|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **LOGO UNIBA** | | **UNIVERSITAS BALIKPAPAN**  **FAKULTAS EKONOMI**  **PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN** | | | | | | | | | | **Kode Dokumen** |
| **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (Mulai Angkatan 2021)** | | | | | | | | | | | | |
| **MATA KULIAH (MK)** | | | **KODE** | **Rumpun MK** | | | | **BOBOT (sks)** | | **SEMESTER** | **Tgl Penyusunan** | |
| **MANAJEMEN PEMASARAN JASA** | | | 1064013657 |  | | | | **T=3** | **P=0** | 6 | 15 Juli 2021 | |
| **OTORISASI** | | | **Pengembang RPS** | | **Koordinator RMK** | | | | | **Ketua PRODI** | | |
|  | |  | | | | | Nadi Hernadi Moorcy, S.E., M.M | | |
| **Capaian Pembelajaran (CP)** | **CPL-PRODI yang dibebankan pada MK** | | | | |  | | | | | | |
| CPL 1 | Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik. (S8) | | | | | | | | | | |
| CPL 2 | Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. (S9) | | | | | | | | | | |
| CPL 3 | Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan. (S10) | | | | | | | | | | |
| CPL 4 | 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) | | | | | | | | | | |
| CPL 5 | Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur (KU2) | | | | | | | | | | |
| CPL 6 | 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) | | | | | | | | | | |
| CPL 7 | 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) | | | | | | | | | | |
| CPL 8 | Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri. (KU8) | | | | | | | | | | |
| CPL 9 | 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) | | | | | | | | | | |
| CPL 10 | 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) | | | | | | | | | | |
| CPL 11 | Mampu mengambil keputusan manajerial yang tepat di berbagai bidang organisasi pada tingkat operasional, berdasarkan analisis data dan informasi pada fungsi organisasi. (KK5) | | | | | | | | | | |
| CPL 12 | 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) | | | | | | | | | | |
| CPL 13 | Menguasai prinsip kepemimpinan dan kewirausahaan dalam berbagai bidang organisasi. (P3) | | | | | | | | | | |
| CPL 14 | 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 (CPMK)** | | | | | |
| CPMK 1 | Mampu menginternalisasi nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan ke dalam sikap dan perilaku. | | | | | | | | | | |
| CPMK 2 | Mampu menerapkan konsep dasar bisnis dan manajemen ke dalam berbagai jenis organisasi. | | | | | | | | | | |
| CPMK 3 | Mampu menerapkan instrumen analisis bisnis dan manajemen dengan mempertimbangankan aspek etika dan profesionalitas. | | | | | | | | | | |
| CPMK 4 | Mampu menyusun rencana bisnis sesuai dengan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan. | | | | | | | | | | |
| CPMK 5 | Mampu menerapkan prinsip-prinsip kepemimpinan dan kewirausahaan ke dalam organisasi dengan mempertimbangkan nilai-nilai etika dan moral | | | | | | | | | | |
|  | CPMK 6 | Mampu menunjukkan keterampilan komunikasi efektif menggunakann argumen teoritis dan empiris ilmu manajemen. | | | | | | | | | | |
|  | CPMK 7 | Mampu menunjukkan keterampilan penggunaan teknologi informasi dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan. | | | | | | | | | | |
| CPMK 8 | Mampu membangun jarinngan kerjsama yang baik dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan. | | | | | | | | | | |
|  | **Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)** | | | | | |  | | | | | |
| Sub-CPMK 1 | Memahami konsep dasar pemasaran jasa, dan karakteristik jasa serta perkembangan industri jasa | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 2 | Memahami konsep dasar pemasaran jasa, dan karakteristik jasa serta perkembangan industry jasa | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 3 | Mahasiswa memahami tentang perilaku konsumen dalam konteks jasa | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 4 | Mahasiswa memahami proses dan strategi segmenting, targeting dan positioning jasa | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 5 | Mahasiswa memahami strategi bauran pemasaran pada perusahaan jasa | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 6 | Mahasiswa memahami mengenai strategi pengembangan produk jasa | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 7 | Mahasiswa memahami tentang strategi distribusi layanan dalam konteks jasa | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 8 | UTS | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 