|  |  |
| --- | --- |
|  | **UNIVERSITAS BALIKPAPAN**  **FAKULTAS EKONOMI**  **PROGRAM STUDI MANAJEMEN** |

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nama Mata Kuliah:**  Pemasaran Jasa | **Semester:**  6 (Enam) | **Mata Kuliah Prasyarat:**  … |
| **Kode Mata Kuliah:**  106102659 | **Bobot SKS:**  3 SKS | **Dosen Pengampu:** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi yang Dibebankan pada Mata Kuliah** | ***Aspek Sikap***   1. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik. (S8) 2. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. (S9) 3. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan. (S10)   ***Aspek Keterampilan Umum***   * 1. Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang ekonomi manajemen. (KU1)   2. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur (KU2)   3. Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni, menyusun deskripsi saintifik hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi. (KU3)   4. Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya. (KU7)   5. Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri. (KU8)   ***Aspek Keterampilan Khusus***   1. Mampu merumuskan fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, penyusunan staf, pengarahan, dan pengendalian serta evaluasi) pada level operasional di berbagai bidang organisasi baik bisnis maupun non bisnis pada tingkat lokal, nasional dan global. (KK1) 2. Mampu mengidentifikasi masalah manajerial dan fungsi organisasi pada level operasional, serta mengambil tindakan solutif yang tepat berdasarkan alternative yang dikembangkan, dengan menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan yang berakar pada kearifan lokal. (KK3) 3. Mampu mengambil keputusan manajerial yang tepat di berbagai bidang organisasi pada tingkat operasional, berdasarkan analisis data dan informasi pada fungsi organisasi. (KK5)   ***Aspek Pengetahuan***   1. Menguasai konsep teoritis, metode, dan perangkat analisis fungsi manajemen (perencanaan, pelaksanaan, pengarahan, pemantauan, evaluasi, dan pengendalian) dan fungsi organisasi (pemasaran, sumber daya manusia, operasi, dan keuangan) pada berbagai jenis organisasi. (P1) 2. Menguasai prinsip kepemimpinan dan kewirausahaan dalam berbagai bidang organisasi. (P3) 3. Menguasai minimal satu metode penelitian (studi kasus, kesejarahan, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif). (P5) |
| **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah** | 1. Mampu menginternalisasi nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan ke dalam sikap dan perilaku. 2. Mampu menerapkan konsep dasar bisnis dan manajemen ke dalam berbagai jenis organisasi. 3. Mampu menerapkan instrumen analisis bisnis dan manajemen dengan mempertimbangankan aspek etika dan profesionalitas. 4. Mampu menyusun rencana bisnis sesuai dengan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan. 5. Mampu menerapkan prinsip-prinsip kepemimpinan dan kewirausahaan ke dalam organisasi dengan mempertimbangkan nilai-nilai etika dan moral 6. Mampu menunjukkan keterampilan komunikasi efektif menggunakann argumen teoritis dan empiris ilmu manajemen. 7. Mampu menunjukkan keterampilan penggunaan teknologi informasi dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan. 8. Mampu membangun jarinngan kerjsama yang baik dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan. |
| **Deskripsi Mata Kuliah** | Mata kuliah ini menjelaskan mengenai pemasaran dalam industri jasa yang mengintegrasikan tiga pendekatan teori, diantaranya: manajemen pemasaran secara umum, manajemen operasi, dan manajemen sumber daya manusia. Pemasaran jasa memiliki karakter yang unik sehingga memerlukan pengelolaan dan strategi khusus. Diharapkan melalui mata kuliah, mahasiswa dapat berfikir secara sistematik dan komprehensif dalam melihat persoalan pemasaran dalam industri jasa. Jasa semakin mendominasi perekonomian secara global, diketahui bahwa tanpa adanya pengelolaan industri jasa, maka daya saing produk di pasar akan menurun. Mahasiswa akan memperoleh materi mengenai konsep, strategi dan teknik dalam mengelola bisnis jasa serta memasarkan jasa. Di dalamnya akan dibahas kerangka kerja dan prosedur analitis dalam mengelola bisnis jasa. Selain itu mahasiswa juga dibekali dengan pemahaman pemasaran jasa dalam konteks Islamic Marketing. |
| **Daftar Referensi** |  |

