George Hempel, Commercial</p>

4.	Student could explain Bank funding management	Bank management	funding	<p>1. Liability product.</p> <p>2. Liability product type.</p> <p>3. Current account.</p> <p>4. Time deposit</p> <p>5. Saving Account.</p> <p>6. Interest rate and risk determination</p>	150 minutes	<p>Bank Management : Text and Cases. New York : John Wiley & Sons, 1997</p> <p>6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University, Irwin 1997.</p> <p>7. Sukirno, Sadono, Pengantar Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.</p>
				<p>1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005.</p> <p>2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, Mc Graw-Hill 2000.</p> <p>3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / Mc Graw, 1999.</p> <p>4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution, Prentice Hall, Inc.NJ, 1999.</p> <p>5. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and Cases. New York : John Wiley & Sons, 1997</p>		

					<p>6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University , Irwin 1997.</p> <p>7. Sukirno, Sadono, Pengantar Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.</p>
5.	Student could explain credit management	credit management	<ol style="list-style-type: none"> 1. Credit definition 2. Credit type 3. Cost of fund. 4. Credit collateral type 5. Credit analysis 6. Credit restructuring 	150 minutes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siamat, Dahian, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005. 2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, Mc Graw-Hill 2000. 3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / Mc Graw, 1999. 4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution , Prentice Hall, Inc.NJ, 1999. 5. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and Cases. New York : John wiley & Sons, 1997 6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a

6.	Student could explain other banking services	Other banking services	<ol style="list-style-type: none"> 1. National Clearing 2. Letter of Credit. 3. Foreign Exchange Transaction 4. Bank Guarantee 5. Fee Base income 6. Bank role in capital and money market 	150 minutes	<p>Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University , Irwin 1997.</p> <p>7. Sukirno, Sadono, Penganter Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005. 2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, Mc Graw-Hill 2000. 3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / Mc Graw, 1999. 4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution , Prentice Hall, Inc.NJ, 1999. 5. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and Cases, New York : John wiley & Sons, 1997 6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University , Irwin 1997.
----	--	------------------------	--	-------------	--

7.	Student could explain basic concept leasing management	Leasing management	<ol style="list-style-type: none"> 1. Leasing Definition 2. Leasing business development 3. Leasing type 4. Difference between leasing and other financial institution 5. Leasing repayment 6. Accounting of lease 	150 minutes	<p>7. Sukirno, Sadono, Penganter Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005. 2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, Mc Graw-Hill 2000. 3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / Mc Graw, 1999. 4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution , Prentice Hall, Inc.NJ, 1999. 5. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and Cases. New York : John wiley & Sons, 1997 6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University , Irwin 1997. 7. Sukirno, Sadono, Penganter Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.
----	--	--------------------	--	-------------	--

8.	Student could explain basic concept venture capital management	Venture management capital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Venture capital definition and history 2. Venture capital mechanism 3. Venture capital type 4. Venture capital benefit 5. Venture capital funding steps 6. Venture capital devastation 	150 minutes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005. 2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, McGraw-Hill 2000. 3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / McGraw, 1999. 4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution , Prentice Hall, Inc.NJ, 1999. 5. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and Cases. New York : John wiley & Sons, 1997 6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University , Irwin 1997. 7. Sukirno, Sadono, Pengantar Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.
9.	Student could explain basic concept factoring management	Factoring management	<ol style="list-style-type: none"> 1. Factoring definition and development 2. Party involve in Factoring 	150 minutes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan

10.	Student could explain basic concept insurance management	Insurance management	<p>3. Factoring type</p> <p>4. Factoring Process</p> <p>5. Factoring benefit</p>	150 minutes	<p>moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005.</p> <p>2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, Mc Graw-Hill 2000.</p> <p>3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / Mc Graw, 1999.</p> <p>4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution , Prentice Hall, Inc.NJ, 1999.</p> <p>5. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and Cases. New York : John wiley & Sons, 1997</p> <p>6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University , Irwin 1997.</p> <p>7. Sukirno, Sadono, Pengantar Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.</p>
			<p>1. Insurance definition and benefit</p> <p>2. Accounting principles of insurance</p> <p>3. The law of the large number.</p> <p>4. Insurance Business type</p> <p>5. Insurance contract</p>		<p>1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005.</p> <p>2. Anthony Saunders, Financial</p>

			<p>6. Reassurance.</p>		<p>Institution Management, Mc Graw-Hill 2000.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / Mc Graw, 1999. 4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution , Prentice Hall, Inc.NJ, 1999. 5. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and Cases. New York : John wiley & Sons, 1997 6. Rose, Peter S., Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University , Irwin 1997. 7. Sukirno, Sadono, Pengantar Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.
11.	Student could explain basic fund management	Pension management fund	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pension fund definition 2. Pension fund Benefit 3. Pension fund Program Type 4. Pension fund wealth management 5. Pension Fund of employer 6. Pension Fund of Financial Institution 	150 minutes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005. 2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, Mc Graw-Hill 2000. 3. Marcia Millon Cornet and

12.	Student could explain basic concept bail management (pegadaian)	Pegadaian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegadaian.definition 2. Law status 3. Business in Pegadaian 4. Bad debt settlement 5. Appraisal 6. Other services 	150 minutes	<p>Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / Mc Graw, 1999.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution , Prentice Hall, Inc.NJ, 1999. 5. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and Cases. New York : John wiley & Sons, 1997 6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University , Irwin 1997. 7. Sukirno, Sadono, Pengantar Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.
			<ol style="list-style-type: none"> 1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005. 2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, Mc Graw-Hill 2000. 3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International 		

13.	Student could explain basic concept plastic card	Plastic card	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plastic card definition 2. Plastic card type. 3. Credit card 4. Charge card. 5. Plastic card law aspect 6. Plastic card benefit 	150 minutes	<p>edition, Irwin / Mc Graw, 1999.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution , Prentice Hall, Inc.NJ, 1999. 5. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and Cases. New York : John wiley & Sons, 1997 6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University , Irwin 1997. 7. Sukirno, Sadono, Penganter Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.
			<ol style="list-style-type: none"> 1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005. 2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, Mc Graw-Hill 2000. 3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / Mc Graw, 1999. 4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution 		

14	Student could explain basic concept capital and money market	Capital and money market	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capital Market definition 2. Supporting Institution 3. Capital market Instrument 4. Money Market Definition 5. Money Market Instrument 6. Money Market Activity Mechanism 	150 minutes	<ol style="list-style-type: none"> 5. , Prentice Hall, Inc.NJ, 1999. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and Cases. New York : John wiley & Sons, 1997 6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University , Irwin 1997. 7. Sukirno, Sadono, Pengantar Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.
			<ol style="list-style-type: none"> 1. Siamat, Dahlan, Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan moneter dan Perbankan, Lembaga Penerbit FEUI, 2005. 2. Anthony Saunders, Financial Institution Management, Mc Graw-Hill 2000. 3. Marcia Millon Cornet and Anthony Saunders, Fundamental of Financial Institution Management, International edition, Irwin / Mc Graw, 1999. 4. Frank J Fabozzi, Foundation of Financial Market and Institution , Prentice Hall, Inc.NJ, 1999. 5. George Hempel, Commercial Bank Management : Text and 		

					<p>Cases. New York : John Wiley & Sons, 1997</p> <p>6. Rose, Peter S, Money and Capital Market, Financial Institution and Instruments in a Global Marketplace, 6 Edition. Texas A & M University , Irwin 1997.</p> <p>7. Sukirno, Sadono, Pengantar Teori Makroekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit FEUI, 1985.</p>
--	--	--	--	--	---



**GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN
dan
SATUAN ACARA PENGAJARAN**

Mata Kuliah : E-COMMERCE
Kode Mata Kuliah/SKS : EM 345 / 3 SKS

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
DIPONEGORO
SEMARANG**

GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN

- Mata Kuliah : **E-COMMERCE**
 Kode / SKS : EM 345 / 3 SKS
 Deskripsi Singkat : Mata kuliah ini membahas tentang pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi
 TIU : Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

No	Tujuan Instruksional Khusus	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Est. Wkt	Sumber Kepustakaan
1.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar e-commerce	Konsep Dasar E-Commerce	a. Definisi dan terminologi e-commerce b. Rerangka dan ruang lingkup e-commerce c. Rencana bisnis dan model-model e-commerce d. Kelebihan dan keterbatasan e-commerce e. Revolusi digital dan dampak ekonomi dari e-commerce f. Kontribusi e-commerce terhadap organisasi	150 menit	A. Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003, hal. 1-30 B. VanHoose, David D, E-Commerce Economics, Thomson Learning, 2003, hal. 7-26
2.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan mekanisme pasar dalam e-commerce	Mekanisme Pasar E-Commerce	a. Ruang lingkup pasar perdagangan elektronik b. Jenis-jenis pasar elektronik c. Intermediasi dan kerjasama dalam e-commerce d. Persaingan, likuiditas, kualitas, dan faktor penentu sukses dalam pasar elektronik e. Katalog elektronik dan mekanisme pasar lainnya f. Lelang elektronik g. Proses barter dan negosiasi secara online h. Mobile commerce	150 menit	A. Hal. 40-86 B. Hal. 66-90

3.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan produk dan jasa ritel dalam e-commerce	Produk dan Jasa Ritel dalam E-Commerce	<p>i. Dampak pasar elektronis terhadap proses bisnis dan organisasi</p> <p>a. Ritel elektronis dan pasar business-to-consumer (B2C)</p> <p>b. Model bisnis ritel elektronis</p> <p>c. Jasa travel dan turisme secara online</p> <p>d. Penempatan karyawan dan bursa kerja elektronis</p> <p>e. Real estat, asuransi, dan perdagangan saham secara online</p> <p>f. Perbankan dan keuangan personal secara online</p> <p>g. Jasa pengiriman secara on-demand</p> <p>h. Penyampaian produk digital, hiburan, dan media secara online</p> <p>i. Alat bantu pengambilan keputusan pembelian secara online</p> <p>j. Strategi operasi bisnis click-and-mortar yang sukses</p> <p>k. Permasalahan dan bahasan terkini dalam ritel elektronis</p>	150 menit	<p>A. Hal. 93-139</p> <p>B. Hal. 242-267</p>
4.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan perilaku konsumen, layanan pelanggan, dan periklanan secara online	Perilaku Konsumen, Layanan Pelanggan, dan Periklanan secara Online	<p>a. Perilaku konsumen secara online</p> <p>b. Proses pengambilan keputusan oleh konsumen</p> <p>c. Proses pemasaran antar individu dan personalisasi dalam e-commerce</p> <p>d. Riset pemasaran untuk e-commerce</p> <p>e. Penyampaian layanan pelanggan dalam dunia maya</p> <p>f. Periklanan dalam media web</p> <p>g. Metode periklanan dunia maya</p> <p>h. Strategi periklanan dan promosi dalam dunia maya</p> <p>i. Topik-topik khusus dalam periklanan dunia maya</p> <p>j. Penyedia perangkat lunak dalam aplikasi periklanan online</p>	150 menit	<p>A. Hal. 146-194</p> <p>B. Hal. 132-197</p>

5.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar business-to-business dan collaborative commerce	Konsep Dasar Business-to-Business dan Collaborative Commerce	<ul style="list-style-type: none"> a. Konsep, karakteristik, dan model business-to-business (B2B) e-commerce b. Pasar dari sisi penjual c. Penjualan melalui lelang d. Pasar dari sisi pembeli e. Lelang model terbalik dalam sisi penjual f. Mengumpulkan katalog, pembelian berkelompok, dan barter g. Konsep collaborative commerce h. Infrastruktur, integrasi, dan agen-agen B2B 	150 menit	A. Hal. 201-240
6.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pertukaran antara business-to business dan publik	Pertukaran antara Business-to Business dan Publik	<ul style="list-style-type: none"> a. Ringkasan mengenai pertukaran dalam business-to-business (B2B) b. Portal B2B c. Pertukaran dengan pihak ketiga dalam B2B d. Pertukaran dalam konsorsium perdagangan e. Perdagangan dinamis f. Membangun dan menyatukan pertukaran serta pasar g. Mengelola pertukaran dalam pasar h. Jaringan komunikasi dan ekstranet untuk B2B i. Isu-isu terkini dalam implementasi pertukaran B2B 	150 menit	A. Hal. 245-283 B. Hal. 98-126
7.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang e-government, intrabusiness, customer-to-customer, dan e-learning	E-Government, Intrabusiness, Customer-to-Customer, dan E-Learning	<ul style="list-style-type: none"> a. Konsep intrabusiness dan business-to-employee e-commerce b. Intranet c. Portal perusahaan d. Ringkasan mengenai e-government e. Penerapan e-government f. Customer-to-customer e-commerce dan aplikasi peer-to-peer g. Publikasi elektronik dan buku elektronik h. E-learning dan manajemen pengetahuan 	150 menit	A. Hal. 289-326
8.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar mobile commerce	Konsep Dasar Mobile Commerce	<ul style="list-style-type: none"> a. Ringkasan dan manfaat mobile commerce b. Infrastruktur komputasi secara mobile c. Keamanan dan standar komunikasi nirkabel d. Aplikasi keuangan secara mobile 	150 menit	A. Hal. 332-376

				<ul style="list-style-type: none"> e. Aplikasi pemasaran secara mobile f. Aplikasi intrabusiness secara mobile g. Aplikasi layanan personal secara mobile h. Perdagangan berbasis lokasi i. Keterbatasan m-commerce j. Penerapan m-commerce 		
9.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang undang-undang, etika, dan kejahatan di dunia maya	Undang-Undang, Etika, dan Kejahatan di Dunia Maya		<ul style="list-style-type: none"> a. Aspek hukum dan aspek etika b. Privasi c. Hak kekayaan intelektual d. Kebebasan berekspresi di Internet e. Kejahatan dunia maya f. Keamanan internet 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Hal. 381-405 B. Hal. 340-370
10	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang pembayaran dan pemenuhan pesanan secara elektronik	Pembayaran dan Pemenuhan Pesanan secara Elektronik		<ul style="list-style-type: none"> a. Konsep pembayaran elektronik b. Keamanan pembayaran elektronik c. Kartu elektronik d. Metode pembayaran elektronik lain e. Pengecekan secara elektronik f. Ringkasan mengenai pemenuhan pesanan dan logistik g. Masalah dan solusi dalam pemenuhan pesanan 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Hal. 411-448 B. Hal. 306-334
11.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang e-strategy, komunitas dalam internet, dan e-commerce global	E-Strategy, Komunitas dalam Internet, dan E-Commerce Global		<ul style="list-style-type: none"> a. Konsep strategi e-commerce b. Inisiasi strategi c. Formulasi strategi d. Penerapan strategi e. Penilaian strategi f. Kegagalan dalam e-commerce g. Komunitas virtual h. Menuju e-commerce global i. E-commerce di usaha kecil dan menengah j. Masa depan e-commerce 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Hal. 455-503 B. Hal. 98-126
12.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar pemasaran melalui internet	Konsep Dasar Pemasaran melalui Internet		<ul style="list-style-type: none"> a. Teknik pencarian situs web b. Integrasi cara pemasaran tradisional dengan pemasaran melalui internet c. Membuat nama domain d. Mengoptimalkan mesin pencari e. Membuat "meta tags" 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> C. Best, Roger J, Market-Based Management, 4th Edition, Prentice Hall, 2005, hal. 271-297 D. Publikasi koran, majalah, dan internet terkini

			<p>f. Mengoptimalkan daftar e-mail g. Membuat program afiliasi h. Merancang rencana pemasaran melalui internet secara sederhana</p> <p>a. Biografi singkat b. Model bisnis c. Kendala-kendala yang dihadapi d. Solusi masalah bisnis e. Kiat-kiat sukses</p> <p>a. Pemaparan rencana bisnis online 2 kelompok besar kelas b. Tanya jawab dan debat c. Ringkasan hasil-hasil diskusi</p>	150 menit	D. Publikasi koran, majalah, dan internet terkini
13.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang kisah-kisah pebisnis online	Kisah-Kisah Pebisnis Online			
14.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat mengetahui tentang rencana bisnis online yang baik dan mungkin dijalankan	Presentasi rencana bisnis online		150 menit	A. Hal. 455-503 D. Publikasi koran, majalah, dan internet terkini

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **E-COMMERCE**
Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 1

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan pengertian dan pentingnya e-commerce
- b. Menjelaskan kelebihan dan keterbatasan e-commerce
- c. Menjelaskan revolusi digital

B. Pokok Bahasan : Konsep Dasar E-Commerce

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Definisi dan terminologi e-commerce
2. Rerangka dan ruang lingkup e-commerce
3. Rencana bisnis dan model-model e-commerce
4. Kelebihan dan keterbatasan e-commerce
5. Revolusi digital dan dampak ekonomi dari e-commerce
6. Kontribusi e-commerce terhadap organisasi

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi E-Commerce yang akan diajarkan selama satu semester 2. Menjelaskan manfaat mempelajari E-Commerce 3. Menjelaskan kompetensi TIU	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

	dan TIK		
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definisi dan terminologi e-commerce 2. Rerangka dan ruang lingkup e-commerce 3. Rencana bisnis dan model-model e-commerce 4. Kelebihan dan keterbatasan e-commerce 5. Revolusi digital dan dampak ekonomi dari e-commerce 6. Kontribusi e-commerce terhadap organisasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

1. Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003
2. VanHoose, David D, E-Commerce Economics, Thomson Learning, 2003

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : E-COMMERCE
Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 2

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan pasar perdagangan elektronis
- b. Menjelaskan berbagai mekanisme pasar
- c. Menjelaskan dampak e-commerce terhadap proses bisnis dan organisasi

B. Pokok Bahasan : Mekanisme Pasar E-Commerce

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Ruang lingkup pasar perdagangan elektronis
2. Jenis-jenis pasar elektronis
3. Intermediasi dan kerjasama dalam e-commerce
4. Persaingan, likuiditas, kualitas, dan faktor penentu sukses dalam pasar elektronis
5. Katalog elektronis dan mekanisme pasar lainnya
6. Lelang elektronis
7. Proses barter dan negosiasi secara online
8. Mobile commerce
9. Dampak pasar elektronis terhadap proses bisnis dan organisasi

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
----------------	-------------------	--------------------	-------

Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan materi e-commerce yang akan diajarkan pada pertemuan ke-2 2. Menjelaskan manfaat mempelajari mekanisme pasar e-commerce 3. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang lingkup pasar perdagangan elektronik 2. Jenis-jenis pasar elektronik 3. Intermediasi dan kerjasama dalam e-commerce 4. Persaingan, likuiditas, kualitas, dan faktor penentu sukses dalam pasar elektronik 5. Katalog elektronik dan mekanisme pasar lainnya 6. Lelang elektronik 7. Proses barter dan negosiasi secara online 8. Mobile commerce 9. Dampak pasar elektronik terhadap proses bisnis dan organisasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

1. Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003
2. VanHoose, David D, E-Commerce Economics, Thomson Learning, 2003

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **E-COMMERCE**
Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 3

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan ritel elektronik
- b. Menjelaskan strategi click-and-mortar yang sukses

B. Pokok Bahasan : Produk dan Jasa Ritel dalam E-Commerce

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Ritel elektronik dan pasar business-to-consumer
2. Model bisnis ritel elektronik
3. Jasa travel dan turisme secara online
4. Penempatan karyawan dan bursa kerja elektronik
5. Real estat, asuransi, dan perdagangan saham secara online
6. Perbankan dan keuangan personal secara online
7. Jasa pengiriman secara on-demand
8. Penyampaian produk digital, hiburan, dan media secara online
9. Alat bantu pengambilan keputusan pembelian secara online
10. Alat bantu pengambilan keputusan pembelian secara online

11. Strategi operasi bisnis click-and-mortar yang sukses

12. Permasalahan dan bahasan terkini dalam ritel elektronik

D.Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan materi e-commerce yang akan diajarkan pada pertemuan ke-3 2. Menjelaskan manfaat mempelajari produk dan jasa ritel dalam e-commerce 3. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ritel elektronik dan pasar business-to-consumer 2. Model bisnis ritel elektronik 3. Jasa travel dan turisme secara online 4. Penempatan karyawan dan bursa kerja elektronik 5. Real estat, asuransi, dan perdagangan saham secara online 6. Perbankan dan keuangan personal secara online 7. Jasa pengiriman secara on-demand 8. Penyampaian produk digital, hiburan, dan media secara online 9. Alat bantu pengambilan keputusan pembelian secara online 10. Alat bantu pengambilan keputusan pembelian secara online 11. Strategi operasi bisnis click-and-mortar yang sukses 12. Permasalahan dan bahasan terkini dalam ritel elektronik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard

	3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang		
--	---	--	--

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

1. Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003
2. VanHoose, David D, E-Commerce Economics, Thomson Learning, 2003

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : E-COMMERCE
Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 4

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan perilaku konsumen secara online
- b. Menjelaskan layanan pelanggan secara online
- c. Menjelaskan periklanan secara online

B. Pokok Bahasan : Perilaku Konsumen, Layanan Pelanggan, dan Periklanan secara Online

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Perilaku konsumen secara online
2. Proses pengambilan keputusan oleh konsumen
3. Proses pemasaran antar individu dan personalisasi dalam e-commerce
4. Riset pemasaran bagi e-commerce
5. Penyampaian layanan pelanggan dalam dunia maya
6. Periklanan dalam media web
7. Metode periklanan dunia maya
8. Strategi periklanan dan promosi dalam dunia maya
9. Topik-topik khusus dalam periklanan dunia Maya

