

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH : MARKETING FARMASI



Disusun oleh :

apt. Catharina Apriyani Wuryaningsih Heryanto, M.Farm

**PROGRAM STUDI SARJANA FARMASI
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN NOTOKUSUMO YOGYAKARTA
TAHUN AKADEMIK 2023/2024**



**SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN
NOTOKUSUMO YOGYAKARTA**

Kode/No.: 06/FM/PD.01/NK

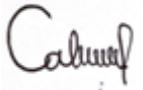
Tanggal : 29 Agustus 2022

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
(RPS)**

Revisi : 01

Halaman : 1 dari 6

**PENGESAHAN
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
MARKETING FARMASI**

Proses	Penanggung jawab			Tanggal
	Nama	Jabatan	Tanda tangan	
Penyusun	apt. Catharina Apriyani Wuryaningsih Heryanto, M.Farm	Koordinator mata kuliah		
Pemeriksa	apt. Fajar Agung D H., M. Sc	Ka.Prodi/Gugus Mutu Prodi		
Persetujuan	Taukhit, S.Kep., Ns., M.Kep	Ketua STIKES		
Pengendalian	Septiana Fathonah, S.Kep., Ns., M.Kep	LPM		

1	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)	
	PROGRAM STUDI : S 1 FARMASI INSTITUSI : SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN NOTOKUSUMO YOGYAKARTA TAHUN AKADEMIK : 2023/2024	
2	Nama Mata Kuliah	Marketing Farmasi
3	Kode	FARF703
4	Semester	IV (genap)
5	Beban kredit	2 sks
6	Dosen pengampu	apt. Catharina Apriyani Wuryaningsih Heryanto, M. Farm apt. Ch. Ari Widiastuti., S.Si., M.Farm
7	Deskripsi mata kuliah	Matakuliah marketing farmasi menyajikan materi yang berisi konsep inti pemasaran, nilai dan kepuasan Pelanggan, Customer Relation Manajemen (CRM), pengenalan dan proses segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar, pasar konsumen, keputusan pembelian konsumen, lingkungan pemasaran, sistem Informasi dan riset pemasaran, penjualan produk farmasi/Pemasaran Produk farmasi, strategi pemasaran farmasi, CDOB (Cara Distribusi Obat yang Baik)
8	Capaian Pembelajaran	<p>CPL – Prodi (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi) yang Dibebankan Pada Mata Kuliah</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menginternalisasi semangat entrepreneurship yang berbudi pekerti luhur (inovatif, kreatif, kerjasama, berani mengambil resiko, kemandirian, kejuangan dan kewirausahaan) 2. Menguasai konsep cara distribusi obat yang baik (CDOB), manajemen, pemasaran farmasi, pengelolaan, kepemilikan, hubungan interpersonal, pengamanan sediaan farmasi dan perbekalan farmasi 3. Menguasai dasar-dasar wirausaha, konsep etika wirausaha, kepemimpinan, manajemen bisnis serta konsep dan teknik pemasaran 4. Mampu berinovasi dan berkreasi berlandaskan nilai-nilai budi pekerti luhur dalam bidang kefarmasian, khususnya dalam pemanfaatan bahan alam sebagai potensi usaha farmasi 5. Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya <p>CPMK (Capaian Pembelajaran Mata Kuliah)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami dan mampu menjelaskan Konsep Inti Pemasaran Secara Umum 2. Memahami dan mampu menjelaskan Nilai dan Kepuasan Pelanggan 3. Memahami dan mampu menjelaskan Kepuasan Pelanggan/Customer Relation Manajemen (CRM) 4. Memahami dan mampu menjelaskan Pengenalan dan Proses Segmentasi Pasar 5. Memahami dan mampu menjelaskan Konsep Target Pasar 6. Memahami dan mampu menjelaskan Strategi Pemasaran Farmasi
9	Bahan kajian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep Inti Pemasaran Secara Umum 2. Mendefinisikan Nilai dan Kepuasan Pelanggan 3. Hubungan Kepuasan Pelanggan/Customer Relation Manajemen (CRM) 4. Pengenalan dan Proses Segmentasi Pasar 5. Konsep Target Pasar (Market Targeting) dan Posisi Pasar (Market Positioning)

		<ol style="list-style-type: none"> 6. Pasar Konsumen dan Ruang Lingkup, 7. Keputusan Pembelian Konsumen Akhir 8. Lingkungan Pemasaran, Sistem Informasi dan Riset Pemasaran 9. Memahami Penjualan Produk Farmasi/Pemasaran Produk Farmasi 10. Strategi Pemasaran Farmasi 11. CDOB 1 12. CDOB 2 13. Teknik Menjual produk farmasi 14. Praktik product knowledge
10	Pustaka/ Literatur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler and Keller., (2016)., <i>Marketing Management.</i>, United States of America., Pearson Education Limited 2. Mickey C. Smith., (2002)., <i>Pharmaceutical Marketing Principles, Environment, and Practice.</i>, New York., Taylor & Francis Group, LLC 3. Adin Hakim Kurniawan dan Yayan Setiawan., (2018)., <i>Pemasaran Farmasi.</i>, Jakarta, PUSDIK SDM Kementrian Kesehatan

