

## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Mata Kuliah : Tata niaga Hasil Perikanan, Semester : 7, Kode : MSP 4 250 , SKS : 3 SKS  
 Program Studi : Manajemen Sumberdaya Perairan, Dosen : Astrid Fauzia Dewinta, M.Si; Rizky Febriansyah Siregar, M.Si;

Capaian Pembelajaran : Setelah mengikuti kegiatan perkuliahan ini mahasiswa program studi manajemen sumberdaya perairan semester 6 diharapkan akan dapat mengaplikasikan pengetahuan mengenai tata niaga hasil perikanan antara lain definisi, fungsi tata niaga, saluran tata niaga, definisi pasar, bentuk pasar dan tingkatan pasar secara distribusi, kebiasaan konsumen, faktor penentu permintaan dan perubahan penawaran, fluktuasi harga, konsep biaya margin dan efisiensi tata niaga, pemetaan pemasaran, analisis penelaahan pemasaran, permasalahan pemasaran hasil perikanan di Indonesia.

MINGGU KE-	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	BAHAN KAJIAN (MATERI AJAR)	BENTUK PEMBELAJARAN	KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
I	Mahasiswa akan dapat menjelaskan definisi dan ruang lingkup tata niaga secara umum, ciri-ciri tata niaga hasil perikanan beserta ciri-ciri hasil perikanan dan implikasinya dalam tata niaga.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi dan ruang lingkup tata niaga.</li> <li>• Ciri-ciri tata niaga hasil perikanan.</li> <li>• Ciri-ciri hasil perikanan dan implikasi dalam tata niaga.</li> <li>• Pendekatan untuk mempelajari tata niaga.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
II	Mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang fungsi-fungsi tata niaga.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fungsi pertukaran: penjualan dan pembelian.</li> <li>• Fungsi pengadaan secara fisik: pengangkutan dan penyimpanan.</li> <li>• Fungsi pelancar: permodalan penanggungungan resiko, standardisasi dan grading serta informasi pasar.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
III	Mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang definisi lembaga tata niaga hasil perikanan dan saluran tata niaga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi lembaga tata niaga hasil perikanan dan ruang lingkungannya.</li> <li>• Saluran tata niaga hasil</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%

	hasil perikanan.	perikanan.			
<b>IV</b>	Mahasiswa akan dapat menjelaskan definisi pasar, bentuk-bentuk pasar dan tingkatan pasar secara distribusi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi pasar konkrit dan pasar abstrak.</li> <li>• Bentuk-bentuk pasar.</li> <li>• Tingkatan pasar secara distribusi.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
<b>V</b>	Mahasiswa akan dapat menjelaskan tentang jumlah konsumen, lokasi konsumen dan kebiasaan membeli dari konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah konsumen</li> <li>• Lokasi konsumen</li> <li>• Kebiasaan membeli dari konsumen.</li> <li>• Masalah pemilihan barang oleh konsumen.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
<b>VI</b>	Mahasiswa akan dapat menjelaskan definisi permintaan dan faktor-faktor penentu permintaan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Defenisi permintaan</li> <li>• Faktor-faktor penentuan permintaan.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
<b>VII</b>	Mahasiswa akan dapat menjelaskan definisi penawaran, perubahan penawaran hasil perikanan dan faktor-faktor yang terkait pada perubahan produksi perikanan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Defenisi penawaran</li> <li>• Perubahan penawaran hasil perikanan</li> <li>• Faktor-faktor yang terkait pada perubahan produksi perikanan.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
<b>VIII</b>	Mahasiswa akan dapat menjelaskan definisi harga, faktor pembentuk harga, perkiraan harga, fluktuasi harga, bentuk pasar dan harga barang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Defenisi harga</li> <li>• Faktor pembentuk harga</li> <li>• Perkiraan harga</li> <li>• Fluktuasi harga</li> <li>• Bentuk pasar dan harga barang.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
<b>UJIAN TENGAH SEMESTER</b>				UTS	35%
<b>IX</b>	Mahasiswa akan dapat menjelaskan konsep biaya tata niaga, margin tata niaga dan efesisiensi tata niaga.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep biaya tata niaga.</li> <li>• Margin tata niaga</li> <li>• Efisiensi tata niaga</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%