Rencana Pembelajaran:

|  |  |
| --- | --- |
| **Pertemuan Ke-1** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Memahami konsep dasar pemasaran jasa, dan karakteristik jasa serta perkembangan industri jasa |
| Indikator | 1. Menjelaskan definisi jasa 2. Menjelaskan definisi pemasaran jasa 3. Memahami karakteristik jasa 4. Menyembutkan faktor kunci sukses pemasaran jasa |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Konsep dasar pemasaran jasa |
| Metode/Model Pembelajaran | Ceramah, tutorial membaca artikel presentasi, diskusi, project market research (PMR) |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Mahasiswa memahami konsep dasar pemasaran jasa, karakteristik, dan perkembangan jasa secara global bobot:5% |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi |  |
| **Pertemuan Ke-2** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Memahami konsep dasar pemasaran jasa, dan karakteristik jasa serta perkembangan industry jasa |
| Indikator | 1. Menjelaskan perkembangan industry jasa 2. Menjelaskan definisi jasa dan klasifikasi bisnis jasa 3. Menyembutkan karakteristik jasa dan berbagai tantangan pemasaran jasa 4. Menyebutkan sifat dan klasifikasi jasa empat kategori jasa 5. Menyebutkan faktor-faktor kunci sukses pemasaran jasa |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Dinamika bisnis jasa dan pentingnya pemasaran jasa |
| Metode/Model Pembelajaran | 1. Mahasiswa memahami pengelolaan jasa 2. Mahasiswa memahami konsep dasar pemasaran jasa, karakteristik dan perkembangan jasa secara global   Bobot : 10% |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Ceramah, tutorial membaca artikel presentasi, diskusi, project market research (PMR) |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi |  |
| **Pertemuan Ke-3** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mahasiswa memahami tentang perilaku konsumen dalam konteks jasa |
| Indikator | 1. Mengetahui perilaku konsumen pada setiap kategori jasa 2. Menjelaskan model tiga tahap konsumsi jasa 3. Menjelaskan tahap prapembelian 4. Menjelaskan tahap pelayanan 5. Menjelaskan tahap pasca pelayanan 6. Menyebutkan komponen yang membentuk ekspektasi pelanggan & faktor yang mempengaruhinya 7. Metode GAP kualitas layanan |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Strategi segmenting, targeting dan positioning dalam jasa |
| Metode/Model Pembelajaran | Ceramah, tutorial membaca artikel presentasi, diskusi, project market research (PMR) |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan  Bobot :7% |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi |  |
| **Pertemuan Ke-4** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mahasiswa memahami proses dan strategi segmenting, targeting dan positioning jasa |
| Indikator | 1. Menjelaskan pentingnya strategi STP dalam jasa 2. Menyusun strategi segmentasi perusahaan jasa 3. Menyusun strategi targeting dan tahapann targeting 4. Menyusun strategi positioning yang efektif dan tahapan strategi positioning 5. Menjelaskan kaitan segmenting, targeting dan positioning dengan marketing mix |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | 1. Strategi positioning yang efektif dan tahapan strategi positioning jasa 2. Kaitan segmenting, targeting dan positioning dengan marketing mix |
| Metode/Model Pembelajaran | Ceramah, tutorial membaca artikel presentasi, diskusi, project market research (PMR) |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan  Bobot : 8% |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi | **Buku Wajib :**   1. Christopher H. Lovelock, Jochen Wirtz, Hean Tat Keh and Xiongwei Lu, Second Edition, Prentice   Hall, 2005.   1. Christopher H. Lovelock and Lauren K. Wright, Manajemen Pemasaran Jasa, Indeks, Jakarta, 2005 2. Mary Jo Bitner and Valarie A. Zaithaml, Services Marketing, McGraw – Hill Inc., 2000 3. Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz, 2011, Service Marketing, 7th Edition, Prentice Hall 4. Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry, 2010. Pemasaran Jasa “Manusia,Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia”, Edisi Ketujuh, Erlangga   **Buku Tambahan:**   1. Lupiyoadi, Rambat, 2013, Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Salemba Empat 2. Tjiptono, Fandy,2014, Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Edisi Pertama, ANDI OFFSET 3. Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, Andi, Yogyakarta, 1998 4. James A. Fitzsimmons and Mona J. Fitzsimmons, Service Management for Competitive Advantage, Mc Graw-Hill Inc., 1994 |
