



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

Kampus : Jalan Letjen T. B. Simatupang No. 152 Tanjung Barat-Jakarta Selatan 12530
Telepon : (021) 7890965, 782.9919, 78831838, 7890634
Fax : (021) 7890966, E-mail : info@jagakarsa.ac.id
Website : <http://www.jagakarsa.ac.id>

SURAT TUGAS

NO. 28/UTAMA/DEKAN/II/2024

Fakultas : Ekonomi

Nama : Swasta Bangun, S.E., M.M

Pangkat/Golongan : Lektor

NIDN /NIDK/NUPN : 0307056304

Untuk melaksanakan tugas sebagai berikut:

No	Uraian Tugas	Hari	Pukul	Mata Kuliah	Kode MK	Kredit (sks)	Jenjang Program	Program Studi	Semester
1	Mengajar	Senin Rabu	16.30–19.00 10.00–12.30	Manajemen Pemasaran II Pengantar Manajemen	314114053 302112013	3 3	S-I S-I	Manajemen Manajemen	Genap 24/25
						6			

Kepada yang bersangkutan akan diberikan gaji / honorarium sesuai dengan peraturan penggajian yang berlaku di Universitas Tama Jagakarsa. Penugasan ini berlaku dari tanggal 10 Maret 2025 sampai dengan tanggal, 28 Juni 2025.

Tembusan:

1. Rektor Universitas Tama Jagakarsa
2. Wakil Rektor I Universitas Tama Jagakarsa
3. Ketua Program Studi Manajemen
4. Kepala Bagian Administrasi Umum
5. Arsip.

Jakarta, 10 Februari 2025

Dekan,

Prof. Dr. N. H. Guntur, S.E., S.H., M.M.



DAFTAR HADIR DAN NILAI SEMESTER GANJIL 7 GENAP 1.A.....

Kampus : Jl. Letjen T.B. Simatupang No. 152 Tanjung Barat - Jakarta Selatan 12530
Telp. : (021) 789 0965, 782 9919, 78831838, 789 0634
Fax. : (021) 789 0966
Email : info@jagakarsa.ac.id
Website : http://www.jagakarsa.ac.id

Program Studi

Kode dan Mata kuliah

Smt/SKS/W. Kuliah

Manajemen v-I
31411 4053 / Manajemen pemasaran II
1A / 3 / 16.30 - 19.00 WIB

Dosen : Sumarta Rongin SE MM

Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 10 Maret 2025 s/d 23 Juni 2025

No. Urut	NPM	NAMA MAHASISWA	PERKULIAHAN KE																				Ke hadir an	Tugas	UTS	UAS	Nilai Akhir		Keterangan
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					Jumlah	Huruf	
			10/03	17/03	14/04	21/04	28/04	05/05	12/05	19/05	26/05	02/06	09/06	16/06	23/06	30/06	07/07	14/07	21/07	28/07	04/08	11/08	18/08	25/08	01/09	08/09	15/09	22/09	
1	23310014	Damianus Kaha	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							20	19	20	25	84	A	
2	23317028	Yundanto Heryadhi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							19	19	19	25	82	A	
3	23310007	Vera Karticka	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							18	17	18	27	80	A	
4	23310001	Ingat Sastra Julius Gulo	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							20	19	17	25	81	A	
5	23310013	Melkianus Mahemba	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							20	19	17	27	83	A	
6	24317018	Lalang Sugiri	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							19	19	18	27	82	A	
7	23310083	Epi Maryani	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							18	17	18	26	80	A	
8	24317014	Esti Ester Baminggen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							19	19	18	25	81	A	
9	23310081	Arya Pargestu Amanullah	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							18	17	18	27	80	A	
10																													
11																													
12																													
13																													
14																													
15																													

Keterangan :

✓ : Hadir Perkuliahan
- : Absen Perkuliahan
S : Sakit
i : Ijin

Kehadiran Minimal 75 %
UTS : Ujian Tengah Semester
UAS : Ujian Akhir Semester
Ket : Lulus / Tidak Lulus