10. Penyedia perangkat lunak dalam aplikasi periklanan online

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan materi e-commerce yang akan diajarkan pada pertemuan ke-4 2. Menjelaskan manfaat mempelajari perilaku konsumen, layanan pelanggan, dan periklanan secara online 3. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perilaku konsumen secara online 2. Proses pengambilan keputusan oleh konsumen 3. Proses pemasaran antar individu dan personalisasi dalam e-commerce 4. Riset pemasaran bagi e-commerce 5. Penyampaian layanan pelanggan dalam dunia maya 6. Periklanan dalam media web 7. Metode periklanan dunia maya 8. Strategi periklanan dan promosi dalam dunia maya 9. Topik-topik khusus dalam periklanan dunia maya 10. Penyedia perangkat lunak dalam aplikasi periklanan online 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

1. Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003
2. VanHoose, David D, E-Commerce Economics, Thomson Learning, 2003

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : E-COMMERCE
Kode Mata Kuliah : ED 345 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 5

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan business-to-business e-commerce
- b. Menjelaskan collaborative commerce

B. Pokok Bahasan : Konsep Dasar Business-to-Business dan Collaborative Commerce

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Konsep, karakteristik, dan model business-to-business (B2B) e-commerce
2. Pasar dari sisi penjual
3. Penjualan melalui lelang
4. Pasar dari sisi pembeli
5. Lelang model terbalik dalam sisi penjual
6. Mengumpulkan katalog, pembelian berkelompok, dan barter
7. Konsep collaborative commerce
8. Infrastruktur, integrasi, dan agen-agen B2B

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
----------------	-------------------	--------------------	-------

Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan materi e-commerce yang akan diajarkan pada pertemuan ke-5 2. Menjelaskan manfaat mempelajari konsep dasar business-to-business dan collaborative commerce 3. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep, karakteristik, dan model business-to-business (B2B) e-commerce 2. Pasar dari sisi penjual 3. Penjualan melalui lelang 4. Pasar dari sisi pembeli 5. Lelang model terbalik dalam sisi penjual 6. Mengumpulkan katalog pembelian berkelompok, dan barter 7. Konsep collaborative commerce 8. Infrastruktur, integrasi, dan agen-agen B2B 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **E-COMMERCE**
Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 6

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan pertukaran elektronis
- b. Menjelaskan integrasi pasar dan pertukaran elektronis
- c. Menjelaskan jaringan komunikasi

B. Pokok Bahasan : Pertukaran antara Business-to-Business dan Publik

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Ringkasan mengenai pertukaran dalam business-to-business (B2B)
2. Portal B2B
3. Pertukaran dengan pihak ketiga dalam B2B
4. Pertukaran dalam konsorsium perdagangan
5. Perdagangan dinamis
6. Membangun dan menyatukan pertukaran serta pasar
7. Mengelola pertukaran dalam pasar
8. Jaringan komunikasi dan ekstranet untuk B2B
9. Isu-isu terkini dalam implementasi

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi e-commerce yang akan diajarkan pada pertemuan ke-62. Menjelaskan manfaat mempelajari pertukaran antara business-to-business dan publik3. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Ringkasan mengenai pertukaran dalam business-to-business (B2B)2. Portal B2B3. Pertukaran dengan pihak ketiga dalam B2B4. Pertukaran dalam konsorsium perdagangan5. Perdagangan dinamis6. Membangun dan menyatukan pertukaran serta pasar7. Mengelola pertukaran dalam pasar8. Jaringan komunikasi dan ekstranet untuk B2B9. Isu-isu terkini dalam implementasi	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan dan mencatat2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none">1. Merangkum materi yang disampaikan2. Memberi pertanyaan3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

1. Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003
2. VanHoose, David D, E-Commerce Economics, Thomson Learning, 2003

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : E-COMMERCE
Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 7

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan definisi e-government
- b. Menjelaskan definisi intrabusiness
- c. Menjelaskan tentang e-learning

B. Pokok Bahasan : E-Government, Intrabusiness, Customer-to-Customer, dan E-Learning

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Konsep intrabusiness dan business-to-employee e-commerce
2. Intranet
3. Portal perusahaan
4. Ringkasan mengenai e-government
5. Penerapan e-government
6. Customer-to-customer e-commerce dan aplikasi peer-to-peer
7. Publikasi elektronik dan buku elektronik
8. E-learning dan manajemen pengetahuan

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi e-commerce yang akan diajarkan pada pertemuan ke-72. Menjelaskan manfaat mempelajari e-government, intrabusiness, customer-to-customer, dan e-learning3. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Konsep intrabusiness dan business-to-employee e-commerce2. Intranet3. Portal perusahaan4. Ringkasan mengenai e-government5. Penerapan e-government6. Customer-to-customer e-commerce dan aplikasi peer-to-peer7. Publikasi elektronik dan buku elektronik8. E-learning dan manajemen pengetahuan	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan dan mencatat2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none">1. Merangkum materi yang disampaikan2. Memberi pertanyaan3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : E-COMMERCE
Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 8

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan tentang mobile commerce
- b. Menjelaskan standar komunikasi nirkabel dan keamanannya

B. Pokok Bahasan : Konsep Dasar Mobile Commerce

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Ringkasan dan manfaat mobile commerce
2. Infrastruktur komputasi secara mobile
3. Keamanan dan standar komunikasi nirkabel
4. Aplikasi keuangan secara mobile
5. Aplikasi pemasaran secara mobile
6. Aplikasi intrabusiness secara mobile
7. Aplikasi layanan personal secara mobile
8. Perdagangan berbasis lokasi
9. Keterbatasan m-commerce
10. Penerapan m-commerce

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi e-commerce yang akan	1. Memperhatikan 2. Mengajukan	OHT, OHP & whiteboard

	<p>diajarkan pada pertemuan ke-8</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Menjelaskan manfaat mempelajari konsep dasar mobile commerce 3. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK 	pertanyaan	
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ringkasan dan manfaat mobile commerce 2. Infrastruktur komputasi secara mobile 3. Keamanan dan standar komunikasi nirkabel 4. Aplikasi keuangan secara mobile 5. Aplikasi pemasaran secara mobile 6. Aplikasi intrabusiness secara mobile 7. Aplikasi layanan personal secara mobile 8. Perdagangan berbasis lokasi 9. Keterbatasan m-commerce 10. Penerapan m-commerce 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **E-COMMERCE**
Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 9

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan aspek hukum bagi e-commerce
- b. Menjelaskan aspek etis untuk e-commerce
- c. Menjelaskan keamanan dalam internet

B. Pokok Bahasan : Undang-Undang, Etika, dan Kejahatan di Dunia Maya

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Aspek hukum dan aspek etika
2. Privasi
3. Hak kekayaan intelektual
4. Kebebasan berekspresi di Internet
5. Kejahatan dunia maya
6. Keamanan internet

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi e-commerce yang akan diajarkan pada pertemuan ke-92. Menjelaskan manfaat mempelajari undang-undang, etika, dan kejahatan di dunia maya3. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Aspek hukum dan aspek	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan dan	OHT, OHP &

	etika 2. Privasi 3. Hak kekayaan intelektual 4. Kebebasan berekspresi di Internet 5. Kejahatan dunia maya 6. Keamanan internet	mencatat 2. Kreatif bertanya	whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

1. Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003
2. VanHoose, David D, E-Commerce Economics, Thomson Learning, 2003

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : E-COMMERCE
Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 10

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan pembayaran elektronik
- b. Menjelaskan pemenuhan pesanan dan logistik

B. Pokok Bahasan : Pembayaran dan Pemenuhan Pesanan secara Elektronik

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Konsep pembayaran elektronik
2. Keamanan pembayaran elektronik
3. Kartu elektronik
4. Metode pembayaran elektronik lain
5. Pengecekan secara elektronik
6. Ringkasan mengenai pemenuhan pesanan dan logistik
7. Masalah dan solusi dalam pemenuhan pesanan

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi e-commerce yang akan diajarkan pada pertemuan ke-10 2. Menjelaskan manfaat	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

	mempelajari pembayaran dan pemenuhan pesanan secara elektronik 3. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK		
Penyajian	1. Konsep pembayaran elektronik 2. Keamanan pembayaran elektronik 3. Kartu elektronik 4. Metode pembayaran elektronik lain 5. Pengecekan secara elektronik 6. Ringkasan mengenai pemenuhan pesanan dan logistik 7. Masalah dan solusi dalam pemenuhan pesanan	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

1. Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003
2. VanHoose, David D, E-Commerce Economics, Thomson Learning, 2003

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **E-COMMERCE**
Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 11

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan tentang e-strategy
- b. Menjelaskan tentang komunitas dalam internet
- c. Menjelaskan e-commerce global

B. Pokok Bahasan : E-Strategy, Komunitas dalam Internet, dan
E-Commerce Global

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Konsep strategi e-commerce
2. Inisiasi strategi
3. Formulasi strategi
4. Penerapan strategi
5. Penilaian strategi
6. Kegagalan dalam e-commerce
7. Komunitas virtual
8. Menuju e-commerce global
9. E-commerce di usaha kecil dan menengah
10. Masa depan e-commerce

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi e-commerce yang akan diajarkan pada pertemuan ke-112. Menjelaskan manfaat mempelajari e-strategy, komunitas dalam internet, dan e-commerce global3. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Konsep strategi e-commerce2. Inisiasi strategi3. Formulasi strategi4. Penerapan strategi5. Penilaian strategi6. Kegagalan dalam e-commerce7. Komunitas virtual8. Menuju e-commerce global9. E-commerce di usaha kecil dan menengah10. Masa depan e-commerce	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan dan mencatat2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none">1. Merangkum materi yang disampaikan2. Memberi pertanyaan3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

1. Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003
2. VanHoose, David D, E-Commerce Economics, Thomson Learning, 2003

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : E-COMMERCE

Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 12

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan konsep dasar pemasaran melalui internet
- b. Menjelaskan cara melakukan pemasaran melalui internet

B. Pokok Bahasan : Konsep Dasar Pemasaran melalui Internet

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Teknik pencarian situs web
2. Integrasi cara pemasaran tradisional dengan pemasaran melalui internet
3. Membuat nama domain
4. Mengoptimalkan mesin pencari
5. Membuat "meta tags"
6. Mengoptimalkan daftar e-mail
7. Membuat program afiliasi
8. Merancang rencana pemasaran melalui internet secara sederhana

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi e-commerce yang akan diajarkan pada pertemuan ke-12	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Menjelaskan manfaat mempelajari konsep dasar pemasaran melalui internet 3. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK 		
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknik pencarian situs web 2. Integrasi cara pemasaran tradisional dengan pemasaran melalui internet 3. Membuat nama domain 4. Mengoptimalkan mesin pencari 5. Membuat "meta tags" 6. Mengoptimalkan daftar e-mail 7. Membuat program afiliasi 8. Merancang rencana pemasaran melalui internet secara sederhana 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

1. Best, Roger J, Market-Based Management, 4th Edition, Prentice Hall, 2005
2. Publikasi koran, majalah, dan internet terkini

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : E-COMMERCE
Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 13

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Menjelaskan kisah-kisah pebisnis online
- b. Mengambil semangat wirausaha dari pebisnis online

B. Pokok Bahasan : Kisah-Kisah Pebisnis Online

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Biografi singkat
2. Model bisnis
3. Kendala-kendala yang dihadapi
4. Solusi masalah bisnis
5. Kiat-kiat sukses

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi e-commerce yang akan diajarkan pada pertemuan ke-13 2. Menjelaskan manfaat mempelajari kisah-kisah pebisnis online 3. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Biografi singkat 2. Model bisnis 3. Kendala-kendala yang	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

	dihadapi 4. Solusi masalah bisnis 5. Kiat-kiat sukses		
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

Publikasi koran, majalah, dan internet terkini

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **E-COMMERCE**
 Kode Mata Kuliah : EM 345 - 3 SKS
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 14

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum:

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pemanfaatan media elektronik khususnya internet dalam bisnis dan organisasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa akan dapat

- a. Membuat rencana bisnis online
- b. Mempresentasikan rencana bisnis online secara profesional

B. Pokok Bahasan : Presentasi Rencana Bisnis Online

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pemaparan rencana bisnis online 2 kelompok besar kelas
 2. Tanya jawab dan debat
 3. Ringkasan hasil-hasil diskusi

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	4. Memfasilitasi presentasi 5. Menjelaskan manfaat rencana bisnis online 6. Menjelaskan kompetensi TIU dan TIK	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Pemaparan rencana bisnis online 2 kelompok besar kelas 2. Tanya jawab dan debat 3. Ringkasan hasil-hasil diskusi	1. Penyaji menyampaikan presentasi semenarik mungkin 2. Pembahas bertanya secara kritis	OHT, OHP & whiteboard, mikrofon
Penutup	4. Merangkum materi yang disampaikan	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan	OHT, OHP & whiteboard

	5. Memberi pertanyaan 6. Memberi gambaran ringkas tentang seluruh materi dari seluruh pertemuan	tanya jawab	
--	--	-------------	--

E. Evaluasi:

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi:

1. Turban, Efraim & David King, Introduction to E-Commerce, International Edition, Prentice Hall, 2003
2. Publikasi koran, majalah, dan internet terkini



**GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN
dan
SATUAN ACARA PENGAJARAN**

Mata Kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN
Kode Mata Kuliah/SKS : EM 556 / 3 SKS

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
DIPONEGORO
SEMARANG**

GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN

Mata Kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN**

Kode / SKS : EM 556 / 3 SKS

Deskripsi Singkat : Mata kuliah ini membahas berbagai pedoman aplikasi manajemen pemasaran khususnya strategic marketing planning & implementation dalam bidang aplikasi strategi produk, harga, promosi, distribusi dan penjualan, dalam sebuah kerangka MSM Process (Marketing Strategy Making Process), setelah mahasiswa memahami dasar-dasar konsepnya dalam mata kuliah manajemen pemasaran.

TIU : Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa diharapkan memahami teknik dan proses penyusunan strategi pemasaran (MSM – Marketing Strategy Making) serta memiliki ketrampilan dasar untuk mengaplikasikan teknik dan proses MSM.

No	Tujuan Instruksional Khusus	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Est. Wkt	Sumber Kepustakaan
1.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan dan menganalisis Kerangka Kerja Proses MSM Marketing Strategy Making	Kerangka Kerja Proses MSM – Marketing Strategy Making	a. Konsep Dasar b. Proses MSM	150 menit	Augusty, Bab 1
2.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Proses Pengembangan Produk Baru	Proses Pengembangan Produk Baru	a. Pengembangan Produk b. Pengujian pasar c. Tahap Komersialisasi produk	150 menit	A. Kotler, Bab 14 B. Stanton, Chapter 8. D. Augusty, Bab 2
3.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Model Aplikasi Pengembangan Produk	Model dan Aplikasi Pengembangan Strategi Produk	a. Analisis lini produk b. Keputusan atas lini produk c. Keputusan mengenai atribut produk d. Keputusan mengenai merk produk e. Keputusan kemasan dan label	150 menit	A. Kotler, Bab. 15, 16 B. Stanton, Chapter 9 D. Augusty, Bab2
4.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Model dan Aplikasi Pengembangan Strategi Harga	Model dan Aplikasi Pengembangan Strategi Harga	a. Penetapan harga per wilayah geografis b. Potongan harga c. Penetapan harga promosi d. Pemotongan harga diskriminatif	150 menit	A. Kotler, Bab. 17 B. Stanton, Chapter 9 D. Augusty, Bab 3

5.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Analisis Dinamika Harga dan Persaingan	Analisis Dinamika Harga dan Persaingan	<ul style="list-style-type: none"> a. Mempraktisai pemotongan harga b. Mempraktisai kenaikan harga c. Reaksi atas perubahan harga (pembeli dan pesaing) 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Kotler, Bab 17 B. Stanton, Chapter. 13 D. Augusty, Bab 3
6-7	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Pengembangan strategi Distribusi dan Penjualan	Pengembangan Strategi Distribusi dan Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> a. Manajemen Wilayah, Salesforce dan Jaringan distribusi b. Keputusan modifikasi saluran pemasaran c. Perkembangan sistim pemasaran vertikal d. Perkembangan sistim pemasaran horizontal e. Kerjasama, konflik dan persaingan saluran 	300 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Kotler, Bab 18. B. Stanton, Chapter. 16 D. Augusty, Bab 5
8.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan serta merancang program periklanan.	Merancang Program Periklanan	<ul style="list-style-type: none"> a. Menentukan media iklan b. Mengevaluasi efektivitas iklan (penelitian mengenai pengaruh komunikasi dan terhadap penjualan) 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Kotler, Bab. 21 B. Stanton, Chapter. 20 D. Augusty, Bab 4
9.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan serta merancang program humas dan promosi penjualan	Merancang program humas dan promosi penjualan	<ul style="list-style-type: none"> a. Menentukan tujuan promosi penjualan. b. Melaksanakan dan mengendalikn program promosi penjualan. c. Mengevaluasi hasil promosi penjualan d. Keputusan utama dalam Humas 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Kotler, Bab. 22. B. Stanton, Chapter. 20 C. Augusty, Bab 4
10	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan serta mengorganisasi dan melaksanakan program pemasaran	Mengorganisasi dan melaksanakan program pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> a. Cara-cara mengelola departemen pemasaran b. Kemampuan diagnostic dalam pemasaran c. Kemampuan melaksanakan pemasaran. d. Kemampuan mengevaluasi pelaksanaan pemasaran 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Kotler, Bab. 24. B. Augusty Bab. 6

11	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan serta menganalisis Kinerja pemasaran	Analisis Kinerja Pemasaran	a. Kriteria untuk menentukan target. b. Penilaian tingkat efektivitas pemasaran c. Audit pemasaran d. Marketing Scorecard	150 menit	A. Kotler, Bab. 25 B. Augusty Bab 7
12	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Pasar Dunia	Pasar Dunia	a. Kejasama ekonomi dan pengaturan istimewa dalam perdagangan. b. Kejasama ekonomi regional c. Karakteristik pasar regional	150 menit	A. Keegan, Bab 8
13	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menganalisis dan strategi persaingan	Analisis dan strategi persaingan	a. Ancaman pendatang baru dan produk pengganti b. Kekuatan tawar menawar pembeli dan pemasok c. Rivalitas diantara pesaing d. Keunggulan bersaing.		A. Porter, Bab III B. Keegan, Bab 11 C. Kotler, Bab..
14	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan keunggulan dan persaingan nasional dan persaingan global	Keunggulan bersaing nasional dan persaingan global	a. Kondisi faktor dan permintaan b. Industri terkait dan pendukung perusahaan, struktur dan persaingan d. Faktor-faktor penentu	150 menit	A. Keegan, Bab. 11 B. Porter, Bab. C. Kotiker, Bab

Referensi :

1. Augusty Ferdinand, **Strategi Pemasaran & Scorcard Model**, Badan Penerbit Undip, 2002
2. Philip Kotler, **Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)**, Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1996
3. Warren J. Keegan, **Manajemen Pemasaran Global (Alih bahasa : Alexander Sindoro)**, Jilid 1, Simon & Chuster (Asia) Pte. Limited, 1996
4. Michael Porter, **Strategi Bersaing**, Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1993

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 1

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa diharapkan memahami Kerangka Kerja Proses MSM – Marketing Strategy Making.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa diharapkan dapat menjelaskan konsepsi dasar dan proses MSM.

B. Pokok Bahasan : Kerangka Kerja Proses MSM – Marketing Strategy Making

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Konsepsi Dasar
2. Proses MSM

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi konsepsi dasar 2. Menjelaskan proses MSM 3. Menjelaskan TIU & TIK	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Konsepsi Dasar 2. Proses MSM	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. Augusty, Ferdinand, Strategi Pemasaran & Scorecard Model, Badan Penerbit Undip, 2002

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 2

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :
Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Proses pengembangan Produk Baru
2. Tujuan Instruksi Khusus :
Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa semester akan dapat :
 - a. Menjelaskan mengenai pengembangan produk
 - b. Menjelaskan Pengujian Pasar
 - c. Menjelaskan Tahap Komersialisasi produk.

