

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
DAN BAHAN AJAR**

MATA KULIAH
PRINSIP PEMASARAN AGRIBISNIS
KODE MATA KULIAH
AGB206



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
2021/2022**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	BOBOT (SKS)	SEMESTER
PRINSIP PEMASARAN AGRIBISNIS	AGB206	3 (2-1) SKS teori = 3 SKS praktikum=1	GENAP 2021-2022
PROGRAM STUDI	KOORDINATOR/TIM	TAHUN AJARAN	JADWAL
Agribisnis	Ir. Edy Marsudi, M.Si Dr. Ir. Mustafa, M.S Dr. Ir. Romano, MP Akhnad Baihaqi, SP, MMA Litna Nurjannah Ginting, SP, M.Si Noratun Juliaviani, SP, M.Si	TA 2021-2022	Kelas 02 Selasa 16.20 – 18.00 Kelas 04 Kamis 16.20-18.00

I. DESKRIPSI MATA KULIAH:

Ruang lingkup Matakuliah mulai dari Pendahuluan, Teori dan implementasi manajemen pemasaran, memahami implementasi manajemen pemasaran pada perusahaan berbasis agribisnis, merancang strategi pemasaran yang diperlukan oleh perusahaan beserta bauran pemasarannya. Memahami fungsi pemasaran untuk menghadapi persaingan antara perusahaan. mampu mengalokasikan sumberdaya untuk kebutuhan strategi pemasaran.

II. CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL) PROGRAM STUDI:

A. Rumusan Sikap (S):

1. Kemampuan untuk menginternalisasikan ketakwaan kepada Tuhan YME dengan menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan etika.
2. Kemampuan untuk berkontribusi dalam bermasyarakat, berbangsa dan bernegara dengan menghargai nilai-nilai toleransi, kepedulian dan kepekaan.

B. Rumusan Pengetahuan (P):

1. Memahami konsep dasar teori dan mampu berfikir kritis dalam menyelesaikan permasalahan. Memiliki kemampuan berfikir logis, kritis dan sistematis dalam memahami konsep dasar keilmuan dan inovasi pembangunan pertanian terpadu dan berkelanjutan.
2. Memiliki kemampuan kewirausahaan dengan menerapkan sistem manajemen teknologi informasi dan komunikasi agribisnis terpadu dan berkelanjutan.

C. Rumusan Keterampilan Umum (KU):

1. Memiliki kemampuan untuk memperluas jejaring dan mendiseminasikan hasil kajian agribisnis berdasarkan hasil analisis informasi dan data.
2. Memiliki jiwa kepemimpinan dan profesionalitas dalam operasional manajemen agribisnis yang kreatif dan inovatif.

D. Rumusan Keterampilan Khusus (KK):

1. Memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi, menganalisis, merancang dan mengalokasikan sumberdaya dan faktor produksi secara teknis dan ekonomis di bidang agribisnis.
2. Memiliki kemampuan manajerial dalam menjamin mutu dan mengelola resiko sistem operasi agribisnis, serta evaluasi kinerja bisnis dan komersial.

- Memiliki kemampuan komunikasi, negosiasi, dan advokasi dalam bidang agribisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi

III. CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (CPMK)

- Memiliki kompetensi dalam mengelola pemasaran agribisnis, di samping berkemampuan untuk menjelaskan, mengidentifikasi, dan menganalisis masalah-masalah dalam sistem pemasaran agribisnis serta merumuskan alternatif-alternatif solusi peningkatan efektifitas dan efisiensi pemasaran Agribisnis
- Mampu menerapkan berbagai strategi penjualan produk sehingga dapat mempercepat penyerapan pasar terhadap produk-produk agribisnis dan dapat menciptakan nilai tambah.
- Mampu menerapkan digital marketing dan online distribution terhadap produk-produk agribisnis.

IV. MATRIKS KESESUAIAN ANTARA CPL DAN CPMK

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)**	Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) Prodi*								
	S		P		KU		KK		
	1	2	1	2	1	2	1	2	3
1. Memiliki kompetensi dalam mengelola pemasaran agribisnis, di samping berkemampuan untuk menjelaskan, mengidentifikasi, dan menganalisis masalah-masalah dalam sistem pemasaran agribisnis serta merumuskan alternatif-alternatif solusi peningkatan efektifitas dan efisiensi pemasaran Agribisnis		√	√				√	√	
2. Mampu menerapkan berbagai strategi penjualan produk sehingga dapat mempercepat penyerapan pasar terhadap produk-produk agribisnis dan dapat menciptakan nilai tambah.		√	√			√			√
3. Mampu menerapkan digital marketing dan online distribution terhadap produk-produk agribisnis.		√		√			√		√

Keterangan:

* Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) / Program Learning Objective (PLO) mengacu poin II

**Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) mengacu poin III

V. KRITERIA DAN STANDAR PENILAIAN

Komponen Penilaian*	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Persentase (Weight in Final Grade)	Nilai Minimal Ketercapaian Kinerja Mahasiswa	Standar Penilaian
---------------------	----------------------------------	------------------------------------	--	-------------------