| **Pertemuan Ke-5** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mahasiswa memahami strategi bauran pemasaran pada perusahaan jasa |
| Indikator | 1. Menjelaskan definisi bauran pemasaran jasa 2. Menyebutkan Komponen bauranpemasaran jasa 3. Menjelaskan Produk dan tingkatan produk 4. Menjelaskan Harga dan strategi penetapan harga 5. Menjelaskan Saluran distribusi jasa 6. Menjelaskan Promosi danbbauran promosi 7. Menjelaskan Physical Evidence dan jenisnya |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Performance Appraisal, Compensation, Career, Management Productivity, Benefit plan, Health, Ethics |
| Metode/Model Pembelajaran | Ceramah, tutorial, membaca artikel presentasi, diskusi, Project Market Research (PMR). |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan  Bobot: 8% |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi |  |
| **Pertemuan Ke-6** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mahasiswa memahami mengenai strategi pengembangan produk jasa |
| Indikator |  |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Pengembangan produk jasa |
| Metode/Model Pembelajaran | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market. |
| Pengalaman Belajar | * Ketepatan kasus dengan materi kuliah. * Penguasaan materi * Presentasi. |
| Penilaian | Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan  Bobot : 10% |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi |  |
| **Pertemuan Ke-7** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mahasiswa memahami tentang strategi distribusi layanan dalam konteks jasa |
| Indikator | Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan  Bobot: 8% |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Distribusi layanan |
| Metode/Model Pembelajaran | Ceramah, tutorial, membaca artikel, presentasi, diskusi, Project Market Research(PMR). |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan  Bobot : 10% |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi |  |
| **Pertemuan Ke-8** | Ujian Tengah Semester |
| **Pertemuan Ke-9** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mahasiswa memahami tentang strategi penetapan harga dalam jasa |
| Indikator | 1. Menggambarkan keputusan harga pada jasa 2. Menjelaskan strategi penentuan harga 3. Menyebutkan tiga fondasi dalam penetapan harga 4. Mengetahui tujuan penentuan harga 5. menyebutkan faktor-faktor byang mempengaruhi strategi pricing |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Strategi penetapan harga jasa |
| Metode/Model Pembelajaran | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market reseach (PMR) |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan  Bobot :8% |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi |  |
| **Pertemuan Ke-10** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mahasiswa memahami tentang Strategi Promosi dan mengedukasi pelanggan dalamkonteks jasa |
| Indikator | 1. Mengetahui peran komunikasi pemasaran 2. Menyebutkan Tantangan dalam komunikasi jasa 3. Menjelaskan Bauran komunikasi pemasaran 4. Mengintegrasikankomunikasi pemasaran 5. Menyebutkan Manfaat Integrated Marketing Communication 6. Menjelaskan Langkah- langkah membangun komunikasi yang efektif |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | 1. Strategi Promosi dan Komunikasi Jasa 2. Peran komunikasi pemasaran 3. Tantangan dalam komunikasi jasa 4. Bauran komunikasi pemasaran 5. Mengintegrasikan komunikasi pemasaran 6. Manfaat Integrated Marketing Communication 7. Langkah-langkah membangun komunikasi yang efektif |
| Metode/Model Pembelajaran | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market reseach (PMR) |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi | Buku Pendukung |
| **Pertemuan Ke-11** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mahasiswa memahami tentang strategi proses jasa dan mengelola SDM demi keunggulan jasa |