B. Pokok Bahasan : Proses Pengembangan Produk Baru

- C. Sub Pokok Bahasan** :
1. Pengembangan Produk
 2. Pengujian Pasar
 3. Tahap Komersialisasi produk

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan materi Proses Pengembangan Produk Baru 2. Menjelaskan manfaat mempelajari Proses Pengembangan Produk Baru 3. Menjelaskan Kompetensi TIU dan TIK 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan Pengembangan Produk 2. Pengujian Pasar 3. Tahap Komersialisasi produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Tugas :

1. Menyusun Pengembangan produk baru

G. Referensi :

1. Augusty Ferdinand, Strategi Pemasaran & Scorecard Model, Badan Penerbit Undip, 2002
2. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1996.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 3

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Model dan aplikasi pengembangan strategi produk

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat :

- a. Menjelaskan mengenai Analisis lini produk
- b. Menjelaskan mengenai keputusan atas lini produk
- c. Menjelaskan keputusan mengenai atribut produk
- d. Menjelaskan keputusan mengenai merk produk
- e. Menjelaskan keputusan mengenai kemasan dan label

B. Pokok Bahasan : Model dan Aplikasi Pengembangan Strategi Produk

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Analisis lini produk

2. Keputusan atas lini produk

3. Keputusan mengenai atribut produk

4. Keputusan mengenai merk produk

5. Keputusan kemasan dan label

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi Model dan aplikasi strategi produk2. Menjelaskan manfaat * mem pelajari model dan aplikasi strategi produk.3. Menjelaskan Kompetensi TIU dan TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan Analisis lini produk2. Keputusan atas lini produk3. Keputusan mengenai atribut produk4. Keputusan mengenai merk	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan dan mencatat2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	produk 5. Keputusan kemasan dan label 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard
---------	--	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Tugas :

1. Membaca materi chapter selanjutnya
2. Buat Tugas materi tersebut

G. Referensi :

1. Augusty Ferdinand, Strategi Pemasaran & Scorecard Model, Badan Penerbit Undip, 2002
2. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1996.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN**

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 4

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :
Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Model dan aplikasi pengembangan strategi harga.
2. Tujuan Instruksi Khusus :
Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat :
 - a. Menjelaskan penetapan harga per wilayah geografis
 - b. Menjelaskan Potongan harga
 - c. Menjelaskan penetapan harga promosi
 - d. Menjelaskan pemotongan harga diskriminatif

B. Pokok Bahasan : Model dan aplikasi pengembangan strategi harga

- C. Sub Pokok Bahasan** : 1. Penetapan harga per wilayah geografis
2. Potongan harga
 3. Penetapan harga promosi
 4. Pemotongan harga diskriminatif

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi model dan aplikasi pengembangan strategi harga.	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	2. Menjelaskan manfaat mempelajari model dan aplikasi pengembangan strategi harga 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK 1. Menjelaskan penetapan harga per wilayah geografis 2. Potongan harga 3. Penetapan harga promosi 4. Pemotongan harga diskriminatif.	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

	tentang materi kuliah yang akan datang		
--	--	--	--

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Referensi :

1. Augusty, Ferdinand, Strategi Pemasaran & Scorecard Model, Badan Penerbit Undip, 2002
2. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1996.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN**

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 5

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Analisis Dinamika harga dan persaingan

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat :

- a. Menjelaskan mengenai memprakarsai pemotongan harga
- b. Menjelaskan mengenai memprakarsai kenaikan harga
- c. Menjelaskan tentang reaksi atas perubahan harga (pembeli dan pesaing)

B. Pokok Bahasan : Analisis Dinamika harga dan persaingan

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Memprakarsai pemotongan harga
2. Memprakarsai kenaikan harga
3. Reaksi atas perubahan harga (Pembeli dan pesaing)

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi Analisis dinamika harga dan persaingan 2. Menjelaskan manfaat mempelajari Analisis dinamika harga dan persaingan.	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK 1. Memprakarsai pemotongan harga. 2. Memprakarsai kenaikan harga 3. Reaksi atas perubahan harga (pembeli dan pesaing)	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

	akan datang		
--	-------------	--	--

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Referensi :

1. Augusty Ferdinand, Strategi Pemasaran & Scorecard Model, Badan Penerbit Undip, 2002
2. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1996.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN**

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 6-7

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Pengembangan strategi distribusi dan penjualan

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat :

- a. Menjelaskan mengenai manajemen wilayah, salesforce dan jaringan distribusi.
- b. Menjelaskan keputusan modifikasi saluran pemasaran
- c. Menjelaskan perkembangan sistim pemasaran vertikal
- d. Menjelaskan perkembangan sistim pemasaran horizontal
- e. Menjelaskan kerjasama, konflik dan persaingan saluran.

B. Pokok Bahasan : Pengembangan Strategi Distribusi dan Penjualan

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Manajemen Wilayah Salesforce dan Jaringan distribusi

2. Keputusan modifikasi saluran pemasaran

3. Perkembangan sistim pemasaran vertikal

4. Perkembangan sistim pemasaran horizontal

5. Kerjasama, konflik dan persaingan saluran

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan materi Pengembangan strategi Distribusi dan penjualan 2. Menjelaskan manfaat mempelajari materi Pengembangan strategi Distribusi dan penjualan 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Wilayah, Salesforce dan Jaringan distribusi 2. Keputusan modifikasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	<p>saluran pemasaran</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Perkembangan sistim pemasaran vertikal 4. Perkembangan sistim pemasaran horizontal 5. Kerjasama, konflik dan persaingan saluran. <ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard
---------	---	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Referensi :

1. Augusty Ferdinand, Strategi Pemasaran & Scorecard Model, Badan Penerbit Undip, 2002
2. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1996.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 8

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan serta merancang program periklanan

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat :

- a. Menjelaskan serta menentukan media iklan
- b. Mengevaluasi efektivitas iklan (penelitian mengenai pengaruh komunikasi dan terhadap penjualan)

B. Pokok Bahasan : Merancang Program Periklanan

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Menentukan Media Iklan
2. Mengevaluasi efektivitas iklan (Penelitian mengenai pengaruh komunikasi dan terhadap penjualan)

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi Merancang program periklanan 2. Menjelaskan manfaat mempelajari materi Merancang program periklanan	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK 1. Menentukan media iklan 2. Mengevaluasi efektivitas iklan (penelitian mengenai pengaruh komunikasi dan terhadap penjualan)	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

	akan datang		
--	-------------	--	--

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Referensi :

1. Augusty Ferdinand, Strategi Pemasaran & Scorecard Model, Badan Penerbit Undip, 2002
2. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1996.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN**

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 9

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan serta merancang program humas dan promosi penjualan.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat :

- a. Menjelaskan dan menentukan tujuan promosi penjualan
- b. Menjelaskan, melaksanakan dan mengendalikan program promosi penjualan
- c. Mengevaluasi hasil promosi penjualan
- d. Menjelaskan keputusan utama dalam Humas

B. Pokok Bahasan : Merancang program humas dan promosi penjualan

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Menentukan tujuan promosi penjualan
2. Melaksanakan dan mengendalikan program promosi penjualan
3. Mengevaluasi hasil promosi penjualan
tribusi
4. Keputusan utama dan Humas

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi Merancang program humas dan promosi penjualan 2. Menjelaskan manfaat mempelajari materi Merancang program humas dan promosi penjualan 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menentukan tujuan promosi 2. Melaksanakan dan mengendalikan program promosi penjualan	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	3. Mengevaluasi hasil promosi penjualan 4. Keputusan utama dalam humas 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard
---------	---	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Referensi :

1. Augusty Ferdinand, Strategi Pemasaran & Scorecard Model, Badan Penerbit Undip, 2002
2. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1996.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 10

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan serta mengorganisasi dan melaksanakan program pemasaran

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat :

- a. Menjelaskan cara-cara mengelola departemen pemasaran
- b. Menjelaskan kemampuan diagnostic dalam pemasaran
- c. Menjelaskan kemampuan melaksanakan pemasaran
- f. Menjelaskan kemampuan mengevaluasi pelaksanaan pemasaran

B. Pokok Bahasan : Mengorganisasi dan melaksanakan program pemasaran

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Cara-cara mengelola departemen pemasaran
2. Kemampuan diagnostic dalam pemasaran
3. Kemampuan melaksanakan pemasaran
4. Kemampuan mengevaluasi pelaksanaan pemasaran

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap-Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi Mengorganisasi dan melaksanakan program pemasaran 2. Menjelaskan manfaat mempelajari materi Mengorganisasi dan melaksanakan program pemasaran 4. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Cara-cara mengelola departemen pemasaran 2. Kemampuan diagnostic dalam pemasaran	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	3. Kemampuan melaksanakan pemasaran 4. Kemampuan mengevaluasi pelaksanaan pemasaran 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard
---------	--	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Referensi :

1. Augusty Ferdinand, Strategi Pemasaran & Scorecard Model, Badan Penerbit Undip, 2002
2. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1996.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 11

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan menganalisis kinerja pemasaran

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat :

- a. Menjelaskan kriteria untuk menentukan target
- b. Menjelaskan serta peninjauan tingkat efektifitas pemasaran
- c. Mengaudit pemasaran
- g. Menjelaskan marketing Scorecard

B. Pokok Bahasan : Analisis Kinerja Pemasaran

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Kriteria untuk menentukan target
2. Peninjauan tingkat efektivitas pemasaran
3. Audit pemasaran
4. Marketing Scorecard

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi Analisis Kinerja pemasaran 2. Menjelaskan manfaat	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	mempelajari materi Analisis Kinerja pemasaran 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK 1. Kriteria untuk menentukan target. 2. Peninjauan tingkat efektivitas pemasaran 3. Audit pemasaran 4. Marketing Scorecard	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

	tentang materi kuliah yang akan datang		
--	--	--	--

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Referensi :

1. Augusty Ferdinand, Strategi Pemasaran & Scorecard Model, Badan Penerbit Undip, 2002
2. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1996.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN**

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit ,

Pertemuan : 12

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan Pasar Dunia

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat :

- a. Mengetahui Kerjasama ekonomi dan pengaturan istimewa dalam perdagangan
- b. Kerjasama ekonomi regional
- c. Karakteristik pasar regional

B. Pokok Bahasan : Pasar Dunia

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Kerjasama ekonomi dan pengaturan istimewa dalam perdagangan
2. Kerjasama ekonomi regional
3. Karakteristik pasar regional

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi Pasar Dunia 2. Menjelaskan manfaat mempelajari materi Pasar Dunia 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK	3. Memperhatikan 4. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Kerjasama ekonomi dan pengaturan istimewa dalam perdagangan 2. Kerjasama ekonomi regional 3. Karakteristik pasar regional	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Referensi :

1. Warren J. Keegan, Manajemen Pemasaran Global (Alih bahasa : Alexandra Sindoro), Jilid 1, Simon & Chuster (Asia) Pte. Limited, 1996

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN**

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 13

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menganalisis kinerja dan strategi persaingan

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat :

- a. Mengerti akan Ancaman pendatang baru dan produk pengganti
- b. Mengerti kekuatan tawar menawar pembeli dan pemasok
- c. Memahami Rivalitas diantara pesaing
- d. Memahami Keunggulan bersaing

B. Pokok Bahasan : Analisis dan strategi persaingan

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Ancaman pendatang baru dan produk pengganti
2. Kekuatan tawar menawar pembeli dan pemasok
3. Rivalitas diantara pesaing
4. Keunggulan

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi Analisis dan strategi persaingan 2. Menjelaskan manfaat	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	mempelajari materi Analisis dan strategi persaingan 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK 1. Ancaman pendatang baru dan produk pengganti 2. Kekuatan tawar menawar pembeli dan pemasok 3. Rivalitas diantara pesaing 5. Keunggulan bersaing	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

	tentang materi kuliah yang akan datang		
--	--	--	--

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Referensi :

1. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1996.
 2. Warren J. Keegan, Manajemen Pemasaran Global (Alih bahasa : Alexandra Sindoro), Jilid 1, Simon & Chuster (Asia) Pte. Limited, 1996
 3. Michael Porter, Strategi Bersaing, Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1993
-

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN**

Kode Mata Kuliah : EM 556 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 14

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan keunggulan bersaing nasional dan persaingan global

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat :

- a. Memahami kondisi faktor dan permintaan
- b. Memahami industri terkait dan pendukung
- c. Memahami Strategi perusahaan, struktur dan persaingan
- e. Memahami faktor-faktor penentu

B. Pokok Bahasan : Keunggulan bersaing nasional dan persaingan global

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Kondisi faktor dan permintaan
2. Industri terkait dan pendukung
3. Strategi perusahaan, struktur dan persaingan
4. Faktor-faktor penentu

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi Keunggulan bersaing nasional dan persaingan global	1. Memperhatikan	OHT, OHP & whiteboard
	2. Menjelaskan manfaat mempelajari materi Keunggulan bersaing nasional dan persaingan global	2. Mengajukan pertanyaan	
	3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK		
Penyajian	1. Kondisi faktor dan permintaan	1. Memperhatikan dan mencatat	OHT, OHP & whiteboard
	2. Industri terkait dan pendukung	2. Kreatif bertanya	
	3. Strategi perusahaan, struktur, dan persaingan		
	4. Faktor-faktor		

Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard
---------	--	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Referensi :

1. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1996.
2. Warren J. Keegan, Manajemen Pemasaran Global (Alih bahasa : Alexandra Sindoro), Jilid 1, Simon & Chuster (Asia) Pte. Limited, 1996
3. Michael Porter, Strategi Bersaing, Edisi 6, Erlangga Jakarta, 1993



**GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN
dan
SATUAN ACARA PENGAJARAN**

Mata Kuliah : PERILAKU KONSUMEN
Kode Mata Kuliah/SKS : EM 357 / 3 SKS

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
DIPONEGORO
SEMARANG**

Mata Kuliah : PERILAKU KONSUMEN

Kode / SKS : EM 357 / 3 SKS

Deskripsi Singkat : Mata kuliah ini membicarakan tentang faktor-faktor baik eksternal maupun internal yang mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor-faktor tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran.

TIU : Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menyusun strategi pemasaran berdasarkan perilaku konsumen.

No	Tujuan Instruksional Khusus	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Est. Wkt	Sumber Kepustakaan
1.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pentingnya perilaku konsumen.	Pendahuluan tentang perilaku konsumen.	a. Pengertian konsumen. b. Pengertian perilaku konsumen c. Hubungan perilaku konsumen dan manajemen pemasaran.	150 menit	A. John C. Mowen dan Michael Minor, Perilaku Konsumen tahun 2001, Jilid 1, Bab 1 dan 2. B. Michael R. Solomon, CONSUMER BEHAVIOR, tahun 1994, ch. 1 C. David Loudon dan Albert J. Della Bitta, CONSUMER BEHAVIOR Concepts and Application, tahun 1988, ch. 1.
2.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang kebudayaan.	Kebudayaan	a. Pengertian kebudayaan. b. Kebudayaan dan perilaku konsumen. c. Kebudayaan populer.	150 menit	A. Bab 17 B. Ch. 16, 17 C. Ch. 6
3.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang sub kebudayaan.	Sub kebudayaan.	a. Etnis sub kebudayaan b. Sub kebudayaan regional. c. Sub kebudayaan golongan sosial d. Sub kebudayaan lainnya.	150 menit	A. Ch. 7 C. Bab 18
4.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat	Kelas sosial.	a. Proses terjadinya kelas sosial.	150 menit	C. Ch. 8

	menjelaskan tentang kelas sosial.		b. Pengukuran kelas sosial.		
5.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang kelompok sosial.	Kelompok sosial.	a. Pengertian kelompok. b. Klasifikasi kelompok. c. Kelompok referensi.	150 menit	B. Ch. 14 dan 15 C. Ch. 9
6.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang keluarga.	Keluarga	a. Pengertian keluarga. b. Pengaruh anggota keluarga dalam pembelian. c. Siklus kehidupan keluarga.	150 menit	A. Bab 16 C. Ch 10
7.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan motivasi.	Motivasi	a. Pengertian tentang motivasi. b. Beberapa teori tentang motivasi.	150 menit	A. Bab 6 B. Ch. 12
8.	Setelah mengikuti mata kuliah akan dapat menjelaskan tentang persepsi.	Persepsi	Persepsi.	150 menit	B. Ch. 2
9.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang belajar.	Belajar	a. Proses belajar. b. Proses belajar dalam pembelian.	150 menit	B. Ch. 4 C. Ch. 14
10.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang kepribadian dan konsep diri.	Kepribadian dan konsep diri.	a. Pengertian kepribadian. b. Teori kepribadian. c. Konsep diri.	150 menit	A. Bab 7 C. Ch. 15
11.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan sikap	Sikap	a. Pengertian sikap. b. Konsep sikap.	150 menit	A. Bab 8 dan 9 B. Ch. 5 C. Ch. 16 dan 17
12.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan proses pengambilan keputusan pembelian konsumen.	Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen	a. Tahap-tahap dalam proses keputusan konsumen.	150 menit	A. Bab 11, 12 dan 13 B. Ch. 10 C. Ch. 20 dan 21
13.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat menjelaskan tentang perilaku pasca pembelian.	Perilaku pasca pembelian.	a. Tingkah laku berkenaan dengan pembelian. b. Evaluasi pasca pembelian. c. Kepuasan atau ketidakpuasan pembeli.	150 menit	B. Ch. 10 C. Ch. 21

14.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsumerisme.	Konsumerisme	a. Pengertian konsumerisme. b. Sejarah konsumerisme.	150 menit	A. Bab 20 C. Ch. 22
-----	--	--------------	---	--------------	------------------------

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : PERILAKU KONSUMEN

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 1

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pendahuluan tentang perilaku konsumen.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat :

- a. Menjelaskan pengertian perilaku konsumen
- b. Menjelaskan pentingnya perilaku konsumen
- c. Menjelaskan hubungan perilaku konsumen dengan manajemen pemasaran

B. Pokok Bahasan : Pendahuluan tentang Perilaku Konsumen

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian perilaku konsumen
2. Pentingnya mempelajari perilaku konsumen
3. Hubungan perilaku konsumen dan manajemen pemasaran

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan pengertian perilaku konsumen2. Menjelaskan pentingnya mempelajari perilaku konsumen3. Menjelaskan hubungan perilaku konsumen dan manajemen pemasaran	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian perilaku konsumen 2. Pentingnya mempelajari perilaku konsumen 3. Hubungan perilaku konsumen dan manajemen pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Referensi :

1. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 1, Erlangga.
2. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 2, Erlangga.
3. Michael R. Solomon, *Consumer Behaviour*, tahun 1994, Allyn and Bacon.
4. David Loudon dan Albert J. Della Bitta, *Consumer Behaviour Concepts and Application*, tahun 1988, Mc Graw Hill International Editions.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : PERILAKU KONSUMEN

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 2

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang kebudayaan.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan :

- a. Pengertian kebudayaan
- b. Kebudayaan dan perilaku konsumen
- c. Kebudayaan populer

B. Pokok Bahasan : Kebudayaan

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian kebudayaan
2. Kebudayaan dan perilaku konsumen
3. Kebudayaan populer

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-22. Menjelaskan manfaat mempelajari kebudayaan3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Pengertian kebudayaan.2. Kebudayaan dan perilaku konsumen	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan dan mencatat2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	3. Kebudayaan populer 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard
---------	---	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Tugas :

Membaca bab selanjutnya.

G. Referensi :

1. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 1, Erlangga.
2. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 2, Erlangga.
3. Michael R. Solomon, *Consumer Behaviour*, tahun 1994, Allyn and Bacon.
4. David Loudon dan Albert J. Della Bitta, *Consumer Behaviour Concepts and Application*, tahun 1988, Mc Graw Hill International Editions.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : PERILAKU KONSUMEN

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 3

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang sub kebudayaan.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan :

- a. Etnis sub kebudayaan
- b. Sub kebudayaan regional.
- c. Sub kebudayaan golongan sosial
- d. Sub kebudayaan lainnya

B. Pokok Bahasan : Sub kebudayaan

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Etnis sub kebudayaan
2. Sub kebudayaan regional
3. Sub kebudayaan golongan sosial
4. Sub kebudayaan lainnya

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-32. Menjelaskan manfaat mempelajari sub kebudayaan3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Etnis sub kebudayaan 2. Sub kebudayaan regional 3. Sub kebudayaan golongan sosial 4. Sub kebudayaan lainnya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Tugas :

Membaca bab selanjutnya.

G. Referensi :

1. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 1, Erlangga.
2. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 2, Erlangga.
3. David Loudon dan Albert J. Della Bitta, *Consumer Behaviour Concepts and Application*, tahun 1988, Mc Graw Hill International Editions.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **PERILAKU KONSUMEN**

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 4

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang kelas sosial.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan :

- a. Proses terjadinya kelas sosial
- b. Pengukuran kelas sosial

B. Pokok Bahasan : Kelas sosial

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Proses terjadinya kelas sosial
2. Pengukuran kelas sosial

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-4	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	2. Menjelaskan manfaat mempelajari kelas sosial 3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK 1. Proses terjadinya kelas sosial 2. Pengukuran terjadinya kelas sosial	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

	3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang		
--	---	--	--

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Tugas :

Membaca bab selanjutnya.

G. Referensi :

David Loudon dan Albert J. Della Bitta, *Consumer Behaviour Concepts and Application*, tahun 1988, Mc Graw Hill International Editions.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : PERILAKU KONSUMEN

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 5

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang kelompok sosial.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan :

- a. Pengertian kelompok
- b. Klasifikasi kelompok
- c. Kelompok referensi

B. Pokok Bahasan : Kelompok sosial

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian kelompok
2. Klasifikasi kelompok
3. Kelompok referensi

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-52. Menjelaskan manfaat mempelajari kelompok sosial3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Pengertian kelompok2. Klasifikasi kelompok3. Kelompok referensi	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan dan mencatat2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard
---------	--	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Tugas :

Membaca bab selanjutnya.

G. Referensi :

1. Michael R. Solomon, *Consumer Behaviour*, tahun 1994, Allyn and Bacon.
2. David Loudon dan Albert J. Della Bitta, *Consumer Behaviour Concepts and Application*, tahun 1988, Mc Graw Hill International Editions.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : PERILAKU KONSUMEN

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit -

Pertemuan : 6

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang keluarga.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan :

- a. Pengertian keluarga
- b. Pengaruh anggota keluarga dalam pembelian
- c. Siklus kehidupan keluarga

B. Pokok Bahasan : Keluarga

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian keluarga
2. Pengaruh anggota keluarga dalam pembelian
3. Siklus kehidupan keluarga

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-62. Menjelaskan manfaat mempelajari keluarga3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Pengertian keluarga2. Pengaruh anggota keluarga dalam pembelian3. Siklus kehidupan keluarga	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan dan mencatat2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard
---------	--	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Tugas :

1. Membaca bab selanjutnya
2. Menjelaskan hubungan antara faktor eksternal dengan strategi pemasaran

G. Referensi :

1. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 1, Erlangga.
2. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 2, Erlangga.
3. David Loudon dan Albert J. Della Bitta, *Consumer Behaviour Concepts and Application*, tahun 1988, Mc Graw Hill International Editions.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **PERILAKU KONSUMEN**

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 7

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang motivasi.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan :

- a. Pengertian tentang motivasi
- b. Beberapa teori tentang motivasi

B. Pokok Bahasan : Motivasi

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian tentang motivasi
2. Beberapa teori tentang motivasi

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-7	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	2. Menjelaskan manfaat mempelajari motivasi 3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK 1. Pengertian tentang motivasi 2. Beberapa teori tentang motivasi	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

	3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang		
--	---	--	--

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Tugas :

Membaca bab selanjutnya.

G. Referensi :

1. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 1, Erlangga.
2. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 2, Erlangga.
3. Michael R. Solomon, *Consumer Behaviour*, tahun 1994, Allyn and Bacon.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : PERILAKU KONSUMEN

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 8

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang persepsi.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang persepsi.

