



RENCANA PELAKSANAAN PERKULIAHAN (RPP)

A. IDENTITAS MATA KULIAH

1. Nama Mata kuliah : Pemasaran Hasil Ternak
2. Kode Matakuliah : PET3334
3. Bobot SKS : 3 SKS (3x45 menit)
4. Jurusan/Semester/Kelompok : Ilmu Peternakan / VI
5. Hari / Jam / Ruang : -

B. DESKRIPSI MATA KULIAH

Mata Kuliah ini termasuk mata kuliah kompetensi utama bagi calon sarjana Peternakan dan wajib diikuti bagi mahasiswa jurusan Peternakan Fakultas Sains dan Teknologi. Ruang lingkup materi meliputi : konsep dan persoalan-persoalan tata niaga dan pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, perilaku konsumen, permintaan dan penawaran, riset dan sistem informasi pasar, persaingan pasar, penetapan biaya dan harga, regulasi pemasaran, dan kasus-kasus pemasaran komoditi peternakan.

C. STANDAR KOMPETENSI

Mahasiswa dapat memahami konsep dan persoalan-persoalan tata niaga dan pemasaran komoditi ternak..

Kompetensi Dasar	Indikator	Materi	Metode	Alokasi Waktu	Media/Bahan/Alat	Penilaian	Referensi
1	2	3	4	5	6	7	8
konsep-konsep tata niaga dan pemasaran.	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan pengertian konsep-konsep tata niaga dan pemasaran2. Menunjukkan beberapa konsep untuk relevan dalam komoditi ternak	Pengantar dan konsep tata niaga pemasaran	Brain storming Reading Guide Interactive	3x pertemuan (9 x 45 menit)	Buku ajar Handout Laptop & LCD	Keaktifan Tugas-tugas Kehadiran	1,4

			lecturing Group Discussion				
Persoalan-persoalan tata niaga dan pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan tentang persoalan-persoalan tata niaga dan pemasaran 2. Membedakan persoalan-persoalan tata niaga dan pemasaran dari beberapa komoditi ternak. 	Persoalan-persoalan tata niaga dan pemasaran dalam komoditi ternak	Brain storming Reading Guide Interactive lecturing Group Discussion	2x pertemuan (6 x 45 menit)	Buku ajar Handout Laptop & LCD	Keaktifan Tugas-tugas Kehadiran Aktivitas laboratorium	2,3,4
Organisasi dan manajemen tata niaga dan pemasaran.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyusun organisasi tata niaga dan pemasaran 2. Menyusun Rencana Pemasaran Komoditi Ternak 	Produksi dan pemasaran hasil peternakan.	Brain storming Reading Guide Interactive lecturing Group Discussion	3x pertemuan (3x45 menit)	Buku ajar Handout Laptop & LCD	Keaktifan Tugas-tugas Kehadiran	2,3,4
Fungsi-fungsi kegiatan dalam tata niaga dan pemasaran komoditi ternak	Menguraikan tentang peranan dari masing-masing fungsi tata niaga dan pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fungsi-fungsi pemasaran. 2. Saluran tata niaga dan lembaga pemasaran. 3. Selera dan perilaku konsumen. 4. Permintaan dan penawaran komoditi ternak 5. Riset pemasaran dan sistem informasi pasar. 6. Siklus produksi dan 	Brain storming Reading Guide Interactive lecturing Group Discussion	3x pertemuan (3 x 45 menit)	Buku ajar Handout Laptop & LCD	Keaktifan Tugas-tugas Kehadiran	3,4

		pengembangan produk baru					
Model-model kasus tata niaga dan pemasaran komoditi ternak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan peran dan fungsi untuk komoditi ternak 2. Menunjukkan model tata niaga dan pemasaran pada komoditi ternak. 3. Mengembangkan model alternatif tata niaga dan pemasaran pada komoditi ternak. 4. Menerapkan model pilihan tata niaga dan pemasaran komoditi ternak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan dan penawaran komoditi ternak 2. Riset pemasaran dan sistem informasi pasar. 3. Siklus produksi dan pengembangan produk baru 	<p>Interactive lecturing</p> <p>Reading Guide</p> <p>Brain storming</p> <p>Group discussion</p>	<p>3x pertemuan</p> <p>(3x45 menit)</p>	Buku ajar Handout Laptop & LCD	Keaktifan Tugas-tugas Kehadiran	3,4

DAFTAR PUSTAKA

1. Anonimous, 2002. Menejemen Pemasaran. LPPM, Jakarta.
2. Kohls R.L. and Uhl J.N., 1980. Marketing Of Agricultural Products. Macmillian Pub., New York.
3. Kotler and Armstrong, 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran (terjemahan). Penerbit Erlangga, Jakarta.
4. Drillon. J.D., 1980. Agribusiness Management. Asian Productivity Organization, Hongkong.

Gowa, 22 Nopember 2015