

Satuan Acara Pengajaran

Mata Kuliah : Studi Kelayakan Bisnis

Kode Mata Kuliah : EKM 790

Dosen Pengasuh : Syafrizal Helmi, SE, MSi

Waktu Pertemuan : 150 menit

Pertemuan ke : 4

A. Tujuan Instruksional

1. Umum

Setelah selesai mengikuti perkuliahan Studi Kelayakan Bisnis mahasiswa Fakultas Ekonomi Departemen Manajemen semester V akan dapat :
Menjelaskan bagaimana pentingnya aspek pasar dalam SKB

2. Khusus

Pada akhir perkuliahan mahasiswa akan dapat Memahami pentingnya aspek pasar dalam SKB

B. Pokok Bahasan

1. pengertian pasar
2. macam-macam pasar
3. pasar sasaran
4. meramalkan pasar

C. Sub Pokok Bahasan

1. segmentasi pasar
2. alasan menentukan pasar sasaran
3. dasar-dasar penentuan pasar sasaran
4. strategi pematapan pasar sasaran
5. menganalisis dan memprioritaskan pasar sasaran potensial

D. Kegiatan Belajar, Media dan Alat Pengajaran

Tahap	Kegiatan Pengajar	Kegiatan Mahasiswa	Media dan Alat
Pendahuluan	1. Menjelaskan tujuan pembelajaran	• mendengarkan	Powerpoint LCD screen
	2. Menjelaskan pentingnya topik perkuliahan		
	3. Menjelaskan ruang lingkup materi		

Penyajian	1. Menjelaskan bentuk-bentuk pasar dalam bisnis	<ul style="list-style-type: none"> • memperhatikan dan mencatat 	Powerpoint LCD screen
	2. Menjelaskan pentingnya pasar sasara		
	3. menjelaskan bagaimana meramalkan pasar		
Penutup	1. Bertanya kepada mahasiswa tentang materi yang sudah didiskusikan 2. Memberikan umpan balik	<ul style="list-style-type: none"> • Menjawab • Berdiskusi 	
	3. menyampaikan topic perkuliahan berikutnya	<ul style="list-style-type: none"> • Memperhatikan 	

F. Referensi

1. Tjiptono, Fandy, 1997, Strategy Pemasaran, Penerbit Andi, Yogyakarta
2. Tjiptono, Fandy 2005, Pemasaran Jasa, Penerbit Amara Book, Yogyakarta