B. Pokok Bahasan : Persepsi

C. Sub Pokok Bahasan : Persepsi

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-82. Menjelaskan manfaat mempelajari persepsi3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	Persepsi.	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan dan mencatat2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none">1. Merangkum materi yang disampaikan2. Memberi pertanyaan3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Tugas :

Membaca bab selanjutnya.

G. Referensi :

Michael R. Solomon, *Consumer Behaviour*, tahun 1994, Allyn and Bacon.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : PERILAKU KONSUMEN

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 9

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang belajar.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan :

a. Proses belajar

b. Proses belajar dalam pembelian

B. Pokok Bahasan : Belajar

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Proses belajar

2. Proses belajar dalam pembelian

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-9 2. Menjelaskan manfaat mempelajari belajar 3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses belajar 2. Proses belajar dalam pembelian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Tugas :

Membaca bab selanjutnya.

G. Referensi :

1. Michael R. Solomon, *Consumer Behaviour*, tahun 1994, Allyn and Bacon.
2. David Loudon dan Albert J. Della Bitta, *Consumer Behaviour Concepts and Application*, tahun 1988, Mc Graw Hill International Editions.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : PERILAKU KONSUMEN

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 10

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang kepribadian dan konsep diri.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan :

- a. Pengertian kepribadian
- b. Teori kepribadian
- c. Konsep diri

B. Pokok Bahasan : Kepribadian dan konsep diri

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian kepribadian
2. Teori kepribadian
3. Konsep diri

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-92. Menjelaskan manfaat mempelajari kepribadian dan konsep diri3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Pengertian kepribadian2. Teori kepribadian3. Konsep diri	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan dan mencatat2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard OHT, OHP &

Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	whiteboard
---------	--	--	------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Tugas :

Membaca bab selanjutnya.

G. Referensi :

1. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 1, Erlangga.
2. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 2, Erlangga.
3. David Loudon dan Albert J. Della Bitta, *Consumer Behaviour Concepts and Application*, tahun 1988, Mc Graw Hill International Editions.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : PERILAKU KONSUMEN

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 11

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang sikap.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan :

a. Pengertian sikap

b. Konsep sikap

B. Pokok Bahasan : Sikap

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian sikap

2. Konsep sikap

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-102. Menjelaskan manfaat mempelajari sikap3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Pengertian sikap2. Konsep sikap	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan dan mencatat2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none">1. Merangkum materi yang disampaikan2. Memberi pertanyaan3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Tugas :

1. Membaca bab selanjutnya
2. Menjelaskan hubungan antara faktor internal dengan strategi pemasaran

G. Referensi :

1. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 1, Erlangga.
2. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 2, Erlangga.
3. Michael R. Solomon, *Consumer Behaviour*, tahun 1994, Allyn and Bacon.
4. David Loudon dan Albert J. Della Bitta, *Consumer Behaviour Concepts and Application*, tahun 1988, Mc Graw Hill International Editions.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : **PERILAKU KONSUMEN**

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 12

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang proses pengambilan keputusan pembelian konsumen.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian konsumen.

B. Pokok Bahasan : Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen

C. Sub Pokok Bahasan : Tahap-tahap dalam proses keputusan konsumen

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-12 2. Menjelaskan manfaat mempelajari pengambilan keputusan pembelian konsumen 3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK 	<p>Memperhatikan Mengajukan pertanyaan</p>	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	Tahap- tahap dalam proses keputusan pembelian konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Tugas :

Membaca bab selanjutnya.

G. Referensi :

1. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 1, Erlangga.
2. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 2, Erlangga.
3. Michael R. Solomon, *Consumer Behaviour*, tahun 1994, Allyn and Bacon.
4. David Loudon dan Albert J. Della Bitta, *Consumer Behaviour Concepts and Application*, tahun 1988, Mc Graw Hill International Editions.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : PERILAKU KONSUMEN

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 13

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang perilaku pasca pembelian.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan :

- a. Tingkah laku berkenaan dengan pembelian
- b. Evaluasi pasca pembelian
- c. Kepuasan atau ketidakpuasan pembeli

B. Pokok Bahasan : Perilaku pasca pembelian

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Tingkah laku berkenaan dengan pembelian
2. Evaluasi pasca pembelian
3. Kepuasan atau ketidakpuasan pembeli

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-122. Menjelaskan manfaat mempelajari perilaku pasca pembelian3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Pengertian konsumerisme2. Sejarah konsumerisme	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan dan mencatat2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard
---------	--	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah.

F. Referensi :

1. Michael R. Solomon, *Consumer Behaviour*, tahun 1994, Allyn and Bacon.
- 2 David Loudon dan Albert J. Della Bitta, *Consumer Behaviour Concepts and Application*, tahun 1988, Mc Graw Hill International Editions.

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : PERILAKU KONSUMEN

Kode Mata Kuliah : EM 357 – 3 SKS

Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit

Pertemuan : 14

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang konsumerisme.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti pokok bahasan kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan :

- a. Pengertian konsumerisme
- b. Sejarah konsumerisme

B. Pokok Bahasan : Konsumerisme

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian konsumerisme
2. Sejarah konsumerisme

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi Perilaku Konsumen yang akan diajarkan pada pertemuan ke-12 2. Menjelaskan manfaat mempelajari konsumerisme 3. Menjelaskan kompetensi TIU & TIK	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Pengertian konsumerisme 2. Sejarah konsumerisme	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard

	3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang		
--	---	--	--

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah.

F. Referensi :

1. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 1, Erlangga.
2. John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, tahun 2001, Jilid 2, Erlangga.
3. David Loudon dan Albert J. Della Bitta, *Consumer Behaviour Concepts and Application*, tahun 1988, Mc Graw Hill International Editions.



**GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN
dan
SATUAN ACARA PENGAJARAN**

Mata Kuliah : MANAJEMEN DAN OPERASI JASA
Kode Mata Kuliah/SKS : EM 475 / 3 SKS

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
DIPONEGORO
SEMARANG**

GARIS-GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
 Kode / SKS : **EM 475 / 3 SKS**
 Deskripsi singkat : Mata kuliah ini membahas tentang konsep manajemen jasa, keterkaitannya dengan bidang pemasaran, operasi, dan perilaku organisasi serta dan penerapannya sebagai bagian dari perkembangan kemakmuran perekonomian suatu bangsa.

Tujuan Instruksional Umum (TIU) : Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menggambarkan dan menjelaskan konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan yang integratif untuk membangun manajemen jasa yang efektif

No	Special instructional objectives	Main theme	Sub-theme	Est. Wkt	References
1.	<p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> Menggambarakan peran sentral jasa dalam sebuah perekonomian. Menggambarakan dan membandingkan ciri-ciri perkembangan ekonomi baru dengan sebelumnya. Menggambarakan ciri-ciri perekonomian jasa terkini Mengklasifikasi jasa dalam empat kategori dengan menggunakan matrik proses jasa. Menggambarakan jasa dengan menggunakan empat dimensi jasa. 	<ol style="list-style-type: none"> Peran jasa dalam perekonomian. Dasar-dasar jasa. 	<ol style="list-style-type: none"> Definisi jasa Ketergantungan manufaktur terhadap jasa Sektor jasa dan sumber-sumber pertumbuhan jasa. Klasifikasi jasa. Paket jasa. Karakteristik operasi jasa. Klasifikasi jasa untuk kepentingan strategik. 	150 menit	<ol style="list-style-type: none"> Hakveer, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York.

	<p>f. Mendiskusikan implikasi manajerial berbagai ciri yang berbeda dari operasi jasa.</p> <p>g. Mendiskusikan pemikiran-pemikiran yang diperoleh dari klasifikasi strategic jasa.</p>				
2.	<p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk:</p> <p>a. Memformulasikan konsep dan visi jasa strategik.</p> <p>b. Mendiskusikan lingkungan kompetitif jasa.</p> <p>c. Menggambarkan persaingan jasa dengan menggunakan strategi generik jasa.</p> <p>d. Menjelaskan peran rantai nilai virtual dalam inovasi jasa.</p> <p>e. Mendiskusikan batas-batas penggunaan informasi dalam jasa.</p> <p>f. Mendiskusikan proses pengembangan jasa yang baru.</p> <p>g. Membedakan dan membandingkan pendekatan generik dengan pendekatan desain sistem jasa.</p> <p>h. Mendiskusikan isu-isu manajerial yang terkait dengan pengadopsian teknologi baru.</p>	<p>a. Strategi jasa</p> <p>b. Desain proses dan pengembangan jasa baru.</p>	<p>a. Visi jasa strategik.</p> <p>b. Elemen desain jasa.</p> <p>c. Lingkungan kompetitif jasa.</p> <p>d. Strategi jasa kompetitif.</p> <p>e. kriteria pelanggan untuk memilih penyedia jasa.</p> <p>f. Rantai nilai virtual.</p> <p>g. Siklus pengembangan jasa baru.</p> <p>h. Level inovasi jasa.</p> <p>i. Pengadopsian teknologi baru dalam jasa.</p> <p>j. Cetak biru jasa.</p> <p>k. Taksonomi proses jasa.</p>	150 menit	<p>1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.</p> <p>2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York.</p>
3.	<p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa</p>	<p>a. Service encounter</p> <p>b. Mutu jasa.</p>	<p>a. Service Encounter Triad</p> <p>b. Organisasi jasa.</p>	150 menit	<p>1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick,</p>

4.	<p>diharapkan mampu untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> Menggunakan service encounter triad untuk menggambarkan proses penyampaian jasa sebuah perusahaan. Menggambaran ciri-ciri budaya organisasi. Mendiskusikan peran pelanggan sebagai co-producer. Mendiskusikan konsep rantai profit jasa. Menggambaran lima dimensi mutu layanan. Penggunaan model kesenjangan mutu layanan untuk mendiagnosa masalah mutu untuk perusahaan jasa. Melakukan penyebaran fungsi mutu jasa. Mengkonstruksi bagan kendali proses statistik. Mengembangkan jaminan jasa plus. Perencanaan perbaikan jasa. 		<p>c. Factor kesuksesan service encounter</p> <ol style="list-style-type: none"> Personel jasa Pelanggan Mendefinisikan mutu layanan. Mengukur mutu jasa. Desain mutu jasa. Pencapaian mutu jasa. Perbaikan jasa. 	150 menit	<p>R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.</p> <ol style="list-style-type: none"> Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York.
	E-service		<ol style="list-style-type: none"> Jasa berbasis internet. Model-model e-business Paket jasa dan e-service Elemen-elemen rantai pasokan e-business (jejaring). Skala ekonomis jasa. 		<ol style="list-style-type: none"> Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th

5.	<p>model e-business.</p> <p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mendiskusikan peran kompetitif lokasi fasilitas jasa bagi pelanggan internal dan eksternal. Mendiskusikan bagaimana kriteria pelanggan yang berbeda mempengaruhi lokasi fasilitas jasa. Menentukan lokasi jasa dengan menggunakan pendekatan cross-median. Penggunaan model Huff model untuk mengevaluasi fisibilitas ekonomi lokasi jasa retail. Mendiskusikan strategi lokasi nontradisional. Mendiskusikan dampak "servicescape" terhadap perilaku pelanggan dan karyawan. Menggambarkan cirri-ciri desain fasilitas yang kritis. Mengidentifikasi bottleneck" operasi pada layout produk dan penyeimbangan kembali untuk meningkatkan kapasitas. Penggunaan analisis urutan operasi untuk meminimalkan jarak 		<ol style="list-style-type: none"> Lokasi fasilitas jasa. Fasilitas pendukung 	<ol style="list-style-type: none"> Pertimbangan strategik. Perencanaan lokasi fasilitas jasa. Estimasi permintaan secara geografis. Teknik-teknik penentuan lokasi. Pertimbangan pemilihan tempat. Servicescapes and tipologinya Pertimbangan desain fasilitas. Layout fasilitas. Simbol-simbol bagan alir proses. Pertimbangan orientasi lingkungan. 	150 menit	Edition, Mc Graw-Hill: New York
						<ol style="list-style-type: none"> Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York

	<p>aliran dalam layout proses.</p> <p>j. Mempersiapkan bagan alir proses jasa.</p> <p>k. Merekomendasikan ciri-ciri desain fasilitas untuk menekan kecemasan munculnya disorientasi.</p>				
6.	<p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk:</p> <p>a. Menggambarkan strategi-strategi untuk mencocokkan pasokan dan permintaan jasa.</p> <p>b. Merekomendasikan strategi overbooking.</p> <p>c. Penggunaan Linear Programming untuk menyiapkan jadwal kerja pergantian mingguan.</p> <p>d. Menyiapkan jadwal kerja untuk karyawan paruh waktu.</p> <p>e. Penggunaan manajemen hasil.</p>	<p>Mengelola pasokan (kapasitas) dan permintaan.</p>	<p>a. Strategi-strategi untuk mengelola permintaan.</p> <p>b. Strategi-strategi untuk mengelola pasokan.</p> <p>c. Manajemen hasil.</p>	150 menit	<p>1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.</p> <p>2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York</p>
7.	<p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk:</p> <p>a. Menggambarkan antrian bagaimana terbentuk.</p> <p>b. Pengaplikasian hukum jasa Maister.</p> <p>c. Mendiskusikan psikologi antrian.</p> <p>d. Menggambarkan ciri-ciri dasar sistem antrian.</p> <p>e. Menjelaskan ekuivalensi</p>	<p>Mengelola jalur antrian.</p>	<p>a. Arti penting antrian.</p> <p>b. Psikologi antrian.</p> <p>c. Ilmu ekonomi antrian.</p> <p>d. Ciri-ciri dasar sistem antrian.</p>	150 menit	<p>1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.</p> <p>2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York</p>

	tingkat kedatangan of Poisson dan waktu antar eksponensial kedadangan.				York
8.	<p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> Dmendiskusikan konsep dualitas pelangan-penyedia jasa. Mendiskusikan tantangan pengelolaan hubungan pasokan jasa dua arah. Klasifikasi pembelian bisnis jasa. Mendiskusikan implikasi pembelian jasa. 	Mengelola hubungan pasokan jasa.	<ol style="list-style-type: none"> Rantai pasokan untuk barang. Hubungan pasokan jasa. Implikasi manajerial hubungan dua arah. Sumber-sumber nilai dalam hubungan pasokan jasa. Pembelian jasa. Implikasi keputusan pembelian. 	150 menit	<ol style="list-style-type: none"> Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York
9.	<p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mendiskusikan peran teknologi informasi dalam mengelola persediaan. Menggambarkan fungsi dan biaya sistem persediaan. Menentukan kuantitas pesanan. Menghitung titik pesanan kembali dan cadangan untuk sistem persediaan. Mendesain sistem kendali persediaan berkelanjutan atau periodik. Menjalankan analisis ABC atas jenis-jenis persediaan. Menentukan jumlah pesanan untuk kasus persediaan satu periode. 	Mengelola alat/bahan pendukung	<ol style="list-style-type: none"> Peran persediaan dalam jasa. Pertimbangan dalam system persediaan. Model kuantitas pesanan. Manajemen persediaan dalam ketidaktastian. System kendali persediaan. Model persediaan satu periode untuk barang habis pakai. 	150 menit	<ol style="list-style-type: none"> Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York

10.	<p>h. Menggambarkan dasar model discounting ritel.</p> <p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> Menggambarkan dasar-dasar manajemen proyek. Mengkonstruksi jaringan proyek. Melakukan analisis jalur kritis pada jaringan proyek. Mengalokasikan sumberdaya untuk proyek. Aktivitas percepatan untuk mengurangi waktu penyelesaian proyek. Menganalisis proyek dengan waktu aktivitas yang tidak pasti. Penggunaan baga nilai perolehan untuk memonitor proyek. Mendiskusikan alas an-alasan mengapa proyek gagal memenuhi spesifikasi kinerja, waktu, dan biaya. 	Mengelola proyek jasa.	<ol style="list-style-type: none"> Dasar-dasar manajemen proyek. Teknik-teknik manajemen proyek. Batasan-batasan sumberdaya. Aktivitas percepatan. Memasukkan ketidapastian dalam waktu aktivitas. Masalah-masalah dalam implementasi analisis jalur kritis. Memonitor proyek 	150 menit	<ol style="list-style-type: none"> Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York
11.	<p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi tahapan daya saing bagi perusahaan jasa. Mendiskusikan peran persediaan dan antrian. Melakukan Walk-Through-Audit. Menjalankan inisiatif perbaikan proses Plan- 	Perbaikan produktivitas dan mutu.	<ol style="list-style-type: none"> Persamaan nilai pelanggan. Tahapa daya saing perusahaan jasa. Perbaikan berkelanjutan sebagai strategi kompetitif. Walk-Through-Audit Proses perbaikan mutu dan produktivitas. Alat-alat mutu untuk analisis dan penyelesaian masalah. Program perusahaan untuk 	150 menit	<ol style="list-style-type: none"> Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York

	<p>Do-Check-Act (PDCA).</p> <p>e. Penggunaan alat-alat mutu untuk analisis dan penyelesaian masalah.</p> <p>f. Mendiskusikan program perusahaan untuk perbaikan mutu.</p> <p>g. Menjalankan data analysis envelopment (DEA).</p>		perbaikan mutu.		Edition, Mc Graw-Hill: New York
12.	<p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk:</p> <p>a. Merekomendasikan strategi ekspansi untuk perusahaan jasa.</p> <p>b. Mendiskusikan dasar-dasar franchising.</p> <p>c. Mendiskusikan factor-faktor yang untuk dipertimbangkan pengembang multinasional.</p> <p>d. Menggambarkan dan membandingkan strategi layanan global.</p>	Pertumbuhan dan globalisasi jasa.	<p>a. Strategi pertumbuhan dan ekspansi.</p> <p>b. Franchising.</p> <p>c. Globalisasi jasa</p> <p>d. Strategi jasa global</p>	150 menit	<p>1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.</p> <p>2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York</p>
13.	<p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk:</p> <p>a. Merekomendasikan peramalan yang tepat untuk situasi tertentu.</p> <p>b. Melakukan latihan peramalan teknik Delphi.</p> <p>c. Menggambarkan ciri-ciri exponential smoothing.</p> <p>d. Melakukan peramalan time series dengan menggunakan exponential smoothing</p>	Peramalan permintaan jasa.	<p>a. Model-model subjective</p> <p>b. Model-model causal</p> <p>c. Model-model time series</p>	150 menit	<p>1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Service Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.</p> <p>2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York</p>

14.	<p>dengan penyesuaian tren dan seasonal.</p> <p>Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mendiskusikan peran strategik perencanaan kapasitas. Menggambarkan model antrian dengan notasi A/B/C. Model-model antrian untuk menghitung ukuran-ukuran kinerja system. Menggambarkan hubungan antar karakteristik sistem antrian. Menggunakan model-model antrian dan kriteria keputusan yang berbeda untuk perencanaan kapasitas. 	Model-model Antrian dan Perencanaan Kapasitas	<ol style="list-style-type: none"> Tantangan kapasitas. Model-model antrian. Kriteria perencanaan kapasitas. 	150 menit	<ol style="list-style-type: none"> Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). <i>Management and Operations</i>, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). <i>Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology</i>, 4th Edition, Mc Graw-Hill: New York
-----	---	---	---	-----------	---

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
Kode Mata Kuliah : EM 475
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 1

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksional Umum:
Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.
2. Tujuan Instruksional Khusus:
Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:
 1. Menggambarkan peran sentral jasa dalam sebuah perekonomian.
 2. Menggambarkan dan membandingkan ciri-ciri perekonomian dengan pengalaman baru dibandingkan dengan perekonomian sebelumnya.
 3. Menggambarkan ciri-ciri perekonomian jasa baru
 4. Mengklasifikasikan jasa ke dalam satu dari empat kategori dengan menggunakan matriks proses jasa.
 5. Menggambarkan jasa dengan menggunakan empat dimensi paket jasa.
 6. Mendiskusikan implikasi manajerial ciri-ciri yang berbeda dari operasi jasa.
 7. Mendiskusikan pemikiran-pemikiran yang diperoleh dari klasifikasi strategik jasa.

B. Pokok Bahasan : Peran jasa dalam sebuah perekonomian
Dasar-dasar jasa

- C. Sub Pokok Bahasan** :
1. Definisi jasa
 2. Ketergantungan manufaktur terhadap jasa
 3. Sektor jasa dan sumber-sumber pertumbuhan jasa
 4. Jasa klasifikasi
 5. Jasa paket
 6. Ciri-ciri operasi jasa
 7. Pengklasifikasian jasa untuk pemikiran-pemikiran strategik

D. Kegiatan Belajar Mengajar:

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. menjelaskan peran jasa dalam sebuah perekonomian 2. menjelaskan dasar-dasar jasa	1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan peran sentral jasa dalam sebuah perekonomian dan ciri-ciri	1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

	<p>perekonomian jasa baru.</p> <p>2. menjelaskan klasifikasi suatu jasa ke dalam satu dari empat kategori dengan menggunakan matriks proses jasa.</p> <p>3. menjelaskan implikasi manajerial ciri-ciri yang berbeda dari operasi jasa.</p> <p>4. menjelaskan pemikiran-pemikiran yang diperoleh dari klasifikasi strategik jasa</p>		
Penutup	<p>1. Merangkum materi yang telah disampaikan</p> <p>2. Memberikan pertanyaan dan/atau diskusi</p>	<p>1. Mencatat materi kuliah</p> <p>2. diskusi</p>	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. ilustrasikan tipe pekerjaan seseorang yang mempengaruhi gaya hidup seseorang?
2. mungkinkah sebuah perekonomian didasarkan sepenuhnya pada jasa?
3. berikan komentar atas peran pemasaran dalam proses inovasi jasa.
4. apakah ciri-ciri jasa yang paling sesuai untuk penyampaian melalui internet?
5. masalah-masalah manajemen apa saja yang terkait dengan pemberian ijin karyawan jasa untuk melakukan penilaian dalam memenuhi kebutuhan pelanggan?
6. faktor-faktor apa yang penting dipertimbangkan bagi seorang manajer ketika mencoba mengembangkan citra suatu perusahaan jasa?

