



---

# DOKUMEN KURIKULUM

---

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA

Universitas Negeri Surabaya  
TIM PENYUSUN



---

## **DOKUMEN**

### **Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi**

### **Program Studi Pendidikan Tata Niaga**

....., .....

Nama Ketua Tim : Finisica Dwijayati Patrikha  
NIDN : 0015038601  
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga  
Fakultas : Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas : Universitas Negeri Surabaya

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**DIREKTORAT JENDERAL PEMBELAJARAN DAN KEMAHASISWAAN**  
**DIREKTORAT PEMBELAJARAN, Tahun 2021**



---

## DAFTAR ISI

<u>1.</u>	Landasan Kurikulum 1	
1.1	UNIVERSITAS VALUE .....	1
1.2	LANDASAN FILOSOFI .....	2
1.3	LANDASAN SOSIOLOGIS .....	3
1.4	LANDASAN HISTORIS .....	4
1.5	LANDASAN HUKUM .....	6
2	VISI, MISI, TUJUAN, DAN STRATEGI PROGRAM STUDI .....	7
2.1	Visi .....	7
2.2	Misi .....	7
2.3	TUJUAN .....	7
2.4	STRATEGI .....	8
3	EVALUASI KURIKULUM & TRACER STUDY .....	8
3.1	EVALUASI KURIKULUM .....	8
3.2	TRACER STUDY .....	9
4	PROFIL LULUSAN & RUMUSAN CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL) .....	9
4.1	PROFIL LULUSAN .....	10
4.2	PERUMUSAN CPL .....	10
4.3	MATRIK HUBUNGAN CPL DENGAN PROFIL LULUSAN .....	11
5	PENENTUAN BAHAN KAJIAN .....	14
5.1	GAMBARAN <i>BODY OF KNOWLEDGE</i> (BoK) .....	14
5.2	DESKRIPSI BAHAN KAJIAN .....	17
6	PEMBENTUKAN MATA KULIAH DAN PENENTUAN BOBOT SKS .....	1
7	STRUKTUR MATAKULIAH DLM KURIKULUM PROGRAM STUDI .....	1
7.1	MATRIK KURIKULUM .....	1
7.2	PETA KURIKULUM BERDASARKAN CPL PRODI .....	1
8	DAFTAR SEBARAN MATA KULIAH TIAP SEMESTER .....	2
9	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) .....	2
10	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER .....	2
11	RUBRIK DAN PORTOFOLIO PENILAIAN PEMBELAJARAN .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
12	IMPLEMENTASI HAK BELAJAR MAHASISWA MAKSIMUM 3 SEMESTER .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
12.1	MODEL IMPLEMENTASI MBKM .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
12.2	MATA KULIAH (MK) YANG WAJIB DITEMPUH DI DALAM PRODI SENDIRI .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
12.3	<b>PEMBELAJARAN MATA KULIAH (MK) DI LUAR PROGRAM STUDI</b> .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
12.4	BENTUK KEGIATAN PEMBELAJARAN DI LUAR KAMPUS .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
12.5	PENJAMINAN MUTU PELAKSANAAN MBKM .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
13	PENUTUP .....	83





---

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya, Kurikulum S1 Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Surabaya dapat diselesaikan. Perjalanan panjang penyusunan kurikulum ini juga telah ditandai dengan keterlibatan dan campur tangan berbagai pihak dengan berbagai bantuan dan dukungan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas segala bentuk bantuan dan dukungan yang diberikan, kami ucapkan terima kasih disertai doa yang semua kontribusi ini akan mendapat balasan yang lebih baik dari Tuhan Yang Maha Esa.

Kurikulum ini merupakan hasil pemutakhiran kurikulum sesuai dengan peraturan dan pedoman yang berlaku. Kurikulum memuat identitas Program Studi (Prodi), visi, misi, tujuan dan sasaran Program Studi, profil lulusan, hasil belajar, peta kurikulum, struktur kurikulum, dan pengaturan mengenai beban studi dan kelulusan yang berlaku di S1 Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Surabaya.

Akhir kata, kritik dan saran yang membangun selalu diharapkan untuk penyempurnaan kurikulum Program Studi Pendidikan Tata Niaga di masa yang akan datang. Terima kasih.



---

## IDENTITAS PROGRAM STUDI

1	Nama Perguruan Tinggi (PT)	Universitas Negeri Surabaya <input checked="" type="checkbox"/> PTN <input type="checkbox"/> PTS
2	Fakultas	Fakultas Ekonomika dan Bisnis
3	Jurusan/Departemen	Pendidikan Ekonomi
4	Program Studi	Pendidikan Tata Niaga
5	Status Akreditasi	A (4224/SK/BANPT/Akred/S/XI/2017)
6	Jumlah Mahasiswa	392 Mahasiswa
7	Jumlah Dosen	11 Dosen
8	Alamat Prodi	Kampus Ketintang. Jl. Ketintang, Ketintang, Kec. Gayungan, 60231, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
9	Telpn	031-8285362
10	Web PRODI/PT	<a href="http://pb.feb.unesa.ac.id/">http://pb.feb.unesa.ac.id/</a>



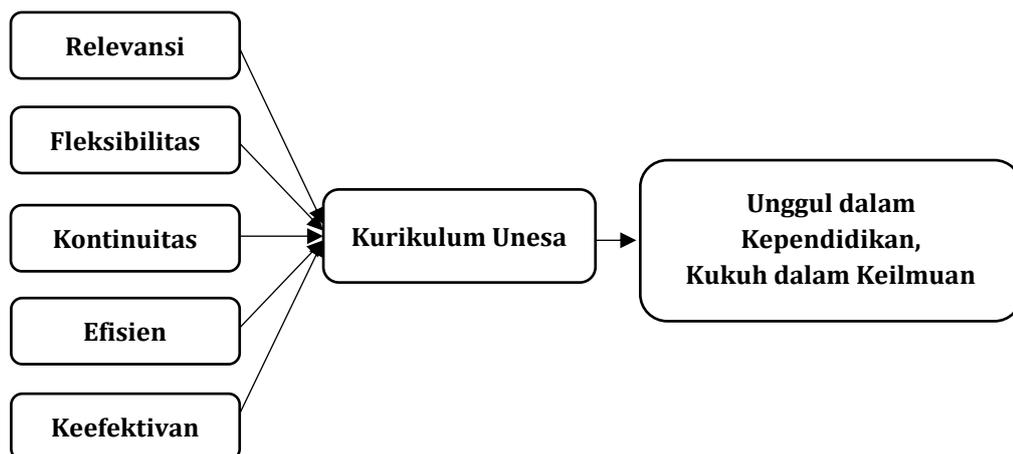
# 1 Landasan Kurikulum

## 1.1 Universitas Value

Pengembangan kurikulum merupakan hak dan kewajiban masing-masing perguruan tinggi, namun demikian dalam pengembangan kurikulum perlu berlandaskan pada nilai, norma, peraturan dan perundangan yang berlaku. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 08 Tahun 2012 tentang KKNI yang dijabarkan dalam SN-DIKTI, elemen kurikulum program studi memuat empat elemen, yaitu (1) sikap, (2) keterampilan umum, (3) pengetahuan, dan (4) keterampilan khusus.

Sikap yang ditumbuhkembangkan pada mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga selain disesuaikan dengan landasan kepribadian dan sikap perilaku berkarya sebagaimana diatur dalam Perpres Nomor 08 Tahun 2012, juga dikembangkan sejalan dengan karakter yang ditumbuhkembangkan sesuai dengan motto *growing with character*, yaitu Iman, Cerdas, Mandiri, Jujur, Peduli, dan Tangguh (dengan akronim: “Idaman Jelita”). Kurikulum yang tangguh diperoleh dari kurikulum yang dapat memberikan bekal dan pedoman bagi sarannya untuk mengemban tugas kehidupan di masa yang akan datang. Kurikulum yang demikian itu dihasilkan oleh sebuah proses pengembangan kurikulum yang mengandung prinsip relevan, fleksibel, berkesinambungan, efisien, dan efektif

Secara khusus dalam mewujudkan visi dan misi Unesa yakni unggul dalam kependidikan dan kukuh dalam keilmuan, maka setiap prinsip mengarah pada visi dan misi tersebut. Secara umum prinsip pengembangan kurikulum Unesa disajikan pada gambar :



### 1.1.1 Relevansi

Kurikulum yang dikembangkan harus memiliki keterkaitan antara bidang ilmu (*discipline/content*) dengan kebutuhan masyarakat (*social needs*) sebagai pengguna lulusan. Keterkaitan yang dimaksudkan bahwa kurikulum dikembangkan selain untuk memenuhi kebutuhan pengguna/pasar juga merupakan implementasi dari kajian mendalam dari bidang ilmu yang dikembangkan.



### 1.1.2 *Fleksibilitas*

Kurikulum yang dikembangkan memiliki keluwesan terhadap implementasi di lapangan. Lapangan yang dimaksud adalah implementasi kurikulum tersebut dalam pembelajaran atau hasil kurikulum tersebut di dunia kerja yang diimplementasikan oleh para lulusan kurikulum tersebut. Dalam beberapa hal terkadang dijumpai persyaratan yang diperlukan untuk mengimplementasikan sebuah kajian teori. Oleh karena itu kurikulum perlu menjembatani dengan prinsip keluwesan agar kondisi ideal tuntutan bidang keilmuan dapat disesuaikan dengan kondisi empirik di lapangan.

### 1.1.3 *Kontinuitas*

Kurikulum yang dikembangkan memiliki prinsip kontinuitas (kesinambungan) antar bagian disiplin ilmu sebagai *content*. Selain itu, kurikulum yang dikembangkan juga mempertimbangkan kemampuan untuk berkembang ke *level* lebih tinggi. Hal ini diperlukan agar kurikulum tidak terkesan terputus antar bagian atau merupakan lingkaran yang berpusat di satu tempat saja.

### 1.1.4 *Efisiensi*

Kurikulum yang dikembangkan perlu memperhatikan aspek meritokrasi untuk memperoleh daya guna dalam sistem secara keseluruhan. Efisiensi diperoleh melalui pemanfaatan waktu, tenaga, biaya, dan sumber daya lain untuk mencapai hasil yang optimal sesuai dengan tujuan.

### 1.1.5 *Keefektifan*

Kurikulum yang dikembangkan perlu mencermati tujuan secara sungguh-sungguh dalam upaya pencapaiannya dengan memafaatkan/mengelola proses dan sumber daya yang tepat untuk mencapai hasil yang optimal sesuai dengan tujuan.

## 1.2 **Landasan Filosofi**

Memberikan pedoman secara filosofis pada tahap perencanaan, pelaksanaan, dan peningkatan kualitas pendidikan (Ornstein & Hunkins, 2014)<sup>1</sup>, bagaimana pengetahuan dikaji dan dipelajari agar mahasiswa memahami hakikat hidup dan memiliki kemampuan yang mampu meningkatkan kualitas hidupnya baik secara individu, maupun di masyarakat (Zais, 1976).

Landasan filosofis merupakan asumsi atau rumusan yang didapatkan dari hasil berpikir secara mendalam, analitis, logis, dan sistematis dalam perencanaan, pelaksanaan, pembinaan dan pengembangan kurikulum. Hal tersebut diperlukan sebab pengembangan kurikulum adalah sebuah proses merencanakan, menghasilkan suatu yang lebih baik dengan didasarkan pada hasil penilaian terhadap kurikulum yang telah berlaku, sehingga memberikan kondisi pembelajaran yang baik. Dengan demikian sebuah proses pengembangan kurikulum perlu memiliki landasan filosofis yang sesuai dengan hasil berpikirnya untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Landasan filosofis pengembangan kurikulum lembaga pendidikan merupakan landasan yang berdasarkan atau bersifat filsafat yang berkaitan dengan makna atau hakikat pendidikan, yaitu sesuatu yang diyakini kebenarannya berdasarkan sudut



pandangan yang diambil. Berbagai filosofi dalam pengembangan kurikulum di antaranya perenialisme, esensialisme, eksperimentalisme, rekonstruksionisme, romantik naturalisme dan eksistensialisme perlu diakomodasi untuk bermuara pada visi dan misi.

Sebagaimana tertuang dalam visi, landasan filosofi pengembangan kurikulum Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga bermuara pada keunggulan dalam bidang kependidikan dan kukuh dalam keilmuan. Hal ini sesuai dengan amanat Unesa sebagai salah satu Lembaga Pendidikan dan Tenaga Kependidikan yang mendalami bidang kependidikan dan menghasilkan lulusan sebagai tenaga pendidik dan kependidikan. Keunggulan dalam bidang kependidikan tersebut diperkuat oleh keilmuan, yakni keilmuan pendidikan maupun keilmuan bidang Pendidikan Tata Niaga. Landasan filosofi pengembangan kurikulum Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga juga searah dengan visi unggul dalam pendidikan dan kukuh dalam keilmuan.

### 1.3 Landasan Sosilogis

Memberikan landasan bagi pengembangan kurikulum sebagai perangkat pendidikan yang terdiri dari tujuan, materi, kegiatan belajar dan lingkungan belajar yang positif bagi perolehan pengalaman pembelajar yang relevan dengan perkembangan personal dan sosial pembelajar (Ornstein & Hunkins, 2014, p. 128). Kurikulum harus mampu mewariskan kebudayaan dari satu generasi ke generasi berikutnya di tengah terpaan pengaruh globalisasi yang terus mengikis eksistensi kebudayaan lokal. Berkaitan dengan hal ini Ascher dan Heffron (2010) menyatakan bahwa kita perlu memahami pada kondisi seperti apa justru globalisasi memiliki dampak negatif terhadap praktik kebudayaan serta keyakinan seseorang sehingga melemahkan harkat dan martabat manusia? Lebih jauh disampaikan pula oleh mereka bahwa kita perlu mengenali aspek kebudayaan lokal untuk membentengi diri dari pengaruh globalisasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Plafreyman (2007) yang menyatakan bahwa masalah kebudayaan menjadi topik hangat di kalangan civitas academica di berbagai negara dimana perguruan tinggi diharapkan mampu meramu antara kepentingan memajukan proses pembelajaran yang berorientasi kepada kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan unsur keragaman budaya peserta didik yang dapat menghasilkan capaian pembelajaran dengan kemampuan memahami keragaman budaya di tengah masyarakat, sehingga menghasilkan jiwa toleransi serta saling pengertian terhadap hadirnya suatu keragaman. Kurikulum harus mampu melepaskan pembelajar dari kungkungan tembok pembatas budayanya sendiri (capsulation) yang kaku, dan tidak menyadari kelemahan budayanya sendiri.

Dalam konteks kekinian peserta didik diharapkan mampu memiliki kelincahan budaya (cultural agility) yang dianggap sebagai mega kompetensi yang wajib dimiliki oleh calon profesional di abad ke-21 ini dengan penguasaan minimal tiga kompetensi yaitu, minimisasi budaya (cultural minimization, yaitu kemampuan kontrol diri dan menyesuaikan dengan standar, dalam kondisi bekerja pada tataran internasional) adaptasi budaya (cultural adaptation), serta integrasi budaya (cultural integration) (Caliguri, 2012)<sup>2</sup>. Konsep ini kiranya sejalan dengan pemikiran Ki Hadjar Dewantoro dalam konsep "Tri-Kon" yang dikemukakan di atas. Landasan sosiologis mengarahkan kajian mengenai kurikulum yang dikaitkan dengan masyarakat dan kebudayaan yang berkembang dalam masyarakat tersebut. Kedua hal tersebut merupakan landasan yang sangat mempengaruhi penetapan isi



kurikulum. Hal ini dikarenakan peserta didik berasal dari masyarakat, mendapatkan pendidikan baik formal maupun informal dalam lingkungan masyarakat dan diarahkan bagi kehidupan masyarakat pula.

Kurikulum harus dapat menjawab tantangan dan tuntutan masyarakat. Penerapan teori, prinsip, dan hukum yang terdapat dalam semua ilmu pengetahuan yang ada dalam kurikulum harus disesuaikan dengan kondisi masyarakat, baik masyarakat setempat sebagai local content lembaga pendidikan berada ataupun masyarakat global sebagai sasaran pengguna lulusan yang dihasilkan dari kurikulum yang dikembangkan Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga.

#### 1.4 Landasan Historis

Fakultas Ekonomi merupakan salah satu Fakultas di Unesa yang berlokasi di Unesa Ketintang. Fakultas Ekonomi Unesa berdiri sejak 2006. Pada awalnya, sejak tahun 1964 fakultas ini tergabung di Fakultas Keguruan Ilmu Sosial (FKIS) yang saat itu Unesa bernama IKIP atau Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan Surabaya. Namun, pada 1977 melalui SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I.No.042/O/1977 nama FKIS dirubah menjadi FPIPS (Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial). Berdasarkan Keppres RI No. 93 Tahun 1999, IKIP Surabaya berubah menjadi Universitas Negeri Surabaya dan nama FPIPS pun berubah menjadi Fakultas Ilmu Sosial (FIS). Pada tahun 2006, melalui Surat yang dikeluarkan Dirjen Dikti Nomor 761/D/T/2006 tentang Pembukaan Fakultas Ekonomi Unesa tertanggal 16 Februari 2006 dan SK (Surat Keputusan) Rektor Unesa No.050/J37/HK.01.23/PP.03.02/2006 tentang Pemisahan Jurusan Pendidikan Ekonomi dan Program Studinya dari Fakultas Ilmu Sosial dan Pembukaan Fakultas Ekonomi tertanggal 16 Maret 2006, Fakultas Ekonomi memisahkan diri dari Fakultas Ilmu Sosial. Sampai dengan saat ini Fakultas Ekonomi memiliki 9 Program Studi antara lain S1. Pendidikan Ekonomi, S1. Pendidikan Akuntansi, S1. Tata Niaga, S1. Administrasi Perkantoran, S1 Manajemen, D3 Akuntansi, S1 Akuntansi, S1 Ekonomi dan S1 Ekonomi Islam.

Program Studi Pendidikan Tata Niaga sebagai sebuah lembaga pendidikan, memiliki kurikulum sebagai rencana dan pengaturan mengenai tujuan, isi, dan bahan ajar serta cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan Pendidikan Tinggi. Kurikulum sebagai arah dan tujuan pengembangan memiliki dinamika dalam upaya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Dinamika tersebut sebagai konsekuensi dari perkembangan masyarakat yang harus mampu diakomodasi. Masyarakat adalah sebuah lembaga yang dinamis. Kedinamisan itu terjadi akibat tuntutan perkembangan masyarakat yang tumbuh pesat dan kebutuhan atas kehidupan yang lebih baik. Oleh karenanya pengembangan kurikulum dituntut mampu mengakomodasi perkembangan zaman. Misalnya pada dekade awal abad 21 terdapat beberapa isu yang berkaitan dengan pengembangan sumber daya manusia di antaranya sebagai berikut:

- a. Pemberlakuan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) dan Standar Nasional Pendidikan Tinggi
- b. Keterampilan yang dibutuhkan abad 21 (21 century skills)



- c. Pemberlakuan Kurikulum 2013 (penguatan pembelajaran, orientasi penilaian, pengembangan karakter dan entrepreneurship) pada tingkat pendidikan dasar dan Menengah.
- d. Masyarakat Ekonomi ASEAN tahun 2015 (ASEAN Economic Community 2015)
- e. Mengakomodasi pengembangan literasi sesuai dengan Permendikbud Nomor 23 Tahun 2015 tentang penumbuhan budi pekerti

Dalam rangka menyiapkan lulusan yang berkompentensi dan lebih gayut dengan kebutuhan zaman, pengembangan kurikulum program studi diarahkan untuk menjawab kebutuhan yang muncul dan tantangan yang akan dihadapi di masa datang. Cepatnya perubahan sosial, budaya, dunia kerja dan teknologi informasi merupakan sebagian tantangan yang akan dihadapi oleh lulusan. Oleh karenanya, dalam pengembangan kurikulum diperlukan link and match dengan dunia industri, dunia kerja dan masa depan yang cepat berubah. Selain link and match, proses pembelajaran yang inovatif juga diperlukan untuk memfasilitasi mahasiswa dalam mencapai capaian pembelajaran yang ditetapkan secara optimal dan relevan.