| Indikator | 1. Menggambar diagram alir proses layanan pelanggan 2. Menjelaskan Cetak biru layanan 3. Merancang ulang proses jasa 4. Mengetahui Peranan SDM dalam jasa 5. Menjelaskan Pengelolaan SDM perusahaan jasa 6. Menjelaskan Proses SDM dalam perusahaan jasa |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Strategi SDM dalam Pemasaran Jasa & Mengelola Proses Jasa   1. Diagram alir proses layanan pelanggan 2. Cetak biru layanan 3. Perancangan ulang proses jasa 4. Peranan SDM dalam jasa 5. Pengelolaan SDM perusahaan jasa 6. Proses SDM dalam perusahaan jasa |
| Metode/Model Pembelajaran | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market reseach (PMR) |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi | Buku Pendukung |
| **Pertemuan Ke-12** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mahasiswa memahami tentang strategi membangun kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan |
| Indikator | 1. Menjelaskan definisi kepuasan dan loyalitas pelanggan 2. Menjelaskan alternatif tindakan konsumen akibat ketidakpuasan Menggambarkan Roda 3. Loyalitas (Wheel of Loyality) 4. Menjelaskan Total kepuasan pelanggan 5. Mengembangkan hubungan pelanggan 6. Menyususn Strategi untuk mengembangkan loyalitas 7. Menjelaskan tentang Customer Relationship Management |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Membangun Kepuasan & Loyalitas Pelanggan   1. Definisi kepuasan dan loyalitas pelanggan 2. Alternatif tindakan konsumen akibat ketidakpuasan 3. Roda Loyalitas (Wheel of Loyality) 4. Total kepuasan pelanggan 5. Mengembangkanhubungan pelanggan 6. Strategi mengembangkan loyalitas 7. Customer Relationship Management |
| Metode/Model Pembelajaran | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market reseach (PMR) |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi | Buku Pendukung |
| **Pertemuan Ke-13** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai manajemen kualitas dan penanganan keluhan pelanggan |
| Indikator | 1. Menjelaskan definisi Kualitas Jasa 2. Mengetahui standar dan pengukurankualitas jasa 3. Mengetahui dimensi pengukuran kualitas 4. Menjelaskan konsep dan dimensi Service Quality 5. Menyebutkan Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas Layanan 6. Menjelaskan Enam GAP Kualitas Layanan dan saran perbaikan masing-masing GAP 7. Mengetahui dan menerapkan cara Penanganan keluhan pelanggan |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Manajemen Kualitas Jasa & Penanganan  Keluhan   1. Definisi Kualitas Jasa Standar dan pengukurankualitas jasa 2. Dimensi pengukuran kualitas 3. Konsep dan dimensi Service Quality 4. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas Layanan Enam GAP Kualitas Layanan dan saran perbaikan masing-masing GAP 5. Penanganan keluhan pelanggan |
| Metode/Model Pembelajaran | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market reseach (PMR) |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi | Buku Pendukung |
| **Pertemuan Ke-14** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa |
| Indikator | Intellectual Capital |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | Intellectual Capital |
| Metode/Model Pembelajaran | 1. Ceramah 2. Diskusi (tanya jawab) |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi | Buku 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 |
| **Pertemuan Ke-15** | |
| Kemampuan Khusus (Sub-CPMK) | Mahasiswa membaca artikel empiris dan mampu menyimpulkan isi artikel empiris serta membuat rumusan model penelitian |
| Indikator | 1. Mengetahui perkembangan dan peran internet dalam distribusi 2. Menjelaskan tentang E-Business 3. Menjelaskan tentang E-Commerce 4. Menngetahui Self Service Technology 5. Menyebutkan Manfaat E- Commerce (Bagi Perusahaan, Bagi Konsumen dan Bagi Masyarakat 6. Mengetahui Tantangan E-Commerce |
| Materi Pokok (Bahan Kajian) | 1. Perkembangan dan peran internet dalam distribusi E-Business, E-Commerce, Self Service Technology 2. Manfaat E-Commerce (Bagi Perusahaan, Bagi Konsumen dan Bagi Masyarakat) 3. Tantangan E-Commerce |
| Metode/Model Pembelajaran | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market reseach (PMR) |
| Pengalaman Belajar |  |
| Penilaian | Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan |
| Waktu | 1150 menit |
| Referensi | Buku Pendukung |
| **Pertemuan Ke-16** | Ujian Akhir Semester |
| **Bobot Penilaian Akhir** | 1. Kehadiran 20%  2. Tugas 20%  3. UTS 30%  4. UAS 30% |

|  |  |
| --- | --- |
| Mengetahui,  Ketua Program Studi,  Nadi Hernadi Moorcy, S.E., M.M.  NIK. 015004046 | Balikpapan, September 2021  Dosen Pengampu,  C. Prihandoyo, S.E., M.M.  NIK. |