9 | Mahasiswa memahami tentang strategi penetapan harga dalam jasa | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 10 | Mahasiswa memahami tentang Strategi Promosi dan mengedukasi pelanggan dalamkonteks jasa | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 11 | Mahasiswa memahami tentang strategi proses jasa dan mengelola SDM demi keunggulan jasa | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 12 | Mahasiswa memahami tentang strategi membangun kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 13 | Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai manajemen kualitas dan penanganan keluhan pelanggan | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 14 | Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 15 | Mahasiswa membaca artikel empiris dan mampu menyimpulkan isi artikel empiris serta membuat rumusan model penelitian | | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK 16 | UAS | | | | | | | | | | |
|  | **Korelasi CPMK dengan Sub CPMK:** | | | | | | | | | | | |
| **Deskripsi Singkat MK** | 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. | | | | | | | | | | | |
| **Bahan Kajian: Materi Pembelajaran** |  | | | | | | | | | | | |
| **Pustaka** | **Utama :** | |  | | | | | | | | | |
| 1. Christopher H. Lovelock, Jochen Wirtz, Hean Tat Keh and Xiongwei Lu, Second Edition, Prentice  Hall, 2005.  2. Christopher H. Lovelock and Lauren K. Wright, Manajemen Pemasaran Jasa, Indeks, Jakarta, 2005  3. Mary Jo Bitner and Valarie A. Zaithaml, Services Marketing, McGraw – Hill Inc., 2000  4. Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz, 2011, Service Marketing, 7th Edition, Prentice Hall  5. Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry, 2010. Pemasaran Jasa “Manusia,Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia”, Edisi Ketujuh, Erlangga | | | | | | | | | | | |
| **Pendukung :** | |  | | | | | | | | | |
| 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 | | | | | | | | | | | |
| **Dosen Pengampu** |  | | | | | | | | | | | |
| **Matakuliah syarat** |  | | | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mgg ke-** | **Kemampuan akhir tiap tahapan belajar  (Sub-CPMK)** | **Penilaian** | | **Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran,  Penugasan Mahasiswa,** | | **Materi Pembelajaran** | **Bobot Penilaian (%)** |
|  |  | **Indikator** | **Kriteria & Bentuk** | **Luring (*Offline*)**  **(Metode Kognitif)** | **Daring (*online)*** |  |  |
| **(1)** | **(2)** | **(3)** | **(4)** | **(5)** | **(6)** | **(7)** | **(8)** |
| **1** | Pemahaman Visi dan Misi Program Studi Manajemen | Menjelaskan Visi dan Misi Program Studi Manajemen |  | Penjelasan |  | Materi Visi dan Misi Prodi Manajemen |  |
| Memahami konsep dasar pemasaran jasa, dan karakteristik jasa serta perkembangan industri jasa | 1. Menjelaskan definisi jasa  2. Menjelaskan definisi pemasaran jasa  3. Memahami karakteristik jasa   1. 4. Menyembutkan faktor kunci sukses pemasaran jasa | Bentuk Penilaian : Mahasiswa memahami konsep dasar pemasaran jasa, karakteristik, dan perkembangan jasa secara global | Ceramah, tutorial membaca artikel presentasi, diskusi, project market research (PMR), 1x150 menit |  | Materi:  Konsep dasar pemasaran jasa Pustaka:  1.Utama 2. Pendukung | 5% |
| **2** | Memahami konsep dasar pemasaran jasa, dan karakteristik jasa serta perkembangan industry jasa | 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 | Bentuk Penilaian : Ceramah, tutorial membaca artikel presentasi, diskusi, project market research (PMR) | 1. Mahasiswa memahami pengelolaan jasa  2. Mahasiswa memahami konsep dasar pemasaran jasa, karakteristik dan perkembangan jasa secara global |  | Materi:  Dinamika bisnis jasa dan pentingnya pemasaran jasa Pustaka: 1.Utama 2.Pendukung: | 10% |
| **3** | Mahasiswa memahami tentang perilaku konsumen dalam konteks jasa | 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 | Bentuk Penilaian : Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan | Ceramah, tutorial membaca artikel presentasi, diskusi, project market research (PMR), 1x150 menit |  | **Materi:** Strategi segmenting, targeting dan positioning dalam jasa  **Pustaka:** 1. Utama 2. Pendukung | 7% |