Aktivitas Partisipatif	CPMK 1, 2, 3	5	70	A \geq 87; 78 \leq AB $<$ 87; 69 \leq B $<$ 78; 60 \leq BC $<$ 69; 51 \leq C $<$ 60; 41 \leq D $<$ 51; E $<$ 41
Hasil Proyek (Khusus MK PBL dan PjBL)	CPMK 2, 3	50	70	
Tugas	CPMK			
Kuis	CPMK			
UTS	CPMK 1	20	70	
UAS	CPMK 1,2,3	25	70	
Total		100		

* Jumlah komponen penilaian dapat bervariasi pada setiap MK bergantung pada desain MK yang disepakati tim dosen

I. JADWAL, URAIAN MATERI DAN KEGIATAN PERKULIAHAN

Minggu Ke	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Strategi Pembelajaran/ Metode Pembelajaran	Waktu Belajar (menit)	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mendapatkan pemahaman yang utuh dan menyeluruh tentang Capaian Pembelajaran Mata kuliah Prinsip Pemasaran Agribisnis dan menemukan cara-cara yang komprehensif dalam pencapaiannya, serta mampu menjelaskan pengertian, ruang lingkup, peranan pemasaran dalam agribisnis. Selanjutnya dapat memecahkan permasalahan-permasalahan tataniaga produksi dan produk pertanian.	<ul style="list-style-type: none"> - Penjelasan tentang Rencana Pembelajaran Semester (RPS) Mata Kuliah Prinsip Pemasaran Agribisnis dan Mendiskusikan tentang Kontrak Kuliah. - Pendahuluan, Pengertian, Ruang Lingkup, Peranan Pemasaran dalam Agribisnis, dan Permasalahan-permasalahan Tataniaga Produksi dan Produk Pertanian. 	<p>Aktivitas Belajar Mahasiswa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mencari, mengumpulkan, dan menata berbagai permasalahan tataniaga produksi dan produk pertanian - Memecahkan berbagai permasalahan faktual yang dirancang oleh dosen. <p>Aktivitas Dosen:</p> <p>Menyediakan data dan petunjuk untuk menelusuri hal-hal yang harus dipelajari oleh mahasiswa, dan memberikan ulasan</p> <p>Metode Pembelajaran:</p> <p>Metode ceramah, diskusi, dan contextual instruction, yaitu membahas teori dalam kaitannya dengan dunia nyata dan mendiskusikannya. Kemudian dilakukan pendalaman pada praktikum.</p>	100	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa mencari, mengumpulkan, menata, dan menyusun informasi yang ada untuk mendeskripsikan suatu pengetahuan. - Mahasiswa melakukan diskusi interaktif dan simulasi dengan model terstruktur. 	<p>Setelah mengikuti topik <u>bahasan ini, mahasiswa mampu untuk:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> menemukan cara-cara yang komprehensif dalam pencapaian pembelajaran. dapat menjelaskan dan memahami secara menyeluruh tentang peranan pemasaran dalam agribisnis, pengertian, ruang lingkup dan berbagai permasalahan yang melingkupinya. <p><u>Indikator:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Keaktifan dan <i>performance</i> Pengamatan Kontribusi masukan 	5%
2	Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan dapat mengaplikasikan berbagai variasi pendekatan dalam mempelajari dan mendalami pemasaran agribisnis.	<p>Pendekatan-Pendekatan untuk Mempelajari Pemasaran Agribisnis</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>functional approach</i> - <i>institutional approach</i> - <i>commodity approach</i> - <i>managerial approach</i> - <i>total system approach</i> 	<p>Aktivitas Belajar Mahasiswa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mendeskripsikan berbagai konsep dan pendekatan untuk mempelajari pemasaran agribisnis. - Mencari, mengumpulkan, dan menata konsep/teori sesuai dengan topik bahasan untuk mendeskripsikan suatu pengetahuan untuk mencapai kompetensi tertentu. - Menggali dan mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan masing-masing pendekatan. 	100	<ul style="list-style-type: none"> - Mahasiswa belajar dengan menggali dan mencari informasi, serta memanfaatkan informasi tersebut untuk memecahkan berbagai permasalahan faktual yang dirancang oleh dosen. - Mahasiswa melakukan diskusi interaktif dan simulasi dengan model terstruktur 	<p>Setelah mengikuti topik <u>bahasan ini, mahasiswa mampu untuk:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> menjelaskan dan memahami secara menyeluruh tentang pendekatan-pendekatan untuk mempelajari pemasaran agribisnis memiliki kompetensi dalam merencanakan, pemakaian 	5%