F. Tugas:

1. kelas dibagi dalam kelompok-kelompok kecil. Setiap kelompok mengidentifikasi perusahaan jasa yang seharusnya terdaftar dalam majalah SWA dan menetapkan dalam urutan peringkat berdasarkan pendapatan pertahunnya.
2. kelas dibagi dalam lima kelompok dan setiap kelompok ditugasi dengan satu klasifikasi jasa (misal: dasar-dasar tindakan, hubungan dengan pelanggan, *customization*, dasar-dasar permintaan, atau metoda penyampaian) untuk menghasilkan suatu contoh bagi masing-masing kuadran matrik klasifikasi jasa.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
Kode Mata Kuliah : EM 475
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 2

A. Tujuan :

1. Tujuan Intsruksional Umum:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.

2. Tujuan Intsruksional Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. menformulasikan suatu konsep dan visi jasa strategik.
2. mendiskusikan lingkungan kompetitif jasa.
3. menggambarkan bagaimana suatu jasa bersaing dengan menggunakan tiga strategi jasa generik.
4. menjelaskan peran rantai nilai virtual dalam inovasi jasa.
5. Mendiskusikan batas-batas penggunaan informasi
6. Mendiskusikan proses pengembangan jasa baru.
7. membedakan dan membandingkan pendekatan-pendekatan generik perancangan desain jasa.
8. Mendiskusikan isu-isu manajerial yang terkait dengan pengadopsian teknologi baru.

B. Pokok Bahasan : Strategi Jasa

Desain proses dan pengembangan jasa baru

C. Sub Pokok Bahasan :

1. visi strategik jasa
2. elemen-elemen desain jasa
3. lingkungan kompetitif jasa
4. strategi-strategi jasa kompetitif.
5. kriteria pelanggan untuk pemilihan penyedia jasa
6. rantai nilai virtual.
7. siklus pengembangan jasa baru.
8. level-level inovasi jasa
9. pengadopsian teknologi baru dalam jasa
10. cetak biru jasa
11. Taksonomi proses jasa

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan visi jasa strategik 2. Menjelaskan desain proses dan	1. Memperhatikan materi 2. Mencatat materi kuliah	OHT, OHP & whiteboard

	pengembangan jasa baru.		
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. menjelaskan konsep dan visi jasa strategik. 2. menjelaskan lingkungan kompetitif jasa. 3. Menjelaskan peran the rantai nilai virtual dalam inovasi jasa. 4. menjelaskan proses pengembangan jasa baru. 5. membedakan dan membandingkan pendekatan-pendekatan generic untuk desain system jasa. 6. menjelaskan isu-isu manajerial yang terkait dengan pengadopsian teknologi baru. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang telah disampaikan 2. Memberikan pertanyaan dan/or diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. berikan contoh-contoh perusahaan jasa yang menggunakan baik strategi fokus dan diferensiasi serta strategi fokus dan kepemimpinan biaya.
2. gunakan elemen-elemen desain jasa untuk jasa pilihan anda untuk mengilustrasikan bagaimana kedelapan elemen tersebut mendukung strategi jasa.
3. untuk setiap tiga strategi generik (missal: kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus), tentukan mana dari empat manfaat kompetitif informasi yang paling berguna?
4. apa saja kelemahan dari partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian jasa?
5. apa saja batasan dari pendekatan lini produksi untuk jasa?

F. Tugas:

1. kelas dibagi dan berdebat tentang proposisi "program penghargaan terbang terbanyak adalah atau adalah tidak antikompetitif."
2. kelas dibagi dalam kelompok-elompok kecil dan menyiapkan cetak biru bagi Village Volvo.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
Kode Mata Kuliah : EM 475
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 3

A. Tujuan :

1. Tujuan Intsruksional Umum:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.

2. Tujuan Intsruksional Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. menggunakan service encounter triad untuk menggambarkan proses penyampaian jasa suatu perusahaan.
2. Menggambarkan ciri-ciri budaya organisasi
3. Mendiskusikan peran pelanggan sebagai coproducer.
4. Mendiskusikan konsep service profit chain.
5. Menggambarkan lima dimensi mutu jasa.
6. menggunakan model kesenjangan mutu jasa untuk mendiagnosis masalah mutu bagi perusahaan jasa.
7. melakukan quality function deployment untuk jasa
8. membuat bagan kendali proses statistik.
9. mengembangkan jaminan jasa tidak terduga.
10. merencanakan perbaikan jasa.

B. Pokok Bahasan : service encounter
mutu jasa

C. Sub Pokok Bahasan :

1. service encounter triad
2. organisation jasa
3. factor-faktor kesuksesan service encounter
4. pelanggan.
5. mendefinisikan mutu jasa
6. mengukur mutu jasa
7. desain mutu jasa.
8. pencapaian mutu jasa
9. perbaikan jasa.

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan dasar-dasar service encounter 2. Menjelaskan mutu jasa	1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah	OHT, OHP & whiteboard

Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan service encounter triad untuk menggambarkan proses penyampaian jasa suatu perusahaan. 2. Menjelaskan konsep service profit chain. 3. Menjelaskan lima dimensi mutu jasa. 4. Menjelaskan quality function deployment untuk jasa. 5. membuat bagan kendali proses statistik. 6. menjelaskan perbaikan jasa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang telah disampaikan 2. Memberikan pertanyaan dan/or diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. apa implikasi pemasaran dan organisasional dengan mempertimbangkan pelanggan sebagai "partial employee"?
2. komentari dinamika yang berbeda dari jasa individu dan jasa kelompok?
3. bagaimana hubungan antara "naskah jasa" dan mutu jasa?
4. jika peran pelanggan ditentukan oleh norma budaya, bagaimana caranya jasa dapat diekspor?
5. bagaimana lima dimensi mutu jasa dapat berbeda dengan dimensi-dimensi mutu produk?
6. mengapa mengukur mutu jasa begitu sulit?
7. ilustrasikan empat komponen biaya mutu untuk jasa.
8. mengapa perusahaan-perusahaan jasa ragu-ragu menawarkan jaminan?
9. bagaimana mungkin perbaikan atas kegagalan layanan dapat menjadi keuntungan yang tersamar?

F. Tugas: Membaca dan merangkum bab berikutnya untuk pertemuan selanjutnya.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
 Kode Mata Kuliah : EM 475
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 4

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksional Umum:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.

2. Tujuan Instruksional Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menggambarkan model-model bisnis internet yang berbeda.
2. Membandingkan jasa secara tradisional dan elektronik.
3. memahami pentingnya skala kesuksesan e-commerce.
4. membedakan di antara model-model e-business.

B. Pokok Bahasan : jasa-elektronik (e-service)

C. Sub Pokok Bahasan :

1. jasa berbasis internet
2. model-model e-business
3. paket jasa dan e-service
4. elemen-elemen rantai pasokan (jejaring) e-business
5. ilmu ekonomi skala

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan internet jasa 2. Menjelaskan the peran internet technology	1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan model-model bisnis internet yang berbeda. 2. Membandingkan jasa secara tradisional dan elektronik. 3. Menjelaskan the importance of scalability to E-commerce success. 4. Menjelaskan the E-business models.	1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang telah disampaikan 2. Memberikan	1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi	OHT, OHP & whiteboard

	pertanyaan diskusi	dan/or		
--	-----------------------	--------	--	--

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. Can an Internet jasa encounter be a memorable experience?
2. How does the economics of scalability menjelaskan the failure of Living.com, an online furniture retailer?
3. What is the future of mobile E-commerce in the United States

F. Tugas: Membaca dan merangkum bab berikutnya untuk pertemuan selanjutnya.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
Kode Mata Kuliah : EM 475
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 5

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksional Umum:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.

2. Tujuan Instruksional Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Mendiskusikan peran kompetitif lokasi jasa terhadap pelanggan internal dan eksternal.
2. Mendiskusikan dampak kriteria yang berbeda dari pelanggan terhadap lokasi jasa.
3. menetapkan lokasi tertentu dengan menggunakan pendekatan cross-median.
4. menggunakan model Huff untuk mengevaluasi kelayakan lokasi jasa.
5. Mendiskusikan strategi lokasi nontraditional
6. Mendiskusikan dampak "servicescape" terhadap perilaku pelanggan karyawan.
7. Menggambarkan ciri-ciri desain fasilitas yang kritis.
8. mengidentifikasi bottleneck dalam operasi dalam suatu layout produk dan menyeimbangkan kembali untuk peningkatan kapasitas.
9. menggunakan analisis urutan operasi untuk meminimalkan jarak aliran dalam suatu layout proses.
10. menyiapkan suatu bagan alir proses.
11. merekomendasikan ciri-ciri desain fasilitas untuk menghilangkan kecemasan disorientasi.

B. Pokok Bahasan : lokasi jasa
fasilitas pendukung

C. Sub Pokok Bahasan :

1. pertimbangan lokasi strategik.
2. perencanaan lokasi jasa
3. perkiraan permintaan geografis.
4. teknik-teknik penentuan lokasi
5. pertimbangan pemilihan fasilitas.
6. servicescapes dan tipologinya
7. pertimbangan desain fasilitas
8. layout fasilitas
9. symbol-simbol bagan alir proses.
10. pertimbangan orientasi lingkungan.

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan jasa lokasi fasilitas. 2. Menjelaskan fasilitas pendukung. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah 	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan the kompetitif peran lokasi jasa terhadap pelanggan internal dan eksternal. 2. Mendiskusikan bagaimana kriteria pelanggan yang berbeda berdampak pada lokasi jasa. 3. Mendiskusikan strategi lokasi nontraditional 4. Menjelaskan ciri-ciri desain fasilitas yang kritis. 5. Menjelaskan bottleneck operasi dalam suatu layout produk dan menyeimbangkan kembali untuk peningkatan kapasitas. 6. Menjelaskan ciri-ciri desain fasilitas untuk menghilangkan kecemasan disorientasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang telah disampaikan 2. Memberikan pertanyaan dan/or diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. bandingkan perhatian pada estetika dalam ruang tunggu yang anda kunjungi. Bagaimana lingkungan yang berbeda mempengaruhi perasaan anda?
2. berikan contoh suatu servicescape yang mendukung konsep jasa dan lainnya yang tidak menarik. Menjelaskan kesuksesan atau kegagalan menurut dimensi-dimensi servicescape

3. berdasarkan pengalaman anda, bandingkan servicescape yang mendukung dengan yang tidak mendukung menurut kepuasan dan produktivitas kerja.

F. Tugas: Membaca dan merangkum bab berikutnya untuk pertemuan selanjutnya.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
 Kode Mata Kuliah : EM 475
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 6

A. Tujuan:

1. Tujuan Instruksional Umum:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.

2. Tujuan Instruksional Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menggambarkan strategi-strategi untuk mencocokkan pasokan dan permintaan jasa.
2. merekomendasikan suatu strategi overbooking.
3. menggunakan Linear Programming untuk menyiapkan jadwal perubahan kerja mingguan.
4. menyiapkan jadwal kerja bagi karyawan paruh waktu.
5. menggunakan manajemen hasil.

B. Pokok Bahasan : mengelola pasokan (kapasitas) dan permintaan

C. Sub Pokok Bahasan :

1. strategi-strategi untuk mengelola permintaan
2. strategi-strategi untuk mengelola pasokan
3. manajemen hasil

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan dasar-dasar pasokan dan permintaan. 2. Menjelaskan manfaat teknik-teknik lokasi.	1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. menjelaskan strategi-strategi untuk mencocokkan pasokan dan permintaan jasa. 2. menjelaskan penggunaan Linear Programming untuk menyiapkan jadwal perubahan kerja mingguan. 3. Menjelaskan penyiapan jadwal kerja bagi karyawan paruh waktu.	1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

	4. menjelaskan manajemen hasil.		
Penutup	1. Merangkum materi yang telah disampaikan 2. Memberikan pertanyaan dan/or diskusi	1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. masalah-masalah organisasional apa yang muncul dari penggunaan karyawan paruh waktu?
2. dapatkah system reservasi berbasis computer meningkatkan pemanfaatan kapasitas jasa?
3. akankah penggunaan yang meluas dari manajemen hasil perlahan-lahan mengurangi konsep harga tetap?
4. apa dampak negatif dari manajemen hasil yang mungkin terjadi terhadap hubungan pelanggan?

F. Tugas: Membaca dan merangkum bab berikutnya untuk pertemuan selanjutnya.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
 Kode Mata Kuliah : EM 475
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 7

A. Objective :

1. Tujuan Instruksional Umum:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.

2. Tujuan Instruksional Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. menggambarkan bagaimana antrian terbentuk.
2. mengaplikasikan dua hukum jasa Maister.
3. Mendiskusikan psikologi antrian.
4. Menggambarkan ciri-ciri dasar sistem antrian
5. Menjelaskan ekuivalensi tingkat kedatangan poisson dan waktu eksponensial antar kedatangan.

B. Pokok Bahasan : Mengelola antrian

C. Sub Pokok Bahasan :

1. terjadinya antrian
2. psikologi antrian
3. ilmu ekonomi antrian.
4. ciri-ciri dasar sistem antrian

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan the dasar-dasar antrian 2. Menjelaskan pentingnya antrian	1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan bagaimana antrian terbentuk 2. menjelaskan dua hukum Maister. 3. Mendiskusikan psikologi antrian 4. Menggambarkan ciri-ciri dasar sistem antrian. 5. Menjelaskan ekuivalensi tingkat kedatangan poisson dan waktu eksponensial antar kedatangan	1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	1. Merangkum materi yang telah disampaikan 2. Memberikan pertanyaan dan/or diskusi	1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi	OHT, OHP & whiteboard
---------	---	---	-----------------------

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. berikan saran strategi untuk mengendalikan variabilitas waktu jasa.
2. berikan saran pengalihan yang dapat mengurangi antrian.
3. pilih satu pengalaman baik dan buruk dari antrian, dan bandingkan situasinya dengan memperhatikan estetika yang melingkupinya, pengalihan perhatian, antrian orang, dan sikap pelayan.
4. berikan saran cara-cara manajemen yang dapat mempengaruhi waktu kedatangan pelanggan.
5. apa manfaat yang dapat diambil jika karyawan cepat saji mengambil pesanan anda ketika dalam antrian?

F. Tugas: Membaca dan merangkum bab berikutnya untuk pertemuan selanjutnya.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
 Kode Mata Kuliah : EM 475
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 8

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksional Umum:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.

2. Tujuan Instruksional Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. mendiskusikan konsep dualitas pelanggan-pemasok.
2. mendiskusikan tantangan dalam mengelola hubungan dua arah pasokan jasa.
3. mengklasifikasikan pembelian bisnis jasa.
4. mendiskusikan implikasi pembelian bisnis jasa.

B. Pokok Bahasan : Mengelola hubungan pasokan jasa

C. Sub Pokok Bahasan :

1. rantai pasokan untuk barang.
2. hubungan pasokan jasa
3. Implikasi manajerial hubungan dua arah
4. Sumber-sumber nilai dalam hubungan pasokan jasa
5. pembelian bisnis jasa
6. Implickasi untuk keputusan pembelian.

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. menjelaskan hubungan pasokan jasa 2. dasar-dasar manajemen rantai pasokan	1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. menjelaskan konsep dualitas pelanggan-pemasok. 2. menjelaskan tantangan dalam mengelola hubungan dua arah pasokan jasa. 3. Menjelaskan implikasi pembelian bisnis jasa	1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang telah disampaikan 2. Memberikan pertanyaan dan/or diskusi	1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. apa saja kerugian yang mungkin terjadi yang terkait dengan strategi penundaan produk?
2. Mendiskusikan kesamaan dan perbedaan dalam strategi penundaan produk yang digunakan oleh Hewlett-Packard dan Taco Bell?
3. berikan spekulasi dampak internet terhadap proses pembelian business-to-business (B2B) dalam jasa?

F. Taks: Membaca dan merangkum bab berikutnya untuk pertemuan selanjutnya.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
 Kode Mata Kuliah : EM 475
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 9

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksional Umum:
Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.
2. Tujuan Instruksional Khusus:
Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:
 1. mendiskusikan peran teknologi informasi dalam mengelola persediaan.
 2. menggambarkan fungsi-fungsi dan biaya-biaya sistem persediaan.
 3. menentukan kuantitas pesanan.
 4. mengkalkusi titik pesanan kembali dan cadangan untuk sistem persediaan.
 5. mendesain system kendali persediaan dengan kajian kontinyu atau periodik.
 6. melakukan analisis ABC jenis-jenis persediaan.
 7. menentukan ukuran pesanan untuk kasus persediaan periode tunggal.
 8. menggambarkan alasan dasar model discounting.

B. Pokok Bahasan : Mengelola barang penunjang.

C. Sub Pokok Bahasan :

1. peran persediaan dalam jasa
2. pertimbangan-pertimbangan dalam sistem persediaan.
3. model kuantitas pesanan
4. manajemen persediaan dalam ketidakpastian.
5. sistem kendali persediaan.
6. model persediaan periode tunggal untuk barang habis pakai.

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan manajemen barang penunjang 2. Menjelaskan sistem persediaan	1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan peran teknologi informasi dalam mengelola persediaan. 2. menjelaskan fungsi-fungsi dan biaya-biaya dari suatu sistem persediaan. 3. Menjelaskan analisis ABC atas jenis-jenis	1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

	persediaan. 4. Mendiskusikan alasan dasar model discounting.		
Penutup	1. Merangkum materi yang telah disampaikan. 2. Memberikan pertanyaan dan/or diskusi	1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. mendiskusikan fungsi persediaan untuk organisasi yang berbeda dalam sistem distribusi.
2. bagaimana caranya seseorang dapat menemukan nilai dari biaya-biaya persediaan?
3. bagaimana teknologi informasi menciptakan keunggulan kompetitif advantage melalui manajemen persediaan?
4. validkan asumsi-asumsi dalam model EOQ?
5. bagaimana level jasa ditentukan untuk jenis-jenis persediaan?
6. model persediaan apa yang dapat diaplikasikan untuk kapasitas jasa, seperti tempat duduk dalam pesawat?

F. Taks: Membaca dan merangkum bab berikutnya untuk pertemuan selanjutnya.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
 Kode Mata Kuliah : EM 475
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 10

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksional Umum:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.

2. Tujuan Instruksional Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. menggambarkan dasar-dasar manajemen proyek.
2. membangun jaringan proyek.
3. melakukan analisis jalur kritis jaringan proyek.
4. mengalokasikan sumber-sumber terbatas untuk suatu proyek.
5. percepatan tahap kegiatan mengurangi waktu penyelesaian proyek.
6. analisis proyek dengan waktu aktivitas yang tidak pasti.
7. menggunakan bagan nilai perolehan untuk memonitor suatu proyek.
8. Mendiskusikan alasan-alasan mengapa proyek-proyek gagal memenuhi tujuan-tujuan kinerja, waktu, dan biaya.

B. Pokok Bahasan : Mengelola jasa proyek

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Dasar-dasar manajemen proyek
2. Teknik-teknik untuk manajemen proyek
3. batasan-batasan sumberdaya.
4. aktivitas percepatan.
5. memasukkan ketidakpastian dalam waktu aktivitas.
6. masalah-masalah dalam implementasi analisis jalur kritis
7. memonitor proyek

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap-Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan pentingnya manajemen proyek 2. Menjelaskan dasar-dasar proyek jasa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah 	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan dasar-dasar manajemen proyek. 2. Menjelaskan jaringan proyek 3. Menjelaskan proyek dengan waktu aktivitas yang tidak pasti. 4. Menjelaskan alasan- 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard

	alasan mengapa proyek-proyek gagal memenuhi tujuan-tujuan kinerja, waktu, dan biaya		
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang telah disampaikan 2. Memberikan pertanyaan dan/or diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Menciptakan suatu jaringan proyek dengan memasukkan ketidakpastian.

F. Taks: Membaca dan merangkum bab berikutnya untuk pertemuan selanjutnya.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
 Kode Mata Kuliah : EM 475
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 11

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksional Umum:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.

2. Tujuan Instruksional Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. mengidentifikasi tahapan daya saing untuk perusahaan jasa.
2. mendiskusikan peran analog persediaan dan antrian.
3. melakukan Walk-Through-Audit.
4. menjalankan inisiatif proses perbaikan Plan-Do-Check-Act (PDCA).
5. menggunakan alat-alat mutu untuk analisis dan penyelesaian masalah.
6. mendiskusikan program perusahaan untuk erbaikan mutu.
7. melakukan data envelopment analysis (DEA).

B. Pokok Bahasan : Perbaikan produktivitas dan mutu

C. Sub Pokok Bahasan :

- a. persamaan nilai pelanggan
- b. tahapan daya saing perusahaan jasa
- c. perbaikan berkelanjutan sebagai strategi kompetitif.
- d. Walk-Through-Audit
- e. Proses perbaikan mutu dan produktivitas.
- f. analisis alat-alat mutu dan penyelesaian masalah
- g. Program perusahaan untuk perbaikan mutu

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan dasar-dasar produktivitas dan mutu 2. Menjelaskan inisiatif perbaikan berkelanjutan	1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan tahapan daya saing perusahaan jasa 2. Menjelaskan Walk-Through-Audit. 3. Menjelaskan analisis alat-alat mutu dan penyelesaian masalah. 4. Menjelaskan data	1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

	envelopment analysis (DEA).		
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang telah disampaikan 2. Memberikan pertanyaan dan/or diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. dapatkah perusahaan pada tahap daya saing “penyampaian jasa kelas dunia” digambarkan sebagai “learning organizations?”
2. Membandingkan filosofi “perbaikan berkelanjutan” dan “proses rekayasa ulang.” Adakah suatu peran dari masing-masing filosofi untuk jasa?
3. bandingkan filosofi Deming (missal: 14-point) dan Crosby (missal: Zero Defects).
4. apa batasan-batasan dari “benchmarking”?

