

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL

Pendahuluan (*Introduction*)

Dalam rangka menghadapi komunitas ekonomi ASEAN dan potensi ASEAN sebagai salah satu area pasar bebas terbesar didunia, disadari pentingnya penguasaan pasar internasional. Dinamika globalisasi telah membawa persaingan pasar yang semakin ketat di masa depan. Adalah keharusan bagi Politeknik WBI untuk mempersiapkan dan menyediakan lulusan yang mampu menjawab tuntutan profesional bidang pemasaran internasional yang terus meningkat.

Dalam pasar kompetitif global banyak bisnis lokal berkembang di luar negeri dan membutuhkan profesional terampil untuk memasarkan produk dan layanan di pasar internasional. Sebaliknya terjadi hal yang sama untuk produk dan layanan di luar negeri yang akan memasuki pasar domestik.

Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional merupakan program studi yang dipersiapkan untuk menjawab tantangan yang disebutkan di atas. Program ini membekali mahasiswa dengan pengetahuan terkini, praktik pemasaran, *soft skill* yang memungkinkan mereka untuk menjadi sosok yang kreatif dan adaptif, serta memperluas keterampilan dan kapasitas mahasiswa.

Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional telah terakreditasi dengan nilai B oleh Badan Akreditasi Nasional Pendidikan Tinggi

Visi (*Vision*)

Program Studi yang unggul dan terkemuka di Sumatera tahun 2024 dalam menghasilkan Sarjana Terapan yang siap menjadi entrepreneur yang berwawasan global, inovatif, beretika, dan mampu mengaplikasikan konsep-konsep manajemen pemasaran dalam dunia bisnis.

Misi (*Mission*)

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang *entrepreneurship* berbasis Sarjana Terapan Manajemen Pemasaran untuk membangun jiwa entrepreneur yang tangguh dan berwawasan global;
2. Menyelenggarakan penelitian di bidang *entrepreneurship* berbasis Sarjana Terapan Manajemen Pemasaran yang dapat mengembangkan jiwa entrepreneur;
3. Menyelenggarakan pengabdian pada masyarakat dengan semangat jiwa entrepreneur.

Tujuan (*Objectives*)

1. Menghasilkan Sarjana Terapan yang memiliki kompetensi dan integritas tinggi sebagai entrepreneur yang tangguh dan berwawasan global;
2. Menghasilkan Sarjana Terapan yang berpikir kritis dan ilmiah dalam memecahkan masalah;

3. Menghasilkan Sarjana Terapan yang jujur, berintegritas, berkarakter, sanggup bekerja sama, berkemampuan (profesional), dan inovatif sehingga berdaya guna di masyarakat.

Tujuan Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik WBI diatas harus dicapai dengan tetap berpijak pada nilai-nilai inti penyelenggaraan Tridharma Perguruan Tinggi;

- *Professionalism*
- *Integrity*
- *Innovation*
- *Awareness*
- *Teamwork*

Capaian Pembelajaran (*Learning Outcomes*)

Setelah menyelesaikan pembelajaran Diploma 4 Manajemen Pemasaran Internasional, lulusan akan memiliki kemampuan;

1. Mampu menyusun anggaran operasional pemasaran
2. Mampu mengevaluasi anggaran operasional pemasaran
3. Mampu menyusun rencana pemasaran internasional
4. Mampu melakukan analisis persaingan global
5. Mampu merancang sistem informasi manajemen pemasaran
6. Mampu menganalisis perilaku pembelian kelompok dan perorangan
7. Mampu menilai kebutuhan pelatihan pemasaran internasional
8. Mampu mengadaptasi tata cara dan praktik bisnis internasional
9. Mampu menganalisis pangsa pasar internasional
10. Mampu menilai dampak regulasi pasar internasional
11. Mampu menganalisis regulasi pemerintah mengenai impor dan ekspor
12. Mampu menentukan segmentasi pasar internasional
13. Mampu menggunakan program pembiayaan perdagangan yang sesuai (EXIM, SBA, CEFO)
14. Mampu menentukan strategi *branding* internasional
15. Mampu merancang bauran promosi yang sesuai
16. Mampu menentukan agen periklanan internasional
17. Mampu merancang media elektronik yang paling sesuai untuk mencapai sasaran pemasaran.
18. Mampu menjalankan kampanye media digital tepat waktu dan sesuai anggaran
19. Mampu memonitor dan mengevaluasi kampanye pemasaran digital secara akurat