		Pendekatan S-C-P dalam pemasaran - <i>market structure</i> - <i>market conduct</i> - <i>marker performance</i>	- Membuat ulasan ringkasan Aktivitas Dosen: - Menyampaikan konsep/teori dan literatur sesuai dengan topik bahasan untuk dipelajari mahasiswa. - Merancang tugas untuk mencapai kompetensi tertentu Metode Pembelajaran: Summaries Account Method, metode ceramah, diskusi, dan contextual instruction, yaitu membahas teori dalam kaitannya dengan dunia nyata dan mendiskusikannya. Selanjutnya dilakukan pendalaman topik bahasan dalam praktikum.			kriteria, dan mengukur efisiensi pemasaran. c. mahasiswa memiliki kemampuan dalam menemukan cara-cara yang komprehensif dalam pencapaian pembelajaran. Indikator: 1. Kelengkapan 2. Kesesuaian 3. Ketepatan identifikasi dan klasifikasi Kebenaran pengukuran dan perhitungan	
3	Mahasiswa memiliki kemampuan meredakan resiko dalam pemasaran agribisnis.	Mitigasi Resiko dalam Pemasaran dan keterkaitannya dengan karakteristik Produksi dan Produk Pertanian.	Aktivitas Belajar Mahasiswa - Membahas konsep/teori dan mengidentifikasi bahan kajian untuk mendapatkan penjelasan lebih mendalam. - Mendiskusikan berbagai strategi mitigasi resiko dalam pemasaran agribisnis. - Mencari, menemukan, dan mengidentifikasi karakteristik produk dan produk pertanian untuk ditemukan metode penanganan dalam pemasarannya. Aktivitas Dosen: - Mempresentasi agar mahasiswa dapat mendemonstrasikan pengetahuan dan keterampilan - Mendorong mahasiswa untuk mengumpulkan informasi yang sesuai dengan topik bahasan. - Menyampaikan formulasi pemecahan permasalahan. - Melanjutkan pembahasan dalam praktikum. Metode Pembelajaran: Metode ceramah, diskusi, dan the best commentaries, yaitu membahas teori dalam kaitannya dengan dunia nyata dan mendiskusikannya. Selanjutnya dilakukan pendalaman topik bahasan	100	<u>Mencari, menyusun, dan mengulas konsep konsep dan teori mitigasi resiko yang berhubungan dengan karakteristik produksi dan produk pertanian, dan menyajikannya secara sistematis dengan rujukan bahan bacaan yang relevan dengan topik bahasan</u>	<u>Setelah mengikuti topik bahasan ini, mahasiswa mampu untuk:</u> a. mengidentifikasi karakteristik produksi dan produk pertanian untuk ditemukan metode penanganan dalam pemasarannya. b. memiliki kemampuan untuk meredakan resiko dalam pemasaran agribisnis. Indikator: 1. Keaktifan 2. Pengamatan 3. Kelengkapan penjelasan dan mendalam. 4. Kebenaran identifikasi dan interpretasi data	5%

			dalam praktikum.				
4	Mahasiswa menguasai dan mampu menjelaskan secara komprehensif tentang lembaga, saluran, dan fungsi-fungsi pemasaran	Lembaga, Saluran, dan Fungsi-Fungsi Pemasaran	<p>Aktivitas Belajar Mahasiswa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengidentifikasi lembaga, saluran, dan fungsi-fungsi pemasaran agribisnis tertentu yang ditugaskan dosen. - Mencari, menemukan, me-ngumpulkan literatur yang berhubungan dengan topik bahasan untuk mencapai kompetensi tertentu. - Menyelesaikan tugas-tugas <p>Aktivitas Dosen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mendorong mahasiswa untuk mengumpulkan informasi sesuai dengan topik bahasan. - Menyusun tugas untuk studi lapangan mahasiswa <p>Metode Pembelajaran:</p> <p>Ceramah dan Discovery Learning</p>	100	Menggali dan mendalami topik bahasan serta mendeskripsikan suatu pengetahuan dan keterampilan.	<p><u>Setelah mengikuti topik bahasan ini, mahasiswa mampu untuk:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> mengidentifikasi dan menjelaskan secara komprehensif tentang lembaga, saluran, dan fungsi-fungsi pemasaran. menyelesaikan tugas-tugas yang telah dirancang dosen <p>Indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kelengkapan Kelancaran dalam penjelasan data. <p>Kebenaran identifikasi dan interpretasi data</p>	5%
5	Mahasiswa menguasai dan memahami secara lebih mendalam, serta dapat menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi harga-harga hasil pertanian, variasi harga-harga hasil pertanian, dan harga-harga hasil pertanian dan pendapatan petani.	Harga-Harga Pasar dan Perilaku Harga-Harga Hasil Pertanian/Agri-bisnis	<p>Aktivitas Belajar Mahasiswa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membahas konsep/teori dan mengidentifikasi dalam praktik dunia nyata. - Mencari dan mendata informasi di dunia nyata untuk mempelajari lebih lanjut. - Membentuk kelompok diskusi <p>Aktivitas Dosen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mempresentasi dan mendemonstrasikan pengetahuan dan keterampilan. - Mendorong mahasiswa untuk mengumpulkan informasi yang sesuai dengan topik bahasan. - Menyampaikan formulasi pemecahan permasalahan. <p>Metode Pembelajaran:</p> <p>Metode Ceramah dan Small Group Discussion</p>	100	<u>Mahasiswa mengumpul-pulkan data yang berhubungan dengan topik bahasan untuk dipelajari sesuai dengan keadaan di dunia nyata. Kemudian melakukan diskusi interaktif dan simulasi dengan model terstruktur.</u>	<p><u>Setelah mengikuti topik bahasan ini, mahasiswa mampu untuk:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi harga-harga hasil pertanian menjelaskan variasi harga-harga hasil pertanian dan hubungannya dengan pendapatan petani. <p>Indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> Keaktifan dan <i>performance</i> Ketepatan dalam mengemukakan argumentasi <p>Kebenaran dalam memberikan tanggapan.</p>	5%