Kurikulum Program Studi Pendidikan Tata Niaga tahun 2018 merupakan penyempurnaan kurikulum tahun 2016. Kurikulum tersebut memuat seperangkat rencana dan pengaturan tentang capaian pembelajaran lulusan, bahan kajian, proses, dan penilaian yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pendidikan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga. Pengembangan Kurikulum mengacu pada:

- a. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- b. Pemberlakuan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI).
- c. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional pendidikan Tinggi.
- d. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Manajemen dan Penyelenggaraan Pendidikan.
- e. Peraturan Menteri pendidikan dan Kebudayaan Nomor 23 Tahun 2015 tentang Penumbuhan Budi Pekerti untuk mengakomodasi pengembangan literasi.
- f. Kebijakan Akademik Universitas Negeri Surabaya (Unesa) Kode Dokumen Nomor: 01/01.UNV/KA/2014, yang selanjutnya direvisi menjadi Kebijakan Akademik Universitas Negeri Surabaya Tahun 2016 yang berisi tentang arah kebijakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat Unesa. Salah satu arah kebijakan di bidang pendidikan, yaitu: “Mengembangkan dan mengimplementasikan kurikulum berbasis kompetensi yang mengacu kepada Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) dan Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SN-Dikti) yang dirumuskan bersama pemangku kepentingan (stakeholder) mencakup penguasaan pengetahuan, keterampilan intelektual, praktikal, managerial, kepemimpinan, etika, dan tata karma”.



- 
- g. Keputusan Rektor Universitas Negeri Surabaya Nomor 466/UN38/HK/DT/2016 tentang Pedoman Pengembangan Kurikulum KKNI dan SN-Dikti Program Studi di Universitas Negeri Surabaya.

### **1.5 Landasan Hukum**

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 157, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4586);
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);
3. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012, Tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI);
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2013, Tentang Penerapan KKNI Bidang Perguruan Tinggi;
5. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2016 tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
6. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 59 tahun 2018, tentang Ijazah, Sertifikat Kompetensi, Sertifikat Profesi, Gelar dan Tata Cara Penulisan Gelar di Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020, Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
8. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020, Tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi;
9. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020, Tentang Pendirian, Perubahan, Pembubaran PTN, dan Pendirian, Perubahan, Pencabutan Izin PTS;
10. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 22 tahun 2020, tentang Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
11. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 22 tahun 2020, tentang Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan;
12. Permenristekdikti Nomor 79 Tahun 2017 tentang tentang Statuta Universitas Negeri Surabaya.



## 2 Visi, Misi, Tujuan, dan Strategi Program Studi

### Note from APS 4.0

Kesesuaian **Visi, Misi, Tujuan** dan **Strategi** (VMTS) Unit Pengelola Program Studi (UPPS) terhadap VMTS Perguruan Tinggi (PT) dan **visi keilmuan Program Studi (PS)** yang dikelolanya.

### Nilai 4.0 jika:

1) visi yang mencerminkan visi perguruan tinggi dan memayungi visi keilmuan terkait keunikan program studi serta didukung data implementasi yang konsisten, 2) misi, tujuan, dan strategi yang searah dan bersinerji dengan misi, tujuan, dan strategi perguruan tinggi serta mendukung pengembangan program studi dengan data implementasi yang konsisten

### 2.1 Visi

Menjadi Program Studi Yang Unggul Dalam Bidang Pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) Sesuai Tuntutan Globalisasi

### 2.2 Misi

- a. Menyelenggarakan program pendidikan sarjana di bidang pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)
- b. Mengembangkan kegiatan penelitian bidang pendidikan dan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)
- c. Mengembangkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kajian pendidikan dan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)
- d. Meningkatkan iklim akademik yang kondusif untuk pengembangan bakat dan minat serta penalaran kemahasiswaan
- e. Mengembangkan Program Studi Pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) menjadi Good Department Governance untuk menjamin kepuasan pelanggan
- f. Mengembangkan jaringan kerjasama dengan stakeholder terutama alumni, pengguna lulusan dan perguruan tinggi
- g. Mengembangkan jiwa kewirausahaan

### 2.3 Tujuan

- a. Menghasilkan sarjana Pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) yang berkompeten, yaitu sarjana yang memiliki kemampuan akademik, beretika, bertanggung jawab sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, dalam pendidikan dan dunia kerja
- b. Menghasilkan penelitian yang bermutu di bidang Pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan keilmuan yang bermanfaat dalam pendidikan dan dunia kerja



- c. Terselenggaranya pengabdian kepada masyarakat tentang kajian Pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan keilmuan sebagai wujud tanggung jawab kepada masyarakat
- d. Terwujudnya peningkatan iklim akademik yang kondusif untuk pengembangan bakat dan minat serta penalaran mahasiswa baik dalam pendidikan dan pengajaran di bidang Pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) yang profesional bernuansa entrepreneur.
- e. Terwujudnya program studi yang Good Departemen Governance untuk menjamin kepuasan pelanggan dengan mengembangkan kurikulum Pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) yang fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan pasar untuk meningkatkan kualitas lulusan.
- f. Terbangunnya jaringan kerjasama yang sinergis dengan stakeholder dan lembaga lain baik dalam negeri maupun luar negeri di bidang pendidikan dan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)
- g. Terwujudnya jiwa kewirausahaan sesuai dengan karakteristik ilmu program studi

## 2.4 Strategi

Mengacu kepada Kebijakan Mutu Akademik UNESA yang didasarkan pada lima pilar kebijakan pengembangan proses pembelajaran yaitu:

- a. Materi pembelajaran lebih didekatkan kepada persoalan nyata, melatih identifikasi persoalan dan strategi penyelesaian.
- b. Integrasi antar disiplin ilmu yang saling mendukung untuk pemahaman dan implementasinya.
- c. Perspektif internasional yang berbasis pemahaman keunggulan nasional yang ada, diarahkan sebagai persiapan kerjasama global.
- d. Dorongan pemanfaatan optimal teknologi informasi dan komunikasi yang tersedia.
- e. Berbagai inovasi yang membuka akses peningkatan kreativitas.

## 3 Evaluasi Kurikulum & Tracer Study

### 3.1 Evaluasi Kurikulum

Berdasarkan hasil evaluasi kurikulum yang berlaku yaitu kurikulum 2020 dengan model MBKM, yang mulai dilaksanakan pada semester Ganjil tahun ajaran 2020/2021, dalam hal ini berarti kurikulum 2020 telah dilaksanakan selama 2 semester di Program Studi Pendidikan Tata Niaga. Pelaksanaan selama 2 (dua) semester menunjukkan bahwa belum ada kegiatan yang dilaksanakan di luar kampus, kegiatan perkuliahan masih dilaksanakan di dalam prodi.

Struktur kurikulum 2020 dengan model MBKM masih dalam proses revisi, terutama pada model pembelajaran di luar kampus yang akan ditempuh oleh mahasiswa pada semester 6 (enam) dengan catatan masih dalam proses penyesuaian



---

untuk mata kuliah yang dikonversikan kedalam kegiatan tersebut dengan adanya penilaian serta kebijakan dari Universitas.

Penggunaan strategi pembelajaran pada kurikulum 2020 yang diterapkan di program studi pendidikan Tata Niaga telah sesuai yaitu dengan memberikan materi pembelajaran lebih didekatkan kepada persoalan nyata, melatih identifikasi persoalan dan strategi penyelesaian serta adanya integrasi antar disiplin ilmu yang saling mendukung untuk pemahaman dan implementasinya.

### **3.2 Tracer Study**

Kegiatan tracer Study dilakukan oleh divisi Tracer study Unesa Career Center pada periode 1 Agustus s.d 30 September 2020. Lulusan Program Studi pendidikan Tataniaga berkontribusi sebesar 11,90% dari total lulusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. Berdasarkan hasil tracer study waktu saat alumni mulai mencari pekerjaan paling banyak dilakukan sesudah lulus, yaitu sebesar 59.2%. Untuk waktu alumni mencari pekerjaan sebelum lulus sebesar 34,9%, sedangkan alumni yang tidak mencari pekerjaan sebesar 5,9%. Diketahui data mayoritas waktu alumni mencari pekerjaan adalah saat setelah lulus yang dibuktikan dengan jumlah alumni sebanyak 141 atau presentase sebesar 59.2%. Untuk data minoritas adalah alumni tidak mencari pekerjaan yaitu sejumlah 14 alumni atau dengan presentase sebesar 5,9%.

Jumlah alumni yang mendapatkan pekerjaan sebelum dan setelah lulus beserta waktu mendapatkannya. Sebanyak 15 alumni mendapatkan pekerjaan 1 bulan sebelum dia lulus. Sebanyak 8 alumni mendapatkan pekerjaan 2 bulan sebelum dia lulus. Sebanyak 10 alumni mendapatkan pekerjaan 3 bulan sebelum dia lulus. Sebanyak 1 alumni mendapatkan pekerjaan 4 bulan sebelum dia lulus. Sebanyak 2 alumni mendapatkan pekerjaan 5 bulan sebelum dia lulus. Sebanyak 4 alumni mendapatkan pekerjaan 6 bulan sebelum dia lulus. 1 alumni mendapatkan pekerjaan 10 bulan sebelum dia lulus. Sebanyak 3 alumni mendapatkan pekerjaan 12 bulan sebelum dia lulus. Sebanyak 1 alumni mendapatkan pekerjaan sekitar 13 sampai 24 bulan sebelum dia lulus. Dan 1 alumni mendapatkan pekerjaan sekitar 25 sampai 36 bulan sebelum dia lulus. Total keseluruhan alumni yang mendapatkan pekerjaan sebelum lulus sebanyak 46 alumni, dan mayoritas alumni mendapatkan pekerjaan pertamanya di bulan pertama sebelum lulus.

\* (Lebih jelasnya pada Lampiran Laporan Tracer Study Fakultas Ekonomi)

## **4 Profil Lulusan & Rumusan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)**

Program studi Pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) Unesa dapat menghasilkan lulusan yang dapat berkarir sebagai pendidik Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran), Enterpreneur, dan Trainer sesuai dengan bidangnya



#### 4.1 Profil Lulusan

(Menjelaskan cara/mekanisme memperoleh profil lulusan, Profil Lulusan dan deskripsinya)

**Tabel 1. Profil Lulusan dan deskripsinya**

No	Profil Lulusan (PL)	Deskripsi Profil Lulusan
PL1	Individu yang mampu mengaplikasikan ilmu pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan pedagogi dalam memecahkan masalah dalam bidang bidangnya sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi	Lulusan yang dapat berkarir sebagai pendidik Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) yang dapat berkarir dibidang pendidikan
PL2	Individu yang mampu berkomunikasi baik secara tulis dan lisan secara profesional dan beretika sesuai dengan perkembangan teknologi informasi sesuai bidangnya	Lulusan yang mampu mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilannya dalam bidang pendidikan melakukan penelitian dan mengembangkan keterampilan dengan melakukan riset dan kerjasama di bidang pendidikan.  Lulusan yang mampu mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilannya dalam bidang wirausaha (Entrepreneur) yang beretika sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dalam bidang perniagaan (bisnis)
PL3	Individu yang memiliki tanggung jawab profesional dan etika profesi sesuai bidangnya	Lulusan yang memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan dan menyelesaikan kewajibannya
PL4	Mampu mengembangkan diri selalui studi lanjut atau pelatihan profesional	Lulusan yang sanggup melaksanakan pengembangan diri, baik melalui studi lanjut, riset dan pelatihan secara profesional sesuai dengan bidangnya.

#### 4.2 Perumusan CPL

(Menjelaskan cara/mekanisme memperoleh CPL, CPL terdiri dari Aspek Sikap, Ketrampilan Umum, Ketrampilan Khusus, dan Pengetahuan)

**Tabel 2. Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi**

No	Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)
	<b>Sikap</b>
S1	Mampu berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme yang tinggi dan yang menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika
S2	Mampu mengaplikasikan nilai, norma, dan etika profesi pendidik Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan mengaplikasikan sikap wirausaha dalam memecahkan masalah sesuai dengan bidangnya
S3	Mampu menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja baik secara individu maupun kelompok



No	Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)
	<b>Ketrampilan Umum</b>
KU1	▪ Mampu merancang penelitian di bidang pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)
KU2	▪ Mampu melaksanakan penelitian sesuai bidang yang meliputi kegiatan merumuskan masalah, mengolah, menganalisis, menginterpretasi data yang diperoleh dan mengkomunikasikan hasilnya
KU3	▪ Mampu melakukan pengembangan diri dalam pedagogi dan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) melalui jenjang pendidikan yang lebih tinggi dan penelitian
	<b>Ketrampilan Khusus</b>
KK1	▪ Mampu merencanakan, menerapkan, mengelola, mengevaluasi pembelajaran serta melakukan perbaikan pendekatan atau model pembelajaran, metode dan proses belajar Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan peserta didik
KK2	▪ Mampu menggunakan teknologi informasi dan komunikasi baik secara tulis dan lisan secara profesional dan beretika untuk pembelajaran Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan pengembangannya sesuai dengan perkembangan teknologi informasi sesuai bidangnya
KK3	▪ Mampu menerapkan konsep teoritik bidang keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan bidang keilmuan lain yang serumpun
	<b>Pengetahuan</b>
PP1	▪ Mampu menjelaskan konsep teoritik pedagogi, inovasi pembelajaran, pengembangan perangkat pembelajaran, penyajian (metode dan prosedur), pengelolaan, dan evaluasi program pembelajaran Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) di Sekolah Menengah Kejuruan, Sekolah Menengah Umum dan atau yang sederajat
PP2	▪ Mampu mengaplikasikan konsep dan prinsip pedagogi, didaktik dan ilmu Bisnis dan Pemasaran untuk melakukan perancangan, pengelolaan dan evaluasi dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sesuai bidang
PP3	▪ Mampu menggunakan konsep dan teori bidang keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan bidang keilmuan lain yang serumpun sebagai pendukung penguasaan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)

### 4.3 Matrik hubungan CPL dengan Profil Lulusan

Tabel 3. Matrik hubungan Profil & CPL Prodi

CPL Prodi		PL1	PL2	PL3	PL4
<b>Sikap</b>					
S1	Mampu berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme yang tinggi dan	√		√	



	yang menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika				
S2	Mampu mengaplikasikan nilai, norma, dan etika profesi pendidik Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan mengaplikasikan sikap wirausaha dalam memecahkan masalah sesuai dengan bidangnya		√	√	√
S3	Mampu menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja baik secara individu maupun kelompok			√	√
<b>Ketrampilan Umum</b>					
KU1	Mampu merancang penelitian di bidang pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)	√	√		√
KU2	Mampu melaksanakan penelitian sesuai bidang yang meliputi kegiatan merumuskan masalah, mengolah, menganalisis, menginterpretasi data yang diperoleh dan mengkomunikasikan hasilnya	√	√		
KU3	Mampu melakukan pengembangan diri dalam pedagogi dan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) melalui jenjang pendidikan yang lebih tinggi dan penelitian			√	√
<b>Ketrampilan Khusus</b>					
KK1	Mampu merencanakan, menerapkan, mengelola, mengevaluasi pembelajaran serta melakukan perbaikan pendekatan atau model pembelajaran, metode dan proses belajar Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) sesuai	√		√	



	dengan karakteristik dan kebutuhan peserta didik				
KK2	Mampu menggunakan teknologi informasi dan komunikasi baik secara tulis dan lisan secara profesional dan beretika untuk pembelajaran Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan pengembangannya sesuai dengan perkembangan teknologi informasi sesuai bidangnya	√	√		√
KK3	Mampu menerapkan konsep teoritik bidang keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan bidang keilmuan lain yang serumpun	√			√
<b>Pengetahuan</b>					
P1	Mampu menjelaskan konsep teoritik pedagogi, inovasi pembelajaran, pengembangan perangkat pembelajaran, penyajian (metode dan prosedur), pengelolaan, dan evaluasi program pembelajaran Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) di Sekolah Menengah Kejuruan, Sekolah Menengah Umum dan atau yang sederajat	√		√	√
P2	Mampu mengaplikasikan konsep dan prinsip pedagogi, didaktik dan ilmu Bisnis dan Pemasaran untuk melakukan perancangan, pengelolaan dan evaluasi dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sesuai bidang	√	√		√
P3	Mampu menggunakan konsep dan teori bidang keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan bidang keilmuan lain yang serumpun sebagai pendukung penguasaan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)	√	√		√



## 5 Penentuan Bahan Kajian

### 5.1 Gambaran *Body of Knowledge* (BoK)

Body of Knowledge Pendidikan Tata Niaga adalah dasar-dasar keilmuan pendidikan dan konsep-konsep keilmuan tata niaga/ manajemen bisnis yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Pendidikan dan Pembelajaran Tata Niaga
  - a. Perencanaan pembelajaran
  - b. Media dan bahan ajar
  - c. Evaluasi pembelajaran
2. Konsep Pendidikan Tata Niaga
  - a. Manajemen pemasaran
  - b. Manajemen ritel
  - c. Praktik perniagaan
  - d. Strategi pemasaran
  - e. Perilaku konsumen
3. Etika Bisnis
4. Perkembangan Teknologi Pemasaran
5. Metodologi Penelitian Bisnis

**Tabel 4. Bahan kajian berdasarkan CPL Prodi**

CPL Prodi		Bahan Kajian
<b>Sikap</b>		
S1	Mampu berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme yang tinggi dan yang menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika	Kepribadian
S2	Mampu mengaplikasikan nilai, norma, dan etika profesi pendidik Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan mengaplikasikan sikap wirausaha dalam memecahkan masalah sesuai dengan bidangnya	Kepribadian Kependidikan dan pedagogi Konsep Dasar Bidang Ekonomi Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis



S3	Mampu menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja baik secara individu maupun kelompok	Kepribadian Kependidikan dan pedagogi Konsep Dasar Bidang Ekonomi Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis Strategi dalam bisnis dan pemasaran
<b>Ketrampilan Umum</b>		
KU1	Mampu merancang penelitian di bidang pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)	Konsep Dasar Bidang Ekonomi Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis Strategi dalam bisnis dan pemasaran
KU2	Mampu melaksanakan penelitian sesuai bidang yang meliputi kegiatan merumuskan masalah, mengolah, menganalisis, menginterpretasi data yang diperoleh dan mengkomunikasikan hasilnya	Konsep Dasar Bidang Ekonomi Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis Strategi dalam bisnis dan pemasaran Metodologi penelitian
KU3	Mampu melakukan pengembangan diri dalam pedagogi dan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) melalui jenjang pendidikan yang lebih tinggi dan penelitian	Konsep Dasar Bidang Ekonomi Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis Strategi dalam bisnis dan pemasaran Metodologi penelitian
<b>Ketrampilan Khusus</b>		
KK1	Mampu merencanakan, menerapkan, mengelola, mengevaluasi pembelajaran serta melakukan perbaikan pendekatan atau model pembelajaran, metode dan proses belajar Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan peserta didik	Linguistik Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis
KK2	Mampu menggunakan teknologi informasi dan komunikasi baik secara tulis dan lisan secara	Linguistik Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis Strategi dalam bisnis dan pemasaran Modal



	profesional dan beretika untuk pembelajaran Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan pengembangannya sesuai dengan perkembangan teknologi informasi sesuai bidangnya	IPTEKS
KK3	Mampu menerapkan konsep teoritik bidang keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan bidang keilmuan lain yang serumpun	Kependidikan dan pedagogi Konsep Dasar Bidang Ekonomi Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis Strategi dalam bisnis dan pemasaran Modal IPTEKS
<b>Pengetahuan</b>		
P1	Mampu menjelaskan konsep teoritik pedagogi, inovasi pembelajaran, pengembangan perangkat pembelajaran, penyajian (metode dan prosedur), pengelolaan, dan evaluasi program pembelajaran Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) di Sekolah Menengah Kejuruan, Sekolah Menengah Umum dan atau yang sederajat	Kependidikan dan pedagogi Konsep Dasar Bidang Ekonomi Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis
P2	Mampu mengaplikasikan konsep dan prinsip pedagogi, didaktik dan ilmu Bisnis dan Pemasaran untuk melakukan perancangan, pengelolaan dan evaluasi dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sesuai bidang	Kependidikan dan pedagogi Konsep Dasar Bidang Ekonomi Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis IPTEKS
P3	Mampu menggunakan konsep dan teori bidang keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan bidang keilmuan lain yang serumpun sebagai pendukung penguasaan	Kependidikan dan pedagogi Konsep Dasar Bidang Ekonomi Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis Strategi dalam bisnis dan pemasaran Modal IPTEKS Metodologi penelitian



