



**Universitas Negeri Surabaya  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Program Studi S1 Ekonomi Islam**

Kode  
Dokumen

## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

<b>MATA KULIAH (MK)</b>	<b>KODE</b>	<b>Rumpun MK</b>	<b>BOBOT (sks)</b>	<b>SEMESTER</b>	<b>Tgl Penyusunan</b>																																																																																				
Manajemen Pemasaran	6020202032	Mata Kuliah Wajib Program Studi	T=2 P=0 ECTS=3.18	3	7 Juli 2020																																																																																				
<b>OTORISASI</b>	<b>Pengembang RPS</b>	<b>Koordinator RMK</b>		<b>Koordinator Program Studi</b>																																																																																					
	Khusnul Fikriyah, S.E., M.SEI.	Khusnul Fikriyah, S.E., M.SEI.		Clarashinta Canggih, S.E., CIPP.																																																																																					
<b>Model Pembelajaran</b>	Project Based Learning																																																																																								
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>																																																																																								
<b>CPL-6</b>	Mampu menguasai konsep dasar metodologi penelitian dan teknik analisis data dalam bidang Ekonomi Islam, Bisnis Islam dan Keuangan Islam.																																																																																								
<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>																																																																																									
<b>CPMK - 1</b>	Mampu menguasai teori tentang manajemen pemasaran secara menyeluruh																																																																																								
<b>CPMK - 2</b>	Mampu menyelesaikan tugasnya dan kewajibannya dengan bertanggung jawab dan beretika																																																																																								
<b>CPMK - 3</b>	Mampu mengaplikasikan teori tentang manajemen pemasaran syariah																																																																																								
<b>Matrik CPL - CPMK</b>																																																																																									
	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>CPMK</td> <td>CPL-6</td> </tr> <tr> <td>CPMK-1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-3</td> <td></td> </tr> </table>					CPMK	CPL-6	CPMK-1		CPMK-2		CPMK-3																																																																													
CPMK	CPL-6																																																																																								
CPMK-1																																																																																									
CPMK-2																																																																																									
CPMK-3																																																																																									
<b>Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>																																																																																									
	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <th rowspan="2">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th> </tr> <tr> <td>CPMK-1</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-3</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>					CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1																	CPMK-2																	CPMK-3																
CPMK	Minggu Ke																																																																																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																									
CPMK-1																																																																																									
CPMK-2																																																																																									
CPMK-3																																																																																									
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Pemasaran saat ini mengharuskan perusahaan mengubah mekanisme dari mengelola portofolio produk menjadi mengelola portofolio pelanggan. Perusahaan akan mengumpulkan database tentang pelanggan perorangan sehingga perusahaan dapat lebih memahami pelanggan dan memberikan penawaran serta pesan secara pribadi. Perusahaan maupun pemasar perlu menjalankan pemasaran holistik, dimana pengembangan, perancangan, dan implementasi program, proses, dan kegiatan pemasaran yang melihat keluasan dan kesalingtergantungan lingkungan pemasaran saat ini melalui dimensi kunci pemasaran holistik, yaitu: Pemasaran Internal, Pemasaran Terintegrasi, Pemasaran Hubungan, dan Pemasaran Kinerja. Melalui pembelajaran matakuliah Manajemen Pemasaran, mahasiswa akan memperoleh wawasan tentang program-program pemasaran modern yang sesuai dengan abad 21 serta mempraktikkannya sebagai bentuk pemahaman tentang Ilmu Marketing.																																																																																								
<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi. Penerbit Andi.</li> <li>Philip Kotler dan Kevin Keller. 2020. Marketing Management 15th Edition. Pearson.</li> <li>Philip Kotler, Hermawan Kertajaya, Iwan Setiawan. 2019. Marketing 4.0 Moving From Traditional to Digital.</li> </ol>																																																																																							
	<b>Pendukung :</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas. Erlangga</li> <li>Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2013. Marketing Mangemen 14e Horizon Edition. Essex: Pearson Education Limited</li> </ol>																																																																																							
<b>Dosen Pengampu</b>	Dr. Ahmad Ajib Ridwan, S.Pd., M.SEI. Dr. Khusnul Fikriyah, S.E., M.SEI.																																																																																								