F. Taks: Membaca dan merangkum bab berikutnya untuk pertemuan selanjutnya.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
 Kode Mata Kuliah : EM 475
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 12

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksional Umum:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.

2. Tujuan Instruksional Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. merekomendasikan strategi ekspansi untuk perusahaan jasa.
2. mendiskusikan dasar-dasar waralaba.
3. mendiskusikan faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pengembangan multinasional.
4. menggambarkan dan membandingkan strategi jasa global.

B. Pokok Bahasan : pertumbuhan dan globalisasi jasa

C. Sub Pokok Bahasan :

1. pertumbuhan domestic dan strategi ekspansi
2. Waralaba.
3. globalisasi jasa
4. strategi jasa global

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	Menjelaskan pentingnya pertumbuhan dan globalisasi jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah 	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan strategi ekspansi untuk perusahaan jasa. 2. Menjelaskan dasar-dasar waralaba. 3. Menjelaskan faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pengembangan multinasional. 4. Menjelaskan dan membandingkan strategi jasa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang telah disampaikan 2. Memberikan pertanyaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi 	OHT, OHP & whiteboard

	dan/or diskusi		
--	----------------	--	--

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. untuk perusahaan jasa, jelaskan bagaimana strategi operasinya berbeda dengan strategi pemasaran.
2. apakah peran kompetitif operasi lebih penting bagi perusahaan jasa dibandingkan perusahaan manufaktur?
3. perusahaan manufaktur sering tumbuh melalui inovasi produk. Adakah contoh perusahaan jasa yang mempraktekkan strategi yang ekuivalen?

F. Taks: Membaca dan merangkum bab berikutnya untuk pertemuan selanjutnya.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
 Kode Mata Kuliah : EM 475
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 13

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksional Umum:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.

2. Tujuan Instruksional Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. merekomendasikan model peramalan yang tepat untuk situasi tertentu.
2. melakukan peramalan dengan teknik Delphi.
3. Menggambarkan ciri-ciri exponential smoothing.
4. melakukan peramalan time series dengan menggunakan exponential smoothing dengan penyesuaian tren dan musiman. musiman.

B. Pokok Bahasan : Peramalan permintaan jasa

C. Sub Pokok Bahasan :

1. model-model subjective
2. model kausal
3. model-model time series

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan dasar-dasar peramalan 2. Menjelaskan peramalan permintaan jasa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah 	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan model peramalan yang tepat situasi tertentu. 2. Menjelaskan teknik-teknik peramalan yang berbeda. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan 	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang telah disampaikan 2. Memberikan pertanyaan dan/or diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. apakah ciri-ciri penting organisasi jasa organisasi yang telah membuat ketepatan peramalan?

2. untuk setiap dari tiga metode peramalan, apa saja biaya pengembangan dan biaya yang terkait yang diakibatkan oleh kesalahan peramalan?
3. masukkan variabel-variabel independen untuk model regression model untuk memprediksikan volume penjualan bagi lokasi toko rental video yang diajukan?

F. Taks: Membaca dan merangkum bab berikutnya untuk pertemuan selanjutnya.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : **Manajemen dan Operasi Jasa**
 Kode Mata Kuliah : EM 475
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 14

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksional Umum:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu menggambarkan dan menjelaskan the konsep manajemen jasa sebagai suatu pendekatan integratif untuk membangun suatu manajemen jasa yang efektif.

2. Tujuan Instruksional Khusus:

Setelah mengikuti mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. mendiskusikan peran strategik perencanaan kapasitas.
2. menggambarkan model antrian dengan menggunakan notasi A/B/C.
3. menggunakan model antrian untuk mengkalkulasi ukuran-ukuran kinerja system.
4. Menggambarkan hubungan antar ciri-ciri sistem antrian.
5. menggunakan model-model antrian dan berbagai kriteria keputusan untuk perencanaan kapasitas.

B. Pokok Bahasan : Model-model antrian dan perencanaan kapasitas

C. Sub Pokok Bahasan :

1. tantangan perencanaan kapasitas
2. model-model antrian analitis
3. kriteria perencanaan kapasitas

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	Menjelaskan pentingnya model antrian dan perencanaan kapasitas	1. Memperhatikan 2. Mencatat materi kuliah	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. menjelaskan peran strategik perencanaan kapasitas. 2. menjelaskan model antrian dengan menggunakan notasi A/B/C. 3. menjelaskan model-model antrian untuk mengkalkulasi ukuran-ukuran kinerja sistem. 4. menggunakan model-model antrian dan	1. Memperhatikan 2. Menyampaikan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard

	berbagai kriteria keputusan untuk perencanaan kapasitas.		
Penutup	1. Merangkum materi yang telah disampaikan 2. Memberikan pertanyaan dan/or diskusi	1. Mencatat materi kuliah 2. diskusi	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi:

Memberikan ujian dengan cara memilih satu atau lebih dari sejumlah pertanyaan berikut:

1. untuk sistem antrian dengan antrian yang jelas, tingkat kedatangan dapat melebihi kapasitas. Jelaskan dengan contoh bagaimana hal ini mungkin terjadi?
2. apa saja kerugian yang terkait dengan konsep pooling sumberdaya jasa?
3. mendiskusikan bagaimana seseorang dapat menentukan biaya ekonomis antrian pelanggan.

F. Taks: mengumpulkan suatu desain sistem jasa dari perusahaan kecil menengah.

G. Referensi:

1. Haksever, C., Render, B., Russell, R.S, dan Murdick, R.G. (2000). *Manajemen dan Operasi Jasa*, 2nd Edition, Prentice Hall International, Inc.:Upper Saddle River.
2. Fitzsimmons, J.A dan Fitzsimmons, M.J. (2004). *Jasa Manajemen: Operasi, Strategy, dan Information Technology*, 4th Edition, Mc Graw-Hill: Baru York.



**GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN
dan
SATUAN ACARA PENGAJARAN**

Mata Kuliah : MANAJEMEN OPERASI
Kode Mata Kuliah/SKS : EM 351 / 3 SKS

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
DIPONEGORO
SEMARANG**

GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN

- Mata Kuliah : MANAJEMEN OPERASI
 Kode / SKS : EM 351/ 3 SKS
 Deskripsi Singkat : Mata kuliah ini membahas tentang konsep Manajemen Operasi (MO) dan peranan MO dalam menciptakan keunggulan bersaing untuk memenangkan persaingan usaha
 TIU : Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

No	Tujuan Instruksional Khusus	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Est. Wkt	Sumber Kepustakaan
1.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar manajemen operasi, sejarahnya dan perkembangannya dan perbedaan barang dan jasa	Ruang lingkup Manajemen Operasi (MO)	a. Pengertian MO b. Sejarah Perkembangan MO c. Sistem Operasi d. Kaitan antara fungsi operasi dan fungsi lainnya e. Karakteristik perusahaan dan Perbedaaan antara barang dan jasa	150 menit	A. Heizer, Jay and Render, Barry, Operations Management, eight edition Prentice Hall, 2006 Bab I hal 1-12 B. Krajewski Lee J. and Ritzman, Larry P, Operations Management Strategy and Analysis, fifth edition, Addison Wesley, 1999 Bab I hal 1 - 10
2.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan produktivitas dan pengukurannya serta tantangan MO dalam	Produktivitas dan Strategi Operasi di Globalisasi	a. Pengertian produktivitas b. Pengukuran produktivitas c. Variabel produktivitas d. Produktivitas dan	150 menit	A. Bab 1 hal 12-18 Bab 2 hal 26 - 47 B. Bab 2 hal 10 -37

	globalisasi		sektor jasa e. Sepuluh Keputusan strategik MO		
3.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan siklus hidup produk dan proses merencanakan produk baru	Perencanaan Produk Baru dan Reliabilitas :	<ul style="list-style-type: none"> a. Siklus hidup produk b. Peluang produk baru c. Pentingnya produk baru d. Sistem pengembangan produk e. Isu-isu Perencanaan Produk f. Disain jasa g. Reliabilitas produk 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 5 hal 153-180 B. Bab hal. 89-91
4.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan jenis-jenis dalam strategi proses	Strategi Proses	<ul style="list-style-type: none"> Faktor pemilihan proses <ul style="list-style-type: none"> a. Fokus pada proses b. Fokus Berulang c. Fokus pada produk d. Fokus Mass customization e. Perbandingan antar proses Disain proses pada jasa 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 7 hal. 249- 272 B. Bab 3 hal 87 - 110
5.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pengertian kapasitas dan jenis-jenis kapasitas dan menyelesaikan permasalahan dalam	Perencanaan Kapasitas	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengertian kapasitas b. Kapasitas Disain dan Efektif c. Kapasitas dan Strategi d. Pertimbangan Kapasitas e. Mengelola Permintaan 	150 menit	<ul style="list-style-type: none"> A. Supplement 7 hal 282-295 B. Bab 8 hal 300-324

	perhitungan kapasitas					
6	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tujuan strategi lokasi dan menggambarkan metode pemilihan lokasi	Strategi Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Pentingnya lokasi yang mempengaruhi keputusan lokasi b. Metode Evaluasi Alternatif Lokasi d. Strategi Lokasi Jasa 	<ul style="list-style-type: none"> a. Bab 8 hal 306-325 B. Bab 9 hal 360- 398 		
7	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan bagaimana memperoleh layout yang baik untuk fasilitas proses	Strategi layout	<ul style="list-style-type: none"> a. Pentingnya keputusan layout b. Jenis layout c. Layout kantor d. Layout usaha retail e. Layout Gudang f. Fixed position layout g. Process oriented layout h. Work cells 	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 8 hal 306-325 B. Bab 10 hal 400-452 	150 menit	
8.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan peranan kualitas dan standar kualitas	Manajemen Kualitas	<ul style="list-style-type: none"> a. Definisi kualitas b. Implikasi kualitas internasional c. Standar kualitas 	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 6 hal 190-210 B. Bab 6 hal 212 - 242 	150 menit	
9.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan fungsi persediaan dan model persediaan	Manajemen Persediaan	<ul style="list-style-type: none"> a. Fungsi Persediaan b. Manajemen Persediaan c. Model Persediaan untuk Independent Demand d. 	<ul style="list-style-type: none"> A. Bab 12 hal 463-481 B. Bab 13 hal 543 -552 	150 menit	

10.	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan model persediaan untuk independent demand	Model Persediaan untuk Independent Demand	a. EOQ b. EOQ discount c. EOQ produksi	dengan tingkat produksi	150 menit	A. Bab 12 hal 481 – 500 B. Bab 13 hal 553 - 579
11	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan perencanaan agregat di manufaktur dan jasa	Perencanaan Agregat	a. Pengertian perencanaan agregat b. Strategi perencanaan agregat c. Metode untuk perencanaan agregat a. Perencanaan agregat di jasa b. Pentingnya penjadwalan fasilitas c. Penjadwalan fokus-proses fasilitas d. Penjadwalan fasilitas berulang a. Penjadwalan teknologi jasa		150 menit	A. Bab 13 hal 504-524 B. Bab 14 hal 595 - 634
12	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan penjadwalan dan jenisnya	Penjadwalan	a. Pentingnya Perawatan dan Reliabilitas b. Reliabilitas Perawatan		150 menit	A. Bab 15 hal 573-596 B. Bab 17 hal 760-793
13	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan perawatan peralatan operasi dan reliabilitas	Maintenance (Perawatan Peralatan Operasi)	a. Standar tenaga kerja dan pengukuran kerja		150 menit	A. Bab 17 hal 640-655 B. Bab
14	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa	Pengukuran Kerja	a. Standar tenaga kerja dan pengukuran kerja		150 menit	A. Supplement 10 page 401-420

	<p>akan dapat menjelaskan empat cara menentukan standard tenaga kerja</p>		<ul style="list-style-type: none"> b. Pengalaman masa lalu c. Studi Waktu d. Predetermined Time Standards e. Sampling Pekerjaan 		<p>B. Bab 5 hal 174 -196</p>
--	---	--	---	--	------------------------------

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
 Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 1

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar manajemen operasi, sejarah perkembangannya dan perbedaan barang dan jasa

B. Pokok Bahasan : Ruang lingkup Manajemen Operasi (MO)

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Pengertian MO
2. Sejarah Perkembangan MO
3. Sistem Operasi
4. Kaitan antara fungsi operasi dan fungsi lainnya dalam perusahaan
5. Karakteristik dan Perbedaan antara barang dan jasa

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi MO yang akan diajarkan selama satu semester	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	2. Menjelaskan manfaat mempelajari MO 3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK		
	1. Ruang Lingkup MO 2. Pengertian MO 3. Sejarah Perkembangan MO 4. Sistem Operasi 5. Kaitan antara fungsi operasi dan fungsi	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	6. lainnya dalam perusahaan karakteristik dan Perbedaaan antara barang 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang	1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab	OHT, OHP & whiteboard
---------	--	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. . Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
 Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 2

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :
 Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

2. Tujuan Instruksi Khusus :
 Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan produktivitas dan pengukurannya serta tantangan MO dalam globalisasi

B. Pokok Bahasan : Produktivitas dan Strategi Operasi di Globalisasi

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian produktivitas
 2. Pengukuran produktivitas
 3. Variabel produktivitas
 4. Produktivitas dan sektor jasa
 5. Sepuluh Keputusan strategik MO

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Tahap Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan pengertian produktivitas 2. Menjelaskan keputusan penting-MO	1. Memperhatikan 2. Mengajukan pertanyaan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	3. Menjelaskan Kompetensi TIU & TIK 1. Menjelaskan pengertian produktivitas 2. Menjelaskan pengukuran produktivitas 3. Menjelaskan variabel produktivitas 4. Menjelaskan Produktivitas dan sektor jasa	1. Memperhatikan dan mencatat 2. Kreatif bertanya	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	<p>5. Menjelaskan Sepuluh Keputusan strategik MO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Memberi gambaran umum tentang materi kuliah yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan 2. Bervariasi dengan tanya jawab 	OHT, OHP & whiteboard
---------	---	--	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

1. Sebutkan empat area yang significant untuk meningkatkan produktivitas tenaga kerja?
2. Apakah masalah pengukuran yang terjadi pad saat seseorang mengukur produktivitas ?
3. Apakah lima alasan mengapa produktivitas di sektor jasa sukar untuk ditingkatkan?

F. Tugas :

- 1.

G. Referensi :

1. Heizer, Jay a. Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 3

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :
Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.
2. Tujuan Instruksi Khusus :
Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan siklus hidup produk dan proses merencanakan produk baru

B. Pokok Bahasan : Perencanaan Produk Baru dan Reliabilitas

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Siklus hidup produk
2. Peluang produk baru
3. Pentingnya produk baru
4. Sistem pengembangan produk
5. Isu-isu Perencanaan Produk
6. Disain jasa
7. Reliabilitas produk

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan pilihan strategi produk mendukung keunggulan bersaing2. Menjelaskan profile perusahaan global	<ol style="list-style-type: none">1. Mendengarkan2. Membuat catatan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan siklus hidup produk2. Menjelaskan penciptaan produk baru3. Menjelaskan pengembangan produk	<ol style="list-style-type: none">1. Mendengarkan dan memperhatikan2. Membuat catatan3. Bertanya	OHT, OHP & whiteboard

	4. Menjelaskan isu disain produk 5. Menjelaskan disain jasa 6. Menjelaskan reliabilitas produk		
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Diskusi	1. Mencatat 2. Diskusi	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
 Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 4

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

3. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan jenis-jenis dalam strategi proses

B. Pokok Bahasan : Strategi Proses

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Faktor pemilihan proses
 - a. Fokus pada proses
 - b. Fokus Berulang
 - c. Fokus pada produk
 - d. Fokus Mass customization
 - e. Perbandingan antar proses
2. Disain proses pada jasa

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan pilihan strategi proses yang mendukung keunggulan bersaing 2. Menjelaskan profile perusahaan global	1. Mendengarkan 2. Membuat catatan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan fokus pada proses 2. Menjelaskan fokus berulang 3. Menjelaskan fokus pada	1. Mendengarkan dan memperhatikan 2. Membuat catatan 3. Bertanya	OHT, OHP & whiteboard

	produk 4. Menjelaskan mass customization 5. Menjelaskan perbandingan antar proses 6. Menjelaskan disain proses pada jasa		
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Diskusi	1. Mencatat 2. Diskusi	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Tugas :

1. Membaca materi chapter selanjutnya.....
2. Buat

G. Referensi :

1. . Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
 Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 5

A. Tujuan :

Tujuan Instruksi Umum :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan pengertian kapasitas dan jenis-jenis kapasitas dan menyelesaikan permasalahan dalam perhitungan kapasitas

B. Pokok Bahasan : Perencanaan Kapasitas

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Pengertian kapasitas
2. Kapasitas Disain dan Efektif
3. Kapasitas dan Strategi
4. Pertimbangan Kapasitas
5. Mengelola Permintaan

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan strategi perencanaan kapasitas	1. Mendengarkan 2. Membuat catatan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan pengertian kapasitas 2. Menjelaskan kapasitas disain dan kapasitas efektif 3. Menjelaskan kapasitas dan strategi 4. Menjelaskan pertimbangan kapasitas 5. Menjelaskan pengelolaan	1. Mendengarkan dan memperhatikan 2. Membuat catatan 3. Bertanya	OHT, OHP & whiteboard

	permintaan		
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Mencatat 5. Diskusi 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. . Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
 Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 6

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan tujuan strategi lokasi dan menggambarkan metode pemilihan lokasi

B. Pokok Bahasan : Strategi Lokasi

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian produktivitas
 2. Pengukuran produktivitas
 3. Variabel produktivitas
 4. Produktivitas dan sektor jasa
 5. Sepuluh Keputusan stratejik MO

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	2. Menjelaskan strategi perencanaan kapasitas	1. Mendengarkan 2. Membuat catatan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan pengertian kapasitas 2. Menjelaskan kapasitas disain dan kapasitas efektif 3. Menjelaskan kapasitas dan strategi 4. Menjelaskan pertimbangan kapasitas 5. Menjelaskan pengelolaan permintaan	1. Mendengarkan dan memperhatikan 2. Membuat catatan 3. Bertanya	OHT, OHP & whiteboard

Penutup	6. Merangkum materi yang disampaikan 7. Memberi pertanyaan 8. Diskusi	9. Mencatat 10. Diskusi	OHT, OHP & whiteboard
---------	---	----------------------------	-----------------------

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Tugas :

1. Membaca materi chapter selanjutnya.....
2. Buat

G. Referensi :

1. . Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
 Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 7

A. Tujuan :

Tujuan Instruksi Umum :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan bagaimana memperoleh layout yang baik untuk fasilitas proses

B. Pokok Bahasan : Strategi Layout

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Pentingnya keputusan layout
2. Jenis layout
3. Layout kantor
4. Layout usaha retail
5. Layout Gudang
6. Fixed position layout
7. Process oriented layout
8. Work cells

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	Menjelaskan pentingnya strategi layout	1. Mendengarkan 2. Membuat catatan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan pengertian layout 2. Menjelaskan jenis layout 3. Menjelaskan layout kantor 4. Menjelaskan layout usaha retail 5. Menjelaskan layout gudang 6. Menjelaskan fixed position layout 7. Menjelaskan process oriented	1. Mendengarkan dan memperhatikan 2. Membuat catatan 3. Bertanya	OHT, OHP & whiteboard

	layout 8. Work cell		
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Diskusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencatat 2. Diskusi 	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. . Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
 Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 8

A. Tujuan :

3. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

4. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan produktivitas dan pengukurannya serta tantangan MO dalam globalisasi

B. Pokok Bahasan : Produktivitas dan Strategi Operasi di Globalisasi

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian produktivitas
 2. Pengukuran produktivitas
 3. Variabel produktivitas
 4. Produktivitas dan sektor jasa
 5. Sepuluh Keputusan stratejik MO

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	3. Menjelaskan strategi perencanaan kapasitas	1. Mendengarkan 2. Membuat catatan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan pengertian kapasitas 2. Menjelaskan kapasitas disain dan kapasitas efektif 3. Menjelaskan kapasitas dan strategi 4. Menjelaskan pertimbangan kapasitas 5. Menjelaskan pengelolaan permintaan	1. Mendengarkan dan memperhatikan 2. Membuat catatan 3. Bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	3. Merangkum materi	6. Mencatat	OHT, OHP &

	yang disampaikan 4. Memberi pertanyaan 5. Diskusi	7. Diskusi	whiteboard
--	---	------------	------------

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Tugas :

1. Membaca materi chapter selanjutnya.....
2. Buat

G. Referensi :

1. . Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
 Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 9

A. Tujuan :

Tujuan Instruksi Umum :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar manajemen operasi, sejarah perkembangannya dan perbedaan barang dan jasa

B. Pokok Bahasan : Ruang lingkup Manajemen Operasi (MO)

C. Sub Pokok Bahasan :

1. Pengertian MO
2. Sejarah Perkembangan MO
3. Sistem Operasi
4. Kaitan antara fungsi operasi dan fungsi lainnya dalam perusahaan
5. Karakteristik dan Perbedaan antara barang dan jasa

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	4. Menjelaskan strategi perencanaan kapasitas	1. Mendengarkan 2. Membuat catatan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan pengertian kapasitas 2. Menjelaskan kapasitas disain dan kapasitas efektif 3. Menjelaskan kapasitas dan strategi 4. Menjelaskan pertimbangan kapasitas 5. Menjelaskan pengelolaan permintaan	1. Mendengarkan dan memperhatikan 2. Membuat catatan 3. Bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	8. Merangkum materi	11. Mencatat	OHT, OHP &

	yang disampaikan 9. Memberi pertanyaan 10. Diskusi	12. Diskusi	whiteboard
--	--	-------------	------------