---

	kelimuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)	
--	---	--

## 5.2 Deskripsi Bahan Kajian

**Tabel 5. Bahan Kajian (BK)**

<b>Kode</b>	<b>Bahan Kajian (BK)</b>	<b>Deskripsi Bahan Kajian</b>
BK1	Kepribadian	Keberagaman Makhluk sosial Nasionalisme Religius Etika profesi
BK2	Linguistik	Bahasa Indonesia Bahasa Inggris
BK3	Kependidikan dan pedagogi	Dasar kependidikan Teori pembelajaran Psikologi pendidikan Telaah kurikulum Media dan bahan ajar Metode, strategi, teknik dan model pembelajaran Evaluasi hasil belajar Perencanaan pembelajaran Pengelolaan pembelajaran
BK4	Konsep Dasar Bidang Ekonomi	Konsep dasar teori ekonomi Konsep dasar perencanaan dan pengembangan bisnis Konsep dasar administrasi dan manajemen Matematika di bidang ekonomi Konsep peraturan hukum bisnis Konsep kewirausahaan
BK5	Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis	Konsep dasar pemasaran Konsep dasar manajemen bisnis dan pemasaran Konsep operasional bisnis dan pemasaran Pengorganisasian sumber daya dalam bisnis dan pemasaran Pengorganisasian tempat usaha Periklanan dan pemasaran Konsep manajemen usaha kecil Pengelolaan modal dalam usaha Pengelolaan teknologi dalam bisnis dan pemasaran Pengelolaan tenaga kerja Pengelolaan konsumen Pengelolaan transaksi Pengelolaan biaya
BK6	Strategi dalam bisnis dan pemasaran	Strategi harga Strategi keuangan Strategi lokasi bisnis Strategi pemasaran Strategi komunikasi bisnis Strategi produksi Strategi layanan Strategi dagang



---

<b>Kode</b>	<b>Bahan Kajian (BK)</b>	<b>Deskripsi Bahan Kajian</b>
		Strategi bentuk usaha Strategi Penjualan Strategi penguasaan pasar
BK7	Modal	Lembaga-lembaga keuangan bank dan bukan bank Lembaga keuangan syariah
BK8	IPTEKS	Pemasaran Online Digitalisasi bisnis dan pemasaran (software / aplikasi editing) Administrasi transaksi (software cash register) Software SPSS
BK9	Metodologi penelitian	Penelitian kuantitatif Penelitian kualitatif Penelitian tindakan kelas Penelitian pengembangan Statistik deskriptif Statistik nonparametrik Statistik parametrik Seminar penelitian



## 6 Pembentukan Mata Kuliah dan Penentuan bobot sks

Mata kuliah dibentuk berdasarkan Capaian Pembelajaran (CPL) yang dibebankan pada mata kuliah dan bahan kajian yang sesuai dengan CPL tsb. Pembentukannya dapat menggunakan pola matrik sebagai berikut:

### A. Pembentukan Mata Kuliah

No	Bahan Kajian	MK	CPL Sikap			CPL Pengetahuan			CPL Ketrampilan Khusus			CPL Ketrampilan Umum			
			S1	S2	S3	P1	P2	P3	KK1	KK2	KK3	KU1	KU2	KU3	
1	Kepribadian	1. Pendidikan Pancasila	√	√											
		2. Pendidikan Agama	√	√											
		3. Pendidikan Kewarganegaraan	√		√										
		4. Etika Profesi		√	√										
2	Linguistik	1. Bahasa Inggris						√	√	√				√	
		2. Bahasa Indonesia						√	√	√				√	
3	Kependidikan dan pedagogi	1. Landasan Kependidikan				√						√			
		2. Psikologi pendidikan					√					√			
		3. Teori Belajar		√			√								
		4. Telaah Kurikulum				√	√								
		5. Media Pembelajaran				√									
		6. Pembelajaran Inovatif			√	√						√		√	
		7. Evaluasi Belajar dan Pembelajaran				√					√				
		8. Pengembangan Perangkat Pembelajaran			√	√				√					
		9. Program Pengelolaan Pembelajaran				√					√	√			
		10. Manajemen Sekolah		√		√	√								
		11. Perencanaan Pembelajaran				√				√					√
		12. Pengembangan Bahan Ajar				√				√					√



No	Bahan Kajian	MK	CPL Sikap			CPL Pengetahuan			CPL Ketrampilan Khusus			CPL Ketrampilan Umum			
			S1	S2	S3	P1	P2	P3	KK1	KK2	KK3	KU1	KU2	KU3	
		13. Keterampilan Mengajar dan Pembelajaran Mikro				√			√					√	
4	Konsep Dasar Bidang Ekonomi	1. Pengantar Akuntansi			√		√	√			√				
		2. Pengantar Bisnis					√	√				√	√		
		3. Matematika Ekonomi			√		√					√			
		4. Pengantar Teori Ekonomi					√	√							
		5. Pengantar Ilmu Administrasi dan Manajemen			√	√	√	√			√				
		6. Hukum Bisnis			√		√	√				√			
		7. Kewirausahaan			√	√	√	√						√	
		8. Praktek kewirausahaan		√	√			√			√	√			
5	Pengetahuan Manajerial dan Pengelolaan Bisnis	1. Manajemen Pemasaran					√	√				√	√	√	
		2. Manajemen Keuangan								√	√		√	√	
		3. Manajemen Operasional			√	√			√	√		√			
		4. Manajemen Retail			√		√	√					√	√	
		5. Strategi Pemasaran					√	√		√			√	√	
		6. Komunikasi Bisnis			√		√	√				√			
		7. Manajemen Strategik					√	√				√	√	√	
		8. Manajemen Sumber Daya Manusia									√	√		√	√
		9. Manajemen Transportasi			√	√				√	√				
		10. Manajemen Pariwisata			√	√				√	√				
		11. Manajemen Resiko						√						√	√
		12. Akuntansi Biaya									√	√		√	√
6		1. Strategi Pemasaran					√	√		√			√		



No	Bahan Kajian	MK	CPL Sikap			CPL Pengetahuan			CPL Ketrampilan Khusus			CPL Ketrampilan Umum		
			S1	S2	S3	P1	P2	P3	KK1	KK2	KK3	KU1	KU2	KU3
	Strategi dalam bisnis dan pemasaran	2. Komunikasi Bisnis			√			√		√		√	√	
		3. Manajemen Strategik			√			√		√		√	√	
		4. Layanan Prima			√			√		√		√	√	
		5. Perilaku Konsumen			√			√			√		√	√
		6. Praktek Perniagaan			√			√		√		√	√	
		7. Riset Pemasaran			√			√		√		√	√	
		8. Pemasaran Jas			√			√		√		√	√	
		9. Studi Kelayakan Bisnis			√			√		√		√	√	
		10. Perdagangan Internasional			√			√		√		√	√	
		11. Salesmanship			√			√		√		√	√	
		7	Modal	1. Lembaga Keuangan Bank dan bukan bank						√		√	√	
2. Lembaga keuangan Syariah								√		√	√			
8	IPTEKS	1. Pemasaran Digital					√	√		√	√			
		2. Sistem Informasi Manajemen						√		√	√			
		3. Statistik						√		√	√			
		4. Statistik Penelitian						√		√	√			
9	Metodologi penelitian	1. Seminar Pendidikan Tata Niaga						√				√	√	√
		2. Metode Penelitian						√				√	√	√
		3. Kurikulum Sekolah						√				√	√	√
		4. Peneltiin Tindakan						√				√	√	√



---

## B. Penentuan bobot sks

Pengertian 1 sks dalam bentuk pembelajaran sesuai dengan Permenristekdikti No. 44 Tahun 2015 Pasal 17

1. Beban belajar mahasiswa sebagaimana dimaksud Pasal 10 ayat 2 huruf d, dinyatakan dalam besaran satuan kredit semester (sks)
2. Satu sks setara dengan 160 (seratus enam puluh) menit kegiatan belajar per minggu per semester (setara dengan 2,83 jam atau dibulatkan 3 jam)
3. Setiap mata kuliah paling sedikit memiliki bobot 1 (satu) sks
4. Semester merupakan satuan waktu kegiatan pembelajaran efektif selama 16 (enam belas) minggu.



**Tabel 6. Matrik CPL dan Mata kuliah Baru\*\*)**

(berikan tanda  $\checkmark$  pada setiap CPL yg dibebankan pada MK: (1) Usahakan setiap MK dibebani oleh paling sedikit satu butir dari setiap aspek Sikap, Pengetahuan, dan Ketrampilan. (2) Butir CPL harus habis dibebankan pada mata kuliah (MK). (3) Usahakan setiap MK dibebani tidak lebih dari 5 butir CPL).

No	MK	CPL Sikap			CPL Pengetahuan			CPL Ketrampilan Khusus			CPL Ketrampilan Umum		
		S1	S2	.....	P1	P2	....	KK1	KK2	....	KU1	KU2	....
Semester-1													
1	<b>MK1</b>												
2	<b>MK2</b>												
...													
Semester-2													
Semester-3													
Semester-4													
Semester-5													
Semester-6													
Semester-7													
Semester-8													

\*\*) Gunakan MS Excel jika diperlukan



**Tabel 7. Daftar Mata Kuliah, CPL, Bahan Kajian dan Materi Pembelajaran**

No	Kode MK	Nama MK	Beberapa butir CPL yg dibebankan pd MK	Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	Estimasi waktu (jam)		Bobot sks	
					Teori	Praktek		
1			<b>SIKAP:</b>  <b>KETRAMPILAN UMUM:</b>  <b>KETRAMPILAN KHUSUS:</b>  <b>PENGETAHUAN:</b>	<b>Bahan Kajian:</b>  <b>Materi Pembelajaran:</b>				
<b>Estimasi waktu (jam)</b>					.....	.....		
<b>Bobot sks ( (total estimasi raktu) x 1 sks / (2,83 jam/mg x 16 mg) MK</b>								.....
2								
3								
....								
<b>Total jumlah sks (untuk sarjana minimal 144 sks)</b>								.....



## 7 Struktur Matakuliah dlm Kurikulum Program Studi

### 7.1 Matrik Kurikulum

Tabel 8. Matrik Struktur Matakuliah dlm Kurikulum Program Studi

Smt	sks	Jlm MK	KELOMPOK MATA KULIAH PROGRAM SARJANA / D4						MKWN
			MK Wajib			MK Pilihan			
			Institusional	Keahlian dan keilmuan	Dasar keahlian	Keahlian Berkarya	Keahlian dan keilmuan	Berkehidupan Bermasyarakat	
VIII	6	1				1. Skripsi			
VII	18	7				1. Pengalaman Lapangan Persekolahan 2. Pengembangan Perangkat 3. Media pembelajaran 4. Pengembangan Instrumen Evaluasi 5. Manajemen Sekolah 6. Etika Profesi Guru 7. Penelitian Tindakan			
VI	21	10		1. Seminar Pendidikan Tata Niaga			1. Manajemen Pariwisata 2. Manajemen Resiko 3. Lembaga Keuangan Bank dan Bukan Bank 4. Etika Bisnis 5. Akuntansi Biaya 6. Perdagangan Internasional	1. KKN 2. Praktek Mengajar di Desa 3. Studi Kelayakan Bisnis	
V	21	8	1. Praktek Kewirausahaan	1. Sistem Informasi Manajemen	1. Ketrampilan Mengajar dan				



				<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Manajemen Retail</li> <li>3. Komunikasi Bisnis</li> <li>4. Manajemen Strategik</li> <li>5. Pemasaran Digital</li> <li>6. Riset Pemasaran</li> </ol>	Pembelajaran Mikro				
IV	21	8		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manajemen Operasional</li> <li>2. Salesmanship</li> <li>3. Strategi Pemasaran</li> <li>4. Statistik Penelitian</li> <li>5. Praktek Perniagaan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metode Penelitian</li> <li>2. Pengembangan Bahan Ajar</li> <li>3. Evaluasi Belajar dan Pembelajaran</li> </ol>				
III	20	8	1. Kewirausahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manajemen Sumber Daya Manusia</li> <li>2. Manajemen Keuangan</li> <li>3. Metodologi Penelitian Pendidikan</li> <li>4. Perilaku Konsumen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Statistik</li> <li>2. Kurikulum Sekolah</li> <li>3. Perencanaan Pembelajaran</li> </ol>				
II	20	9	1. Literasi Digital	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Matematika Ekonomi</li> <li>2. Manajemen Pemasaran</li> <li>3. Bahasa Inggris Bisnis</li> <li>4. Hukum Bisnis</li> <li>5. Pemasaran Jasa</li> </ol>	1. Teori Belajar				<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendidikan Agama</li> <li>2. Pendidikan Kewarganegaraan</li> </ol>



---

I	20	8	1. Pendidikan Jasmani dan Kebugaran	1. Pengantar Akuntansi 2. Pengantar Bisnis 3. Pengantar Ilmu Administrasi dan Manajemen 4. Pengantar Teori Ekonomi	1. Dasar Kependidikan				1. Pendidikan Pancasila 2. Bahasa Indonesia
<b>Total</b>	147								

**Catatan:**

Mata Kuliah Wajib Nasional (MKWN) masing dg bobot minimal 2 sks:

- a. Agama;
- b. Pancasila;
- c. Kewarganegaraan; dan
- d. Bahasa Indonesia.



---

## 7.2 Peta Kurikulum Berdasarkan CPL PRODI

(Gambar dengan diagram alir peta kurikulum berdasarkan CPL yang dibebankan pada Mata kuliah)



## 8 Daftar sebaran mata kuliah tiap semester

Tabel 9. Daftar Mata kuliah per semester I

SEMESTER I						
No	Kode MK	Mata Kuliah (MK)	Bobot sks			
			Teori	Praktikum	Praktek	Jumlah
1		Pendidikan Pancasila				2
2		Bahasa Indonesia				2
3		Pendidikan Jasmani dan Kebugaran				2
4		Dasar Pendidikan				2
5		Pengantar Akuntansi				3
6		Pengantar Bisnis				3
7		Pengantar Ilmu Administrasi dan Manajemen				3
8		Pengantar Teori Ekonomi				3
<b>Jumlah Beban Studi Semester I</b>						<b>20</b>

Tabel 10. Daftar Mata kuliah per semester II

SEMESTER II						
No	Kode MK	Mata Kuliah (MK)	Bobot sks			
			Teori	Praktikum	Praktek	Jumlah
1		Pendidikan Agama				2
2		Pendidikan Kewarganegaraan				2
3		Literasi Digital				2
4		Teori Belajar				2
5		Matematika Ekonomi				3
6		Manajemen Pemasaran				3
7		Bahasa Inggris Bisnis				2
8		Hukum Bisnis				2
9		Pemasaran Jasa				2
<b>Jumlah Beban Studi Semester II</b>						<b>20</b>

Tabel 12. Daftar Mata kuliah per semester III

SEMESTER II						
No	Kode MK	Mata Kuliah (MK)	Bobot sks			
			Teori	Praktikum	Praktek	Jumlah
1		Kewirausahaan				2
2		Statistik				2



3		Kurikulum Sekolah				2
4		Perencanaan Pembelajaran				2
5		Manajemen Sumber Daya Manusia				3
6		Manajemen Keuangan				3
7		Metodologi Penelitian Pendidikan				3
8		Perilaku Konsumen				3
<b>Jumlah Beban Studi Semester III</b>						<b>20</b>

**Tabel 13. Daftar Mata kuliah per semester IV**

SEMESTER II						
No	Kode MK	Mata Kuliah (MK)	Bobot sks			
			Teori	Praktikum	Praktek	Jumlah
1		Metode Penelitian				3
2		Pengembangan Bahan Ajar				2
3		Evaluasi Belajar dan Pembelajaran				2
4		Manajemen Operasional				3
5		Salesmanship				2
6		Strategi Pemasaran				3
7		Statistik Penelitian				3
8		Praktek Perniagaan				3
<b>Jumlah Beban Studi Semester IV</b>						<b>21</b>

**Tabel 14. Daftar Mata kuliah per semester V**

SEMESTER II						
No	Kode MK	Mata Kuliah (MK)	Bobot sks			
			Teori	Praktikum	Praktek	Jumlah
1		Praktek Kewirausahaan				2
2		Ketrampilan Mengajar dan Pembelajaran Mikro				2
3		Sistem Informasi Manajemen				3
4		Manajemen Retail				3
5		Komunikasi Bisnis				3
6		Manajemen Strategik				3
7		Pemasaran Digital				2
8		Riset Pemasaran				3



---

<b>Jumlah Beban Studi Semester V</b>				<b>21</b>
--------------------------------------	--	--	--	-----------

**Tabel 15. Daftar Mata kuliah per semester VI**

<b>SEMESTER II</b>						
<b>No</b>	<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah (MK)</b>	<b>Bobot sks</b>			
			<b>Teori</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Praktek</b>	<b>Jumlah</b>
1		Seminar Pendidikan Tata Niaga				3
2		Model Membangun Desa /KKN Tematik (pilihan)			18	18
3		KKN Wirausaha (pilihan)			18	18
<b>Jumlah Beban Studi Semester VI</b>						<b>21</b>

**Tabel 16. Daftar Mata kuliah per semester VII**

<b>SEMESTER II</b>						
<b>No</b>	<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah (MK)</b>	<b>Bobot sks</b>			
			<b>Teori</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Praktek</b>	<b>Jumlah</b>
1		Pengalaman Lapangan Persekolahan			4	4
2		Perngembangan Perangkat			3	3
3		Media pembelajaran			3	3
4		Pengembangan Instrumen Evaluasi			3	3
5		Manajemen Sekolah			1	1
6		Etika Profesi Guru			2	2
7		Penelitian Tindakan			2	2
<b>Jumlah Beban Studi Semester VII</b>						<b>18</b>

**Tabel 17. Daftar Mata kuliah per semester VIII**

<b>SEMESTER II</b>						
<b>No</b>	<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah (MK)</b>	<b>Bobot sks</b>			
			<b>Teori</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Praktek</b>	<b>Jumlah</b>
1		Skripisi				6
<b>Jumlah Beban Studi Semester VIII</b>						<b>6</b>





## 9 Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

## 10 Rencana Pembelajaran Semester

### A. RPS Pengantar Bisnis

		<b>KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI</b> <b>UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA</b> <b>FAKULTAS EKONOMI</b> Kampus Ketintang Surabaya 60231 Telp: (031) 8285362, 8280009 Ps.700-710 Fax (031) 8293416				<b>Kode Dokumen</b>		
<b>RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER</b>								
<b>MATA KULIAH (MK)</b>		<b>KODE</b>	<b>Rumpun MK</b>		<b>BOBOT (sks)</b>		<b>SEMESTER</b>	<b>Tgl Penyusunan</b>
PENGANTAR BISNIS					T=3	P=1	1	1 Januari 2018
<b>OTORISASI</b>		<b>Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Ketua PRODI</b>		
		Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., MSM. Renny Dwijayanti, S.Pd., M.Pd. Veni Rafida, S.Pd., M.Pd. Jaka Nugraha, S.AB., M.AB, MBA.		Renny Dwijayanti, S.Pd., M.Pd.		Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., MSM.		
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>							
	PLO3	Mampu menggunakan konsep dan teori bidang keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan bidang keilmuan lain yang serumpun sebagai pendukung penguasaan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)						
	PLO6	Mampu menerapkan konsep teoritik bidang keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan bidang keilmuan lain yang serumpun						
	PLO11	Mampu menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja baik secara individu maupun kelompok (						
<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>								



	CPMK1	Mampu menggunakan konsep dan teori dalam pengantar bisnis <b>(PLO3)</b>
	CPMK2	Mengaplikasikan dan merancang bisnisplan sederhana <b>(PLO6)</b>
	CPKM3	Mampu menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja baik secara individu maupun kelompok dalam kegiatan dan diskusi di kelas <b>(PLO11)</b>
	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>	
	Sub-CPMK1	Mampu menguasai konsep bisnis dalam era globalisasi ( CPMK 1)
	Sub-CPMK2	Mendiskripsikan konsep bisnis tentang risk & return yang harus dihadapi pelaku bisnis. (CPMK 1)
	Sub-CPMK3	Membedakan karakter masing masing jenis Usaha dengan skala Usahanya & bentuk Badan Usaha (CPMK 1)
	Sub-CPMK4	Menyusun Perencanaan Bisnis (CPMK 2)
	Sub-CPMK5	Mengidentifikasi Lingkungan Bisnis Perusahaan (CPMK 2)
	Sub-CPMK6	Mengidentifikasi swot analysis dalam Perusahaaan secara kelompok dengan penuh tanggung Jawab (CPMK 2) , (CPMK 3)
	Sub-CPMK7	Menguasai konsep Etika dan Tanggung Jawab sosial Perusahaan (CPMK 2)
	Sub-CPMK8	Menerapkan Aspek Pemasaran dalam kegiatan bisnis (CPMK 2 )
	Sub-CPMK9	Menerapkan Aspek Operasional dalam kegiatan bisnis (CPMK 2)
	Sub-CPMK11	Menerapkan Aspek keuangan dalam kegiatan bisnis
	Sub-CPMK12	Menyusun Konsep Bisnis Plan aspek bisnis perusahaan secara kelompok dengan penuh tanggung jawab (CPMK 2 dan CPMK 3 )