Peluang Karir Calon Lulusan (*Graduates Prospective Career*)

Yang dimaksudkan dengan profil lulusan adalah peran yang diharapkan dapat dilakukan oleh lulusan Program Studi di masyarakat maupun di dunia kerja. Profil lulusan merupakan outcome dari proses pendidikan sesuai dengan kompetensi yang diharapkan. Dengan menetapkan profil lulusan, Program Studi dapat memberikan jaminan pada calon mahasiswa akan bisa berperan menjadi apa setelah ia menjalani semua proses pembelajaran

di Program Studi Diploma-4 (D4) Manajemen Pemasaran Internasional (MPI) Politeknik Wilmar Business Indonesia (WBI). Adapun profil lulusan Program Studi D4 MPI Politeknik WBI adalah untuk menghasilkan Sarjana Terapan yang mampu menjadi:

1. Entrepreneur
2. Staf Eksekutif Pemasaran
3. Staff Analisis Pemasaran
4. Staf Ekspor Impor

Untuk dapat mencapai profil lulusan seperti yang diuraikan di atas, maka Program Studi D4 MPI Politeknik WBI menetapkan capaian pembelajaran (*learning outcomes*) berdasarkan jenjang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) level 6 sesuai Perpres Nomor 8 Tahun 2012.

Kebutuhan tenaga profesional di bidang pemasaran internasional dalam era globalisasi semakin tinggi. Perkembangan teknologi informasi telah merubah batasan geografis dan persepsi pemasaran. Pergerakan barang dan jasa antar negara semakin cepat dan mudah. Kondisi ini menjadi peluang bagi setiap entrepreneur untuk menciptakan dan melayani pasar (konsumen) dalam ruang lingkup yang lebih luas, bukan lagi antar wilayah dalam satu negara, melainkan antar negara di dunia. Untuk memasarkan barang dan jasa antar negara dibutuhkan tenaga pemasaran yang profesional berskala multinasional.

Lulusan Program Studi MPI Polteknik WBI memiliki peluang besar untuk berkarir di bidang pemasaran multinasional, baik di bidang industri manufaktur, jasa keuangan, perdagangan, pariwisata, maupun industri jasa lainnya. Lulusan Program Studi MPI Polteknik WBI juga disiapkan menjadi seorang wirausaha terdidik (entrepreneur). Lulusan Program Studi MPI Polteknik WBI juga dapat melanjutkan studi ke jenjang Program Magister (S2) di dalam maupun luar negeri.

Struktur Pembelajaran (*Course Structure*)

Semester	Kode	Mata Kuliah	SKS
I	000012	Agama	2
I	000021	Olahraga	1
I	101013	Bahasa Inggris	3
I	000042	Berpikir Kritis	2
I	000053	Bahasa Indonesia	3
I	188012	<i>Entrepreneurship</i> & Manajemen Perubahan (E1)	2
I	101022	Pengantar Manajemen & Bisnis	2
I	101033	Pengantar Ilmu Ekonomi	3
I	101043	Prinsip-prinsip Pemasaran	3
Total Semester VII			21
II	000031	Kesenian	1
II	288023	Inovasi dan Model Bisnis (E2)	3
II	201052	Hukum Bisnis	2

II	201063	Ekonomi Internasional	3
II	201072	Pengantar Akuntansi	2
II	201083	Manajemen Keuangan	3
II	000093	Pendidikan Kewarganegaraan	3
II	201093	Pemasaran Jasa	3
Total Semester II			20
III	388033	Kreasi Bisnis Baru (E3)	3
III	301102	Komunikasi Bisnis	2
III	301112	Komunikasi Visual Dasar	2
III	301123	Aplikasi Komputer	3
III	301133	Manajemen Sumberdaya Manusia	3
III	301143	Statistik	3
III	301153	Perilaku Konsumen	3
III	301162	Etika Bisnis	2
IV	000081	Sikap Religius	1
Total Semester III			21
IV	401173	Bahasa Inggris Bisnis	3
IV	401182	Manajemen Ritel	2
IV	401193	<i>E-Commerce</i>	3
IV	401203	Manajemen Pemasaran Global	3
IV	401213	Penganggaran Perusahaan	3
IV	488043	Organisasi Bisnis (E4)	3
IV	401222	Komunikasi Visual Lanjutan	2
Total Semester IV			20
V	588052	Diferensiasi Produk Bisnis (E5)	2
V	501233	<i>Global Brand Management</i>	3
V	501243	Sistem Informasi Manajemen	3
V	501253	<i>E-Marketing</i>	3
V	501263	<i>Marketing Channel</i>	3
V	501273	Periklanan	3
V	501283	Manajemen Strategik	3
Total Semester V			20
VI	601292	Pemasaran Multikultur	2
VI	688062	Kreasi Pasar Bisnis(E6)	2
VI	601303	Metode Penelitian	3
VI	601313	<i>Pricing Management & Strategy</i>	3
VI	601322	Manajemen Pemasaran Perspektif ASEAN	2
VI	601333	Strategi Pemasaran	3
VI	601343	<i>Marketing Intelligence/Intelijen Pemasaran</i>	3
VI	601353	<i>Social Media & New Media Marketing Strategy</i>	3
Total Semester VI			21
VII	701363	KKN	3
VII	701372	Komunikasi Pemasaran Terpadu	2
VII	701383	Riset Pemasaran	3