<b>X</b>	Mahasiswa akan dapat menjelaskan strategi dan jasa produk, struktur dan jasa organisasi, teknik memperbesar penjualan dan siasat harga.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategi dan jasa produk.</li> <li>• Struktur dan jasa organisasi.</li> <li>• Teknik memperbesar penjualan.</li> <li>• Siasat harga.</li> <li>• Pengaturan fisik dan cara-cara memperagakan barang yang ditawarkan.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
<b>XI</b>	Mahasiswa akan dapat menjelaskan perkumpulan koperasi dalam tata niaga hasil perairan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manfaat koperasi bagi nelayan dan petani ikan.</li> <li>• Dasar kerja dari perkumpulan koperasi.</li> <li>• Tujuan koperasi penjualan.</li> <li>• Bentuk organisasi koperasi.</li> <li>• Keberhasilan daripada organisasi koperasi.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
<b>XII</b>	Mahasiswa akan dapat menjelaskan program pemerintah dalam bidang tata niaga dan perdagangan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Program pengaturan.</li> <li>• Program fasilitas.</li> <li>• Program intervensi.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
<b>XIII</b>	Mahasiswa akan dapat menjelaskan pemetaan pemasaran.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kegunaan pemetaan</li> <li>• Pemetaan wilayah pasar.</li> <li>• Pemetaan kuantitatif.</li> <li>• Pemetaan harga.</li> <li>• Pemetaan lalu lintas.</li> <li>• Skema arus barang niaga.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
<b>XIV</b>	Mahasiswa akan dapat menjelaskan analisis penelaahan pemasaran.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis biaya dan margin.</li> <li>• Analisis titik impas.</li> <li>• Analisis "<i>Reactive Programming</i>".</li> <li>• Analisis permintaan dan penawaran.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
<b>XV</b>	Mehasiswa akan dapat menjelaskan masalah pemasaran hasil perikanan di Indonesia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masalah produksi dan konsumsi hasil perikanan.</li> <li>• Masalah fasilitas fisik.</li> <li>• Masalah pola saluran pemasaran.</li> <li>• Masalah permodalan</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%

		produsen dan perkreditan. • Masalah penentuan harga dan margin pemasaran.			
<b>XVI</b>	Mehasiswa akan dapat menjelaskan perbaikan pemasaran hasil perikanan di Indonesia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Program pemerintah.</li> <li>• Strategi perbaikan yang dapat ditempuh pemerintah.</li> <li>• Sarana dan organisasi pembinaan.</li> <li>• Pembangunan tempat pusat pemasaran.</li> <li>• Pembinaan sistem pelelangan.</li> <li>• Pengembangan pemasaran sistem rantai dingin.</li> <li>• Pengembangan usaha pengolahan.</li> </ul>	Ceramah dan diskusi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tugas</li> <li>➤ Kuis</li> </ul>	20% 10%
<b>UJIAN AKHIR SEMESTER</b>				UAS	35%

DAFTAR PUSTAKA :

1. Angipora, M.P. 1999. Dasar-Dasar Pemasaran. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
2. Hanafiah, A.M dan Saefuddin, A.M. 2010. Tata Niaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia Press. Depok.
3. Kotler, P. 1993. Manajemen Pemasaran-Analisis-Edisi 7. PT. Prehallindo. Jakarta.
4. McAfee, R. P. 2006. Introduction to Economic Analysis Version 2.0. California Institute of Technology.
5. Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis, Cetakan ke sebelas. CV Alfabeta, Bandung.
6. Yustika, A. E. 2008. Ekonomi Kelembagaan Definisi, Teori, dan Strategi. Malang. Bayumedia Publishing.