PENILAIAN

0 - 44 = E
45 - 55 = D
56 - 69 = C
70 - 79 = B
80 - 100 = A

Dosen Pengampu

Sumarta Rongin, SE, MM

Jakarta, 15 Juli 2025

Ketua Program Studi



Metehsa Sembiring, SE, MM



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU
LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM: UTAMA/F.A/U/002

PROGRAM STUDI
SEMESTER
TAHUN AJARAN

: Manajemen S-I
: IV C
: 2024/2025 C66rap)

KODE/MATA KULIAH/SKS
DOSEN PENGAMPU

: 314114053
: S. M. Ronggo, S. M. M.

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
						Komentar Program Studi	Komentar UJM
①	10 April 2025	Manajemen dan Konsep dasar pemasaran	Marketing Concept and Capturing Customer Value.	9	sk		
②	17 April 2025	Strategi pemasaran	marketing strategy	9	sk		
③	24 April 2025	Langkah-langkah proses pemasaran	analyzing the marketing environment	8	sk		
④	31 April 2025	Porter Konsumen	Consumer the marketing environment	8	sk		
⑤	7 April 2025	Porter Basis	proliferation, pembelian porter. Basis	7	sk		
⑥	14 April 2025	Segmentasi	Customer. - driver.	9	sk		
⑦	21 April 2025	Targeting	Brand, Ruling Customer Value.	9	sk		
⑧	28 April 2025	U T S.	Bab. 1 & 2	7	sk		
⑨	5 Mei 2025	positioning	produk baru dan pengembangan	7	sk		
⑩	12 Mei 2025	product-	product life cycle.	8	sk		

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
(10)	19 Mei 2025	PRIC	PRIC Strategi	8		Komentar Program Studi	Komentar UJM
(12)	26 Mei 2025	plac.	marketing, channels.	07			
(13)	28 Mei 2025	promotion	mengidentifikasi konsumen - secara detail tentang Behavior Konsumen	9			
(17)	7 Juli 2025	UAS	UAS	9			

Dosen Pengampu

Suci - RANGG, SE, MM

Jakarta, 2 Juli 2025

Ketua Program Studi

Metehsa Sembiring, SE, MM

	UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI			
	Jl. TB Simatupang No. 152 Tanjung Barat – Jakarta Selatan 12530 FORMULIR RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)			
No. Dokumen 22/RPS/LPM/UTAMA-J/VIII/2017	No. Revisi 03	Hal 1 dari 20	Tanggal Terbit 06 Februari 2023	
Matakuliah : Manajemen Pemasaran II	Semester: IV	sks: 3	Kode: 313114033	
Mata Kuliah Prasyarat **)	: Pengantar Bisnis, Manajemen Pemasaran I			
Dosen Pengampu/ Penanggungjawab	: S w a s t a B a n g u n , S.E., M.M.			
Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) Catatan: S : Sikap P : Pengetahuan KU : Keterampilan Umum KK : Keterampilan Khusus	a. Sikap : 1. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius; 2. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika; 3. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik; 4. Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa; 5. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain; 6. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan pancasila. 7. Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. 8. Mampu merumuskan fungsi manajemen pada level operasional di berbagai tipe organisasi .			

9. Mampu mengambil keputusan manajerial yang tepat di berbagai tipe organisasi pada tingkatan operasional berdasarkan data dan informasi pada fungsi organisasi.

b. Pengetahuan :