Acara Pembelajaran

Minggu Ke-	Kemampuan Akhir Yang Diharapkan	Bahan Kajian	Strategi/ Metoda Pembelajaran	Alokasi Waktu	Kriteria (Indikator Capaian)	Instrumen Penilaian	Bobot Penilaian	Dosen Pengampu
10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Konsep Inti Pemasaran Secara Umum	Konsep Inti Pemasaran Secara Umum	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Konsep Inti Pemasaran Secara Umum melalui metode ujian tulis essay UTS secara tepat	Soal UTS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Catharina Apriyani W.H., M.Farm
2	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Mendefinisikan Nilai dan Kepuasan Pelanggan	Mendefinisikan Nilai dan Kepuasan Pelanggan	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan Mendefinisikan Nilai dan Kepuasan Pelanggan melalui metode ujian tulis essay UTS secara tepat	Soal UTS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Catharina Apriyani W.H., M.Farm
3	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Hubungan Kepuasan Pelanggan/Customer Relation Manajemen (CRM)	Hubungan Kepuasan Pelanggan/Customer Relation Manajemen (CRM)	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan, mengenali, dan mengidentifikasi tentang Hubungan Kepuasan Pelanggan/Customer Relation Manajemen (CRM) melalui metode ujian tulis essay UTS secara tepat	Soal UTS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Catharina Apriyani W.H., M.Farm
4	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Pengenalan dan Proses Segmentasi Pasar	Pengenalan dan Proses Segmentasi Pasar	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Pengenalan dan Proses Segmentasi Pasar melalui metode ujian tulis essay UTS secara tepat	Soal UTS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Catharina Apriyani W.H., M.Farm

5	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Konsep Target Pasar (Market Targeting) dan Posisi Pasar (Market Positioning)	Konsep Target Pasar (Market Targeting) dan Posisi Pasar (Market Positioning)	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan Konsep Target Pasar (Market Targeting) dan Posisi Pasar (Market Positioning) melalui metode ujian tulis essay UTS secara tepat	Soal UTS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Ch. Ari Widiastuti., S.Si., M.Farm
6	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Pasar Konsumen dan Ruang Lingkup	Pasar Konsumen dan Ruang Lingkup	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Pasar Konsumen dan Ruang Lingkup melalui metode ujian tulis essay UTS secara tepat	Soal UTS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Ch. Ari Widiastuti., S.Si., M.Farm
7	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Keputusan Pembelian Konsumen Akhir	Keputusan Pembelian Konsumen Akhir	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Keputusan Pembelian Konsumen Akhir melalui metode ujian tulis essay UTS secara tepat	Soal UTS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Ch. Ari Widiastuti., S.Si., M.Farm
UTS								
8	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Lingkungan Pemasaran, Sistem Informasi dan Riset Pemasaran	Lingkungan Pemasaran, Sistem Informasi (TIK era 4.0) dan Riset Pemasaran	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan Lingkungan Pemasaran, Sistem Informasi (TIK era 4.0) dan Riset Pemasaran melalui metode ujian tulis essay UAS secara tepat	Soal UAS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Ch. Ari Widiastuti., S.Si., M.Farm
9	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Memahami Penjualan Produk Farmasi/Pemasaran Produk Farmasi	Memahami Penjualan Produk Farmasi/Pemasaran Produk Farmasi	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan konsep Memahami Penjualan Produk Farmasi/Pemasaran Produk Farmasi metode ujian tulis essay UAS secara tepat	Soal UAS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Ch. Ari Widiastuti., S.Si., M.Farm

10	Mahasiswa mampu memahami, menjelaskan Strategi Pemasaran Farmasi.	Strategi Pemasaran Farmasi	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan Strategi Pemasaran Farmasi melalui metode ujian tulis essay UAS secara tepat	Soal UAS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Ch. Ari Widiastuti., S.Si., M.Farm
11	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang CDOB (Cara Distribusi Obat yang Baik)	CDOB (Cara Distribusi Obat yang Baik)	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan CDOB (Cara Distribusi Obat yang Baik) melalui metode ujian tulis essay UAS secara tepat	Soal UAS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Ch. Ari Widiastuti., S.Si., M.Farm
12	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang CDOB (Cara Distribusi Obat yang Baik)	Lanjutan: CDOB (Cara Distribusi Obat yang Baik)	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan tentang CDOB (Cara Distribusi Obat yang Baik) melalui metode ujian tulis essay UAS secara tepat	Soal UAS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Ch. Ari Widiastuti., S.Si., M.Farm
13	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Teknik Menjual produk farmasi	Teknik Menjual produk farmasi	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Teknik Menjual produk farmasi melalui metode ujian tulis essay UAS secara tepat	Soal UAS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Ch. Ari Widiastuti., S.Si., M.Farm
14	Mahasiswa mampu memahami, menjelaskan, dan melakukan Teknik Menjual produk farmasi (Praktik product knowledge)	Teknik Menjual produk farmasi (Praktik product knowledge)	Ceramah, Diskusi dan Penugasan	1 x 100 menit	Pengetahuan: Mahasiswa mampu menjelaskan dan melakukan Teknik Menjual produk farmasi (Praktik product knowledge) melalui metode ujian tulis essay UAS secara tepat	Soal UAS Penilaian tugas/diskusi	UTS: 30 % UAS: 40% Tugas: 20% Sikap: 10%	apt. Ch. Ari Widiastuti., S.Si., M.Farm

UAS