6	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menganalisis pergerakan produk antar wilayah, sektor basis, keunggulan komparatif, keunggulan kompetitif, alokasi permintaan dan penawaran antar wilayah, dan optimalisasi distribusi.	Pasar antar wilayah dan optimalisasi distribusi (<i>Markets over Space</i>) - Sektor basis - Keunggulan komparatif - Keunggulan kompetitif - Alokasi permintaan dan penawaran antar wilayah - optimalisasi distribusi	Aktivitas Belajar Mahasiswa - Menemukan, menata, dan mengidentifikasi teori yang relevan dengan topik bahasan. - Melakukan perhitungan sesuai data yang disediakan dosen Aktivitas Dosen - Menjelaskan bahan kajian - Menyampaikan formulasi pemecahan permasalahan. - Menyusun pembahasan lanjutan dalam praktikum Metode Pembelajaran: Metode Ceramah, Penugasan Individual, dan Penugasan Kelompok	100	Mendalami topik bahasan dan men-diskusikan pemecahan permasalahan yang berhubungan dengan topik bahasan.	<u>Setelah mengikuti topik bahasan ini, mahasiswa:</u> a. dapat menjelaskan dan menganalisis pergerakan produk antar wilayah. b. memahami dan menguasai sektor basis, keunggulan komparatif, keunggulan kompetitif, alokasi permintaan dan penawaran antar wilayah, dan optimalisasi distribusi. Indikator: 1. Kelengkapan Kebenaran penjelasan	5%
7	Mahasiswa menguasai dan dapat menjelaskan secara menyeluruh tentang prinsip dan strategi marketing mix serta mahir dalam merumuskan strategi tersebut dalam rancangan pemasaran agribisnis.	Prinsip-Prinsip dan Strategi Marketing Mix	Aktivitas Belajar Mahasiswa - Mencari, menemukan, dan mengumpulkan data tentang bahan kajian untuk mendeskripsikan suatu pengetahuan dan keterampilan. - Merencanakan, membuat, dan mensimulasi strategi sesuai topik bahasan untuk mencapai kompetensi tertentu. yang dirancang dosen. Aktivitas Dosen: - Membuat rancangan tugas untuk mencapai kompetensi tertentu - Mempersiapkan formula dan bahan simulasi. Metode Pembelajaran: Metode ceramah dan Small Group Discussion	100	Mengumpulkan informasi dan issue-issue terkini yang terjadi di sekitarnya untuk dipecahkan secara bersama	<u>Setelah mengikuti topik bahasan ini, mahasiswa:</u> a. dapat menjelaskan secara menyeluruh tentang prinsip dan strategi marketing mix. b. memiliki kemampuan dalam merumuskan strategi marketing mix dalam rancangan pemasaran agribisnis Indikator: 1. Kelengkapan data 2. Kebenaran dan ketepatan tanggapan. Kesesuaian dalam Interpretasi data	5%
8	Mampu Menjawab Soal Ujian	Ujian Tengah Semester (UTS)	Metode: Ujian Lisan atau Tulisan	2 x 50 menit	Mahasiswa melaksanakan Ujian Tengah Semester	Tes: Kelengkapan dan kebenaran jawaban	6,75%