1. Menguasai konsep teoretis, metoda dan perangkat analisis fungsi manajemen (perencanaan, pelaksanaan, pengarahan, pemantauan, evaluasi, dan pengendalian) dan fungsi organisasi (pemasaran, sdm, operasi, dan keuangan) pada berbagai jenis organisasi;
2. Menguasai konsep dan teknik menyusun rencana strategis dan menjabarkannya dalam rencana operasional;
3. Menguasai prinsip kepemimpinan dan kewirausahaan dalam berbagai tipe organisasi;
4. Menguasai konsep tentang metode penelitian yang mencakup studi kasus, kesejarahan, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif;
5. Menguasai minimal satu metode penelitian (studi kasus, kesejarahan, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif);
6. Menguasai etika bisnis dan nilai-nilai kemanusiaan (humanity values)
7. Menguasai pengetahuan tentang jenis dan regulasi organisasi lokal, nasional, regional, dan global;
8. Menguasai kaidah, prinsip dan teknik komunikasi lintas fungsi, level organisasi, dan budaya;
9. Menguasai minimal salah satu bahasa internasional;

c. Keterampilan Umum :

1. Menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan/atau teknologi sesuai dengan

Lampiran SK Rektor Nomor : 22/UTAMA-J/VIII/2017

5 Pasar Bisnis	Mahasiswa mampu mengklasifikasikan dan memperjelas identifikasi pasar bisnis	<i>Business markets and business buyer behavior</i>	Zoom Meeting GCR	150	Tanya jawab & Latihan Soal	• Ketepatan membedakan pasar Bisnis • Ketepatan menganalisis pasar Bisnis	5 %
-------------------	--	---	---------------------	-----	----------------------------------	---	-----

Lampiran SK Rektor Nomor : 22/UTAMA-J/VIII/2017

6 Segmentasi	Mahasiswa mampu mengklasifikasikan dan menjelaskan segmentasi, target dan positioning	<i>Customer-driven marketing strategy: Creating value for target customers</i>	Zoom Meeting GCR	150	Tanya Jawab & Latihan Soal	Ketepatan menjelaskan dan memberikan contoh untuk STP	5%
7. Targeting	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengidentifikasi secara detil tentang Targeting produk	<i>Product, services, and brands: Building customer value</i> <i>New-product development and product life-cycle strategies</i>	Zoom Meeting GCR	150	Tanya Jawab & Latihan Soal	- Ketepatan menjelaskan dan menunjukkan Targeting produk - Ketepatan Mengidentifikasi Targeting produk - Ketepatan menjelaskan dan menerapkan konsep produk baru dan strategi daur hidup produk - Ketepatan membedakan tahapan dalam daur hidup produk	5%

						produk	
11. Price	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengidentifikasi secara detil tentang harga	• <i>Pricing: understanding and capturing customer value</i> • <i>Pricing Strategy</i>	Zoom Meeting GCR	150	Tanya jawab & Latihan Soal	• Ketepatan menjelaskan dan menguraikan tentang konsep dan strategi harga Ketepatan menjelaskan tentang jenis-jenis harga	5%
12 Place.	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengidentifikasi secara detil tentang saluran distribusi (Place)	• <i>Marketing channels: Delivering Customer Value Retailing dan wholesaling</i>	Zoom Meeting GCR	150	Tanya jawab & Latihan Soal	• Ketepatan menjelaskan dan menguraikan <i>marketing channels</i> Ketepatan memberikan contoh dalam <i>marketing channels</i>	5%

13. Promotion	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengidentifikasi secara detil tentang bauran komunikasi	<i>Communicating customer value: Integrated marketing communication strategy</i>	Zoom Meeting GCR	150	Tanya jawab & Latihan Soal	- Ketepatan menjelaskan dan menguraikan tentang strategi komunikasi - Ketepatan menunjukkan perbedaan bauran komunikasi Ketepatan mengidentifikasi	5%
14.	Makalah	Presentasi Makalah (Studi Kasus)	Zoom Meeting GCR Diskusi	30	Tanya jawab & Latihan Soal	Penyelesaian Makalah dengan Benar dan Tepat Waktu	5%
15.	Makalah	Presentasi Makalah (Studi Kasus)	Zoom Meeting GCR Diskusi	30	Tanya jawab/Diskusi	Penyelesaian Makalah dengan Benar dan Tepat Waktu	5%
16.	UAS	Mahasiswa mempelajari bahan kajian (materi ajar) Manajemen Pemasar I dari pertemuan 9 - 15	Zoom Meeting GCR	120	Menjawab Soal UAS	Ujian Tertulis dengan beberapa contoh Studi kasus	35%