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
 Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 10

A. Tujuan :

5. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

6. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan produktivitas dan pengukurannya serta tantangan MO dalam globalisasi

B. Pokok Bahasan : Produktivitas dan Strategi Operasi di Globalisasi

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian produktivitas
 2. Pengukuran produktivitas
 3. Variabel produktivitas
 4. Produktivitas dan sektor jasa
 5. Sepuluh Keputusan strategik MO

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	Menjelaskan pengertian produktivitas dan strategi operasi globalisasi	1. Mendengarkan 2. Membuat catatan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan pengukuran produktivitas 2. Menjelaskan variable produktivitas 3. Menjelaskan produktivitas dan sektor jasa 4. Menjelaskan keputusan MO strategik	1. Mendengarkan dan memperhatikan 2. Membuat catatan 3. Bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan	1. Mencatat 2. Diskusi	OHT, OHP & whiteboard

	2. Memberi pertanyaan 3. Diskusi		
--	-------------------------------------	--	--

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Tugas :

1. Membaca materi chapter selanjutnya.....
2. Buat

G. Referensi :

1. Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 11

A. Tujuan :

Tujuan Instruksi Umum :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan perencanaan agregat di manufaktur dan jasa

B. Pokok Bahasan : Perencanaan Agregat

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pengertian perencanaan agregat
2. Strategi perencanaan agregat
3. Metode untuk perencanaan agregat
4. Perencanaan agregat di jasa

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	Menjelaskan pengertian perencanaan agregat	1. Mendengarkan 2. Membuat catatan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan strategi perencanaan agregat 2. Menjelaskan metode untuk perencanaan agregat 3. Menjelaskan perencanaan agregat jasa	1. Mendengarkan dan memperhatikan 2. Membuat catatan 3. Bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Diskusi	4. Mencatat 5. Diskusi	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. . Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
 Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 12

A. Tujuan :

Tujuan Instruksi Umum :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan penjadwalan dan jenisnya

B. Pokok Bahasan : Penjadwalan

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pentingnya penjadwalan
 2. Penjadwalan fasilitas fokus-proses
 3. Penjadwalan fasilitas berulang
 4. Penjadwalan teknologi jasa

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	1. Menjelaskan strategi penjadwalan	1. Mendengarkan 2. Membuat catatan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan penjadwalan fasilitas fokus-proses 2. Menjelaskan penjadwalan fasilitas berulang 3. Menjelaskan penjadwalan teknologi jasa	1. Mendengarkan dan memperhatikan 2. Membuat catatan 3. Bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Diskusi	1. Mencatat 2. Diskusi	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Tugas :

1. Membaca materi chapter selanjutnya.....
2. Buat

G. Referensi :

1. . Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
Pertemuan : 13

A. Tujuan :

1. Tujuan Instruksi Umum :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

2. Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan perawatan peralatan operasi dan reliabilitas

B. Pokok Bahasan : Maintenance (Perawatan Peralatan Operasi)

C. Sub Pokok Bahasan : 1. Pentingnya Perawatan dan Reliabilitas
2. Reliabilitas
3. Perawatan

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	Menjelaskan strategi maintenance	1. Mendengarkan 2. Membuat catatan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan reliabilitas 2. Menjelaskan perawatan	1. Mendengarkan dan memperhatikan 2. Membuat catatan 3. Bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Diskusi	1. Mencatat 2. Diskusi	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan pertanyaan atau studi kasus untuk didiskusikan dalam kelompok kecil dan didiskusikan bersama untuk mengetahui pemahaman mahasiswa pada materi kuliah

F. Referensi :

1. . Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, 1999
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998

SATUAN ACARA PENGAJARAN

Mata kuliah : MANAJEMEN OPERASI
 Kode Mata Kuliah : EM 351 - 3 SKS
 Waktu Pertemuan : 1 x 3 x 50 menit
 Pertemuan : 14

A. Tujuan :

Tujuan Instruksi Umum :

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep dasar dan menggambarkan operasi dari perusahaan manufaktur dan jasa, memahami keterkaitan antara MO dengan fungsi lain dalam perusahaan, dan memahami cara memenangkan persaingan melalui fungsi operasi dengan keunggulan kompetitifnya.

Tujuan Instruksi Khusus :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat menjelaskan empat cara menentukan standard tenaga kerja

B. Pokok Bahasan : Pengukuran Kerja

- a. **C. Sub Pokok Bahasan** :
1. Standar tenaga kerja dan pengukuran kerja
 2. Pengalaman masa lalu
 3. Studi Waktu
 4. Predetermined Time Standards
 5. Sampling Pekerjaan

D. Kegiatan Belajar Mengajar

Kegiatan	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media
Pendahuluan	Menjelaskan strategi pengukuran kerja	1. Mendengarkan 2. Membuat catatan	OHT, OHP & whiteboard
Penyajian	1. Menjelaskan standar tenaga kerja dan pengukuran kerja 2. Menjelaskan pengalaman masa lalu 3. Menjelaskan studi waktu 4. Menjelaskan sampling pekerjaan	1. Mendengarkan dan memperhatikan 2. Membuat catatan 3. Bertanya	OHT, OHP & whiteboard
Penutup	1. Merangkum materi yang disampaikan 2. Memberi pertanyaan 3. Diskusi	1. Mencatat 2. Diskusi	OHT, OHP & whiteboard

E. Evaluasi :

Memberikan tes formatif untuk mengetahui keberhasilan penyajian materi kuliah

F. Tugas :

1. Membaca materi chapter selanjutnya.....
2. Buat

G. Referensi :

1. Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
2. Krajewski, Lee J. and Ritzman, Larry P, *Operations Management Strategy and Analysis*, fifth edition, Addison Wesley, . Heizer, Jay and Render, Barry, *Operations Management*, Eight Edition, Prentice Hall, 2006
3. Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, Robert F, *Production and Operations Management Manufacturing and Services*, Irwin McGraw-Hill, eight edition, 1998



**GARIS – GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN
dan
SATUAN ACARA PENGAJARAN**

Mata Kuliah : EKONOMI PEMBANGUNAN
Kode Mata Kuliah/SKS : EKP 204 / 3 SKS

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
DIPONEGORO
SEMARANG**

GARIS-GARIS BESAR PROGRAM PENGAJARAN

JUDUL MATA KULIAH : EKONOMI PEMBANGUNAN I

NO KODE / SKS : EKP 204 / 3 SKS

DISKRIPSI SINGKAT : Mata kuliah ini membahas perbedaan dan pengertian antara pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, proses pembangunan ekonomi di Negara maju dan naegara sedang berkembang, berbagai teori dan model pertumbuhan, distribusi pendapatan dan pengangguran, kaitan antara perdagangan internasional dan pembangunan. Dimensi spasial dalam pembangunan juga mulai diperkenalkan dalam mata kuliah ini.

TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM : Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami beberapa prinsip dan konsep pembangunan, serta masalah dan kebijakan pembangunan domestic dan internasional , khususnya yang menyangkut pembangunan ekonomi di Negara-negara berkembang.

No	Tujuan Instruksional Khusus	Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Estimasi Waktu	Sumber Kepustakaan
1	Mahasiswa dapat memahami konsep tentang perspektif global dari ilmu ekonomi dan pembangunan	Perspektif Global dari ilmu ekonomi dan pembangunan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Arti dan Sifat Ilmu Ekonomi Pembangunan 2. Peranan Ilmu Ekonomi Pembangunan 3. Arti dan tujuan Pembangunan 4. Peranan nilai-nilai dalam Pembangunan 5. Ukuran-ukuran dalam Pembangunan 	3 x 60 menit	Todaro, Bab I Meier, Bab I Kasliwal, Bab I
2	Mahasiswa dapat memahami konsep tentang karakteristik umum Negara Berkembang	Karakteristik umum Negara Berkembang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beberapa Klasifikasi Negara Berkembang 2. Keanekaragaman Struktural 3. Beberapa karakteristik umum Negara berkembang 	3 x 60 menit	Todaro, Bab II Meier, Bab I Rich, Bab I,II
3	Mahasiswa dapat memahami konsep tentang teori-teori dan Model-model Pembangunan	Teori-teori Pembangunan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teori tahapan Linier 2. Model perubahan structural 3. ketergantungan Internasional 	6 x 60 menit	Todaro, Bab III Meier, Bab II Rich, Bab IV Kasliwal,

			4. Kontrarvolusi Neo-Klasik 5. Teori Pertumbuhan Baru		Bab V,VI
4	Mahasiswa dapat memahami masalah dan kebijakan tentang Pertumbuhan Ekonomi, Kemiskinan, dan Distribusi Pendapatan	Pertumbuhan Ekonomi, Kemiskinan, dan Distribusi Pendapatan	1. Pertumbuhan Ekonomi 2. Ketidakmerataan dan Kemiskinan 3. Konsep dasar Distribusi Pendapatan 4. Beberapa Kebijakan Penanganan	3 x 60 menit	Todaro, Bab IV,V Meier, Bab I Kasliwal, Bab II, III Gunawan Bab I,II
5	Mahasiswa dapat memahami masalah Penduduk dalam Pembangunan Ekonomi	Masalah Penduduk dalam Pembangunan Ekonomi	1. Pertumbuhan Penduduk dan Mutu Hidup 2. Transisi Demografis dan Implikasinya 3. Masalah Pengangguran 4. Migrasi dan Urbanisasi 5. Beberapa Kebijakan Penanganan	6 x 60 menit	Todaro, Bab VI -VIII Meier, Bab VI Kasliwal, Bab IV
6	Mahasiswa dapat memahami masalah dan Kebijakan Pendidikan dan Peranan Wanita	Masalah Pendidikan dan Peranan Wanita	1. Pendidikan dan Sumber daya Manusia 2. Wanita dan Pendidikan 3. Peran Pendidikan dan Wanita dalam Pembangunan 4. Beberapa Isu yang berkembang 5. Beberapa Kebijakan Penanganan	3x 60 menit	Todaro, Bab IX Meier, Bab VI Kasliwal, Bab VII
7	Mahasiswa dapat memahami masalah dan Kebijakan Transformasi Pertanian dan Pembangunan Pedesaan	Masalah dan Kebijakan Transformasi Pertanian dan Pembangunan Pedesaan	1. Perkembangan Pertanian Pedesaan 2. Struktur Pertanian dalam Agraria Dunia 3. Ekonomi Pembangunan Pertanian 4. Strategi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan	6 x 60 menit	Todaro, Bab X Meier, Bab VII, VIII Kasliwal, Bab XIV
8	Mahasiswa dapat memahami masalah dan Kebijakan Lingkungan dan Pembangunan	Masalah Lingkungan dan Pembangunan	1. Isu-isu Utama Masalah Lingkungan 2. Model-model Pengelolaan Lingkungan dalam Pembangunan 3. Strategi Pengelolaan Lingkungan dalam Pembangunan	3x 60 menit	Todaro, Bab XI

9	Mahasiswa dapat memahami prinsip dan konsep tentang teori-teori perdagangan dan peranan perdagangan bagi Negara berkembang	Peranan Perdagangan dalam Pembangunan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peranan Perdagangan bagi Negara-negara berkembang 2. Teori-teori Perdagangan 3. Penerapan Teori di Negara Berkembang 	6 x 60 menit	Todaro, Bab XII Meier, Bab IX Kasliwal, Bab XI, XII
10	Mahasiswa dapat memahami konsep dan prinsip tentang masalah dan kebijakan dalam perdagangan dan industri	Kebijakan dalam perdagangan dan industri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Arti dan Fungsi Kebijakan 2. Strategi Perdagangan untuk Pembangunan 3. Integrasi ekonomi dan Perdagangan 4. Penerapan Kebijakan 5. Neraca Perdagangan 	6 x 60 menit	Todaro, Bab XIII, XIV Meier, Bab IX Kasliwal, Bab XII

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Ekonomi Pembangunan I
Kode Mata Kuliah : EKP 204
Waktu Pertemuan : 3 x 60 menit
Pertemuan ke : 1

A. TUJUAN

1. TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami beberapa prinsip dan konsep pembangunan, serta masalah dan kebijakan pembangunan domestic dan internasional, khususnya yang menyangkut pembangunan ekonomi di Negara-negara berkembang

2. TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS :

Mahasiswa dapat memahami konsep tentang perspektif global dari ilmu ekonomi dan pembangunan

B. POKOK BAHASAN : Perspektif Global dari ilmu ekonomi dan pembangunan

C. SUB POKOK BAHASAN :

1. Arti dan Sifat Ilmu Ekonomi Pembangunan
2. Peranan Ilmu Ekonomi Pembangunan
3. Arti dan tujuan Pembangunan
4. Peranan nilai-nilai dalam Pembangunan
5. Ukuran-ukuran dalam Pembangunan

D. KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi yang akan dibahas	Memperhatikan	Papan Tulis dan OHP
	2. Menjelaskan manfaat mempelajari ekonomi pembangunan	Memperhatikan	
	3. Menjelaskan kompetensi dalam TIU dan TIK untuk pertemuan ke-1	Memperhatikan	
Penyajian	1. Menjelaskan arti dan sifat ilmu ekonomi pembangunan, peranan ilmu ekonomi pembangunan, arti dan tujuan pembangunan, peranan nilai-nilai pembangunan, dan ukuran-ukuran dalam pembangunan	Memperhatikan	Papan tulis dan OHP
	2. Menanyakan pada mahasiswa secara acak	Memberikan Sumbang saran	

	tentang definisi, peranan ekonomi pembangunan dan ukuran-ukuran dalam pembangunan		
	3. Mengundang komentar atau pertanyaan dari mahasiswa lain	Memberikan komentar atau pertanyaan	
	4. Memberikan penilaian atau komentar tentang jawaban mahasiswa	Memperhatikan	Papan tulis
	5. Menyimpulkan jawaban	Memperhatikan	Papan tulis
Penutup	Memberikan tugas baca pada mahasiswa tentang materi yang akan disampaikan pada pertemuan yang akan datang	Mencatat	

E. EVALUASI

Menanyakan secara acak kesimpulan atas materi yang telah disampaikan dan didiskusikan bersama untuk menilai kemampuan mahasiswa dalam memahami suatu materi.

F. REFERENSI

- Todaro, M.P. (2000). *Economic Development*. 7th Edition. Reading, Massachusetts: Addison –Wesley
- Meier, G.M. (1995). *Leading Issues in Economic Development*. 6th Edition. New York: Oxford University Press
- Gunawan Sumodiningrat, Budi Santosa, dan Mohammad Maiwan. (1999). *Kemiskinan: Teori, Fakta dan kebijakan*. Jakarta: Penerbit IMPAC
- Kasliwal, P. (1995). *Development Economics*. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing
- Rich, D.Z. (1994). *The Economic Theory of Growth and Development*. Westport, CT: Preeger Publishers

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Ekonomi Pembangunan I
 Kode Mata Kuliah : EKP 204
 Waktu Pertemuan : 3 x 60 menit
 Pertemuan ke : 2

A. TUJUAN

1. TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami beberapa prinsip dan konsep pembangunan, serta masalah dan kebijakan pembangunan domestic dan internasional, khususnya yang menyangkut pembangunan ekonomi di Negara-negara berkembang

2. TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS :

Mahasiswa dapat memahami konsep tentang karakteristik umum Negara Berkembang

B. POKOK BAHASAN : Karakteristik Umum Negara Berkembang

C. SUB POKOK BAHASAN :

1. Beberapa Klasifikasi Negara berkembang
2. Keanekaragaman Struktural
3. Beberapa Karakteristik Umum Negara Berkembang

D. KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan materi yang akan dibahas 2. Menjelaskan kompetensi dalam TIU dan TIK untuk pertemuan ke-2 	<p>Memperhatikan</p> <p>Memperhatikan</p>	Papan Tulis dan OHP
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan klasifikasi, keanekaragaman structural, dan karakteristik umum Negara berkembang 2. Menanyakan pada mahasiswa secara acak tentang klasifikasi, struktur dan karakteristik Negara berkembang berikut contohnya 3. Mengundang komentar atau pertanyaan dari mahasiswa lain 4. Memberikan penilaian atau komentar tentang jawaban 	<p>Memperhatikan</p> <p>Memberikan Sumbang saran</p> <p>Memberikan komentar atau pertanyaan</p> <p>Memperhatikan</p>	<p>Papan tulis dan OHP</p> <p>Papan tulis</p> <p>Papan tulis</p>

	mahasiswa 5. Menyimpulkan jawaban	Memperhatikan	
Penutup	Memberikan tugas baca pada mahasiswa tentang materi yang akan disampaikan pada pertemuan yang akan datang	Mencatat	

E. EVALUASI

Menanyakan secara acak kesimpulan atas materi yang telah disampaikan dan didiskusikan bersama untuk menilai kemampuan mahasiswa dalam memahami suatu materi.

F. REFERENSI

- Todaro, M.P. (2000). Economic Development. 7th Edition. Reading, Massachusetts: Addison –Wesley
- Meier, G.M. (1995). Leading Issues in Economic Development. 6th Edition. New York: Oxford University Press
- Gunawan Sumodiningrat, Budi Santosa, dan Mohammad Maiwan. (1999). Kemiskinan: Teori, Fakta dan kebijakan. Jakarta: Penerbit IMPAC
- Kasliwal, P. (1995). Development Economics. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing
- Rich, D.Z. (1994). The Economic Theory of Growth and Development. Westport, CT: Preeger Publishers

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Ekonomi Pembangunan I
 Kode Mata Kuliah : EKP 204
 Waktu Pertemuan : 6 x 60 menit
 Pertemuan ke : 3 dan 4

A. TUJUAN

1. TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami beberapa prinsip dan konsep pembangunan, serta masalah dan kebijakan pembangunan domestic dan internasional, khususnya yang menyangkut pembangunan ekonomi di Negara-negara berkembang

2. TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS :

Mahasiswa dapat memahami konsep tentang teori-teori dan model-model pembangunan

B. POKOK BAHASAN : Teori-teori Pembangunan

C. SUB POKOK BAHASAN :

1. Teori Tahapan Linier
2. Model Perubahan Struktural
3. Ketergantungan Internasional
4. Kontrarevolusi NeoKlasik
5. Teori Pertumbuhan baru

D. KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan materi yang akan dibahas 2. Menjelaskan kompetensi dalam TIU dan TIK untuk pertemuan ke-3 dan 4 	<p>Memperhatikan</p> <p>Memperhatikan</p>	Papan Tulis dan OHP
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan teori tahapan linier, perubahan structural, ketergantungan internasional, neoklasik, dan teori pertumbuhan baru 2. Menanyakan pada mahasiswa secara acak tentang kebaikan dan kelemahan dari masing-masing teori pertumbuhan 3. Mengundang komentar atau pertanyaan dari mahasiswa lain 	<p>Memperhatikan</p> <p>Memberikan Sumbang saran</p> <p>Memberikan komentar atau pertanyaan</p>	<p>Papan tulis dan OHP</p> <p>Papan tulis</p>

	4. Memberikan penilaian atau komentar tentang jawaban mahasiswa	Memperhatikan	Papan tulis
	5. Menyimpulkan jawaban	Memperhatikan	
Penutup	Memberikan tugas baca pada mahasiswa tentang materi yang akan disampaikan pada pertemuan yang akan datang	Mencatat	

E. EVALUASI

Memberikan tugas kelompok (tiap kelompok terdiri maksimal lima mahasiswa) membuat makalah tentang penerapan teori tersebut di Negara sedang berkembang yang akan didiskusikan pada pertemuan selanjutnya

F. REFERENSI

- Todaro, M.P. (2000). Economic Development. 7th Edition. Reading, Massachusetts: Addison -Wesley
- Meier, G.M. (1995). Leading Issues in Economic Development. 6th Edition. New York: Oxford University Press
- Gunawan Sumodiningrat, Budi Santosa, dan Mohammad Maiwan. (1999). Kemiskinan: Teori, Fakta dan kebijakan. Jakarta: Penerbit IMPAC
- Kasliwal, P. (1995). Development Economics. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing
- Rich, D.Z. (1994). The Economic Theory of Growth and Development. Westport, CT: Preeger Publishers

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Ekonomi Pembangunan I
Kode Mata Kuliah : EKP 204
Waktu Pertemuan : 3 x 60 menit
Pertemuan ke : 5

A. TUJUAN

1. TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami beberapa prinsip dan konsep pembangunan, serta masalah dan kebijakan pembangunan domestic dan internasional, khususnya yang menyangkut pembangunan ekonomi di Negara-negara berkembang

2. TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS :

Mahasiswa dapat memahami masalah dan kebijakan tentang pertumbuhan ekonomi, kemiskinan, dan distribusi pendapatan

B. POKOK BAHASAN : Pertumbuhan Ekonomi, Kemiskinan, dan distribusi Pendapatan

C. SUB POKOK BAHASAN :

1. Pertumbuhan ekonomi
2. Ketidakmerataan dan Kemiskinan
3. Konsep Dasar distribusi Pendapatan
4. Beberapa Kebijakan Penanganan

D. KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi yang akan dibahas2. Menjelaskan kompetensi dalam TIU dan TIK untuk pertemuan ke-5	<p>Memperhatikan</p> <p>Memperhatikan</p>	Papan Tulis dan OHP
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan konsep-konsep dan metode pengukuran serta masalah tentang pertumbuhan ekonomi, kemiskinan, distribusi pendapatan dan kebijakan penanganannya2. Menanyakan pada mahasiswa secara acak tentang kaitan antara pertumbuhan ekonomi, kemiskinan, dan	<p>Memperhatikan</p> <p>Memberikan Sumbang saran</p>	<p>Papan tulis dan OHP</p> <p>Papan tulis</p>

	distribusi pendapatan 3. Mengundang komentar atau pertanyaan dari mahasiswa lain 4. Memberikan penilaian atau komentar tentang jawaban mahasiswa 5. Menyimpulkan jawaban	Memberikan komentar atau pertanyaan Memperhatikan Memperhatikan	Papan tulis
Penutup	Memberikan tugas baca pada mahasiswa tentang materi yang akan disampaikan pada pertemuan selanjutnya	Mencatat	