VII	701392	Manajemen Hubungan Pelanggan	2
VII	701402	Ekspor - Impor	2
VII	701412	Studi Kelayakan Bisnis	2
Total Semester VII			14
VIII	801421	<i>E-Marketing in Practice</i> (Magang)	1
VIII	801431	Riset pemasaran <i>in Practice</i> (Magang)	1
VIII	801441	<i>Intrapreneurship in Practice</i> (Magang)	1
VIII	801451	<i>Marketing Intelligence in Practice</i> (Magang)	1
VIII	801461	<i>Social Media & New Media Marketing Strategy in Practice</i> (Magang)	1
VIII	801476	Tugas Akhir	6
Total Semester VIII			11
Total			148

KKN, Magang Antar Semester, *Internship*, dan Tugas Akhir

KKN atau Kuliah Kerja Nyata merupakan salah satu wujud Tridharma Perguruan Tinggi, yaitu pengabdian pada masyarakat. Pelaksanaan KKN dilakukan secara multidisiplin ilmu dengan gabungan mahasiswa antar Program Studi pada suatu daerah atau desa yang menjadi mitra Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia. KKN dilakukan selama satu bulan yang dibimbing oleh Dosen Pembimbing Lapangan.

Kuliah *Internship* (Magang) merupakan mata kuliah praktik di lapangan, sehingga selama mengikuti mata kuliah *Internship*, mahasiswa ditempatkan di dunia usaha (perusahaan) selama satu semester. Kuliah *Internship* ini dimaksudkan untuk menambah wawasan dan keterampilan mahasiswa melalui pengalaman kerja selama mengikuti kuliah magang di perusahaan atau dunia usaha, serta meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam mengaplikasikan konsep dan teori-teori ilmu pengetahuan yang sudah diperoleh selama perkuliahan pada dunia kerja.

Tugas Akhir (Skripsi) merupakan penyusunan karya ilmiah dengan topik tertentu yang akan dibimbing dua orang dosen. Penyusunan Tugas Akhir atau Skripsi dapat dilakukan bersamaan pada saat kuliah *Internship* dalam hal pengumpulan data yang diperlukan untuk tugas akhir.

Tugas Akhir bagi mahasiswa Diploma-4 merupakan kegiatan menghasilkan gagasan dan atau karya sebagai bentuk pertanggung-jawaban akademik mahasiswa dalam menyelesaikan studi tingkat Diploma IV untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.).

Tugas Akhir mahasiswa Diploma-4 merupakan bagian lanjutan dari proses seleksi dan analisis masalah, serta peluang bisnis yang dilakukan dalam kegiatan Magang/*Internship*. Pada bagian akhir dari Magang /*Internship* mahasiswa telah melakukan eksplorasi masalah yang dihadapi atau mungkin dihadapi (potensial) kegiatan bisnis dalam bidang pemasaran, keuangan, manajemen dan produksi. Pada Tugas Akhir mahasiswa akan menggunakan kemampuan eksplorasi, analisis, kreativitas, dan eksperimentatif untuk memperoleh desain/karya pemecahan masalah atau potensi masalah bisnis.

Karya Tugas Akhir mahasiswa harus mengutamakan atau mengedepankan : (a) eksplorasi masalah atau potensi masalah yang komprehensif, (b) analisis solusi yang tajam, (c) kreativitas inovasi yang tinggi, dan (d) pengambilan kesimpulan yang didasarkan pada eksperimentasi solusi yang baik.