	Sub-CPMK13	Menggambarkan SIM dalam ranah bisnis (CPMK 2)
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Mata kuliah ini mengkaji tentang konsep dasar perencanaan dan pengembangan bisnis secara kontekstual, yang meliputi bentuk kepemilikan bisnis, pengorganisasian perusahaan bisnis, memperhatikan faktor lingkungan bisnis, pengembangan sumber daya manusia, pengawasan produksi, dan menjalankan strategi pemasaran yang tepat dengan memperhatikan etika bisnis dan tanggung jawab sosial. Pembelajaran dilakukan dengan menerapkan metode diskusi, presentasi, dan proyek.	
<b>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep Bisnis Dalam Era Globalisasi</li> <li>2. Risk Dan Return Bisnis</li> <li>3. Jenis-Jenis Usaha, Skala Usaha, Bentuk Badan Usaha, Kewirausahaan</li> <li>4. Perencanaan Bisnis</li> <li>5. Lingkungan Bisnis</li> <li>6. Swot Analysis</li> <li>7. Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</li> <li>8. Aspek Pemasaran</li> <li>9. Aspek Operasional</li> <li>10. Aspek Sumberdaya Manusia (Sdm)</li> <li>11. Aspek Keuangan</li> <li>12. 4 Aspek Bisnis Perusahaan</li> <li>13. Sistem Informasi Manajemen</li> </ol>	
<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="#">Griffin, Ricky W., and Ebert, Ronald J., 2013. <i>:Business Essentials, New Jersey : Pearson Education.</i></a></li> <li>2. <a href="#">Sumarni, Murti, 2003. <i>:Pengantar Bisnis, Yogyakarta.</i></a> Liberty</li> <li>3. <a href="#">Pride, William M., Hughes, Robert J., and Kapoor Jack R., 2014. <i>Business, Ohio : South-Western.</i></a></li> <li>4. <a href="#">Fuad dkk, 2000. <i>:Pengantar Bisnis, PT.</i></a> Gramedia Pustaka Utama, Jakarta</li> <li>5. <a href="#">Porter, Micheal, 2001. <i>:Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri, dan Pesaing, Erlangga, Jakarta.</i></a></li> <li>6. <a href="#">Gene Boone and Dave Kurtz. 2012. <i>Contemporary Business.</i></a> MA : John Wiley &amp; Sons, Inc</li> <li>7. <a href="#">Brown, Betty J. and Clow, John E.. 2008. <i>Introduction to Business.</i></a> California : Glencoe/McGraw-Hill</li> <li>8. <a href="#">Peng, Mike W. 2012. <i>Global Business, OH : South-Western, Cengage Learning.</i></a></li> </ol>



		<b>Pendukung :</b>					
				<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="#">Van Horne, James C. And Wachowicz, John M.</a> 2008. <i>Fundamentals of financial management</i>. London : Pearson Education Limited</li> <li>2. <a href="#">O 19Brien, James A. and Marakas, George M.</a> 2011. <i>Management information systems</i>. New York : McGraw-Hill/Irwin</li> <li>3. Makalah seminar teknologi pembelajaran</li> <li>4. Jurnal teknoigi pembelajaran</li> <li>4. Situs-situs pembelajaran</li> </ol>			
<b>Dosen Pengampu</b>		<b>Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., MSM.</b> <b>Renny Dwijayanti, S.Pd., M.Pd.</b> <b>Veni Rafida, S.Pd., M.Pd.</b> <b>Jaka Nugraha, S.AB., M.AB, MBA.</b>					
<b>Matakuliah syarat</b>		-					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [ Pustaka ]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring ( <i>offline</i> )	Daring ( <i>online</i> )		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Menguasai konsep bisnis dalam era globalisasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Menjelaskan:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsep bisnis secara umum</li> <li>- Dua Sistem ekonomi (kapitalis dan terpimpin)</li> </ul> </li> </ol>	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS <b>Bentuk Non Test:</b> Mendiskusikan dan mempresentasikan tentang Kosep bisnis	<b>Kuliah:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah</li> <li>2. Diskusi</li> <li>3. Cooperative Learning</li> <li>4. Tugas-1: Mendiskusikan tentang Kosep bisnis dalam era globalisasi</li> </ol>	<b>Elearning:</b> Take and give, cooperative learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep bisnis secara umum</li> <li>2. Dua Sistem ekonomi (kapitalis dan terpimpin)</li> <li>3. Perkembangan dunia bisnis sampai era globa</li> <li>4. Type persaingan bisnis (persaingan</li> </ol>	<b>10%</b>



		<p>2. <b>Mengidentifikasi</b> <i>asi</i> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perkembangan dunia bisnis sampai era global</li> <li>- Type persaingan bisnis (persaingan sempurna, monopolistik, monopoli, oligopoli)</li> </ul>	dalam era globalisasi		ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.	sempurna, monopolistik, monopoli, oligopoli) <b>Buku wajib 1-8</b>	
2	Mendiskripsikan konsep bisnis tentang risk & return yang harus dihadapi pelaku bisnis.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Menjelaskan</i> pengertian risk dan return bisnis</li> <li>2. <i>Mengelompokan</i> macam-macam risk dan return dalam bisnis.</li> <li>3. <i>Menjelaskan</i> karakteristik pelaku bisnis dalam menghadapi resiko (<i>risk taker, risk</i></li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk non test:</b> Mendiskusikan tentang konsep bisnis tentang risk &amp; return yang harus dihadapi pelaku bisnis.</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah</li> <li>2. <i>Diskusi</i></li> <li>3. <i>Cooperative learning</i></li> <li>4. Tugas 1: Mendiskusikan tentang konsep bisnis tentang risk &amp; return yang harus dihadapi pelaku bisnis.</li> </ol>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, cooperative learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. pengertian risk dan return bisnis</li> <li>2. macam-macam risk dan return dalam bisnis.</li> <li>3. karakteristik pelaku bisnis dalam menghadapi resiko (<i>risk taker, risk averse dan high risk</i>)</li> </ol> <p><b>Buku wajib 1-8</b></p>	10%



		<i>averse dan high risk)</i>			dapat berpikir tingkat tinggi.		
3	<b>Membedakan</b> karakter masing masing jenis Usaha dengan skala Usahanya & bentuk Badan Usaha	<p><b>1. Menjelaskan</b> jenis-jenis usaha (manufaktur, jasa dan dagang)</p> <p><b>2. Menjelaskan</b> kriteria skala usaha mikro, kecil, menengah dan perusahaan besar .</p> <p><b>3. Menjelaskan</b> bentuk-bentuk badan usaha yang ada (perorangan, CV, PT, Firma, NV, Koperasi, Joint ventura, Leasing, Merger, Franchise,</p> <p><b>4. Mengidentifikasi</b> kekurangan dan kelebihan dari</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk non test:</b> Mendiskusikan karakter masing masing jenis Usaha dengan skala Usahanya &amp; bentuk Badan Usaha</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah</li> <li>2. Diskusi</li> <li>3. Discovery Learning</li> <li>4. Tugas 1: Mendiskusikan karakter masing masing jenis Usaha dengan skala Usahanya &amp; bentuk Badan Usaha</li> </ol>	<p><b>Elarning:</b> Take and give, cooperative learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis-jenis Usaha</li> <li>2. Skala Usaha</li> <li>3. Bentuk badan</li> <li>4. Usaha</li> <li>5. Kewirausahaan</li> </ol> <p><b>Buku wajib 1-8</b></p>	<b>10%</b>



		<p>masing masing bentuk Badan Usaha.</p> <p><b>5. Menjelaskan</b> konsep kewirausahaan Tujuan Manfaat Pentingnya Karakteristik Wirausaha Kelebihan dan kekurangan wirausaha</p>					
4	<b>Menyusun</b> Perencanaan Bisnis	<p>1. <b>Menjelaskan</b> komponen dalam perencanaan bisnis yaitu :</p> <p><b>a.</b> Visi dan misi</p> <p><b>b.</b> Tujuan Bisnis</p> <p><b>c.</b> Sasaran Bisnis</p> <p><b>d.</b> Strategi Bisnis</p> <p><b>e.</b> Alokasi Sumber Daya</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> Berdiskusi dan membuat rancangan Perencanaan Bisnis</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>1. Ceramah</p> <p>2. Project Based Learning</p> <p>3. Presentasi</p> <p>4. <b>Tugas 1:</b> Berdiskusi untuk membuat rancangan Perencanaan Bisnis</p>	<p><b>Elarning:</b> Take and give, project based learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar</p>	<p>1. Komponen dalam perencanaan bisnis yaitu :</p> <p>a. Visi dan misi</p> <p>b. Tujuan Bisnis</p> <p>c. Sasaran Bisnis</p> <p>d. Strategi Bisnis</p> <p>e. Alokasi Sumber Daya</p> <p>f. Implementasi Strategi</p> <p>g. Pengendalian</p> <p>2. Langkah langkah Penyusunan Perencanaan Bisnis</p> <p><b>Buku Wajib 1-8</b></p>	<b>10%</b>



		<p><b>f.</b> Implementasi Strategi</p> <p><b>g.</b> Pengendalian</p> <p>2. <b>Menentukan</b> Langkah-langkah Penyusunan Perencanaan Bisnis</p>			dapat berpikir tingkat tinggi.		
5	Mengidentifikasi Lingkungan Perusahaan Bisnis	<p>1. <b>Menjelaskan</b> macam-macam lingkungan bisnis perusahaan :</p> <p>2. <b>Mengelompokkan</b> lingkungan Internal (berpengaruh secara langsung pada perusahaan ) : man, money, method, machine, material, dan</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> Mendiskusikan Lingkungan Bisnis</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>1. Ceramah</p> <p>2. Discovery Learning</p> <p>3. Presentasi</p> <p>4. <b>Tugas 1:</b> memetakan lingkungan bisnis yang ada dari masing-masing kelompok/jenis usaha.</p>	<p><b>Elarning:</b> Take and give, project based learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>	<p>1. memetakan lingkungan bisnis yang ada dari masing-masing kelompok/jenis usaha.</p> <p>2. keterkaitan dari lingkungan bisnis yang ada,</p> <p>3. profil bisnis dari kelompok usaha UMKM dan perusahaan besar.</p> <p><b>Buku Wajib 1-8</b></p>	<b>10%</b>



		<p>Entrepreneur , pemasok.</p> <p>3. <b>Mengelompokan</b> lingkungan Eksternal (berpengaruh secara tidak langsung pada perusahaan) : ekonomi, politik, hukum, sosial budaya, regulasi pemerintah,</p> <p>4. <b>Menjelaskan</b> lingkungan Makro dan lingkungan Mikro</p>					
6	<p><b>Mengidentifikasi</b> swot analysis dalam Perusahaan secara kelompok dengan penuh tanggung Jawab</p>	<p>1. <b>Menjelaskan</b> konsep swot analisis, tujuan pembuatan swot analisis.</p> <p>2. <b>Menentukan</b> Tahapan</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> Berdiskusi dan membuat rancangan</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah</li> <li>2. Project Based Learning</li> <li>3. Presentasi</li> <li>4. <b>Tugas 1:</b> membuat rancangan swot analysis</li> </ol>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, project based learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut</p>	<p>SWOT Analysis <b>Buku Wajib 1-8</b></p>	<b>10%</b>



		<p>pembuatan swot analisis</p> <p>3. <b>Mengidentifikasi</b> Kekuatan dan Kelemahan dari lingkungan internal perusahaan</p> <p>4. <b>Mengidentifikasi</b> Peluang dan Ancaman dari lingkungan internal perusahaan</p>	swot analysis		kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.		
7	<b>Menguasai</b> konsep Etika dan Tanggung Jawab sosial Perusahaan	<p>1. <b>Menjelaskan</b> konsep etika dan norma secara umum.</p> <p>2. <b>Menjelaskan</b> konsep etika bisnis</p> <p>3. <b>Menjelaskan</b> komponen Etika Bisnis</p> <p>4. <b>Menjelaskan</b> Konsep Tanggung</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> Berdiskusi mengenai praktek CSR yang sudah dilakukan oleh pelaku UMKM dan perusahaan besa</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>1. Ceramah</p> <p>2. Project Based Learning</p> <p>3. Presentasi</p> <p>4. <b>Tugas 1:</b> Menganalisis praktek CSR yang sudah dilakukan oleh pelaku UMKM dan perusahaan besa</p>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, project based learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan</p>	Etika dan Tanggung Jawab sosial Perusahaan <b>Buku Wajib 1-8</b>	<b>10%</b>



		jawab sosial Perusahaan (CSR) 5. <b>Mengelompokan</b> model praktek CSR 6. Menganalisa praktek CSR dari Perusahaan kecil sedang dan besar			materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.		
<b>8</b>	<b>Ujian Tengah Semester</b>						
<b>9</b>	Menerapkan Aspek Pemasaran dalam kegiatan bisnis	1. <b>Menjelaskan</b> pengertian konsep pemasaran, Fungsipemasaran - Segmentasi - Targeting - Positioning 2. <b>Menjelaskan</b> konsep Strategi Pemasaran 3. <b>Mengelompokan</b> Marketing mix (	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS  <b>Bentuk non tes:</b> Mendiskusikan tentang konsep dasar marketing mix (4P dan 7P)	<b>Kuliah:</b> 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Project Based Learning 4. <b>Tugas 1:</b> analisis STP dari salah satu contoh perusahaan manufactur, jasa dan dagang	<b>Elearning:</b> Take and give, discovery learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar	Aspek dalam Bisnis : Aspek Pemasaran <b>Buku wajib 1-8</b>	<b>10%</b>



		<p>perusahaan secara umum 4 P (product, price, place, promotion ) dan perusahaan jasa 7P (product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence )</p>			dapat berpikir tingkat tinggi.		
<b>10</b>	<b>Menerapkan</b> Aspek Operasional dalam kegiatan bisnis	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Menjelaskan</b> Pengertian manajemen operasional, Proses produksi dan pelayanan.</li> <li>Konsep design produk</li> <li>Kebutuhan bahan dan alat</li> <li><b>Menentukan</b> Sifat proses dan sifat produk</li> <li><b>Mengidentifikasi</b> Layout</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> Merancang salah design produk yang dipilih dan menentukan kebutuhan bahan dan sarprasnya.</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ceramah</li> <li>Diskusi</li> <li>Project Based Learning</li> <li><b>Tugas</b> Merancang salah design produk yang dipilih dan menentukan kebutuhan bahan dan sarprasnya</li> </ol>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, discovery learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar</p>	Aspek dalam Bisnis : Aspek Operasional <b>Buku wajib 1-8</b>	<b>10%</b>



		proses produksi 6. <b>Menjelaskan</b> konsep Manajemen Persediaan 7. <b>Menganalisis</b> Kebutuhan dengan metode EOQ, ROP			dapat berpikir tingkat tinggi.		
<b>11</b>	Menerapkan Konsep Aspek Sumberdaya Manusia dalam kegiatan bisnis	1. <b>Menjelaskan</b> Pengertian tentang konsep SDM 2. <b>Mengidentifikasi</b> Fungsi SDM : analisis kebutuhan TK, perencanaan, rekrutment , seleksi, penempatan, pengelolaan, pengembangan dan 4. pemberhentian.	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS  <b>Bentuk non tes:</b> Mendiskusikan peranan Sumberdaya Manusia dalam kegiatan bisnis	<b>Kuliah:</b> 1. Ceramah 2. Diskusi 3. <i>Project Based learning</i> 4. Tugas 1: Berdiskusi tentang peran SDM dalam perusahaan	<b>Elearning:</b> Take and give, discovery learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.	Aspek dalam Bisnis : Aspek Sumberdaya Manusia (SDM) <b>Buku wajib 1-8</b>	<b>10%</b>



		5. <b>Menjelaskan</b> beberapa Teori motivasi					
<b>12</b>	Menerapkan Aspek keuangan dalam kegiatan bisnis	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Menjelaskan</b> Pengertian aspek Keuangan</li> <li>2. Manajemen Keuangan</li> <li>3. <b>Menganalisis</b> kebutuhan dana <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sumberdana</li> <li>• Kinerja Keuangan</li> <li>• Laporan keuangan</li> <li>• Analisis ratio (likwiditas, solvabilitas, rentabilitas dan aktivitas )</li> </ul> </li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> Mendiskusikan kebutuhan dana yang diperlukan untuk usaha dan mengidentifikasi sumber-sumber dana dari lembaga keuangan Bank dan non Bank.</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah</li> <li>2. Diskusi</li> <li>3. Project Based learning</li> <li>4. Tugas 1: menghitung kebutuhan dana yang diperlukan untuk usaha dan mengidentifikasi sumber-sumber dana dari lembaga keuangan Bank dan non Bank.</li> </ol>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, discovery learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>	Aspek dalam Bisnis : Aspek Keuangan <b>Buku wajib 1-8</b>	<b>10%</b>
<b>13-14</b>	Menyusun Konsep Bisnis Plan aspek bisnis perusahaan	Megidentifikasi 4 aspek bisnis perusahaan	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk non tes:</b></p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah</li> <li>2. Diskusi</li> <li>3. Project Based learning</li> <li>4. Tugas 1: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Megidentifikasi 4 aspek bisnis</li> </ul> </li> </ol>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, discovery learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang</p>	4 aspek bisnis perusahaan <b>Buku wajib 1-8</b>	<b>10%</b>



			Megidentifikasi 4 aspek bisnis perusahaan	perusahaan	menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.		
15	Menggambarkan SIM dalam ranah bisnis	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Menjelaskan</b> Pengertian sistem informasi manajemen Fungsi SIM</li> <li><b>Menganalisis</b> Hubungan SIM dan dunia Bisnis</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> mengaitkan peran IT dalam menunjang keberhasilan alur SIM dalam organisasi.</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ceramah</li> <li>Diskusi</li> <li>Project Based learning</li> <li>Tugas 1: <ul style="list-style-type: none"> <li>mengaitkan peran IT dalam menunjang keberhasilan alur SIM dalam organisasi.</li> <li>contoh kasus praktek SIM</li> </ul> </li> </ol>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, discovery learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>	Sistem Informasi Manajemen <b>Buku wajib 1-8</b>	<b>10%</b>
16	<b>Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester</b>						
1	Memahami konsep bisnis dalam era globalisasi	3. <b>Menjelaskan:</b> - Konsep	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian	<b>Kuliah:</b> 5. Ceramah	<b>Elearning:</b>	5. Konsep bisnis secara umum	<b>10%</b>



		<p>bisnis secara umum</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dua Sistem ekonomi (kapitalis dan terpimpin)</li> </ul> <p>4. <b>Mengidentifikasi</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perkembangan dunia bisnis sampai era global</li> <li>- Type persaingan bisnis (persaingan sempurna, monopolistik, monopoli, oligopoli)</li> </ul>	<p><b>Bentuk Non Test:</b></p> <p>Mendiskusikan tentang Kosep bisnis dalam era globalisasi</p>	<p>6. Diskusi</p> <p>7. Cooperative Learning</p> <p>8. Tugas-1: Mendiskusikan tentang Kosep bisnis dalam era globalisasi</p>	<p>Take and give, cooperative learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>	<p>6. Dua Sistem ekonomi (kapitalis dan terpimpin)</p> <p>7. Perkembangan dunia bisnis sampai era globa</p> <p>8. Type persaingan bisnis (persaingan sempurna, monopolistik, monopoli, oligopoli)</p> <p><b>Buku wajib 1-8</b></p>	
2	<p>Mendiskripsikan konsep bisnis tentang risk &amp; return yang harus dihadapi pelaku bisnis.</p>	<p>4. <i>Menjelaskan</i> pengertian risk dan return bisnis</p> <p>5. <i>Mengelompok</i> an macam-macam risk dan return dalam bisnis.</p>	<p><b>Kriteria:</b></p> <p>Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non test:</b></p> <p>Mendiskusikan tentang konsep bisnis tentang risk &amp; return yang harus dihadapi pelaku bisnis.</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>5. Ceramah</p> <p>6. <i>Diskusi</i></p> <p>7. <i>Cooperative learning</i></p> <p>8. Tugas 1: Mendiskusikan tentang konsep bisnis tentang risk &amp; return yang harus</p>	<p><b>Elearning:</b></p> <p>Take and give, cooperative learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan</p>	<p>4. pengertian risk dan return bisnis</p> <p>5. macam-macam risk dan return dalam bisnis.</p> <p>6. karakteristik pelaku bisnis dalam menghadapi resiko (<i>risk taker, risk averse dan high risk</i>)</p>	10%



