

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 : 5

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 pemasaran dalam SKB

2. Khusus

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

B. Pokok Bahasan

1. pengertian pemasaran
2. marketing mix
3. Kepuasan Pelanggan
4. Loyalitas pelanggan

C. Sub Pokok Bahasan

1. tahapan dalam praktek pemasaran
2. faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan
3. alat-alat deteksi mengukur kepuasan pelanggan

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 pengertian pemasaran dan marketing mix | • memperhatikan dan mencatat | Powerpoint LCD screen |
| | 2. faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan | | |
| | 3. menjelaskan bagaimana alat-alat deteksi mengukur kepuasan pelanggan | | |
| Penutup | 1. Bertanya kepada mahasiswa tentang materi yang sudah didiskusikan 2. Memberikan umpan balik | • Menjawab • Berdiskusi | |
| | 3. menyampaikan topic perkuliahan berikutnya | • Memperhatikan | |

F. Referensi

1. Irawan, Handi, 2004, Kepuasan Pelanggan, PT Gramedia Pustaka, Jakarta
2. Kotler, Philip, 2000, Marketing Milenium, Prentice Hall, USA