E. EVALUASI

Menanyakan secara acak tentang kesimpulan masalah pertumbuhan ekonomi, kemiskinan, dan distribusi pendapatan beserta kebijakan penanganannya di Negara berkembang

F. REFERENSI

- Todaro, M.P. (2000). *Economic Development*. 7th Edition. Reading, Massachusetts: Addison –Wesley
- Meier, G.M. (1995). *Leading Issues in Economic Development*. 6th Edition. New York: Oxford University Press
- Gunawan Sumodiningrat, Budi Santosa, dan Mohammad Maiwan. (1999). *Kemiskinan: Teori, Fakta dan kebijakan*. Jakarta: Penerbit IMPAC
- Kasliwal, P. (1995). *Development Economics*. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing
- Rich, D.Z. (1994). *The Economic Theory of Growth and Development*. Westport, CT: Preeger Publishers

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Ekonomi Pembangunan I
Kode Mata Kuliah : EKP 204
Waktu Pertemuan : 6 x 60 menit
Pertemuanke : 6 dan 7

A. TUJUAN

1. TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami beberapa prinsip dan konsep pembangunan, serta masalah dan kebijakan pembangunan domestic dan internasional, khususnya yang menyangkut pembangunan ekonomi di Negara-negara berkembang

2. TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS :

Mahasiswa dapat memahami masalah penduduk dalam pembangunan dan kebijakan penanganannya

B. POKOK BAHASAN : Masalah Penduduk dalam Pembangunan Ekonomi

C. SUB POKOK BAHASAN :

1. Pertumbuhan Penduduk dan mutu Hidup
2. Transisi Demografi dan implikasinya
3. Masalah Pengangguran
4. Migrasi dan Urbanisasi
5. Beberapa Kebijakan Penanganan

D. KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran	
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi yang akan dibahas	Memperhatikan	Papan Tulis dan OHP	
	2. Menjelaskan kompetensi dalam TIU dan TIK untuk pertemuan 6 dan 7	Memperhatikan		
Penyajian	1. Menjelaskan tentang pertumbuhan penduduk, transisi demografi Negara berkembang dan implikasinya seperti pengangguran, migrasi, dan urbanisasi serta kebijakan penanganannya	Memperhatikan	Papan-tulis dan OHP	
	2. Menanyakan pada mahasiswa secara acak tentang kaitan antara pertumbuhan penduduk, pengangguran, urbanisasi, dan migrasi	Memberikan Sumbang saran		
	3. Mengundang komentar atau pertanyaan dari mahasiswa lain	Memberikan komentar atau pertanyaan		Papan tulis
	4. Memberikan penilaian atau	Memperhatikan		Papan tulis

	komentar tentang jawaban mahasiswa		
	5. Menyimpulkan jawaban	Memperhatikan	
Penutup	Memberikan tugas baca pada mahasiswa tentang materi yang akan disampaikan pada pertemuan selanjutnya	Mencatat	

E. EVALUASI

Menanyakan secara acak tentang kesimpulan masalah pertumbuhan penduduk, pengaguran, migrasi dan urbanisasi beserta kebijakan penanganannya di Negara berkembang

F. REFERENSI

- Todaro, M.P. (2000). Economic Development. 7th Edition. Reading, Massachusetts: Addison - Wesley
- Meier, G.M. (1995). Leading Issues in Economic Development. 6th Edition. New York: Oxford University Press
- Gunawan Sumodiningrat, Budi Santosa, dan Mohammad Maiwan. (1999). Kemiskinan: Teori, Fakta dan kebijakan. Jakarta: Penerbit IMPAC
- Kasliwal, P. (1995). Development Economics. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing
- Rich, D.Z. (1994). The Economic Theory of Growth and Development. Westport, CT: Preger Publishers

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Ekonomi Pembangunan I
Kode Mata Kuliah : EKP 204
Waktu Pertemuan : 6 x 60 menit
Pertemuanke : 6 dan 7

A. TUJUAN

1. TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami beberapa prinsip dan konsep pembangunan, serta masalah dan kebijakan pembangunan domestic dan internasional, khususnya yang menyangkut pembangunan ekonomi di Negara-negara berkembang

2. TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS :

Mahasiswa dapat memahami masalah penduduk dalam pembangunan dan kebijakan penanganannya

B. POKOK BAHASAN : Masalah Penduduk dalam Pembangunan Ekonomi

C. SUB POKOK BAHASAN :

1. Pertumbuhan Penduduk dan mutu Hidup
2. Transisi Demografi dan implikasinya
3. Masalah Pengangguran
4. Migrasi dan Urbanisasi
5. Beberapa Kebijakan Penanganan

D. KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi yang akan dibahas2. Menjelaskan kompetensi dalam TIU dan TIK untuk pertemuan 6 dan 7	<p>Memperhatikan</p> <p>Memperhatikan</p>	Papan Tulis dan OHP
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan tentang pertumbuhan penduduk, transisi demografi Negara berkembang dan implikasinya seperti pengangguran, migrasi, dan urbanisasi serta kebijakan penanganannya2. Menanyakan pada mahasiswa secara acak tentang kaitan antara pertumbuhan penduduk, pengangguran, urbanisasi, dan migrasi3. Mengundang komentar atau pertanyaan dari mahasiswa lain4. Memberikan penilaian atau	<p>Memperhatikan</p> <p>Memberikan Sumbang saran</p> <p>Memberikan komentar atau pertanyaan</p> <p>Memperhatikan</p>	<p>Papan tulis dan OHP</p> <p>Papan tulis</p> <p>Papan tulis</p>

	komentar tentang jawaban mahasiswa		
	5. Menyimpulkan jawaban	Memperhatikan	
Penutup	Memberikan tugas baca pada mahasiswa tentang materi yang akan disampaikan pada pertemuan selanjutnya	Mencatat	

E. EVALUASI

Menanyakan secara acak tentang kesimpulan masalah pertumbuhan penduduk, pengaguran, migrasi dan urbanisasi beserta kebijakan penanganannya di Negara berkembang

F. REFERENSI

- Todaro, M.P. (2000). *Economic Development*. 7th Edition. Reading, Massachusetts: Addison – Wesley
- Meier, G.M. (1995). *Leading Issues in Economic Development*. 6th Edition. New York: Oxford University Press
- Gunawan Sumodiningrat, Budi Santosa, dan Mohammad Maiwan. (1999). *Kemiskinan: Teori, Fakta dan kebijakan*. Jakarta: Penerbit IMPAC
- Kasliwal, P. (1995). *Development Economics*. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing
- Rich, D.Z. (1994). *The Economic Theory of Growth and Development*. Westport, CT: Preeger Publishers

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Ekonomi Pembangunan I
Kode Mata Kuliah : EKP 204
Waktu Pertemuan : 3 x 60 menit
Pertemuan ke : 8

A. TUJUAN

1. TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami beberapa prinsip dan konsep pembangunan, serta masalah dan kebijakan pembangunan domestic dan internasional, khususnya yang menyangkut pembangunan ekonomi di Negara-negara berkembang

2. TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS :

Mahasiswa dapat memahami masalah dan Kebijakan Pendidikan dan Peranan Wanita

B. POKOK BAHASAN : Masalah dan Kebijakan Pendidikan dan Peranan Wanita

C. SUB POKOK BAHASAN :

1. Pendidikan dan Sumber daya Manusia
2. Wanita dan Pendidikan
3. Peran Pendidikan dan Wanita dalam Pembangunan
4. Beberapa Isu yang berkembang
5. Beberapa Kebijakan Penanganan

D. KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi yang akan dibahas2. Menjelaskan kompetensi dalam TIU dan TIK untuk pertemuan ke-8	<p>Memperhatikan</p> <p>Memperhatikan</p>	Papan Tulis dan OHP
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan tentang masalah Pendidikan dan Sumber daya Manusia, Wanita dan Pendidikan, Peran Pendidikan dan Wanita dalam Pembangunan, Beberapa Isu yang berkembang, Beberapa Kebijakan Penanganan2. Menanyakan pada mahasiswa secara acak tentang Pendidikan dan	<p>Memperhatikan</p> <p>Memberikan Sumbang saran</p>	<p>Papan tulis dan OHP</p> <p>Papan tulis</p>

	Sumber daya Manusia, Wanita dan Pendidikan, Peran Pendidikan dan Wanita dalam Pembangunan, Beberapa Isu yang berkembang, Beberapa Kebijakan Penanganan		
	3. Mengundang komentar atau pertanyaan dari mahasiswa lain	Memberikan komentar atau pertanyaan	Papan tulis
	4. Memberikan penilaian atau komentar tentang jawaban mahasiswa	Memperhatikan	
	5. Menyimpulkan jawaban	Memperhatikan	
Penutup	Memberikan tugas baca pada mahasiswa tentang materi yang akan disampaikan pada pertemuan selanjutnya	Mencatat	

E. EVALUASI

Menanyakan secara acak kesimpulan tentang Pendidikan dan Sumber daya Manusia, Wanita dan Pendidikan, Peran Pendidikan dan Wanita dalam Pembangunan, Beberapa Isu yang berkembang, Beberapa Kebijakan Penanganan

F. REFERENSI

- Todaro, M.P. (2000). *Economic Development*. 7th Edition. Reading, Massachusetts: Addison –Wesley
- Meier, G.M. (1995). *Leading Issues in Economic Development*. 6th Edition. New York: Oxford University Press
- Gunawan Sumodiningrat, Budi Santosa, dan Mohammad Maiwan. (1999). *Kemiskinan: Teori, Fakta dan kebijakan*. Jakarta: Penerbit IMPAC
- Kasliwal, P. (1995). *Development Economics*. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing
- Rich, D.Z. (1994). *The Economic Theory of Growth and Development*. Westport, CT: Preeger Publishers

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Ekonomi Pembangunan I
Kode Mata Kuliah : EKP 204
Waktu Pertemuan : 6 x 60 menit
Pertemuan ke : 9 dan 10

A. TUJUAN

1. TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami beberapa prinsip dan konsep pembangunan, serta masalah dan kebijakan pembangunan domestic dan internasional, khususnya yang menyangkut pembangunan ekonomi di Negara-negara berkembang

2. TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS :

Mahasiswa dapat memahami masalah dan Kebijakan Transformasi Pertanian dan Pembangunan Pedesaan

B. POKOK BAHASAN : Masalah dan Kebijakan Transformasi Pertanian dan Pembangunan Pedesaan

C. SUB POKOK BAHASAN :

1. Perkembangan Pertanian Pedesaan
2. Struktur Pertanian dalam Agraria Dunia
3. Ekonomi Pembangunan Pertanian
4. Strategi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan

D. KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi yang akan dibahas	Memperhatikan	Papan Tulis dan OHP
	2. Menjelaskan kompetensi dalam TIU dan TIK untuk pertemuan ke 9 dan 10	Memperhatikan	
Penyajian	1. Menjelaskan tentang Perkembangan Pertanian Pedesaan, Struktur Pertanian dalam Agraria Dunia, Ekonomi Pembangunan Pertanian, Strategi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan	Memperhatikan	Papan tulis dan OHP
	2. Menanyakan pada mahasiswa secara acak	Memberikan Sumbang saran	Papan tulis

	<p>tentang Perkembangan Pertanian Pedesaan, Struktur Pertanian dalam Agraria Dunia, Ekonomi Pembangunan Pertanian, Strategi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan</p> <p>3. Mengundang komentar atau pertanyaan dari mahasiswa lain</p> <p>4. Memberikan penilaian atau komentar tentang jawaban mahasiswa</p> <p>5. Menyimpulkan jawaban</p>	<p>Memberikan komentar atau pertanyaan</p> <p>Memperhatikan</p> <p>Memperhatikan</p>	<p>Papan tulis</p>
Penutup	<p>Memberikan tugas baca pada mahasiswa tentang materi yang akan disampaikan pada pertemuan selanjutnya</p>	<p>Mencatat</p>	

E. EVALUASI

Menanyakan secara acak kesimpulan tentang Perkembangan Pertanian Pedesaan, Struktur Pertanian dalam Agraria Dunia, Ekonomi Pembangunan Pertanian, Strategi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan

F. REFERENSI

- Todaro, M.P. (2000). *Economic Development*. 7th Edition. Reading, Massachusetts: Addison –Wesley
- Meier, G.M. (1995). *Leading Issues in Economic Development*. 6th Edition. New York: Oxford University Press
- Gunawan Sumodiningrat, Budi Santosa, dan Mohammad Maiwan. (1999). *Kemiskinan: Teori, Fakta dan kebijakan*. Jakarta: Penerbit IMPAC
- Kasliwal, P. (1995). *Development Economics*. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing
- Rich, D.Z. (1994). *The Economic Theory of Growth and Development*. Westport, CT: Preeger Publishers

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Ekonomi Pembangunan I
Kode Mata Kuliah : EKP 204
Waktu Pertemuan : 3 x 60 menit
Pertemuan ke : 11

A. TUJUAN

1. TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami beberapa prinsip dan konsep pembangunan, serta masalah dan kebijakan pembangunan domestic dan internasional, khususnya yang menyangkut pembangunan ekonomi di Negara-negara berkembang

2. TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS :

Mahasiswa dapat memahami masalah lingkungan dan pembangunan serta kebijakan penanganannya

B. POKOK BAHASAN : Masalah dan Kebijakan Lingkungan dan Pembangunan

C. SUB POKOK BAHASAN :

1. Isu-isu Utama Masalah Lingkungan
2. Model-model Pengelolaan Lingkungan dalam Pembangunan
3. Strategi Pengelolaan Lingkungan dalam Pembangunan

D. KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi yang akan dibahas2. Menjelaskan kompetensi dalam TIU dan TIK untuk pertemuan ke-8	<p>Memperhatikan</p> <p>Memperhatikan</p>	Papan Tulis dan OHP
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan tentang isu-isu utama masalah lingkungan, model-model serta strategi pengelolaan lingkungan dalam pembangunan2. Menanyakan pada mahasiswa secara acak tentang isu-isu utama masalah lingkungan, model-model serta strategi pengelolaan lingkungan	<p>Memperhatikan</p> <p>Memberikan Sumbang saran</p>	<p>Papan tulis dan OHP</p> <p>Papan tulis</p>

	<p>dalam pembangunan</p> <p>3. Mengundang komentar atau pertanyaan dari mahasiswa lain</p> <p>4. Memberikan penilaian atau komentar tentang jawaban mahasiswa</p> <p>5. Menyimpulkan jawaban</p>	<p>Memberikan komentar atau pertanyaan</p> <p>Memperhatikan</p> <p>Memperhatikan</p>	Papan tulis
Penutup	Memberikan tugas baca pada mahasiswa tentang materi yang akan disampaikan pada pertemuan selanjutnya	Mencatat	

E. EVALUASI

Menanyakan secara acak kesimpulan tentang isu-isu utama masalah lingkungan, model-model serta strategi pengelolaan lingkungan dalam pembangunan

F. REFERENSI

- Todaro, M.P. (2000). *Economic Development*. 7th Edition. Reading, Massachusetts: Addison –Wesley
- Meier, G.M. (1995). *Leading Issues in Economic Development*. 6th Edition. New York: Oxford University Press
- Gunawan Sumodiningrat, Budi Santosa, dan Mohammad Maiwan. (1999). *Kemiskinan: Teori, Fakta dan kebijakan*. Jakarta: Penerbit IMPAC
- Kasliwal, P. (1995). *Development Economics*. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing
- Rich, D.Z. (1994). *The Economic Theory of Growth and Development*. Westport, CT: Preeger Publishers

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Ekonomi Pembangunan I
Kode Mata Kuliah : EKP 204
Waktu Pertemuan : 6 x 60 menit
Pertemuan ke : 12 dan 13

A. TUJUAN

1. TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami beberapa prinsip dan konsep pembangunan, serta masalah dan kebijakan pembangunan domestic dan internasional, khususnya yang menyangkut pembangunan ekonomi di Negara-negara berkembang

2. TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS :

Mahasiswa dapat memahami prinsip dan konsep tentang teori-teori perdagangan dan peranan perdagangan bagi pembangunan Negara berkembang

B. POKOK BAHASAN : Peranan Perdagangan dalam Pembangunan

C. SUB POKOK BAHASAN :

1. Peranan Perdagangan bagi Negara-negara berkembang
2. Teori-teori Perdagangan
3. Penerapan Teori di Negara Berkembang

D. KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan materi yang akan dibahas2. Menjelaskan kompetensi dalam TIU dan TIK untuk pertemuan ke-9 dan 10	<p>Memperhatikan</p> <p>Memperhatikan</p>	Papan Tulis dan OHP
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan tentang Peranan Perdagangan bagi Negara-negara berkembang, Teori-teori Perdagangan, Penerapan Teori di Negara Berkembang2. Menanyakan pada mahasiswa secara acak tentang Peranan Perdagangan bagi Negara-negara berkembang, Teori-teori Perdagangan, Penerapan Teori di Negara	<p>Memperhatikan</p> <p>Memberikan Sumbang saran</p>	Papan tulis dan OHP

	Berkembang 3. Mengundang komentar atau pertanyaan dari mahasiswa lain 4. Memberikan penilaian atau komentar tentang jawaban mahasiswa 5. Menyimpulkan jawaban	Memberikan komentar atau pertanyaan Memperhatikan Memperhatikan	Papan tulis Papan tulis
Penutup	Memberikan tugas baca pada mahasiswa tentang materi yang akan disampaikan pada pertemuan selanjutnya	Mencatat	

E. EVALUASI

Menanyakan secara acak kesimpulan tentang Peranan Perdagangan bagi Negara-negara berkembang, Teori-teori Perdagangan, dan Penerapan Teori di Negara Berkembang

F. REFERENSI

- Todaro, M.P. (2000). *Economic Development*. 7th Edition. Reading, Massachusetts: Addison –Wesley
- Meier, G.M. (1995). *Leading Issues in Economic Development*. 6th Edition. New York: Oxford University Press
- Gunawan Sumodiningrat, Budi Santosa, dan Mohammad Maiwan. (1999). *Kemiskinan: Teori, Fakta dan kebijakan*. Jakarta: Penerbit IMPAC
- Kasliwal, P. (1995). *Development Economics*. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing
- Rich, D.Z. (1994). *The Economic Theory of Growth and Development*. Westport, CT: Preeger Publishers

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Mata Kuliah : Ekonomi Pembangunan I
Kode Mata Kuliah : EKP 204
Waktu Pertemuan : 6 x 60 menit
Pertemuanke : 14 dan 15

A. TUJUAN

1. TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM :

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami beberapa prinsip dan konsep pembangunan, serta masalah dan kebijakan pembangunan domestic dan internasional, khususnya yang menyangkut pembangunan ekonomi di Negara-negara berkembang

2. TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS :

Mahasiswa dapat memahami konsep dan prinsip tentang masalah dan kebijakan dalam perdagangan dan industri

B. POKOK BAHASAN : Masalah dan kebijakan dalam perdagangan dan industri

C. SUB POKOK BAHASAN :

1. Arti dan Fungsi Kebijakan
2. Strategi Perdagangan untuk Pembangunan
3. Integrasi ekonomi dan Perdagangan
4. Penerapan Kebijakan
5. Neraca Perdagangan

D. KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR :

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat Pengajaran
Pendahuluan	1. Menjelaskan materi yang akan dibahas	Memperhatikan	Papan Tulis dan OHP
	2. Menjelaskan kompetensi dalam TIU dan TIK untuk pertemuan ke-14 dan 15	Memperhatikan	
Penyajian	1. Menjelaskan tentang Arti dan Fungsi Kebijakan, Strategi Perdagangan untuk Pembangunan, Integrasi ekonomi dan Perdagangan, Penerapan Kebijakan, Neraca Perdagangan	Memperhatikan	Papan tulis dan OHP
	2. Menanyakan pada mahasiswa secara acak tentang Arti dan Fungsi	Memberikan Sumbang saran	Papan tulis

	Kebijakan, Strategi Perdagangan untuk Pembangunan, Integrasi ekonomi dan Perdagangan, Penerapan Kebijakan, Neraca Perdagangan		
	3. Mengundang komentar atau pertanyaan dari mahasiswa lain	Memberikan komentar atau pertanyaan	Papan tulis
	4. Memberikan penilaian atau komentar tentang jawaban mahasiswa	Memperhatikan	
	5. Menyimpulkan jawaban	Memperhatikan	
Penutup	Memberikan tugas baca pada mahasiswa tentang materi yang akan disampaikan pada pertemuan selanjutnya	Mencatat	

E. EVALUASI

Menanyakan secara acak tentang Arti dan Fungsi Kebijakan, Strategi Perdagangan untuk Pembangunan, Integrasi ekonomi dan Perdagangan, Penerapan Kebijakan, Neraca Perdagangan

F. REFERENSI

- Todaro, M.P. (2000). *Economic Development*. 7th Edition. Reading, Massachusetts: Addison –Wesley
- Meier, G.M. (1995). *Leading Issues in Economic Development*. 6th Edition. New York: Oxford University Press
- Gunawan Sumodiningrat, Budi Santosa, dan Mohammad Maiwan. (1999). *Kemiskinan: Teori, Fakta dan kebijakan*. Jakarta: Penerbit IMPAC
- Kasliwal, P. (1995). *Development Economics*. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing
- Rich, D.Z. (1994). *The Economic Theory of Growth and Development*. Westport, CT: Preeger Publishers