		6. <i>Menjelaskan</i> k arakteristik pelaku bisnis dalam menghadapi resiko ( <i>risk taker, risk averse dan high risk</i> )		dihadapi pelaku bisnis.	ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.	<b>Buku wajib 1-8</b>	
3	<b>Membedakan</b> karakter masing masing jenis Usaha dengan skala Usahanya & bentuk Badan Usaha	<p>6. <b>Menjelaskan</b> j enis-jenis usaha (manufaktur, jasa dan dagang)</p> <p>7. <b>Menjelaskan</b> k riteria skala usaha mikro, kecil, menengah dan perusahaan besar .</p> <p>8. <b>Menjelaskan</b> B entuk-bentuk badan usaha yang ada (perorangan, CV, PT, Firma, NV, Koperasi, Joint ventura,</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non test:</b> Mendiskusikan karakter masing masing jenis Usaha dengan skala Usahanya &amp; bentuk Badan Usaha</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>5. Ceramah 6. Diskusi 7. Discovery Learning 8. Tugas 1: Mendiskusikan karakter masing masing jenis Usaha dengan skala Usahanya &amp; bentuk Badan Usaha</p>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, cooperative learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>	<p>6. Jenis-jenis Usaha 7. Skala Usaha 8. Bentuk badan 9. Usaha 10. Kewirausahaan <b>Buku wajib 1-8</b></p>	<b>10%</b>



		<p>Leasing, Merger, Franchise,</p> <p><b>9. Mengidentifikasi</b> kekurangan dan kelebihan dari masing masing bentuk Badan Usaha.</p> <p><b>10. Menjelaskan</b> konsep kewirausahaan Tujuan Manfaat Pentingnya Karakteristik Wirausaha Kelebihan dan kekurangan wirausaha</p>					
4	<b>Menyusun</b> Perencanaan Bisnis	<p>3. <b>Menjelaskan</b> komponen dalam perencanaan bisnis yaitu :</p> <p><b>h.</b> Visi dan misi</p> <p><b>i.</b> Tujuan Bisnis</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> Berdiskusi dan membuat rancangan Perencanaan Bisnis</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>5. Ceramah</p> <p>6. Project Based Learning</p> <p>7. Presentasi</p> <p>8. <b>Tugas 1:</b> Berdiskusi untuk membuat rancangan Perencanaan Bisnis</p>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, project based learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan</p>	<p>3. Komponen dalam perencanaan bisnis yaitu :</p> <p>h. Visi dan misi</p> <p>i. Tujuan Bisnis</p> <p>j. Sasaran Bisnis</p> <p>k. Strategi Bisnis</p> <p>l. Alokasi Sumber Daya</p>	<b>10%</b>



		<p><i>j.</i> Sasaran Bisnis</p> <p><i>k.</i> Strategi Bisnis</p> <p><i>l.</i> Alokasi Sumber Daya</p> <p><i>m.</i> Implementasi Strategi</p> <p><i>n.</i> Pengendalian</p> <p>4. <b>Menentukan</b> Langkah langkah Penyusunan Perencanaan Bisnis</p>			<p>ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>	<p>m. Implementasi Strategi</p> <p>n. Pengendalian</p> <p>4. Langkah langkah Penyusunan Perencanaan Bisnis</p> <p><b>Buku Wajib 1-8</b></p>	
5	<p><b>Mengidentifikasi</b> Lingkungan Perusahaan</p> <p>Bisnis</p>	<p>5. <b>Menjelaskan</b> macam-macam lingkungan bisnis perusahaan :</p> <p>6. <b>Mengelompokkan</b> lingkungan Internal (berpengaruh secara langsung</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> Mendiskusikan Lingkungan Bisnis</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>5. Ceramah</p> <p>6. Discovery Learning</p> <p>7. Presentasi</p> <p>8. <b>Tugas 1:</b> memetakan lingkungan bisnis yang ada dari masing-masing kelompok/jenis usaha.</p>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, project based learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta</p>	<p>4. memetakan lingkungan bisnis yang ada dari masing-masing kelompok/jenis usaha.</p> <p>5. keterkaitan dari lingkungan bisnis yang ada,</p> <p>6. profil bisnis dari kelompok usaha</p>	<b>10%</b>



---

		<p>pada perusahaan ) : man, money, method, machine, material, dan Enterpreneur , pemasok.</p> <p>7. <b>Mengelompokan</b> lingkungan Eksternal (berpengaruh secara tidak langsung pada perusahaan) : ekonomi, politik, hukum, sosial budaya, regulasi pemerintah,</p> <p>8. <b>Menjelaskan</b> lingkungan Makro dan lingkungan Mikro</p>			<p>mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>	<p>UMKM dan perusahaan besar. <b>Buku Wajib 1-8</b></p>	
--	--	---	--	--	--	---	--

---



6	<b>Mengidentifikasi</b> analysis swot	5. <b>Menjelaskan</b> konsep swot analisis, tujuan pembuatan swot analisis. 6. <b>Menentukan</b> Tahapan pembuatan swot analisis 7. <b>Mengidentifikasi</b> Kekuatan dan Kelemahan dari lingkungan internal perusahaan 8. <b>Mengidentifikasi</b> Peluang dan Ancaman dari lingkungan internal perusahaan	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk non tes:</b> Berdiskusi dan membuat rancangan swot analysis	<b>Kuliah:</b> 5. Ceramah 6. Project Based Learning 7. Presentasi 8. <b>Tugas 1:</b> membuat rancangan swot analysis	<b>Elearning:</b> Take and give, project based learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.	SWOT Analysis <b>Buku Wajib 1-8</b>	<b>10%</b>
7	<b>Memahami</b> konsep Etika dan Tanggung Jawab sosial Perusahaan	7. <b>Menjelaskan</b> konsep etika dan norma secara umum.	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk non tes:</b>	<b>Kuliah:</b> 5. Ceramah 6. Project Based Learning 7. Presentasi 8. <b>Tugas 1:</b>	<b>Elearning:</b> Take and give, project based learning, pemberian informasi	Etika dan Tanggung Jawab sosial Perusahaan <b>Buku Wajib 1-8</b>	<b>10%</b>



		<p>8. <b>Menjelaskan</b> konsep etika bisnis</p> <p>9. <b>Menjelaskan</b> komponen Etika Bisnis</p> <p>10. <b>Menjelaskan</b> Konsep Tanggung jawab sosial Perusahaan (CSR)</p> <p>11. <b>Mengelompokan</b> model praktek CSR</p> <p>12. Menganalisa praktek CSR dari Perusahaan kecil sedang dan besar</p>	<p>Berdiskusi mengenai praktek CSR yang sudah dilakukan oleh pelaku UMKM dan perusahaan besa</p>	<p>Menganalisis praktek CSR yang sudah dilakukan oleh pelaku UMKM dan perusahaan besa</p>	<p>singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>		
<b>8</b>	<b>Ujian Tengah Semester</b>						
<b>9</b>	<p>Menerapkan Aspek Pemasaran dalam kegiatan bisnis</p>	<p>6. <b>Menjelaskan</b> pengertian konsep pemasaran, Fungsipemasaran</p> <p>- Segmentasi</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> Mendiskusikan tentang konsep</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>5. Ceramah</p> <p>6. Diskusi</p> <p>7. Project Based Learning</p> <p>8. <b>Tugas 1:</b></p>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, discovery learning, pemberian informasi singkat, jelas,</p>	<p>Aspek dalam Bisnis : Aspek Pemasaran <b>Buku wajib 1-8</b></p>	<b>10%</b>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Targeting</li> <li>- Positioning</li> </ul> <p>7. <b>Menjelaskan</b> konsep Strategi Pemasaran</p> <p>8. <b>Mengelompokan</b> Marketing mix ( perusahaan secara umum 4 P (product, price, place, promotion ) dan perusahaan jasa 7P (product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence )</p>	<p>dasar marketing mix (4P dan 7P)</p>	<p>analisis STP dari salah satu contoh perusahaan manufactur, jasa dan dagang</p>	<p>dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>		
<b>10</b>	<b>Menerapkan</b> Aspek Operasional dalam kegiatan bisnis	8. <b>Menjelaskan</b> Pengertian manajemen operasional, Proses produksi dan pelayanan.	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non tes:</b></p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5. Ceramah</li> <li>6. Diskusi</li> <li>7. Project Based Learning</li> <li>8. <b>Tugas</b></li> </ul>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, discovery learning, pemberian informasi</p>	Aspek dalam Bisnis : Aspek Operasional <b>Buku wajib 1-8</b>	<b>10%</b>



		<p>9. Konsep design produk</p> <p>10. Kebutuhan bahan dan alat</p> <p>11. <b>Menentukan</b> Sifat proses dan sifat produk</p> <p>12. <b>Mengidentifikasi</b> Lay out proses produksi</p> <p>13. <b>Menjelaskan</b> konsep Manajemen Persediaan</p> <p>14. <b>Menganalisis</b> Kebutuhan dengan metode EOQ, ROP</p>	<p>Merancang salah design produk yang dipilih dan menentukan kebutuhan bahan dan sarprasnya.</p>	<p>Merancang salah design produk yang dipilih dan menentukan kebutuhan bahan dan sarprasnya</p>	<p>singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>		
<b>11</b>	Aspek Sumberdaya Manusia dalam kegiatan bisnis	<p>6. <b>Menjelaskan</b> Pengertian tentang konsep SDM</p> <p>7. <b>Mengidentifikasi</b> Fungsi SDM : analisis</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> Mendiskusikan peranan Sumberdaya Manusia dalam</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>5. Ceramah</p> <p>6. Diskusi</p> <p>7. <i>Project Based learning</i></p> <p>8. Tugas 1:</p>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, discovery learning, pemberian informasi singkat, jelas,</p>	Aspek dalam Bisnis : Aspek Sumberdaya Manusia (SDM) <b>Buku wajib 1-8</b>	<b>10%</b>



		<p>kebutuhan TK, perencanaan,</p> <p>8. rekrutment , seleksi, penempatan, pengelolaan, pengembangan dan</p> <p>9. pemberhentian.</p> <p>10. <b>Menjelaskan</b> beberapa Teori motivasi</p>	kegiatan bisnis	Berdiskusi tentang peran SDM dalam perusahaan	dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.		
<b>12</b>	Menerapkan Aspek keuangan dalam kegiatan bisnis	<p>4. <b>Menjelaskan</b> Pengertian aspek Keuangan</p> <p>5. Manajemen Keuangan</p> <p>6. <b>Menganalisis</b> kebutuhan dana</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sumberdana</li> <li>• Kinerja Keuangan</li> <li>• Laporan keuangan</li> <li>• Analisis ratio (likwiditas, solvabilitas, rentabilitas)</li> </ul>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> Mendiskusikan kebutuhan dana yang diperlukan untuk usaha dan mengidentifikasi sumber-sumber dana dari lembaga keuangan Bank dan non Bank.</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>5. Ceramah</p> <p>6. Diskusi</p> <p>7. Project Based learning</p> <p>8. Tugas 1: menghitung kebutuhan dana yang diperlukan untuk usaha dan mengidentifikasi sumber-sumber dana dari lembaga keuangan Bank dan non Bank.</p>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, discovery learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>	Aspek dalam Bisnis : Aspek Keuangan <b>Buku wajib 1-8</b>	<b>10%</b>



		dan aktivitas )					
<b>13-14</b>	Menyusun Konsep Bisnis Plan aspek bisnis perusahaan	Megidentifikasi 4 aspek bisnis perusahaan	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> Megidentifikasi 4 aspek bisnis perusahaan</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Ceramah</li> <li>6. Diskusi</li> <li>7. Project Based learning</li> <li>8. Tugas 1: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Megidentifikasi 4 aspek bisnis perusahaan</li> </ul> </li> </ol>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, discovery learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.</p>	4 aspek bisnis perusahaan <b>Buku wajib 1-8</b>	<b>10%</b>
<b>15</b>	Menggambarkan SIM dalam ranah bisnis	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. <b>Menjelaskan</b> Pengertian sistem informasi manajemen Fungsi SIM</li> <li>4. <b>Menganalisis</b> Hubungan SIM dan dunia Bisnis</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non tes:</b> mengaitkan peran IT dalam menunjang keberhasilan alur SIM dalam organisasi.</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Ceramah</li> <li>6. Diskusi</li> <li>7. Project Based learning</li> <li>8. Tugas 1: <ul style="list-style-type: none"> <li>• mengaitkan peran IT dalam menunjang keberhasilan alur</li> </ul> </li> </ol>	<p><b>Elearning:</b> Take and give, discovery learning, pemberian informasi singkat, jelas, dan padat yang menuntut kemampuan ingatan dan</p>	Sistem Informasi Manajemen <b>Buku wajib 1-8</b>	<b>10%</b>



				SIM dalam organisasi. <ul style="list-style-type: none"> <li>• contoh kasus praktek SIM</li> </ul>	pemahaman yang cepat, serta mendiskusikan materi yang disajikan agar dapat berpikir tingkat tinggi.		
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						

**Catatan :**

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.



10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

#### B. RPS RISET PEMASARAN

		<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA FAKULTAS EKONOMI</b> Kampus Ketintang Surabaya 60231 Telp: (031) 8285362, 8280009 Ps.700-710 Fax (031) 8293416				<b>Kode Dokumen</b>		
<b>RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER</b>								
<b>MATA KULIAH (MK)</b>		<b>KODE</b>	<b>Rumpun MK</b>		<b>BOBOT (sks)</b>		<b>SEMESTER</b>	<b>Tgl Penyusunan</b>
Riset Pemasaran					T=3 P=0		6	2020
<b>OTORISASI</b>		<b>Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Ketua PRODI</b>		
		Dr. Harti, M.Si. Septyan Budy Cahya, S.Pd., M.Pd.		Dr. Harti, M.Si.		Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., M.SM.		
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>							
	PLO3	Mampu mengaplikasikan konsep dan prinsip pedagogi, didaktik dan ilmu Bisnis dan Pemasaran untuk melakukan perancangan, pengelolaan dan evaluasi dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai bidang						
	PLO6	Mampu menerapkan konsep teoritik bidang keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan bidang keilmuan lain yang serumpun						
	PLO7	Mampu merancang penelitian di bidang pendidikan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)						
	PLO8	Mampu melaksanakan penelitian sesuai bidang yang meliputi kegiatan merumuskan masalah, mengolah, menganalisis, menginterpretasi data yang diperoleh dan mengkomunikasikan hasilnya						
	PLO12	Mampu menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja baik secara individu maupun kelompok						
<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>								



	CPMK1	Mampu mengaplikasikan konsep dan prinsip ilmu Bisnis dan Pemasaran untuk melakukan perancangan, pengelolaan dan evaluasi dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang riset pemasaran (PLO3)
	CPMK2	Mampu menerapkan konsep teoritik tentang informasi pasar yang terkait dengan perilaku pasar sehingga pelaku bisnis dalam mengambil keputusan pemasaran mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar (PLO6)
	CPMK3	Mampu merancang penelitian di bidang pemasaran (PLO7)
	CPMK4	Mampu melaksanakan penelitian di bidang pemasaran yang meliputi kegiatan merumuskan masalah, mengolah, menganalisis, menginterpretasi data yang diperoleh dan mengkomunikasikan hasilnya dengan memanfaatkan teknologi. (PLO8)
	CPMK5	Mampu Bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja baik mandiri maupun kelompok komunikatif, apresiatif dan Partisipatif. (PLO12)
	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>	
	Sub-CPMK1	Mampu mengidentifikasi karakteristik riset pemasaran, karir dalam riset Pemasaran, dan masalah dalam keputusan manajemen pemasaran (CPMK1, CPMK2, CPMK5)
	Sub-CPMK2	Mampu Mengidentifikasi dan menyusun desain riset sesuai dengan tujuan yang diharapkan (CPMK1, CPMK2, CPMK5)
	Sub-CPMK3	Mampu Mengkonstruksi kuesioner sesuai dengan masalah riset pemasaran dan menguji kualitas instrument (CPMK1, CPMK2, CPMK5)
	Sub-CPMK4	Mampu Memilih teknik pengambilan dan menentukan jumlah sampel (CPMK1, CPMK2, CPMK3, CPMK5)
	Sub-CPMK5	Mampu menyusun proposal riset dalam bidang pemasaran (CPMK1, CPMK2, CPMK3, CPMK5)
	Sub-CPMK6	Mampu melakukan riset dalam bidang pemasaran (CPMK1, CPMK2, CPMK4, CPMK5)
		Korelasi CPMK terhadap Sub CPMK
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Mata kuliah ini membahas konsep analisis sistem administrasi mulai dari mendefinisikan sistem, analisis dalam administrasi, serta terkait dengan kemampuan menganalisis sistem administrasi dalam sebuah lembaga atau instansi.	
<b>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. karakteristik riset pemasaran dan karir dalam riset</li> <li>2. Masalah keputusan manajemen pemasaran</li> <li>3. Desain riset pemasaran</li> <li>4. Desain riset kausal</li> <li>5. Kuisisioner dan instrument riset pemasaran</li> <li>6. Prosedur penentuan sampel</li> <li>7. Proposal riset pemasaran</li> </ol>	



	8. Riset dan analisis strategi produk dan price 9. Riset dan analisis strategi promosi dan distribusi 10. Riset dan analisis perilaku konsumen 11. Riset dan analisis keputusan pembelian 12. Riset dan analisis customer value 13. Riset dan analisis bisnis online 14. Riset dan analisis pemasaran bisnis UMKM						
<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>						
	1. Husein Umar, 2000. , 1D Riset Pemasaran 1D, Penerbit PT Gramedia PustakaUtama, Jakarta . 2. Freddy Rangkuti, 1999. , 1D Riset Pemasaran 1D, Penerbit PT GramediaPustaka Utama, Jakarta . 3. Naresh K. Malhotra, 1D Marketing Research: An Applied Orientation 1D,Prentice Hall International, Inc. Third Edition, 1999. 4. Singgih Santoso, 2002. , 1DRiset Pemasaran: Konsep dan Alikasi SPSS 1D,Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta .						
	<b>Pendukung :</b>						
	1. Sugiarto, Dergibson Siagian, Lasmono Tri Sunaryanto, and Deny S. Oetomo, 2001. , 1D Teknik Sampling 1D, Penerbit PT Gramedia PustakaUtama, Jakarta . 2. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009.Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid I. Jakarta:Erlangga						
<b>Dosen Pengampu</b>	Dr. Harti, M.Si. Septyan Budy Cahya, S.Pd., M.Pd.						
<b>Matakuliah syarat</b>	Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen						
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ Estimasi Waktu ]		Materi Pembelajaran [ Pustaka ]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mampu mengidentifikasi karakteristik riset pemasaran dan karir dalam riset	1. Mendeskripsikan pengertian, klasifikasi dan pemanfaatan riset pemasaran	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian <b>Bentuk Non Test:</b> 1. Melakukan identifikasi	<b>Kuliah:</b> 1. Ceramah 2. Diskusi 3. PBL 4. Tugas-1:	<b>Elearning:</b>	1. Definisi dan klasifikasi riset pemasaran 2. perbedaan riset pemasaran dengan riset pada bidang lain.	100%



	pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Membedakan riset pemasaran dengan riset pada bidang lain.</li> <li>3. Mendeskripsikan proses riset pemasaran</li> <li>4. Mendeskripsikan praktek riset pemasaran dalam industri riset pemasaran</li> </ol>	<p>tentang praktek riset pemasaran oleh perusahaan riset pemasaran.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Mendiskusikan hasil identifikasi tentang praktek riset pemasaran oleh perusahaan riset pemasaran.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan identifikasi tentang praktek riset pemasaran oleh perusahaan riset pemasaran.</li> <li>• Mendiskusikan hasil identifikasi tentang praktek riset pemasaran oleh perusahaan riset pemasaran.</li> </ul>		<ol style="list-style-type: none"> <li>3. proses riset pemasaran</li> <li>4. praktek riset pemasaran dalam industri riset pemasaran</li> </ol> <p><b>Buku wajib 1-3</b></p>	
2	Mampu Mendefinisikan masalah riset pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendefinisikan masalah keputusan manajemen pemasaran.</li> <li>2. Mendefinisikan masalah riset pemasaran</li> <li>3. Mengidentifikasi kebutuhan informasi untuk memecahkan masalah riset pemasaran</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non test dan test:</b> Mengidentifikasi masalah keputusan dan merumuskannya menjadi masalah riset pemasaran</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah</li> <li>2. PBL</li> <li>3. Tugas 1: Mengidentifikasi masalah keputusan dan merumuskannya menjadi masalah riset pemasaran</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definisi masalah keputusan manajemen pemasaran</li> <li>2. masalah riset pemasaran</li> <li>3. kebutuhan informasi untuk memecahkan masalah riset pemasaran.</li> </ol> <p><b>Buku wajib 1-3</b></p>	100%
3	Mampu Mengidentifikasi dan menyusun desain riset sesuai dengan tujuan yang diharapkan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendeskripsikan jenis-jenis desain riset pemasaran.</li> <li>2. Mengidentifikasi dan menyusun desain riset eksploratori</li> <li>3. Mengidentifikasi dan menyusun</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non test:</b> Merangkum dan mempresentasikan desain riset pemasaran</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diskusi</li> <li>2. PBL</li> <li>3. Tugas 1: Merangkum dan mempresentasikan desain riset pemasaran sistem</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Klasifikasi desain riset pemasaran</li> <li>2. Desain riset eksploratori</li> <li>3. Desain deskriptif Desain deskriptif</li> </ol> <p><b>Buku wajib 1-3</b></p>	100%