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk 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	<p>1. Merumuskan kegiatan pemasaran abad 21</p> <p>2. Mampu menjelaskan pentingnya manajemen pemasaran</p> <p>3. Mampu menjelaskan lingkup manajemen pemasaran</p>	<p>1.(1) Mampu menjelaskan pentingnya manajemen pemasaran</p> <p>2.(2) Mampu menjelaskan lingkup manajemen pemasaran</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik holistik</p> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipatif</p>	<p>Mendengarkan penjelasan pembelajaran Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50</p>	<p>WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) [1 x 3 x 50 menit] 2x50</p>	<p><b>Materi:</b> kegiatan pemasaran abad 21</p> <p><b>Pustaka:</b> Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas</i>. Erlangga</p> <p><b>Materi:</b> pengantar manajemen pemasaran</p> <p><b>Pustaka:</b> Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D. 2008. <i>Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas</i>. Salemba Empat, Jakarta</p>	4%
2	<p>1. Merumuskan dan menganalisis nilai pelanggan</p> <p>2. Mampu menjelaskan pentingnya pelanggan</p> <p>3. Mampu menjelaskan cara mewujudkan kepuasan pelanggan</p> <p>4. Mampu membedakan CRM dengan CSR</p>	<p>1.(1) Mampu menjelaskan pentingnya pelanggan</p> <p>2.(2) Mampu menjelaskan caramewujudkan kepuasan pelanggan</p> <p>3.(3) Mampu membedakan CRM dengan CSR</p>	<p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipatif</p>	<p>Mendengarkan penjelasan pembelajaran Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning.i kelompok 2 X 50</p>	<p>WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) [1 x 3 x 50 menit] 2x50</p>	<p><b>Materi:</b> segmentasi pasar</p> <p><b>Pustaka:</b> Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2013. <i>Marketing Mangemen 14e Horizon Edition</i>. Essex: Pearson Education Limited</p> <p><b>Materi:</b> csr dan crm</p> <p><b>Pustaka:</b> Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas</i>. Erlangga</p>	4%

3	<p>1.Menganalisis, menyimpulkan proses dan perencanaan pemasaran</p> <p>2.Mampu mengidentifikasi dan menyebutkan segmentasi pasar</p> <p>3.Mampu menyebutkan pasar sasaran</p> <p>4.Mampu menetapkan posisi produk/jasa di pasar</p>	<p>1.(1) Mampu mengidentifikasi dan menyebutkan segmentasi pasar</p> <p>2.(2) Mampu menyebutkan pasar sasaran</p> <p>3.(3) Mampu menetapkan posisi produk/jasa di pasar</p>	<p><b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipasif</p>	<p>Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 2 X 50</p>	<p>WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) [1 x 3 x 50 menit] 2x50</p>	<p><b>Materi:</b> Segmenting, Targeting, Positioning <b>Pustaka:</b> Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas. Erlangga</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> STP <b>Pustaka:</b> Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2013. <i>Marketing Mangemen 14e Horizon Edition. Essex: Pearson Education Limited</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> STP <b>Pustaka:</b> Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D. 2008. <i>Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas., Salemba Empat, Jakarta</i></p>	5%
---	--	---	---	---	---	---	----