9	Mahasiswa menguasai dan dapat menjelaskan secara komprehensif tentang persaingan dan model persaingan pasar produk-produk pertanian/agribisnis.	Persaingan dalam Pasar Agribisnis dan Model-Model Persaingan Pasar	<p>Aktivitas Belajar Mahasiswa</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan persaingan dan model persaingan pasar dalam pemecahan dan solusi pemasaran. -Meringkaskan dan tanya jawab <p>Aktivitas Dosen:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Menyampaikan konsep dan teori sesuai topik bahasan. -Merancang tugas-tugas untuk mencapai kompetensi tertentu <p>Metode Pembelajaran:</p> <p>Summaries Account Method, metode ceramah, dan diskusi.</p>	100	Mencari dan me-ngumpulkan berbagai bahan kajian, buku dan referensi yang berhubungan dengan topik bahasan, dan mendiskusikannya. Selanjutnya memecahkan permasalahan dan menyelesaikan tugas-tugas yang dirancang dosen.	<p><u>Setelah mengikuti topik bahasan ini, mahasiswa:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> dapat menjelaskan mengapa persaingan memainkan peranan kunci dalam perekonomian pasar. dapat mendeskripsikan model-model persaingan pasar. <p>Indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> Keaktifan dan performance Ketepatan penyajian 	5%
10	Mahasiswa memahami dan memiliki kemampuan untuk menjelaskan marjin, biaya, dan efisiensi pemasaran. Selanjutnya memiliki kompetensi untuk menerapkan, merancang, memperbaiki, dan menggunakan cara-cara pengukuran marjin, biaya pemasaran, dan efisiensi pemasaran agribisnis.	Marjin, Biaya, dan Efisiensi Pemasaran	<p>Aktivitas Belajar Mahasiswa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengidentifikasi, merencanakan, mencari informasi, dan memanfaatkan informasi tersebut untuk memecahkan masalah faktual yang dirancang dosen. - Mempersiapkan, menerapkan, dan menganalisis marjin, biaya, dan efisiensi pemasaran suatu komoditi agribisnis tertentu dengan tepat dan benar. <p>Aktivitas Dosen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mendesign tugas yang sistematis untuk mencapai kompetensi tertentu - Merumuskan dan melakukan proses pembimbingan dan penilaian. - Mengevaluasi hasil belajar mahasiswa dan memberikan umpan balik. <p>Metode Pembelajaran:</p> <p>Metode Penugasan Individual, Ceramah, dan Diskusi.</p>	100	Mahasiswa secara perorangan mengerjakan tugas-tugas, menggali, dan mendalami topik bahasan tentang marjin, biaya, dan efisiensi pemasaran serta mendeskripsikan suatu pengetahuan dan keterampilan tertentu. Kemudian mencari solusi pemecahan permasalahan suatu rancangan bahan kajian yang berhubungan marjin, biaya dan efisiensi pemasaran yang telah dirancang dosen	<p><u>Setelah mengikuti topik bahasan ini, mahasiswa:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> dapat menjelaskan tentang marjin, biaya, dan efisiensi pemasaran. dapat mengukur dan menemukan solusi pemecahan masalah marjin, biaya, dan efisiensi pemasaran agribisnis. <p>Indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> Keaktifan dan performance Kebenaran identifikasi formula dan uji penerapannya Ketepatan analisis Sistematika penyajian 	5%

11	Mahasiswa menguasai dan memiliki kemampuan dalam melakukan pengembangan produk, pengembangan pasar dan ramalan penjualan.	Pengembangan Produk, Pengembangan Pasar, dan Ramalan Penjualan	<p>Aktivitas Belajar Mahasiswa</p> <ul style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi, merencanakan, dan mensimulasi pokok bahasan pengembangan produk, pengembangan pasar, dan ramalan penjualan sesuatu produk agribisnis tertentu. Mempersiapkan suatu peragaan pokok bahasan dalam bentuk penerapan model dan alat-alat yang sesuai dengan rancangan pemasaran tertentu. Mengkomunikasikan ide-ide dan hasil-hasil kajian <p>Aktivitas Dosen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mendesain rancangan bahan kajian sesuai dengan topik bahasan. Memberi petunjuk agar mahasiswa dapat mencari solusi pemecahan masalah yang dipilih sendiri oleh mahasiswa dan atau ditetapkan dosen. <p>Metode Pembelajaran:</p> <p>Metode Small Group Discussion, Ceramah, dan Simulasi.</p>	100	Mahasiswa secara berkelompok menyampaikan ide-ide dan hasil-hasil kajian sesuai topik bahasan yang dirancang dosen	<p><u>Setelah mengikuti topik bahasan ini, mahasiswa:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> menguasai dan memiliki kemampuan dalam pengembangan produk dan pasar. memiliki keterampilan dalam penerapan model dan alat-alat yang sesuai dengan rancangan pemasaran tertentu mahir dalam membuat ramalan penjualan <p>Indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kerjasama Team dan kemampuan untuk membangun kerjasama Kemampuan dalam mengkomunikasikan ide-ide dan hasil kajian Kelengkapan dan kebenaran penjelasan Performance dan disiplin 	5%
----	---	---	--	-----	--	---	----