| **4** | Mahasiswa memahami proses dan strategi segmenting, targeting dan positioning jasa | 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 | Bentuk Penilaian : Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan | Ceramah, tutorial membaca artikel presentasi, diskusi, project market research (PMR) |  | **Materi:**  1. Strategi positioning yang efektif dan tahapan strategi positioning jasa  2. Kaitan segmenting, targeting dan positioning dengan marketing mix **Pustaka:** 1. Utama 2. Pendukung | 8% |
| **5** | Mahasiswa memahami strategi bauran pemasaran pada perusahaan jasa | 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 | Bentuk Penilaian : Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan | Ceramah, tutorial, membaca artikel presentasi, diskusi, Project Market Research (PMR). | Mahasiswa memahami materi yang telah diunggah di LMS dan mengakses melalui sindig 2x50 | **Materi:**  Performance Appraisal, Compensation, Career, Management Productivity, Benefit plan, Health, Ethics **Pustaka:** 1. Utama 2. Pendukung | 8% |
| **6.** | Mahasiswa memahami mengenai strategi pengembangan produk jasa |  | Bentuk Penilaian : Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan  Kriteria:  • Ketepatan kasus dengan materi kuliah.  • Penguasaan materi  • Presentasi. | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market. |  | **Materi:**  Pengembangan produk jasa  **Pustaka:** 1. Utama 2. Pendukung | 10% |
| **7.** | Mahasiswa memahami tentang strategi distribusi layanan dalam konteks jasa |  | Bentuk Penilaian : Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan | Ceramah, tutorial, membaca artikel, presentasi, diskusi, Project Market Research(PMR). |  | **Materi:**  Distribusi layanan  **Pustaka:** 1. Utama 2. Pendukung | 10% |
| **8.** | UTS |  |  |  |  | **Materi:** | 30% |
| **9.** | Mahasiswa memahami tentang strategi penetapan harga dalam jasa | 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 | Bentuk Penilaian : Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market reseach (PMR) |  | **Materi:**  Strategi penetapan harga jasa **Pustaka:** 1. Utama 2. Pendukung | 8% |
| **10.** | Mahasiswa memahami tentang Strategi Promosi dan mengedukasi pelanggan dalamkonteks jasa | 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 | Bentuk Penilaian : Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market reseach (PMR) |  | **Materi:**  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 **Pustaka:** 1. Utama 2. Pendukung | 8% |
| **11.** | Mahasiswa memahami tentang strategi proses jasa dan mengelola SDM demi keunggulan jasa | 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 | Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market reseach (PMR) |  | **Materi:**  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 | % |
| **12.** | Mahasiswa memahami tentang strategi membangun kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan | 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 | Bentuk Penilaian : Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market reseach (PMR) |  | 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 | % |
| **13.** | Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai manajemen kualitas dan penanganan keluhan pelanggan | 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 | Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market reseach (PMR) |  | 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 | % |
| **14.** | Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa | Intellectual Capital | 1. Ceramah  2. Diskusi (tanya jawab)  Ketepatan menjawab Latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan | 1. Ceramah  2. Diskusi (tanya jawab) |  | Intellectual Capital | % |
| **15.** | Mahasiswa membaca artikel empiris dan mampu menyimpulkan isi artikel empiris serta membuat rumusan model penelitian | 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 | Kriteria: rubrik holistik   Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif | Ceramah, tutorial membaca artikel, presentasi, diskusi, project market reseach (PMR) |  | 1.cPerkembangan dan peran internet dalam distribusi E-Business, E-Commerce, Self Service Technology  2.cManfaat E-Commerce (Bagi Perusahaan, Bagi Konsumen dan Bagi Masyarakat)  3.cTantangan E-Commerce | % |
| **16.** | UAS |  | Bentuk Penilaian : Tes |  |  |  | 30% |

Balikpapan, 15 Agustus 2021

Ketua Program Studi Dosen Pengampu

S1 Manajemen

**Nadi Hernadi Moorcy, S.E., M.M   Sholih Khudin Anam, S.Pd., M.SI**

**NIK. 015004046**  **NIDN. 1106048402**

**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, ketrampulan 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