4	<p>1.Menganalisis, menyimpulkan proses dan perencanaan pemasaran</p> <p>2.Mampu mengidentifikasi dan menyebutkan segmentasi pasar</p> <p>3.Mampu menyebutkan pasar sasaran</p> <p>4.Mampu menetapkan posisi produk/jasa di pasar</p>	<p>1.(1) Mampu mengidentifikasi dan menyebutkan segmentasi pasar</p> <p>2.(2) Mampu menyebutkan pasar sasaran</p> <p>3.(3) Mampu menetapkan posisi produk/jasa di pasar</p>	<p><b>Bentuk Penilaian</b> : Penilaian Portofolio</p>	<p>Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 2 X 50</p>	<p>WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) [1 x 3 x 50 menit] 2x50</p>	<p><b>Materi:</b> Segmenting, Targeting, Positioning <b>Pustaka:</b> Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas.</i> Erlangga</p> <p><b>Materi:</b> STP <b>Pustaka:</b> Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2013. <i>Marketing Mangemen 14e Horizon Edition.</i> Essex: Pearson Education Limited</p> <p><b>Materi:</b> STP <b>Pustaka:</b> Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D. 2008. <i>Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas.</i> Salemba Empat, Jakarta</p>	3%
5	<p>1.Memahami Sistem Informasi Pemasaran</p> <p>2.Mampu menjelaskan komponen Sistem Informasi Pemasaran</p> <p>3.Mampu melakukan pencatatan internal pada sistem informasi pemasaran</p> <p>4.Mampu memahami tentang intelijen pemasaran</p>	<p>1.(1) Mampu menjelaskan komponen Sistem Informasi Pemasaran</p> <p>2.(2) Mampu melakukan pencatatan internal pada sistem informasi pemasaran</p> <p>3.(3) Mampu memahami tentang intelijen pemasaran</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik holistik</p> <p><b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipatif</p>	<p>Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50</p>	<p>WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50</p>	<p><b>Materi:</b> Sistem Informasi Pemasaran <b>Pustaka:</b> Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas.</i> Erlangga</p> <p><b>Materi:</b> Sistem Informasi Pemasaran <b>Pustaka:</b> Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2013. <i>Marketing Mangemen 14e Horizon Edition.</i> Essex: Pearson Education Limited</p>	5%

6	<p>1.Menganalisis Pasar dan Perilaku Pasar</p> <p>2.Mampu membedakan dan menjabarkan macam-macam pasar</p> <p>3.Mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian</p> <p>4.Mampu menjabarkan proses keputusan pembelian</p>	<p>1.(1) Mampu membedakan dan menjabarkan macam-macam pasar</p> <p>2.(2) Mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian</p> <p>3.(3) Mampu menjabarkan proses keputusan pembelian</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik holistik</p> <p><b>Bentuk Penilaian</b> : Penilaian Portofolio</p>	<p>Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50</p>	<p>WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50</p>	<p><b>Materi:</b> Perilaku konsumen</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas. Erlangga</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> pasar</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2013. Marketing Mangemen 14e Horizon Edition. Essex: Pearson Education Limited</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> keputusan pembelian</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D. 2008. Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas,. Salemba Empat, Jakarta</i></p>	7%
---	---	--	---	--	--	---	----

7	<p>1.Menganalisis Pasar dan Perilaku Pasar</p> <p>2.Mampu membedakan dan menjabarkan macam-macam pasar</p> <p>3.Mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian</p> <p>4.Mampu menjabarkan proses keputusan pembelian</p>	<p>1.(1) Mampu membedakan dan menjabarkan macam-macam pasar</p> <p>2.(2) Mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian</p> <p>3.(3) Mampu menjabarkan proses keputusan pembelian</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik holistik</p> <p><b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipasif</p>	<p>Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50</p>	<p>WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50</p>	<p><b>Materi:</b> Perilaku konsumen</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas. Erlangga</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> pasar</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2013. Marketing Mangemen 14e Horizon Edition. Essex: Pearson Education Limited</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> keputusan pembelian</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D. 2008. Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas,. Salemba Empat, Jakarta</i></p>	5%
---	---	--	---	--	--	---	----