12	Mahasiswa dapat mengidentifikasi, menerapkan, dan menganalisis segmentasi pasar, target pasar, dan penempatan posisi produk dalam menghadapi persaingan pasar.	Segmenting, Targeting, dan Positioning - segmentasi pasar (<i>geography, demography, psychography, behavioral aspects</i>) - target pasar (<i>undifferentiated targeting strategy, differentiated targeting strategy, concentrated targeting strategy, dan custom targeting strategy</i>) - penempatan posisi produk dalam menghadapi persaingan (<i>sporty, family, luxury, economy</i>).	Aktivitas Belajar Mahasiswa - Mencari, menemukan, mengum-pulkan literatur yang berhubung-an dengan topik bahas untuk mencapai kompetensi tertentu. - Mengidentifikasi suatu fenomena pasar yang berkaitan dengan segmentasi pasar, target pasar dan penempatan produk serta mendalami variabel yang melingkupinya. Aktivitas Dosen: - Mendorong mahasiswa untuk mengumpulkan informasi yang sesuai dengan topik bahasan. - Merancang tugas-tugas untuk mencapai kompetensi tertentu. - Membantu mahasiswa menemukan formula dalam penyelesaian permasalahan untuk mencapai kompetensi tertentu. Metode Pembelajaran: Metode Ceramah, Case Study Method, dan Diskusi Interaktif.	100	Memecahkan permasalahan aktual dari suatu kasus pengairan yang telah diidentifikasi sebelumnya sesuai dengan topik bahasan	<u>Setelah mengikuti topik bahasan ini, mahasiswa</u> menguasai dan memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi, mene-rapkan, dan menganalisis segmentasi pasar, target pasar, dan penempatan produk dalam meng-hadapi persaingan pasa Indikator: 1. Keaktifan dan performance 2. Ketepatan penggunaan model dan formula 3. Kebenaran dalam pengambilan kesimpulan	5%
13	Mahasiswa memahami, menguasai, dan dapat menjelaskan secara menyeluruh konsep, perencanaan, fungsi, dan proses kelompok dan organisasi pengairan	AIDA Model dan Penerapannya dalam Pemasaran Produk Pertanian/Agribisnis - Konsep perhatian, minat, keinginan, dan aksi. - faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. - Menjaring konsumen potensial - bagaimana merangsang konsumen	Aktivitas Belajar Mahasiswa - Membahas konsep dan meng-identifikasi karakteristiknya dalam kehidupan sehari-hari. - Mencari, mendata, dan menyu-ur informasi dalam kehidupan sehari-hari yang relevan dengan topik bahasan untuk didiskusi-kan dan dipelajari lebih lanjut. Aktivitas Dosen: - Mempresentasi, menjelaskan, dan mendemonstrasikan pengetahuan.	100	Mahasiswa mencari dan mengumpulkan informasi dalam kehidupan sehari-hari yang relevan dengan topik bahasan untuk diskusikan dan dipelajari lebih lanjut.	<u>Setelah mengikuti topik bahasan ini, mahasiswa:</u> a. menguasai dan memi-liki kemampuan dalam mempresentasikan AIDA Model dalam pemasaran produk pertanian/agribisnis b. memiliki menjelaskan pokok bahasan. Indikator: 1. Keaktifan dan performance 2. kebenaran penjelasan Kelengkapan instrumen.	5%

		sehingga ada keinginan sampai aksi keharusan membeli.	- Mendorong mahasiswa untuk mengumpulkan dan menata informasi yang sesuai dengan topik bahasan. Metode Pembelajaran: Metode Ceramah, Diskusi, dan Discovery Learning				
14	Mahasiswa menguasai dan mampu menerapkan digital marketing dan online distribution dalam pemasaran agribisnis.	Digital Marketing dan Online Distribution - Pengenalan gelombang baru dalam pemasaran - Pengertian, fungsi, dan kategori digital marketing - Pengertian, fungsi, dan jenis online distribution - Identifikasi Kompetitor - Memilih Platform Marketing - Menjaring Pelanggan Ideal - Membangun Tim dan menciptakan Pasukan Marketing	Aktivitas Belajar Mahasiswa - Mencari, mempelajari, dan membahas konsep yang berhubungan dengan topik bahasan untuk mendeskripsikan suatu pengetahuan. - Mahasiswa mempelajari dan mempraktikkan digital marketing dan online distribution dalam pemasaran agribisnis. Aktivitas Dosen: - Menjelaskan bahan kajian yang bersifat teori dan mengkaitkan-nya dengan kerja profesional. - Mendesign tugas mahasiswa yang berkaitan dengan topik bahasan. - Memberikan masukan dan umpan balik. Metode Pembelajaran: Metode Ceramah, penugasan kelompok, dan Small Group Discussion	100	<u>Mahasiswa mencari literatur dan mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik bahasan dan mendiskusikannya dalam kelompok dengan berpedoman pada bahan bacaan yang berkaitan. Kemudian mendalaminya dalam praktikum.</u>	Setelah mengikuti topik bahasan ini, mahasiswa: a. menguasai dan memiliki kemampuan menerapkan digital marketing dan online distribution dalam pemasaran agribisnis. b. dapat menjelaskan secara komprehensif pokok bahasan. Indikator: 1. Kerjasama team. 2. Keaktifan di dalam kelas 3. Kelengkapan instrumen Ketepatan dan kebenaran penjelasan	5%