		desain riset deskriptif					
4	Mampu Mengidentifikasi dan menyusun desain riset kausal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendemonstrasikan fenomena kausalitas dalam bidang pemasaran.</li> <li>2. Mampu Mendeskripsikan sumber-sumber invaliditas dalam eksperimen</li> <li>3. Mendemonstrasikan jenis-jenis eksperimen dalam riset pemasaran</li> <li>4. Menyusun desain riset kausal</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk:</b> Merangkum dan mempresentasikan desain riset kausal/eksperimen</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah</li> <li>2. Diskusi</li> <li>3. <i>Discovery learning</i></li> <li>4. <b>Tugas 1:</b> Merangkum dan mempresentasikan desain riset kausal/eksperimen</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. fenomena kausalitas dalam bidang pemasaran.</li> <li>2. Mampu Mendeskripsikan sumber-sumber invaliditas dalam eksperimen</li> <li>3. Mendemonstrasikan jenis-jenis eksperimen dalam riset pemasaran</li> <li>4. Menyusun desain riset kausal <b>Buku wajib 1-3</b></li> </ol>	<b>100%</b>
5	Mampu Mengkonstruksi kuesioner sesuai dengan masalah riset pemasaran dan menguji kualitas instrumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendesain kuesioner dengan penggunaan skala yang tepat.</li> <li>2. Menilai validitas dan reliabilitas kuesioner</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk:</b> Merangkum dan mempresentasikan prosedur dan contoh kuesioner untuk riset pemasaran.</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diskusi kelompok</li> <li>2. Presentasi</li> <li>3. PJBL</li> <li>4. <b>Tugas 1:</b> Merangkum dan mempresentasikan prosedur dan contoh kuesioner untuk riset pemasaran.</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Skala pengukuran</li> <li>2. Desain kuisisioner</li> <li>3. Reabilitas kuisisioner</li> <li>4. Validitas kuisisioner <b>Buku Wajib 1-3</b></li> </ol>	<b>100%</b>
6	Mampu Memilih teknik pengambilan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendesain pemilihan sampe</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diskusi kelompok</li> <li>2. Presentasi</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definisi sampel</li> <li>2. Pemilihan sampel</li> <li>3. Ukuran sampel</li> </ol>	<b>100%</b>



	dan menentukan jumlah sampel	2. Menentukan ukuran sampel	<b>Bentuk:</b> Merangkum dan mempresentasikan teknik penarikan sampel serta latihan memilih sampel dari kasus populasi terbatas (finite) dan tidak terbatas (infinite)	<b>3. Tugas 1:</b> Merangkum dan mempresentasikan teknik penarikan sampel serta latihan memilih sampel dari kasus populasi terbatas (finite) dan tidak terbatas (infinite)		<b>Buku wajib 1-3</b>	
7	Menyusun proposal riset pemasaran	1. Menyusun proposal riset pemasaran sesuai masalah keputusan riset 2. Memilih sumber pustaka dan mengembangkan hipotesis, memilih Teknik sampling, 3. Menyusun instrumen yang akan digunakan, 4. Menentukan Teknik analisis data.	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk:</b> Menyusun proposal riset pemasaran	<b>Kuliah:</b> 1. Diskusi kelompok 2. Presentasi 3. PJBL <b>4. Tugas 1:</b> Menyusun proposal riset pemasaran		1. Sistematika proposal riset pemasaran 2. Contoh proposal riset pemasaran <b>Buku wajib 1-3</b>	<b>100%</b>
<b>8</b>	<b>Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengan Semester</b>						
9	Mampu melakukan Riset dan analisis strategi produk dan harga	1. Mendeskripsikan tujuan riset strategi produk dan price 2. Membuat dan menganalisis riset strategi produk dan price	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk non tes dan tes</b> 1. Membuat dan menganalisis riset strategi	<b>Kuliah:</b> 1. Diskusi 2. <i>Discovery learning</i> 3. <b>Tugas 1:</b> Membuat dan menganalisis riset		1. Strategi pemasaran produk 2. Strategi pemasaran harga 3. Riset pemasaran strategi produk dan harga	<b>100%</b>



			produk dan price	strategi produk dan price		Buku wajib 1-3	
10	Mampu melakukan Riset dan analisis strategi promosi dan distribusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mendeskripsikan tujuan riset strategi promosi dan distribusi</li> <li>Membuat dan menganalisis riset strategi promosi dan distribusi</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk:</b> 1. Membuat dan menganalisis riset strategi promosi dan distribusi</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Diskusi</li> <li><i>Discovery learning</i></li> <li><b>Tugas 1:</b> Membuat dan menganalisis riset strategi promosi dan distribusi</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>Strategi pemasaran promosi</li> <li>Strategi pemasaran distribusi</li> <li>Riset pemasaran strategi promosi dan distribusi</li> </ol> <p><b>Buku wajib 1-3</b></p>	100%
11	Mampu melakukan Riset dan analisis perilaku konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mendeskripsikan tujuan riset perilaku konsumen</li> <li>Membuat dan menganalisis riset perilaku konsumen</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk:</b> 1. Membuat dan menganalisis riset perilaku konsumen</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Diskusi</li> <li><i>Discovery learning</i></li> <li><b>Tugas 1:</b> Membuat dan menganalisis riset perilaku konsumen</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>Perilaku konsumen</li> <li>Riset pemasaran perilaku konsumen</li> </ol> <p><b>Buku wajib 1-3</b></p>	100%
12	Mampu melakukan Riset dan analisis keputusan pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>Membuat dan menganalisis riset keputusan pembelian</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk:</b> 1. Membuat dan menganalisis riset keputusan pembelian</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Diskusi</li> <li><i>Discovery learning</i></li> <li><b>Tugas 1:</b> Membuat dan menganalisis riset keputusan pembelian</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>Riset pemasaran keputusan pembelian</li> </ol> <p><b>Buku wajib 1-3</b></p>	100%
13	Mampu melakukan Riset dan analisis customer value	<ol style="list-style-type: none"> <li>Membuat dan menganalisis riset customer value</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Diskusi</li> <li><i>Discovery learning</i></li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>Riset pemasaran customer value</li> </ol>	100%



			<b>Bentuk:</b> 1. Membuat dan menganalisis riset customer value	<b>3. Tugas 1:</b> Membuat dan menganalisis riset customer value		<b>Buku wajib 1-3</b>		
14	Mampu melakukan Riset dan analisis bisnis online	1. Membuat dan menganalisis riset bisnis online	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk:</b> 1. Membuat dan menganalisis riset bisnis online	<b>Kuliah:</b> 1. Diskusi 2. <i>Discovery learning</i> <b>3. Tugas 1:</b> Membuat dan menganalisis riset bisnis online		1. Riset pemasaran bisnis online  <b>Buku wajib 1-3</b>	100%	
15	Mampu melakukan Riset dan analisis pemasaran bisnis UMKM	1. Membuat dan menganalisis riset pemasaran UMKM	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk:</b> 1. Membuat dan menganalisis riset pemasaran UMKM	<b>Kuliah:</b> 1. Diskusi 2. <i>Discovery learning</i> <b>3. Tugas 1:</b> Membuat dan menganalisis riset pemasaran UMKM		1. Riset pemasaran UMKM  <b>Buku wajib 1-3</b>	100%	
16	<b>Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester</b>							

**Catatan :**

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.



- 
4. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
  5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
  6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
  7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
  8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
  9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
  10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
  11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
  12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.



C. RPS SALESMANSHIP

## Rencana Pembelajaran Semester

 <b>UNESA</b> Universitas Negeri Surabaya	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN</b> <b>UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA</b> <b>FAKULTAS EKONOMI</b> Kampus Ketintang Surabaya 60231 Telp: (031) 8285362, 8280009 Ps.700-710 Fax (031) 8293416					<b>Kode Dokumen</b>
	<b>RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER</b>					
<b>MATA KULIAH (MK)</b>	<b>KODE</b>	<b>Rumpun MK</b>	<b>BOBOT (sks)</b>		<b>SEMESTER</b>	<b>Tgl Penyusunan</b>
Salesmanship			<b>T=2</b>	<b>P=0</b>	4	2020
<b>OTORISASI</b>	<b>Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Ketua PRODI</b>	
	Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd Septyan Budy Cahya, S.Pd., M.Pd.		Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd		Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., M.SM.	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>					
	PLO3	Mampu mengaplikasikan konsep dan prinsip pedagogi, didaktik dan ilmu Bisnis dan Pemasaran untuk melakukan perancangan, pengelolaan dan evaluasi dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai bidang				
	PLO6	Mampu menerapkan konsep teoritik bidang keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan bidang keilmuan lain yang serumpun				
	PLO9	Mampu melakukan pengembangan diri dalam pedagogi dan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) melalui jenjang pendidikan yang lebih tinggi dan penelitian				
	PLO11	Mampu mengaplikasikan nilai, norma, dan etika profesi pendidik Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan mengaplikasikan sikap wirausaha dalam memecahkan masalah sesuai dengan bidangnya				
	PLO12	Mampu menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja baik secara individu maupun kelompok				
	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>					
	CPMK1	Memanfaatkan sumber belajar dan TIK untuk mendukung pemcapaian kompetensi mahasiswa terkait dengan kemampuan melakukan salesmanship (PLO3)				
	CPMK2	Memiliki pengetahuan dan wawasan tentang salesmanship (PLO6)				
	CPKM3	Mampu mengidentifikasi tentang produk, pelanggan, dan jejaring dunia bisnis (PLO6, PLO9, PLO12)				
CPMK4	Memiliki ketrampilan komunikasi dan strategi untuk melakukan salesmanship (PLO6, PLO11)					



	CPKM5	Mempunyai pengalaman membangun relasi dengan dunia bisnis dan pelanggan (PLO3, PLO12)
	CPKM6	Memiliki sikap bertanggung jawab, kreatif, dan inovatif dalam menangani produk dan pelanggan (PLO9, PLO11)
	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>	
	Sub-CPMK1	Mampu Merumuskan penjualan pribadi dan konsep pemasaran. (CPMK1, CPMK2, CPMK6)
	Sub-CPMK2	Mampu Mengidentifikasi Proses penjualan (CPMK1, CPMK2, CPMK6)
	Sub-CPMK3	Mampu Meningkatkan teknik komunikasi penjualan. (CPMK1, CPMK2, CPMK4, CPMK5, CPMK6)
	Sub-CPMK4	Mampu Mengembangkan dan meningkatkan penjualan yang berkualitas (CPMK1, CPMK2, CPMK3, CPMK4, CPMK5, CPMK6)
	Sub-CPMK5	Mampu Mendeskripsikan model-model penjualan (CPMK1, CPMK2, CPMK3, CPMK4, CPMK5, CPMK6)
	Sub-CPMK6	Mampu Menerapkan berbagai trik penjualan (CPMK1, CPMK4, CPMK5, CPMK6)
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Mata kuliah ini membahas konsep analisis sistem administrasi mulai dari mendefinisikan sistem, analisis dalam administrasi, serta terkait dengan kemampuan menganalisis sistem administrasi dalam sebuah lembaga atau instansi.	
<b>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>15. Keahlian penjualan pribadi, aspek, peluang, karakter penjualan</li> <li>16. Proses penjualan</li> <li>17. Membangun komunikasi penjualan yang efektif dan keterampilan negosiasi serta presentasi.</li> <li>18. Membangun strategi hubungan</li> <li>19. Tradisional dan focused selling</li> <li>20. Promosi penjualan</li> <li>21. Trik penjualan harga dan psikologis.</li> </ol>	
<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>	
		<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Selling To Day ( Membangun kemitraan yangberkualitas), Gerald L. Manning &amp; Barry L Reece, Indeks</li> <li>6. ClusterStrategy (Strategi Memaksimalkan Sales Promotion tanpa diketahui pesaing),Gramedia.</li> <li>7. SeniMenjual ( Ide-ide penjualan, PersfektifBisnis,Strategi Pemasaran), Ali Arifin&lt; Penerbit Andi.</li> <li>8. Singgih Santoso, 2002. , 1DRiset Pemasaran: Konsep dan Alikasi SPSS 1D,Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta .</li> </ol>
	<b>Pendukung :</b>	
		<ol style="list-style-type: none"> <li>9. Salesoperation, Mark Plus Institute of Marketing ( MIM academy ) Esensi 2010.</li> <li>10. David Cowper &amp; Andrew haynes 2000. Mega Selling Erlangga, Jakarta .</li> </ol>



		11. HermawanKertajaya. 2014. Wow Selling . Jakarta:Gramedia Pustaka Utama					
<b>Dosen Pengampu</b>		Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd. Septyan Budy Cahya, S.Pd., M.Pd.					
<b>Matakuliah syarat</b>							
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [ Pustaka ]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mampu merumuskan penjualan pribadi dan konsep pemasaran.	1. Mendeskripsikan kontribusi pribadi sampai ke perekonomian yang berbasis informasi 2. Mendeskripsikan penjualan pribadi sebagai perluasan dari konsep pemasaran 3. Mendeskripsikan evolusi penjualan konsultatif dari era pemasaran sampai sekarang 4. Mendefinisikan penjualan startegik dan menyebutkan keempat bidang stratejik dalam model penjualan startejik/konsumtif.	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian <b>Bentuk Non Test:</b> 3. Melakukan identifikasi tentang praktek riset pemasaran oleh perusahaan riset pemasaran. 4. Menguasai hasil identifikasi tentang praktek riset pemasaran oleh perusahaan riset pemasaran.	<b>Kuliah:</b> 5. Ceramah 6. Diskusi 7. PBL 8. Tugas-1: • Melakukan identifikasi penjualan pribadi sebagai perluasan dari konsep pemasaran serta evolusi penjualan konsultatif dari era pemasaran sampai saat ini.	<b>Elearning:</b>	5. Definisi penjualan pribadi 6. Konsep pemasaran 7. Evolusi kemitraan <b>Buku wajib 1-3</b>	100%



		5. Mendeskripsikan evolusi kemitraan dan Menguasai kaitan kemitraan tersebut dengan proses perbaikan kualitas					
2	Mampu merumuskan penjualan pribadi dalam era reformasi	<p>1. Mendeskripsikan bagaimana keahlian dalam penjualan pribadi turut menyumbang terhadap pekerjaan yang dikerjakan oleh pekerja yang berpengetahuan</p> <p>2. Menguasai aspek yang didapat dari karier dalam penjualan pribadi.</p> <p>3. Mendeskripsikan peluang untuk wanita dan kelompok minoritas dalam bidang penjualan pribadi.</p> <p>4. Menguasai karakter dari posisi penjualan dalam empat pekerjaan utama : jasa, pengecer, grosir, dan pabrik.</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non test dan test:</b> Mengidentifikasi masalah keputusan dan merumuskannya menjadi masalah riset pemasaran</p>	<p><b>Kuliah:</b> 4. Ceramah 5. <i>PBL</i> 6. Tugas 1: • Mengidentifikasi karakter dari posisi penjualan dalam empat pekerjaan utama : jasa, pengecer, grosir, dan pabrik.</p>		<p>4. Keahlian penjualan pribadi 5. Penjualan jasa, ritel, grosir, dan pabrik <b>Buku wajib 1-3</b></p>	<b>100%</b>
3	Mampu merumuskan penjualan pribadi dalam era reformasi	1. Mendeskripsikan bagaimana keahlian dalam penjualan pribadi turut menyumbang terhadap pekerjaan yang dikerjakan oleh	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk non test:</b> Merangkum dan mempresentasikan</p>	<p><b>Kuliah:</b> 4. <b>Diskusi</b> 5. <b>PBL</b> 6. <b>Tugas 1:</b> Merangkum dan mempresentasikan</p>		<p>4. Keahlian penjualan pribadi 5. Penjualan jasa, ritel, grosir, dan pabrik</p>	<b>100%</b>



		<p>pekerja yang berpengetahuan</p> <p>2. Menguasai aspek yang didapat dari karier dalam penjualan pribadi.</p> <p>3. Mendeskripsikan peluang untuk wanita dan kelompok minoritas dalam bidang penjualan pribadi.</p> <p>4. Menguasai karakter dari posisi penjualan dalam empat pekerjaan utama : jasa, pengecer, grosir, dan pabrik.</p>	<p>Penjualan pribadi dalam era reformasi.</p>	<p>desain riset pemasaran sistem</p>		<p><b>Buku wajib 1-3</b></p>	
4	<p>Mampu mengidentifikasi proses penjualan</p>	<p>1. Mendeskripsikan proses penjualan, definisi prospecting, pertanyaan pelanggan, Teknik menawarkan, penanganan penolakan pembeli, cara menutup penjualan dan layanan purna jual.</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk:</b> Merangkum dan mempresentasikan proses penjualan</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>5. Ceramah</p> <p>6. Diskusi</p> <p>7. <i>Discovery learning</i></p> <p>8. <b>Tugas 1:</b> Merangkum dan mempresentasikan desain riset kausal/eksperimen</p>		<p>5. Proses penjualan,</p> <p>6. definisi prospecting, pertanyaan pelanggan</p> <p>7. Teknik menawarkan, penanganan penolakan pembeli,</p> <p>8. cara menutup penjualan dan layanan purna jual.</p> <p><b>Buku wajib 1-3</b></p>	<p><b>100%</b></p>



5	Mampu mengidentifikasi proses penjualan	3. Mendeskripsikan proses penjualan, definisi prospecting, pertanyaan pelanggan, Teknik menawarkan, penanganan penolakan pembeli, cara menutup penjualan dan layanan purna jual.	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk:</b> Merangkum dan mempresentasikan proses penjualan	<b>Kuliah:</b> 5. Diskusi kelompok 6. Presentasi 7. PJBL 8. <b>Tugas 1:</b> Merangkum dan mempresentasikan prosedur dan contoh kuesioner untuk riset pemasaran.		5. Proses penjualan, 6. definisi prospecting, pertanyaan pelanggan 7. Teknik menawarkan, penanganan penolakan pembeli, 8. cara menutup penjualan dan 9. layanan purna jual. <b>Buku Wajib 1-3</b>	<b>100%</b>
6	Mampu meningkatkan teknik komunikasi penjualan.	3. Mendeskripsikan bagaimana membangun komunikasi penjualan yang efektif. 4. Mendeskripsikan dasar-dasar ketrampilan negosiasi. 5. Mendeskripsikan dasar-dasar ketrampilan presentasi.	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk:</b> Mempresentasikan teknik komunikasi penjualan	<b>Kuliah:</b> 4. Diskusi kelompok 5. Presentasi 6. <b>Tugas 1:</b> Merangkum dan mempresentasikan teknik penarikan sampel serta latihan memilih sampel dari kasus populasi terbatas (finite) dan tidak terbatas (infinite)		4. Membangun komunikasi penjualan yang efektif 5. Dasar-dasar ketrampilan negosiasi. 6. Dasar-dasar ketrampilan presentasi <b>Buku wajib 1-3</b>	<b>100%</b>
7	Mampu meningkatkan teknik komunikasi penjualan.	5. Mendeskripsikan bagaimana membangun	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk:</b>	<b>Kuliah:</b> 5. Diskusi kelompok 6. Presentasi 7. PJBL		3. Komunikasi Penjualan	<b>100%</b>



		komunikasi penjualan yang efektif. 6. Mendeskripsikan dasar-dasar ketrampilan negosiasi. 7. Mendeskripsikan dasar-dasar ketrampilan presentasi.	Mempraktikkan keterampilan negosiasi dan presentasi	<b>8. Tugas 1:</b> Menyusun proposal riset pemasaran		4. Dasar keterampilan negosiasi. 5. Dasar-dasar ketrampilan presentasi <b>Buku wajib 1-3</b>	
<b>8</b>	<b>Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengah Semester</b>						
<b>9</b>	Mampu mengembangkan dan meningkatkan penjualan yang berkualitas.	3. Menerangkan pentingnya membangun strategi hubungan. 4. Mendefinisikan kemitraan dan Mendeskripsikan hubungan kemitraan. 5. Menyebutkan empat kelompok kunci yang diperlukan penjual untuk membangun strategi hubungan 6. Mendeskripsikan bagaimana citra diri membentuk dasar untuk membina hubungan penjualan jangka panjang.	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk non tes dan tes</b> 2. Membuat dan menganalisis riset strategi produk dan price	<b>Kuliah:</b> 4. Diskusi 5. <i>PJBL</i> 6. <b>Tugas 1:</b> Membuat dan mempraktikkan strategi komunikasi percakapan yang membantu kita dalam membina hubungan		4. Definisi kemitraan 5. Hubungan kemitraan 6. Strategi hubungan <b>Buku wajib 1-3</b>	<b>100%</b>
<b>10</b>	Mampu mengembangkan dan meningkatkan penjualan yang berkualitas.	3. Mendeskripsikan pentingnya hubungan yang saling menguntungkan.	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk:</b>	<b>Kuliah:</b> 4. Diskusi 5. <i>PJBL</i> 6. <b>Tugas 1:</b>		4. Hubungan saling menguntungkan	<b>100%</b>



