SILABUS MATAKULIAH DINAMIKA PASAR AGIBISNIS

Matakuliah	:	Dinamika Pasar Agribisnis
Kode Matakuliah/sks	:	AGB 211/ 3(3-0)
Semester	:	4
Prasyarat	:	Mikroekonomi I
Deskripsi Singkat	:	Matakuliah ini memberikan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan kepada mahasiswa tentang dinamika pasar agribisnis yang mencakup perspektif konsumen dan ruang lingkupnya, perubahan pasar global produk agribisnis, diagnosis proses pengambilan keputusan pembelian, faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian, tanggung jawab dan perlindungan terhadap konsumen serta konsep supply chain management dalam merespon perubahan pasar.
Capaian Pembelajaran/ Learning Outcomes/ Standar Kompetensi (SK)	:	Setelah menyelesaikan matakuliah ini, mahasiswa akan mampu: 1. Mampu menjelaskan perspektif konsumen dan perilakunya. 2. Mampu mengidentifikasikan dan menganalisis perubahan pasar global pada produk agribisnis. 3. Mampu menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. 4. Mampu menganalisis penerapan supply chain management untuk memperkuat bisnis pada produk agribisnis.

MG KE-	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN (KOMPETENSI DASAR)	MATERI AJAR	METODE PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN	BENTUK PENILAIAN	BOBOT NILAI (%)	WAKTU BELAJAR (MENIT)	SUMBER BELAJAR
1	Mahasiswa mampu menjelaskan perspektif konsumen dan ruang lingkupnya	Perspektif Konsumen dan Ruang Lingkupnya : 1. Definisi Konsumen dan Perilaku Konsumen 2. Perspektif Ekonomi - Keputusan konsumen - Pilihan konsumen dan kendala anggaran - Preferensi konsumen - Memahami preferensi konsumen melalui kurva indiference - Optimasi : apa yang konsumen pilih 3. Perspektif Pemasaran - Perkembangan konsep pemasaran - Mengapa perlu studi perilaku konsumen - Pengembangan kajian perilaku konsumen	a. Metode Ceramah: Dosen menjelaskan dengan contoh b. Active Learning: 1) Dosen meminta mahasiswa untuk memberikan contoh lain, 2) Tanya jawab/ *Brain storming*	Kemampuan menjelaskan perspektif konsumen dilihat dari perspektif ekonomi dan perspektif pemasaran	1. Tes tertulis: Essay	10	150	1, 2, 3, 4
2-3	Mahasiswa mampu menjelaskan perilaku permintaan konsumen dalam menghadapi perubahan pasar global	Perubahan Pasar Global Produk Agribisnis 1.Perubahan Konsumsi Dunia 2.Ekonomi Global 3.Trend Global 4.Food Safety dan Food Quality 5.Globalisasi Internet dan Strategi Pemasaran	a. Metode Ceramah: Dosen menjelaskan dengan contoh b. Active Learning: 1) Dosen meminta mahasiswa untuk memberikan contoh lain 2) Tanya jawab/ *Brain storming*	Kemampuan menjelaskan dampak perubahan pasar global terhadap perubahan konsumsi serta mampu menerapkan dalam penyusunan strategi pemasaran	2. Tes tertulis: Essay	10	2 x 150	2, 4, 5

MG KE-	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN (KOMPETENSI DASAR)	MATERI AJAR	METODE PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN	BENTUK PENILAIAN	BOBOT NILAI (%)	WAKTU BELAJAR (MENIT)	SUMBER BELAJAR
4-5	Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan menjelaskan perilaku proses keputusan pembelian individu terhadap produk agribisnis	Diagnosis Perilaku Proses Keputusan Individu dalam Pembelian : 1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Pembelian 5. Pasca Pembelian	a. Metode Ceramah: Dosen menjelaskan dengan contoh b. Active Learning: 1. Dosen meminta mahasiswa untuk memberikan contoh lain, 2. Tanya jawab/ *Brain storming*	1. Kemampuan menjelaskan tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian produk 2. Kemampuan mendesain kegiatan survey konsumen untuk menganalisis proses keputusan pembelian suatu produk	3.Tes tertulis: Essay	10	2 x 150	1, 2, 3, 4, 6
6	Mahasiswa mampu menganalisis hasil survey mengenai proses keputusan pembelian suatu produk	Presentasi dan Diskusi Hasil Survey Mengenai Proses Keputusan Pembelian Suatu Produk	a. Problem Base Learning : Presentasi kelompok terpilih dan diskusi kelas mengenai hasil survey lapang b. Active Learning: Dosen meminta mahasiswa untuk memberikan tanggapan	1. Kemampuan menjelaskan dan menganalisis tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian suatu produk 2. Kemampuan dalam penyusunan strategi pemasaran berdasarkan hasil diagnosis proses pengambilan keputusan pembelian	1.Laporan survey lapang 2.Presentasi dan argumen-tasi 3.Keaktifan	10	150	1, 2, 3, 4, 6
7	Mahasiswa mampu menganalisis faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen	Pengaruh Lingkungan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian 1. Nilai Budaya dan Etnis 2. Pengaruh Pribadi dan Keluarga 3. Pengaruh Situasi	a. Metode Ceramah: Dosen menjelaskan dengan contoh b. Active Learning: 1) Dosen meminta mahasiswa untuk memberikan	Kemampuan menjelaskan dan menganalisis faktor-faktor lingkungan yang	1. Tes tertulis: Essay	10	150	1, 2, 3, 4, 6