15	Mahasiswa menguasai dan mampu menerapkan digital marketing dan online distribution dalam pemasaran agribisnis, terutama membuat web profile, menyiapkan strategi content, dan distribusi content di media digital.	Digital Marketing dan Online Distribution (Lanjutan) <ul style="list-style-type: none"> - konsep desain web - membuat website profile - menyiapkan strategi content. - Jenis-jenis content digital marketing - distribusi content di media digital 	Aktivitas Belajar Mahasiswa <ul style="list-style-type: none"> - Mencari, mempelajari, dan membahas konsep yang berhubungan dengan topik bahasan untuk mendeskripsikan suatu pengetahuan. - Mahasiswa mempelajari dan mempraktikkan digital marketing dan online distribution dalam pemasaran agribisnis. Aktivitas Dosen: <ul style="list-style-type: none"> - Menjelaskan bahan kajian yang bersifat teori dan mengkaitkan-nya dengan kerja profesional. - Mendesign tugas mahasiswa berkaitan dengan topik bahasan. - Memberikan masukan dan umpan balik. Metode Pembelajaran: Metode Ceramah, penugasan kelompok, dan Small Group Discussion	100	<u>Mahasiswa mencari literatur dan mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik bahasan dan mendiskusikannya dalam kelompok dengan berpedoman pada bahan bacaan yang berkaitan. Kemudian mendalaminya dalam praktikum.</u>	<u>Setelah mengikuti topik bahasan ini, mahasiswa:</u> <ol style="list-style-type: none"> a. menguasai dan memiliki kemampuan menerapkan digital marketing dan online distribution dalam pemasaran agribisnis. b. dapat menjelaskan secara komprehensif pokok bahasan. Indikator: <ol style="list-style-type: none"> 1. Kerjasama team. 2. Keaktifan di dalam kelas 3. Kelengkapan 4. Ketepatan dan kebenaran penjelasan 	5%
16	Mampu Menjawab Soal Ujian	Ujian Akhir Semester (UAS)	Metode: Ujian Lisan atau Tulisan	2 x 50 menit	Mahasiswa melaksanakan Ujian Akhir Semester	Tes: Kelengkapan dan kebenaran jawaban	6,75%

IX. RUBRIK PENILAIAN

CPMK	Kriteria				
	1	2	3	4	5
1. Memiliki kompetensi dalam mengelola pemasaran agribisnis, di samping berkemampuan untuk menjelaskan, mengidentifikasi, dan menganalisis masalah-masalah dalam sistem pemasaran agribisnis serta merumuskan alternatif-alternatif solusi peningkatan efektifitas dan efisiensi pemasaran Agribisnis	Tidak memahami dan tidak dapat menjelaskan	Memahami sebahagian kecil/ Penjelasan sangat sedikit dan tidak sesuai materi kuliah	Cukup memahami/ dapat menjelaskan namun tidak terstruktur	Memahami/dapat menjelaskan dengan baik secara terstruktur sesuai materi kuliah	Sangat memahami/menjelaskan dengan detail dan terstruktur
2. Mampu menerapkan berbagai strategi penjualan produk sehingga dapat mempercepat penyerapan pasar terhadap produk-produk agribisnis dan dapat menciptakan nilai tambah.	Tidak memahami dan tidak dapat menjelaskan	Memahami sebahagian kecil/ Penjelasan sangat sedikit	Cukup memahami/ dapat menjelaskan namun tidak terstruktur	Memahami/dapat menjelaskan dengan baik secara terstruktur sesuai materi kuliah	Sangat memahami/menjelaskan dengan detail dan terstruktur
3. Mampu menerapkan digital marketing dan online distribution terhadap produk-produk agribisnis.	Tidak memahami dan tidak dapat menjelaskan	Memahami sebahagian kecil/ Penjelasan sangat sedikit	Cukup memahami/ dapat menjelaskan namun tidak terstruktur	Memahami/dapat menjelaskan dengan baik secara terstruktur sesuai materi kuliah	Sangat memahami/menjelaskan dengan detail dan terstruktur

X. REFERENSI

1. Applegate, L.M., F.W. McFarlan, and J.L. McKenney. (1996). Corporate Information Systems Management: Text and Cases. 4th ed. Boston: Richard D.

- Irwin.
2. Chase, R.B., Jacobs, F.R., & Aquilano, N.J. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage with Global Cases*. McGraw-Hill.
 3. Chopra, S., & Meindl, P. (2004). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operations*. Second Edition. *Pearson Education International*.
 4. Christopher, Martin. (1998). *Logistic and Supply Chain Management, Strategic for reducing cost and improving services*. Prentice hall, Inc. London.
 5. Donald J. Bowersox, at all. (2002). *Supply Chain Logistics Management*. McGraw Hill.
 6. David Simchi Levi, at all. (2000). *Designing and Managing the Supply Chain*. McGraw- Hill.
 7. Heizer, J., & Render, B. (2005). *Operations Management*. 7th edition. *Pearson Education International*.
 8. I Nyoman Pujawan. (2005). *Supply Chain Management*. Guna Widya.
 9. Indrajit, Eko dan R. Djokopranoto. *Konsep Manajemen Supply Chain: Strategi Mengelola Manajemen Rantai Pasokan Bagi Perusahaan Modern di Indonesia*. Grasindo. Jakarta 2002.
 10. Krajewski, L.J, & Ritzman, L.P. (1999). *Operations Management: Strategy and Analysis*. Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
 11. Lee, Hau L dan S. Whang. *E-Business and Supply Chain Integration*. Stanford Global Supply Chain Management Forum. Nov 2001.
 12. R. Eko Indrajit dan R. Djokopranoto. (2003). *Konsep Manajemen Supply Chain: Cara baru Memandang Mata rantai Penyediaan Barang*. Grasindo. Jakarta.