		<p>4. Mengetahui dan Mendeskripsikan factor non verbal utama yang membentuk citra penjualan kita.</p> <p>5. Mendeskripsikan strategi percakapan yang membantu kita dalam membina hubungan.</p> <p>6. Menjelaskan bagaimana menciptakan rencana pengembangan diri berdasarkan pada strategi pengembangan pribadi</p>	<p>5. Membuat dan menganalisis strategi promosi dan distribusi</p>	<p>Membuat dan mempraktikkan strategi komunikasi percakapan yang membantu kita dalam membina hubungan</p>		<p>5. Faktor pembentuk citra penjualan</p> <p>6. Strategi percakapan komunikasi</p> <p><b>Buku wajib 1-3</b></p>	
11	Mampu Mendeskripsikan model-model penjualan.	<p>3. Mendeskripsikan perbedaan antara tradisional dan customer focused selling.</p> <p>4. Mendeskripsikan peran penjual dalam customer focused selling.</p> <p>5. Mengetahui teknik menutup penjualan pada B2B.</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian</p> <p><b>Bentuk:</b> 2. Membuat dan menganalisis riset perilaku konsumen</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>4. Diskusi</p> <p>5. <i>Discovery learning</i></p> <p>6. <b>Tugas 1:</b> Merangkum dan mempresentasikan model penjualan</p>		<p>3. Definisi tradisional dan customer focused selling</p> <p>4. Peran penjual dalam tradisional dan customer focused selling</p> <p>5. Teknik penjualan</p>	100%



						jualan pada B2B <b>Buku wajib 1-3</b>	
<b>12</b>	Mampu Mendeskripsikan Strategi penjualan	2. Mendefinisikan berbagai bentuk promosi penjualan. 3. Menerangkan bagaimana melakukan promosi penjualan menggunakan strategi cluster, mekanisme strategi cluster keunggulan dan kelemahan strategi cluster.	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk:</b> 2. Membuat dan menganalisis riset keputusan pembelian	<b>Kuliah:</b> 4. Diskusi 5. <i>Discovery learning</i> 6. <b>Tugas 1:</b> Merangkum dan mempresentasikan strategi penjualan		2. Strategi pemasaran 3. Promosi penjualan  <b>Buku wajib 1-3</b>	<b>100%</b>
<b>13</b>	Mampu Mendeskripsikan Strategi penjualan	2. Mendeskripsikan strategi-strategi penjualan terbaru. 3. Mendeskripsikan kalimat-kalimat yang dapat menghasilkan penjualan.	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk:</b> 2. Membuat dan menganalisis riset customer value	<b>Kuliah:</b> 4. Diskusi 5. <i>Discovery learning</i> 6. <b>Tugas 1:</b> Merangkum dan mempresentasikan strategi penjualan		1. Strategi pemasaran 2. Promosi penjualan <b>Buku wajib 1-3</b>	<b>100%</b>
<b>14</b>	Mampu menerangkan penerapan trik-trik penjualan	2. Menerangkan berbagai trik penjualan yang sering digunakan dan perbedaan dan persamaan dari masing-masing trik tersebut 3. Menerangkan bagaimana penerapan	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk:</b> 2. Membuat dan menganalisis riset bisnis online	<b>Kuliah:</b> 4. Diskusi 5. <i>Discovery learning</i> 6. <b>Tugas 1:</b> Melakukan simulasi penerapan trik penjualan		2. Trik - trik dalam penjualan  <b>Buku wajib 1-3</b>	<b>100%</b>



		trik penjualan yg bersifat manipulative.					
15	Mampu mengimplementasikan life skill salesmanship	2. Mengimplementasikan apa yang sudah diberikan dengan kenyataan yang ada dilapangan sehingga life skill siswa mengenai apa, dan bagaimana dunia selling itu sesungguhnya dapat diperoleh.	<b>Kriteria:</b> Rubrik Penilaian  <b>Bentuk:</b> 2. Membuat dan menganalisis riset pemasaran UMKM	<b>Kuliah:</b> 4. Diskusi 5. <i>Discovery learning</i> 6. <b>Tugas 1:</b> Membuat laporan praktik salesmanship		<b>Buku wajib 1-3</b>	<b>100%</b>
16	<b>Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester</b>						

**Catatan :**

13. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
14. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
15. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
16. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
17. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
18. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
19. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.



- 
20. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
  21. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
  22. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
  23. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
  24. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.



D. RPS PRAKTIK PERNIAGAAN

		<b>Universitas Negeri Surabaya</b> <b>Fakultas Ekonomi</b> <b>Faculty of Economics</b> <b>Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga</b> <b>Bachelor Degree of Business Education</b>				<b>Kode Dokumen</b>
<b>RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER</b> <b>Semester Lesson Plan</b>						
MATA KULIAH (MK) COURSE	KODE CODE	Rumpun MK CLUSTER	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Praktik PERNIAGAAN Commercial Practice		Praktik PERNIAGAAN Commercial Practice	T=3 SKS	P=0	6	2020
OTORISASI AUTHORIZATION	Pengembang RPS Developer		Koordinator RMK Coordinator		Ketua PRODI Head of the Study Program	
	Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., MSM. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd. Finisica Dwijayati Patrikha, S.Pd., M.Pd. Veni Rafida, S.Pd, M.Pd.		Finisica Dwijayati Patrikha, S.Pd., M.Pd.		Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., MSM.	
\Capaian Pembelajaran (CP) Program Learning Outcome (PLO)	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b> <b>PLO charged in this course</b>					
	PLO3	Mampu menggunakan konsep dan teori bidang keilmuan Tata Niaga (pendidikan bisnis) dan bidang keilmuan lain yang serumpun sebagai pendukung penguasaan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)				
	PLO6	Mampu menerapkan konsep teoritik bidang keilmuan Tata Niaga (pendidikan bisnis) dan bidang keilmuan lain yang serumpun				
	PLO11	Mampu menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja baik secara individu maupun kelompok				
	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b> <b>Course Learning Outcome (CLO)</b>					
	CPMK1	Mampu menggunakan konsep dan teori dalam praktik perniagaan (PLO3)				
	CPMK2	Mengaplikasikan dan merancang elemen elemen dalam display toko, packaging dan (PLO6)				



	CPKM3	Mampu menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja baik secara individu maupun kelompok dalam kegiatan dan diskusi di kelas <b>(PLO11)</b>
	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b> <b>Expected ability of each learning stage (Sub-CLO)</b>	
	Sub-CPMK 1	Mendiskripsikan, mengenal alat-alat perniagaan (CPMK 1)
	Sub-CPMK 2	Mengoperasikan alat-alat perniagaan (CPMK 2)
	Sub-CPMK 3	Mendeskripsikan konsep toko (CPMK 1)
	Sub-CPMK 4	Menguasai dan menganalisis desain toko (CPMK 1, CPMK 2)
	Sub-CPMK 5	Menguasai konsep store atmosphere dan elemen elemen dari store atmosphere (CPMK 1)
	Sub-CPMK 6	Menguasai konsep dan bahan dalam packaging suatu produk (CPMK 1 dan CPMK 2)
	Sub-CPMK 7	Menguasai tata cara mengemas dan membungkus produk sesuai dengan jenis produk dan keperluan (CPMK2)
	Sub-CPMK 8	Mampu mendeskripsikan pemasaran online dan jenis jenis dari pemasaran online (CPMK 1)
	Sub-CPMK 9	Menguasai pengelolaan Blog dan website dalam perniagaan dengan penuh tanggung jawab (CPMK 3)
<b>Deskripsi Singkat MK Brief description of the course</b>	Matakuliah ini Memberikan pengalaman kepada mahasiswa tentang praktek perniagaan dengan caramengidentifikasi dan mampu mengoperasikan mesin-mesin perniagaan sebagai saranamahasiswa untuk memiliki ketrampilan dalam mengoperasikan alat-alat perniagaan, membuat display toko , layout toko dan pengemasan produk dan mahasiswa mampu menghasilkan produk website sehingga mampu melakukan penjualan secara online. Mahasiswa mampumengelola website sebagai income generating. Perkuliahan dilaksanakan dengansystem analisis kasus, presentasi , diskusi, praktek dan refleksi	
<b>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran Learning Materials</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alat –alat perniagaan,</li> <li>2. store atmosphere,</li> <li>3. display,</li> <li>4. packaging,</li> <li>5. Website dan blog penjualan online</li> </ol>	
<b>Pustaka References</b>	<b>Utama : Primary:</b>	
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Christina Whidya Utami</b>, 2006. Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Ritel Modern . Jakarta, Salemba Empat</li> <li>2. <b>Hammond R</b>, 2007. Sukses Berbisnis Ritel. Jakarta, Erlangga</li> <li>3. <b>Jenu Widjaya Tandjung</b>, 2008. Spritual Selling . Jakarta, PT</li> <li>4. <b>James Timothy</b>, 2008. Trik Mengoptimalkan Google Adsense . Jakarta, Elex Media Komputindo</li> </ol>
	<b>Pendukung :</b>	



		<b>Supplement</b> :					
		1. Sumber-sumber Internet, surat kabar, berita ekonomi di televisi, dan lainnya					
<b>Dosen Pengampu Lecturers</b>		Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., MSM. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd. Finisica Dwijayati Patrikha, S.Pd., M.Pd. Veni Rafida, S.Pd, M.Pd.					
<b>Matakuliah syarat: Requirements course</b>		Praktik perniagaan <b>Comercial Practice</b>					
Mg Ke-Week	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK) Expected ability of each learning stage (Sub-CLO)	Penilaian Assessment		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ <i>Estimasi Waktu</i> ] Learning Form, Learning Methods, Student Assignment, [ <i>Estimated time</i> ]		Materi Pembelajaran [ <i>Pustaka</i> ] Learning materials [References]	Bobot Penilaian (%) rating weight
		Indikator Indicators	Kriteria & Bentuk Criteria & Form	Luring ( <i>offline</i> )	Daring ( <i>online</i> )		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(1)	(2)
1	Mendiskripsikan jenis jenis alat-alat perniagaan	a. Menjelaskan sistem apa yang dimaksud dengan alat-alat perniagaan b. Mendeksripsikan alat-alat perniagaan dan kegunaannya	Kriteria : Nilai maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar.  <b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS	<b>Kuliah:</b> 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Cooperative Learning	- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran : Student Center - Model Pembelajaran : Direct Learning	1 dan 2	100%



			<b>Bentuk Non Test:</b> Mendiskripsikan jenis jenis alat-alat perniagaan		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metode : Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet, Virtual learning UNESA dan whatsapp group</li> <li>- Penugasan mahasiswa : individu</li> </ul>		
2	Mengoperasikan alat-alat perniagaan	2.1 Memahami langkah - langkah dalam mengoperasikan alat-alat perniagaan. 2.2 Mempraktikkan alat-alat perniagaan dan menjelaskan kembali mengenai fungsinya .	<b>Kriteria :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nilai individu maksimal jika mahasiswa mampu mempraktikkan langkah – langkah dalam mengoperasikan alat perniagaan</li> <li>- Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal</li> </ul>	<b>Kuliah:</b> 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Cooperative Learning	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran : Student Center</li> <li>- Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning</li> <li>- Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media</li> </ul>	1, 2, 3, dan 4 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	<b>100%</b>



			<b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS <b>Bentuk Non Test:</b> Mengoperasikan alat-alat perniagaan		pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group - Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok		
3	Mengenal konsep toko	3.1. Mengenal konsep toko 3.2. Mengenal bagian bagian toko 3.3. Memilah macam – macam toko	<b>Kriteria :</b> - Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. - Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal  <b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS <b>Bentuk Non Test:</b>	<b>Kuliah:</b> - Ceramah - Diskusi - Cooperativ e Learning -	- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran : Student Center - Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning - Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media	1, 2, 3, dan 4 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	100%



			Diskusi dalam bagian bagian toko		pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group - Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok		
4	Menguasai dan Menganalisis desain toko sederhana	4.1 . Menjelaskan pengertian dari desain toko 4.2. Pentingnya Desain toko 4.3. Menganalisis Desain toko sesuai dengan jenis barangnya	Kriteria : - Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. - Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal  <b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS <b>Bentuk Non Test:</b> Membuat desain toko secara sederhana	<b>Kuliah:</b> - Ceramah - Diskusi - Cooperativ e Learning -	- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran : Student Center - Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning - Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan	1, 2, 3, dan 4 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasiona l serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	<b>100%</b>



					whatsapp group - Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok		
5-6-7	Menguasai konsep store atmosphere dan elemen elemen dari store atmosphere	5.1 Mendeskripsikan apa yang dimaksud dengan store atmosphere 5.2. Memahami pentingnya store atmosphere pada sebuah toko 5.3. Dampak dari store atmosphere terhadap konsumen 5.4. Mendeskripsikan Elemen elemen dalam store atmosphere 5.5. Kegunaan setiap elemen – elemen store Atmosphere 5.6. Dampak dari elemen-elemen store atmosphere terhadap konsumen dan toko	Kriteria : - Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. - Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal  <b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS <b>Bentuk Non Test:</b> Diskusi dampak dari elemen-elemen store atmosphere terhadap konsumen dan toko	<b>Kuliah:</b> - Ceramah - Diskusi - Cooperatif e Learning	- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran : Student Center - Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning - Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group - Penugasan mahasiswa :	1, 2, 3, dan 4 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	<b>100%</b>



					individu dan kelompok		
<b>8</b>	<b>Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengan Semester / Midterm Exam</b>						
<b>9</b>	Menguasai langkah-langkah dan konsep dalam packaging suatu produk	<p>9.1. Mendeskripsikan mengenai packaging</p> <p>9.2. Mendeskripsikan mengenai jenis-jenis packaging</p> <p>9.3. Mendeskripsikan mengenai pentingnya sebuah packaging dalam suatu produk</p>	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar.</li> <li>- Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal</li> </ul> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UAS</p> <p><b>Bentuk Non Test:</b> Diskusi langkah-langkah dan konsep dalam packaging suatu produk</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> <li>- Diskusi</li> <li>- Cooperativ e Learning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran : Student Center</li> <li>- Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning</li> <li>- Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group</li> <li>- Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok</li> </ul>	1, 2, 3, dan 4 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	100%



<p><b>10-11</b></p>	<p>Mendeskripsikan konsep dan bahan-bahan kemasan atau pembungkus untuk macam-macam produk</p>	<p>10.1. Mendeskripsikan elemen elemen yang harus ada dalam packaging produk          10.2. Mendiskripsikan bahan bahan dalam sebuah packaging          10.3. Menentukan bahan bahan dalam packaging sebuah produk          10.4. Jenis dan teknik dalam pengemasan</p>	<p>Kriteria :          - Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar.          - Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal</p> <p><b>Bentuk tes :</b>          Tes tulis UAS</p> <p><b>Bentuk Non Test:</b>          Mengklasifikasikan bahan bahan dalam pengemasan</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> <li>- Diskusi</li> <li>- Cooperativ e Learning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran : Student Center</li> <li>- Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning</li> <li>- Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group</li> <li>- Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok</li> </ul> <p>Form / Learning Approach:          Student Center - Learning Model:</p>	<p>1, 2, 3, dan 4 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan</p>	<p>100%</p>
---------------------	--	---	--	---	---	---	-------------



					Problem Based Learning and Cooperative Learning - Methods: Discussions, lecture questions and answers, discussions with Google Meet learning media and UNESA Virtual Learning and WhatsApp group - Student assignments: individuals and groups		
12	Mampu mempraktikkan teknik teknik dalam pengemasan	12.1. Mempraktikkan pengemasan sesuai dengan jenis produk nya 12.2. Mengkreasikan teknik pengemasan dan pemasarannya	Kriteria : - Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. - Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal	<b>Kuliah:</b> - Ceramah - Diskusi - Cooperativ e Learning -	- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran : Student Center - Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning - Metode : Diskusi, tanya jawab	1, 2, 3, dan 4 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	100%



			<b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UAS <b>Bentuk Non Test:</b> Praktik dalam pengemasan Produk		Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group - Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok		
13	Mendeskripsikan pemasaran online dan jenis jenisnya	13.1. Mendeskripsikan mengenai pengertian pemasaran online 13.2. Mendeskripsikan Perbedaan dalam pemasaran online dan pemasaran offline 13.3. Menjelaskan dan menyebutkan Elemen elemen dalam pemasaran online 13.2. Benefit dan kekurangan dari	Kriteria : - Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. - Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal  <b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UAS <b>Bentuk Non Test:</b>	<b>Kuliah:</b> - Ceramah - Diskusi - Cooperativ e Learning -	- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran : Student Center - Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning - Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media	1, 2, 3, dan 4 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	100%



		pemasaran online 13.3. Resiko dalam pemasaran online	Diskusi mengenai resiko dan benefit dalam pemasaran online		pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group - Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok		
14-15	mempraktikkan tata cara dan pengelolaan web dalam perniagaan	14.1. Mendeskripsikan Website dan Blog dalam perniagaan 14.2. Mendeskripsikan Keuntungan dan kelemahan dalam penggunaan website dan blog dalam perniagaan 14.3. Mendeskripsikan Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan website dan 14.4. tata cara dalam proses pembuatan blog dan web dalam	Kriteria : - Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. - Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal  <b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UAS <b>Bentuk Non Test:</b> Praktik dalam pengelolaan web perniagaan	<b>Kuliah:</b> - Ceramah - Diskusi - Cooperatif e Learning	- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran : Student Center - Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning - Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan	1, 2, 3, dan 4 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	100%



		perniagaan			whatsapp group - Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok		
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester / Final Semester Examination						

**Catatan :**

- E. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
- F. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
- G. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
- H. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
- I. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
- J. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
- K. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
- L. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
- M. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
- N. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.



- 
- O. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
  - P. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.