MG KE-	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN (KOMPETENSI DASAR)	MATERI AJAR	METODE PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN	BENTUK PENILAIAN	BOBOT NILAI (%)	WAKTU BELAJAR (MENIT)	SUMBER BELAJAR
			contoh lain, 2) Tanya jawab/ *Brain storming*	mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian pada konsumen				
UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)								
8	Mahasiswa menjabarkan dan menganalisis faktor-faktor internal konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen	Perbedaan Individu Dalam Pengambilan Keputusan 1. Pengetahuan Konsumen 2. Sikap Konsumen	a. Metode Ceramah: Dosen menjelaskan dengan contoh b. Active Learning: 1) Dosen meminta mahasiswa untuk memberikan contoh lain, 2) Tanya jawab/ *Brain storming*	1. Kemampuan menjelaskan peran pengetahuan dan sikap konsumen sebagai faktor internal yang membedakan pengambilan keputusan konsumen 2. Kemampuan menghitung score sikap konsumen	1.Tes tertulis: - Essay - Hitungan	10	150	1, 2, 3, 4, 6
9	Mahasiswa mampu menghubungkan proses pengolahan informasi dengan proses pengambilan keputusan pembelian konsumen	Proses Psikologis : 1. Proses Pemaparan Informasi 2. Proses Pembelajaran	a. Metode Ceramah: Dosen menjelaskan dengan contoh b. Active Learning: 1) Dosen meminta mahasiswa untuk memberikan contoh lain, *2)* Tanya jawab/ *diskusi di kelas*	1. Kemampuan membuat pemaparan informasi produk yang baik untuk menghasilkan retensi 2. Kemampuan menjelaskan teknik meningkatkan retensi	Tes tertulis Essay	10	150	1, 2, 3, 4, 6
10	Mahasiswa mampu menjelaskan hak konsumen, menjabarkan dan menerapkan undang-undang perlindungan konsumen serta etika	Konsumerisme dan Tanggung Jawab Sosial 1. Etika dan pertanggungjawaban sosial produsen 2. Hak konsumen	a. Metode Ceramah: Dosen menjelaskan dengan contoh b. Active Learning: 1) Dosen meminta	Kemampuan menganalisis kasus-kasus pelanggaran terhadap konsumen	Laporan : Analisis Kasus Pelanggaran terhadap Konsumen	10	150	1, 6, 7

MG KE-	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN (KOMPETENSI DASAR)	MATERI AJAR	METODE PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN	BENTUK PENILAIAN	BOBOT NILAI (%)	WAKTU BELAJAR (MENIT)	SUMBER BELAJAR
	dan pertanggungjawaban sosial produsen	3. Undang-Undang Perlindungan Konsumen	mahasiswa untuk memberikan contoh lain, 2) Tanya jawab/ *Brain storming*					
11-13	Mahasiswa mampu menjabarkan manajemen supply chain dan kaitannya	Supply Chain Management 1. Introduction to Supply Chain Management 2. Building Supply Chain Management 3. Managing Supply Chain Management	a. Metode Ceramah: Dosen menjelaskan dengan contoh b. Active Learning: 1) Dosen meminta mahasiswa untuk memberikan contoh lain, *2)* Tanya jawab/ *diskusi di kelas*	1. Kemampuan menjelaskan konsep dan pentingnya supply chain manajemen dalam bisnis 2. Kemampuan menganalisis kasus yang terkait dengan penerapan supply chain management pada suatu bisnis produk agribisnis	Tes tertulis Essay	10	3 x 150	8, 9
14	Mahasiswa mampu menganalisis kasus mengenai penerapan manajemen supply chain pada produk pertanian	Presentasi dan Diskusi Studi Kasus Penerapan Manajemen Supply Chain pada Produk Pertanian	a. Problem Base Learning : Presentasi kelompok terpilih dan diskusi kelas mengenai kasus SCM b. Active Learning: Dosen meminta mahasiswa untuk memberikan tanggapan	Kemampuan, menganalisis penerapan SCM pada produk pertanian	1. Laporan hasil studi pustaka 2. Presentasi dan argumentasi 3. Keaktifan	10	150	8, 9
UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)								

Daftar Pustaka :

1. Mowen, J.C and M. Minor. 1998. Consumer Behavior. Fifth edition. Prentice Hall, New Jersey.
2. Solomon, M.R. 2002. Consumer Behavior. International Edition Fifth Edition. Prentice Hall, Inc. Upper Saddle River
3. Peter, J.P. dan J.C. Olson. 2000. Consumer Behavior, Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
4. Engel, J.F. R.D Blackwell and P.W. Miniard. 1992. Perilaku Konsumen. Binarupa Aksara. Jakarta
5. Arnould, E., L. Price and G. Zinkhan. 2002. Consumers. First Edition. McGraw-Hill Higher Education.
6. Maynes, E.S. Decision-Making for Consumers : An Introduction to Consumer Economics. MacMillan Publishing Co. New York
7. Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
8. Eko Indrajit, Ricardus. 2002. Konsep Manajemen Supply Chain. Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta
9. Chopra, Sunil and Peter Meindl. 2007. Supply Chain Management. Strategy, Planning and Operation. Pearson Education International. New Jersey.

Tim Pengajar : **Prof. Dr. Rita Nurmalina, MS (Koordinator MK); Tintin Sarianti, SP, MM; Febriantina Dewi, SE, MM; Yanti N. Muflikh, SP.MAgribuss**