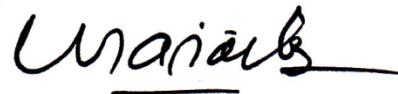
XI. LEGALITAS

**Mengetahui,
Ketua Program Studi**

Dr. Ir. Indra, MP.

NIP: 19630907 199002 1 001

Banda Aceh
Koordinator Mata Kuliah



Ir. Edy Marsudi, M.Si
NIP 196305241990031002

LEMBAR RENCANA TUGAS MAHASISWA
PEMBUATAN TUGAS BERBASIS PROYEK

MATA KULIAH	KODE	BOBOT (SKS)	SEMESTER
PRINSIP PEMASARAN AGRIBISNIS	AGB206	3 (2-1) SKS teori = 3 SKS praktikum=1	GENAP 2021-2022
PROGRAM STUDI	KOORDINATOR/TIM	TAHUN AJARAN	JADWAL
Agribisnis	Ir. Edy Marsudi, M.Si Dr. Ir. Mustafa, M.S Dr. Ir. Romano, MP Akhmad Baihaqi, SP, MMA Litna Nurjannah Ginting, SP, M.Si Noratun Juliaviani, SP, M.Si	TA 2021-2022	Kelas 02 Selasa 16.20 – 18.00 Kelas 04 Kamis 16.20-18.00

BENTUK TUGAS

Pembuatan Laporan/ Paper

JUDUL TUGAS

Tugas-1: Menyusun draf dokumen strategi marketing mix dari suatu produk

Tugas-2: Mengerjakan perhitungan margin, biaya, dan efisiensi pemasaran

1. Memiliki kompetensi dalam mengelola pemasaran agribisnis, di samping berkemampuan untuk menjelaskan, mengidentifikasi, dan menganalisis masalah-masalah dalam sistem pemasaran agribisnis serta merumuskan alternatif-alternatif solusi peningkatan efektifitas dan efisiensi pemasaran Agribisnis
2. Mampu menerapkan berbagai strategi penjualan produk sehingga dapat mempercepat penyerapan pasar terhadap produk-produk agribisnis dan dapat menciptakan nilai tambah.
3. Mampu menerapkan digital marketing dan online distribution terhadap produk-produk agribisnis.

DESKRIPSI TUGAS:

1. Mahasiswa mengidentifikasi marketing mix dari suatu perusahaan/ produk tertentu yang dipilih oleh mahasiswa tersebut. Mahasiswa mendiskusikan dalam kelompok dan membuat laporan/ paper yang akan dipresentasikan di depan kelas dan didiskusikan secara Bersama.
2. Mahasiswa diberikan soal-soal kasus untuk menghitung margin, biaya, dan efisiensi pemasaran

METODE Pengerjaan Tugas:

1. Membuat draft dokumen sesuai dengan judul tugas secara berkelompok
2. Mengumpulkan tugas
3. Evaluasi tugas melalui presentasi kegiatan dalam bentuk ppt
4. Memperbaiki draft dokumen

5. Mengumpulkan tugas hasil perbaikan

BENTUK DAN FORMAT LUARAN

a. Obyek Garapan: Dokumen laporan dalam bentuk doc/ docx dan presentasi materi dalam bentuk ppt

b. Bentuk Luaran:

- 1) Laporan ditulis berbentuk word dan dipresentasikan dalam bentuk ppt,
 - 2) Dikumpulkan dalam bentuk *hard copy dan soft copy*
-

INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

a. Isi presentasi (10%),

Isi presentasi menguraikan inti sari dari konsep tentang materi sesuai dengan judul tugas,

b. Penguasaan isi (40%)

Mahasiswa menguasai materi sesuai dengan judul tugas.

c. Pelaporan (40%),

Mahasiswa melengkapi laporan dan menunjukkan tanggungjawab, percaya diri, dan kemandirian.

d. Daftar pustaka (10%)

Penulisan daftar pustaka mengacu pada *APA style* dan daftar pustaka paling lama 10 tahun terakhir

JADWAL PELAKSANAAN

Perkuliahan, pelaporan, dan evaluasi disesuaikan dengan mengajar pada SIMKUL USK

LAIN-LAIN

Bobot penilaian tugas ini adalah 50% dari 100% penilaian mata kuliah ini

DAFTAR RUJUKAN

Daftar Pustaka atau literatur yang menjadi rujukan penulisan dokumen

- Buku pemasaran Agribisnis, paper/jurnal, bulletin perusahaan
-