E. RPS PEMASARAN JASA

		<b>Universitas Negeri Surabaya</b> <b>Fakultas Ekonomi</b> <b>Faculty of Economics</b> <b>Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga</b> <b>Bachelor Degree of Business Education</b>				Kode Dokumen	
<b>RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER</b> <b>Semester Lesson Plan</b>							
MATA KULIAH (MK) COURSE		KODE CODE	Rumpun MK CLUSTER	BOBOT (sks) WEIGHT (credits)		SEMESTE R	Tgl Penyusunan Compilation Date
Pemasaran Jasa			Pemasaran Jasa	T=3 SKS	P=0	6	2020
OTORISASI AUTHORIZATION		Pengembang RPS Developer		Koordinator RMK Coordinator		Ketua PRODI Head of the Study Program	
		Finisica Dwijayati Patrikha, S.Pd., M.Pd. Tri Sudarwanto, S.Pd., MSM. Drs. Saino, M.Pd. Renny Dwijayanti, S.Pd., M.Pd. Veni Rafida S.Pd., M.Pd.		Renny Dwijayanti, S.Pd., M.Pd.		Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., MSM.	
Capaian Pembelajaran (CP) Program Learning Outcome (PLO)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK PLO charged in this course						
	PLO 2	Mampu mengaplikasikan konsep dan prinsip pedagogi, didaktik dan ilmu Bisnis dan Pemasaran untuk melakukan perancangan, pengelolaan dan evaluasi dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sesuai bidang					
	PLO 3	Mampu menggunakan konsep dan teori bidang keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan bidang keilmuan Pemasaran sebagai pendukung penguasaan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran)					
	PLO 6	Mampu menerapkan konsep teoritik bidang keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) dan bidang keilmuan lain yang serumpun					
	PLO 11	Mampu menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja baik secara individu maupun kelompok					
		Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) Course Learning Outcome (CLO)					



	CPMK 1	Mampu menggunakan konsep dan teori bidang Pemasaran Jasa (PLO 3)
	CPMK 2	Mampu Menggambarkan konsep pemasaran jasa, perancangan dan pengelolaan pemasaran jasa dengan dilandasi TIK (PLO 2)
	CPMK 3	Mampu menerapkan konsep teoritik Pemasaran jasa (PLO 6)
	CPMK 4	Mampu menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja baik secara individu maupun kelompok dalam kegiatan dan diskusi di kelas (PLO 11)
	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK) Expected ability of each learning stage (Sub-CLO)</b>	
	Sub-CPMK1	Mendeskripsikan pengertian jasa dan karakteristik jasa (CPMK1)
	Sub-CPMK2	Mendeskripsikan dan menggambarkan pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa (CPMK1 dan CPMK2)
	Sub-CPMK3	Mendeskripsikan perumusan Mission Statement (CPMK 1)
	Sub-CPMK4	Mendeskripsikan dan Mengidentifikasi perilaku konsumen jasa (CPMK 1) (CPMK 3)
	Sub-CPMK5	Mengidentifikasi dan menganalisis strategi Segmenting dan Targeting pada pemasaran jasa (CPMK 3)
	Sub-CPMK6	Menguasai konsep Segmenting, Targeting dan Positioning dan Diferensiasi Produk jasa (CPMK 3)
	Sub-CPMK7	Menguasai konsep bauran pemasaran jasa (CPMK 1)
	Sub-CPMK8	Menguasai arti produktivitas dan kualitas jasa (CPMK 1)
	Sub-CPMK9	Menganalisis alternatif-alternatif dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan (CPMK 2)
	Sub-CPMK10	Menguasai Sistem informasi kualitas jasa (CPMK 1)
	Sub-CPMK11	Merancang pemasaran jasa secara kelompok dengan penuh tanggung jawab (CMPK 3 dan CPMK4)
<b>Deskripsi Singkat MK Brief description of the course</b>	Pada mata kuliah ini berisi tentang pembahasan tentang konsep pemasaran jasa serta implementasinya dalam dunia pendidikan ekonomi terutama sebagai bekal memasuki dunia kerja menjadi guru ekonomi di SMK, selain itu juga menjadi bekal dalam berwirausaha. Isi perkuliahan membahas mengenai pemahaman konsep pemasaran jasa, pengkajian, perencanaan, pelaksanaan dengan sistem analisis, studi kasus, presentasi dan diskusi serta refleksi.	
<b>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran Learning Materials</b>	Jasa, karakteristik jasa, kerangka kerja pemasaran jasa, mission statement, perilaku konsumen jasa, segmenting, targeting dan positioning pada pemasaran jasa, bauran pemasaran jasa, produktivitas dan kualitas jasa, kepuasan dan loyalitas pelanggan, SIM kualitas pemasaran jasa, perancangan pada pemasaran jasa.	



<b>Pustaka References</b>	<b>Utama : Primary:</b>						
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Lupiyoadi, Rambat.</b> 2001. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek . Jakarta: Salemba Empat</li> <li>2. <b>Christoper Lovelock &amp; Lauran Wright.</b> 1999. Principles of Service Marketing and Management . Prentice Hall International</li> <li>3. <b>Payne Andrian.</b> 2001. The Essence of Service Marketing, Pemasaran Jasa . Yogyakarta: Andi</li> <li>4. <b>Fandy Tjiptono.</b> 2001. Manajemen Jasa . Yogyakarta: Andi</li> <li>5. <b>Hoffman, K. Douglas. , Bateson, John. E. G.</b> Seervices Marketing Concepts, Strategies &amp; Cases (ebook)</li> </ol>					
	<b>Pendukung : Suplemen t:</b>						
		2. Sumber-sumber Internet, surat kabar, berita ekonomi di televisi, dan lainnya					
<b>Dosen Pengampu Lecturers</b>	Finisica Dwijayati Patrikha, S.Pd., M.Pd. Tri Sudarwanto, S.Pd., MSM. Drs. Saino, M.Pd. Renny Dwi Jayanti, S.Pd., M.Pd. Veni Rafida S.Pd., M.Pd.						
<b>Matakuliah syarat: Requirements course</b>	Pemasaran Jasa						
Mg Ke-Week	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK) Expected ability of each learning stage (Sub-CLO)	Penilaian Assessment		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ Estimasi Waktu] Learning Form, Learning Methods, Student Assignment, [ Estimated time]		Materi Pembelajaran [ Pustaka ] Learning materials [References]	Bobot Penilaian (%) rating weight
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		



		Indicators	Criteria & Form				
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(1)	(2)
1	Mendeskripsikan pengertian jasa dan karakteristik jasa.	<p>c. Mendeskripsikan Jasa dan karakteristik jasa</p> <p>d. Mengidentifikasi Jasa dan karakteristik jasa</p>	<p>Kriteria : Nilai maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar.</p> <p>Bentuk : Tes tulis</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>9. Ceramah</p> <p>10. Diskusi</p> <p>11. Cooperative Learning</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center</li> <li>- Model Pembelajaran : Direct Learning</li> <li>- Metode : Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet, Virtual learning UNESA dan whatsapp group</li> <li>- Penugasan mahasiswa : individu</li> </ul>	1 dan 2	100%
2	Mendeskripsikan dan menggambarkan pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa	<p>2.1. Mendeskripsikan mengenai pengertian kerangka kerja jasa</p> <p>2.2. Hal hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun kerangka kerja</p>	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nilai individu maksimal jika mahasiswa mampu mempraktikkan langkah – langkah dalam</li> </ul>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>4. Ceramah</p> <p>5. Diskusi</p> <p>6. Cooperative Learning</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center</li> <li>- Model Pembelajaran : Problem</li> </ul>	1, 2, 3, 4 dan 5 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari	100%



		<p>pemasaran jasa</p> <p>2.3. Mendeskripsikan kegunaan dari kerangka kerja pemasaran jasa</p> <p>2.4. Menggambarkan kerangka kerja pemasaran jasa</p>	<p>mengoperasikan alat perniagaan</p> <p>- Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk Non Test:</b> menggambarkan pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa</p>		<p>Based Learning dan Kooperatif Learning</p> <p>Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group</p> <p>Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok</p>	<p>berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan</p>	
<b>3</b>	<p>menggambarkan pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa</p>	<p>3.1. Mengidentifikasi berbagai faktor yang mendorong pertumbuhan jasa</p> <p>3.2. Mengidentifikasi</p>	<p>Kriteria :</p> <p>- Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <p>- Ceramah</p> <p>- Diskusi</p>	<p>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center</p>	<p>1, 2, 3, 4 dan 5 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional</p>	<b>100%</b>



		<p>faktor penghambat pertumbuhan jasa</p> <p>3.3. Mendeskripsikan hal-hal yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala dalam pertumbuhan jasa</p>	<p>semua soal yang dikerjakan dengan benar.</p> <p>- Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk Non Test:</b> Mendiskusikan pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa pada perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cooperative Learning</li> <li>-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning</li> <li>- Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group</li> <li>- Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok</li> </ul>	serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	
4	Menguasai perumusan Mission Statement	<p>3.1. Mengidentifikasi unsur-unsur yang diperlukan dalam merumuskan misi perusahaan jasa</p> <p>3.2. Merumuskan Misi (Mission Statement ) perusahaan jasa</p>	<p>Kriteria :</p> <p>- Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar.</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceramah</li> <li>2. Diskusi</li> <li>3. Cooperative Learning</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center</li> <li>- Model Pembelajaran : Problem Based</li> </ul>	1, 2, 3, 4 dan 5 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang	<b>100%</b>



			<p>- Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk Non Test:</b> Merumuskan dan mempresentasikan Mission Statement</p>		<p>Learning dan Kooperatif Learning</p> <p>Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group</p> <p>Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok</p>	sesuai dengan pokok bahasan	
5	Mendeskripsikan dan mengidentifikasi perilaku konsumen jasa	<p>4.1 . Mengidentifikasi konsumen jasa</p> <p>4.2. Menganalisa bagaimana konsumen mengevaluasi suatu jasa sampai pada memakai jasa tsb, dan bagaimana suatu jasa sebaiknya dilakukan</p>	<p>Kriteria :</p> <p>- Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar.</p> <p>- Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> <li>- Diskusi</li> <li>- Cooperative Learning</li> <li>-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center</li> <li>- Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning</li> </ul>	1, 2, 3, 4 dan 5 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	<b>100%</b>



			kelompok secara maksimal  <b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS <b>Bentuk Non Test:</b> mengidentifikasi perilaku konsumen jasa		- Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group  - Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok		
6	Mengidentifikasi dan Menganalisis strategi Segmenting dan Targeting pada pemasaran jasa	6.1. Mendeskripsikan pengertian dari segmenting dalam pemasaran jasa 6.2. Menguraikan pentingnya strategi Segmenting pada pemasaran jasa 6.3. Menganalisa strategi segmenting, dalam pemasaran suatu jasa	Kriteria : - Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. - Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal	-	- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center - Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning - Metode : Diskusi, tanya jawab	1, 2, 3, 4 dan 5 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	100%



			<p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk Non Test:</b> Menganalisa strategi segmenting, dalam pemasaran suatu jasa</p>		<p>Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok</li> </ul>		
7	Menguasai konsep strategi Segmenting Targeting Positioning pada pemasaran jasa	<p>7.1. Mendeskripsikan pengertian dari targetting dalam pemasaran jasa</p> <p>7.2. Menguraikan pentingnya strategi Targeting dan positioning pada pemasaran jasa</p> <p>7.3. Menganalisa strategi targetting dan positioning dalam pemasaran suatu jasa</p>	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar.</li> <li>- Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal</li> </ul> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UTS</p> <p><b>Bentuk Non Test:</b></p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> <li>- Diskusi</li> <li>- Cooperative Learning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center</li> <li>- Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning</li> <li>- Metode : Diskusi, tanya jawab</li> <li>- Ceramah, diskusi dengan</li> </ul>	1, 2, 3, 4 dan 5 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	<b>100%</b>



			Menganalisa strategi targeting dan positioning dalam pemasaran suatu jasa		media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group - Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok		
<b>8</b>	<b>Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengan Semester / Midterm Exam</b>						
<b>10 -11</b>	Menguasai konsep bauran pemasaran jasa	<p>10.1. Mendeskripsikan perbedaan bauran pemasaran barang dengan bauran pemasaran jasa</p> <p>10.2. Menguraikan pentingnya bauran pemasaran jasa</p> <p>10.3. Mendeskripsikan elemen – elemen dalam bauran pemasaran jasa</p> <p>10.4. Menggambarkan elemen bauran pemasaran pada jasa</p>	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar.</li> <li>- Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal</li> </ul> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UAS</p> <p><b>Bentuk Non Test:</b> Diskusi elemen bauran pemasaran pada</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> <li>- Diskusi</li> <li>- Cooperative Learning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center</li> <li>- Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning</li> <li>- Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google</li> </ul>	1, 2, 3, 4 dan 5 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	100%



---

			jasa		<p>Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok</li></ul> <p>Form / Learning Approach: Student Center - Learning Model: Problem Based Learning and Cooperative Learning</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Methods: Discussions, lecture questions and answers, discussions with Google Meet learning media and UNESA Virtual Learning and WhatsApp group</li><li>- Student assignments: individuals and groups</li></ul>		
--	--	--	------	--	---	--	--

---



11	Mendeskripsikan arti produktivitas dan kualitas jasa	<p>11.1. Mengidentifikasi arti penting produktivitas dan menganalisa dampaknya terhadap kualitas jasa</p> <p>11.2. Menganalisis baik buruknya kualitas jasa melalui model analisis kesenjangan</p>	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar.</li> <li>- Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal</li> </ul> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UAS</p> <p><b>Bentuk Non Test:</b> Diskusi mengenai pentingnya produktivitas dan kualitas jasa</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> <li>- Diskusi</li> <li>- Cooperative Learning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center</li> <li>- Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning</li> <li>- Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group</li> <li>- Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok</li> </ul>	1, 2, 3, 4 dan 5 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	100%
12	Menganalisis alternatif-alternatif	12.1. Menjabarkan pengertian	Kriteria :	<p><b>Kuliah:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> </ul>	- Bentuk / Pendekatan	1, 2, 3, 4 dan 5 serta sumber	100%



	dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan	<p>kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan</p> <p>12.2. Menganalisis dan menggambarkan alternatif-alternatif dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan perusahaan jasa</p> <p>12.3. Mengukur service quality yang ditawarkan perusahaan jasa</p> <p>12.4. Menyimpulkan pentingnya mempertahankan pelanggan perusahaan jasa</p>	<p>- Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar.</p> <p>- Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UAS</p> <p><b>Bentuk Non Test:</b> Diskusi mengenai alternatif-alternatif dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diskusi</li> <li>- Cooperative Learning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembelajaran: Student Center Model</li> <li>- Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning</li> <li>- Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group</li> <li>- Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok</li> </ul>	dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	
<b>13</b>	Menguasai Sistem informasi kualitas jasa	13.1. Mengidentifikasi elemen sistem informasi kualitas jasa yang efektif	<p>Kriteria :</p> <p>- Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan</p>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> <li>- Diskusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center</li> </ul>	1, 2, 3, 4 dan 5 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional	100%



		13.2. Menjabarkan manfaat sistem informasi kualitas jasa	<p>semua soal yang dikerjakan dengan benar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal</li> </ul> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UAS</p> <p><b>Bentuk Non Test:</b> Mendiskusikan manfaat dari SIM</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cooperative Learning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Model Pembelajaran : Problem Based Learning dan Kooperatif Learning</li> <li>- Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group</li> <li>- Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok</li> </ul>	serta dari berita atau surat kabar yang sesuai dengan pokok bahasan	
14-15	Merancang pemasaran jasa	<p>14.1. Menjabarkan elemen penting dalam pemasaran jasa</p> <p>14.2. Menganalisa manfaat penyusunan</p>	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar.</li> </ul>	<p><b>Kuliah:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ceramah</li> <li>- Diskusi</li> <li>- Cooperative Learning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center</li> <li>- Model Pembelajaran : Problem</li> </ul>	1, 2, 3, 4 dan 5 serta sumber dari Jurnal Nasional dan Internasional serta dari berita atau surat kabar yang	100%



		<p>rancangan pemasaran jasa</p> <p>14.3. Mengombinasikan berbagai strategi pemasaran jasa dalam sebuah rancangan pemasaran jasa</p>	<p>- Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal</p> <p><b>Bentuk tes :</b> Tes tulis UAS</p> <p><b>Bentuk Non Test:</b> Mengombinasikan berbagai strategi pemasaran jasa dalam sebuah rancangan pemasaran jasa</p>		<p>Based Learning dan Kooperatif Learning</p> <p>Metode : Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group</p> <p>Penugasan mahasiswa : individu dan kelompok</p>	sesuai dengan pokok bahasan	
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester / Final Semester Examination						

**Catatan :**

25. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
26. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
27. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.



- 
28. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
  29. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
  30. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
  31. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
  32. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
  33. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
  34. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
  35. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
  36. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.



## 12. Rubrik dan Portofolio Penilaian Pembelajaran

### 1. Lembar Penilaian

#### a. Rubrik Penilaian Presentasi

DEMENSI	Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang	Sangat Kurang
	Skor $\geq 81$	(61-80)	(41-60)	(21-40)	<20
<b>Organisasi</b>	terorganisasi dengan menyajikan fakta yang didukung oleh contoh yang telah dianalisis sesuai konsep	terorganisasi dengan baik dan menyajikan fakta yang meyakinkan untuk mendukung kesimpulan-kesimpulan.	Presentasi mempunyai fokus dan menyajikan beberapa bukti yang mendukung kesimpulan-kesimpulan.	Cukup fokus, namun bukti kurang mencukupi untuk digunakan dalam menarik kesimpulan	Tidak ada organisasi yang jelas. Fakta tidak digunakan untuk mendukung pernyataan.
<b>Isi</b>	Isi mampu menggugah pendengar untuk mengembangkan pikiran.	Isi akurat dan lengkap. Para pendengar menambah wawasan baru tentang topik tersebut.	Isi secara umum akurat, tetapi tidak lengkap. Para pendengar bisa mempelajari beberapa fakta yang tersirat, tetapi mereka tidak menambah wawasan baru tentang topik tersebut.	Isinya kurang akurat, karena tidak ada data faktual, tidak menambah pemahaman pendengar	Isinya tidak akurat atau terlalu umum. Pendengar tidak belajar apapun atau kadang menyesatkan.



---

<b>Gaya Presentasi</b>	Berbicara dengan semangat, menularkan semangat dan antusias kepada pendengar	Pembicara tenang dan menggunakan intonasi yang tepat, berbicara tanpa bergantung pada catatan, dan berinteraksi secara intensif dengan pendengar. Pembicara selalu kontak mata dengan pendengar.	Secara umum pembicara tenang, tetapi dengan nada yang datar dan cukup sering bergantung pada catatan. Kadang-kadang kontak mata dengan pendengar diabaikan.	Berpatokan pada catatan, tidak ada ide yang dikembangkan di luar catatan, suara monoton	Pembicara cemas dan tidak nyaman, dan membaca berbagai catatan daripada berbicara. Pendengar sering diabaikan. Tidak terjadi kontak mata karena pembicara lebih banyak melihat ke papan tulis atau layar.
------------------------	--	--	---	---	---



## b. Rubrik Penilaian Sikap/Ranah Afektif

Di ranah afektif, evaluasi partisipasi mahasiswa di kelas dalam bentuk keterampilan berkomunikasi, disiplin, dan daya tanggap. Rubrik yang digunakan adalah sebagai berikut :

Kriteria	Skor
Berkomunikasi secara efektif, menghargai pendapat orang lain; selalu datang tepat waktu; selalu mengirimkan tugas dengan tepat waktu; selalu berpartisipasi dalam tugas kelompok	$85 \leq SA \leq 100$
Berkomunikasi secara efektif, menghargai pendapat orang lain; 80% kehadiran; 90% mengirimkan tugas; dan sering berpartisipasi dalam tugas kelompok	$70 \leq SA < 85$
Berkomunikasi secara tidak efektif, menghargai pendapat orang lain; 75% kehadiran; 70% mengirimkan tugas; dan berpartisipasi dalam tugas kelompok	$55 \leq SA < 70$
Berkomunikasi secara tidak efektif, tidak menghargai pendapat orang lain; jarang menghadiri kelas; jarang mengirimkan tugas; jarang berpartisipasi dalam tugas kelompok	1. $\leq SA < 55$

## c. Pengetahuan/Ranah Kognitif

Pengetahuan siswa dinilai melalui pemberian tugas (individu dan kelompok) dan tes (ujian tengah semester dan ujian akhir)

### 1) Rubrik Penugasan Proyek

Kriteria penugasan menurut rubrik tugas :

No	Aspek	Skor maks
1	Perencanaan: Latar belakang (jelas = 3, cukup jelas = 2, tidak jelas = 1)	3
	Problem statement (baik = 3, cukup = 2, buruk = 1)	3
2	Implementasi: a. Pengumpulan data (akurat = 3, cukup = 2, tidak akurat = 1)	3
	b. Kelengkapan data (lengkap = 3, cukup = 2, tidak lengkap = 1)	3
	c. Analisis Data (baik = 3, cukup = 2, buruk = 1)	3
	d. Kesimpulan (baik = 3, cukup = 2, buruk = 1)	3
3	Penyampaian Hasil: a. Laporan siswa (baik = 3, cukup = 2, buruk = 1)	3
	b. Bahasa (baik = 3, cukup = 2, buruk = 1)	3
	c. Penampilan (menarik = 3, cukup = 2, tidak menarik = 1)	3

### 2) Tes (ujian tengah semester dan ujian akhir)

Kriteria tes (ujian tengah semester dan ujian akhir) yang digunakan dalam mata kuliah ini adalah :

- Kemampuan memberikan jawaban dengan benar sesuai dengan kunci jawaban dan rubrik



- 
- b. Kemampuan memberikan argumentasi yang kuat sesuai dengan
  - c. Kemampuan memberikan penjelasan yang sistematis
  - d. Kemampuan menerapkan konsep-konsep yang substantif dalam suatu situasi secara komprehensif sesuai dengan kunci jawaban dan rubrik



---

### 13. Penutup

(Tuliskan beberapa kalimat atau alenia terkait harapan, pelaksanaan, peningkatan kualitas Pendidikan terhadap Kurikulum yg telah dikembangkan ini)