3	Lingkungan yang mempengaruhi Perusahaan				Soal Tertulis	Masalah dengan Benar dan Tepat Waktu	
		Terstruktur			Latihan Soal Tertulis	Proses Penyelesaian Masalah dengan Benar dan Tepat Waktu	5%
4.	Pasar Konsumen	Mandiri	Kuis	30	Latihan Soal Tertulis	Proses Penyelesaian Masalah dengan Benar dan Tepat Waktu	5%
		Terstruktur			Latihan Soal Tertulis	Proses Penyelesaian Masalah dengan Benar dan Tepat Waktu	5%
5.	Pasar Bisnis	Mandiri	Kuis	1 minggu	Latihan Soal Tertulis	Proses Penyelesaian Masalah dengan Benar dan Tepat Waktu	5%
		Terstruktur			Latihan Soal Tertulis	Proses Penyelesaian Masalah dengan Benar dan Tepat Waktu	5%

		Terstruktur					
10	Product	Mandiri	Kuis	30	Latihan Soal Tertulis	Proses Penyelesaian Masalah dengan Benar dan Tepat Waktu	5%
		Terstruktur					
11	Price	Mandiri	Kuis	30	Latihan Soal Tertulis	Proses Penyelesaian Masalah dengan Benar dan Tepat Waktu	5%
		Terstruktur					
12	Place.	Mandiri	Kuis	30	Latihan Soal Tertulis	Penyelesaian Makalah dengan Benar dan Tepat Waktu	5%
		Terstruktur					
13	Promotion		Kuis	30	Latihan Soal Tertulis	Penyelesaian Makalah dengan Benar dan Tepat Waktu	5%
		Terstruktur					

14	Makalah	Kelompok 1 dan 2	Zoom Meeting GCR Presentasi Makalah (Studi Kasus)		Tugas Makalah	dengan Benar dan Tepat Waktu	
		Terstruktur					
15	Makalah	Kelompok 3 dan 4	Zoom Meeting GCR Presentasi Makalah (Studi Kasus)	30	Tugas Makalah	Penyelesaian Makalah dengan Benar dan Tepat Waktu	5%
		Terstruktur					
16	Ujian Akhir Semester		Zoom Meeting GCR	120	menjawab Soal UTS	Di jawab dengan tepat dan Benar	35 %

Lampiran SK Rektor Nomor : 22/UTAMA-J/VIII/2017

Jenis tugas yang diberikan dapat dalam bentuk: *Book Review, Analisis Jurnal, Analisis Kasus, Riset Kecil, Proyek, Observasi lapangan, Menulis makalah, Latihan*. Sifat Tugas mandiri atau kelompok. Untuk matakuliah laboratorium/bengkel dan lapangan tidak ada tugas mandiri dan tugas terstruktur.

1. Penilaian
 - a) Aspek Penilaian
 - (1) Sikap
 - (2) Pengetahuan
 - (3) Keterampilan
 - (4) Syarat mengikuti UAS Kehadiran Mahasiswa Minimal 70%.
 - b) Bobot Penilaian Bersifat Akumulasi
 - (1) Bobot Kehadiran (NK) = 20%
 - (2) Bobot Tugas (NT) = 20%
 - (3) Bobot Nilai Ujian Tengah Semester (UTS) = 25%
 - (4) Bobot Nilai Ujian Akhir Semester (UAS) = 35%
 - (5) Nilai Akhir dalam bentuk Huruf (A/B/C/D/E)
 - (6) Apabila salah satu komponen bobot tidak ada maka otomatis nilai E.

Mengetahui
Ketua Program Studi

Metchsa Sembiring, S.E., M.M.

Jakarta, 10 Februari 2025

Dosen Pengampu/
Penanggungjawab MK


Swasta Bangun S.E.M.M.