8	UJIAN TENGAH SEMESTER		<b>Bentuk Penilaian</b> : Tes	ujian di kelas 2x50	ujian dengan menggunakan google classroom, mahasiswa mengerjakan di depan laptop dan live melalui google meet, diawasi oleh dosen pengampu 2x50	<b>Materi:</b> Manajemen Pemasaran <b>Pustaka:</b> Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas. Erlangga</i> <hr/> <b>Materi:</b> Manajemen Pemasaran <b>Pustaka:</b> Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2013. <i>Marketing Mangemen 14e Horizon Edition. Essex: Pearson Education Limited</i> <hr/> <b>Materi:</b> Manajemen Pemasaran <b>Pustaka:</b> Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D. 2008. <i>Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas., Salemba Empat, Jakarta</i>	15%
9	1.Menganalisis Pengembangan produk baru 2.Mampu menjabarkan proses pengembangan produk baru 3.Mampu menjabarkan proses penerimaan konsumen	1.(1) Mampu menjabarkan proses pengembangan produk baru 2.(2) Mampu menjabarkan proses penerimaan konsumen	<b>Kriteria:</b> Rubrik holistik <b>Bentuk Penilaian</b> : Penilaian Portofolio	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	<b>Materi:</b> Pengembangan produk baru <b>Pustaka:</b> Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas. Erlangga</i>	3%
10	1.Menganalisis Pengembangan produk baru 2.Mampu menjabarkan proses pengembangan produk baru 3.Mampu menjabarkan proses penerimaan konsumen	(1) Mampu menjabarkan proses pengembangan produk baru (2) Mampu menjabarkan proses penerimaan konsumen	<b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipatif	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	<b>Materi:</b> Pengembangan produk baru <b>Pustaka:</b> Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas. Erlangga</i>	6%

11	<p>1. Menganalisis Strategi produk</p> <p>2.1. Mampu menjelaskan karakteristik dan klasifikasi produk</p> <p>3.2. Mampu menjelaskan diferensiasi produk</p> <p>4.3. Mampu menjelaskan bauran produk</p> <p>5.4. Mampu menjabarkan merek, kemasan, label, dan garansi</p>	<p>1.1. Mampu menjelaskan karakteristik dan klasifikasi produk</p> <p>2.2. Mampu menjelaskan diferensiasi produk</p> <p>3.3. Mampu menjelaskan bauran produk</p> <p>4.4. Mampu menjabarkan merek, kemasan, label, dan garansi</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik holistik</p> <p><b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipasif</p>	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	<p><b>Materi:</b> Strategi Produk</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D. 2008.</i> <i>Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas., Salemba Empat, Jakarta</i></p>	6%
12	<p>1. Menganalisis Strategi Harga</p> <p>2.1. Mampu menjelaskan pentingnya penetapan harga</p> <p>3.2. Mampu menyebutkan langkah-langkah penetapan harga</p> <p>4.3. Mampu menjelaskan perubahan harga</p>	<p>1.1. Mampu menjelaskan pentingnya penetapan harga</p> <p>2.2. Mampu menyebutkan langkah-langkah penetapan harga</p> <p>3.3. Mampu menjelaskan perubahan harga</p>	<p><b>Kriteria:</b> Rubrik holistik</p> <p><b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipasif</p>	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	<p><b>Materi:</b> strategi harga</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2013. Marketing Mangemen 14e Horizon Edition. Essex: Pearson Education Limited</i></p>	5%
13	<p>1. Menganalisis Strategi Komunikasi Pemasaran</p> <p>2.1. Mampu menjabarkan bauran komunikasi pemasaran</p> <p>3.2. Mampu menjelaskan karakteristik bauran komunikasi pemasaran</p> <p>4.3. Mampu menjelaskan pengembangan komunikasi pemasaran efektif</p>	<p>1.1. Mampu menjabarkan bauran komunikasi pemasaran</p> <p>2.2. Mampu menjelaskan karakteristik bauran komunikasi pemasaran</p> <p>3.3. Mampu menjelaskan pengembangan komunikasi pemasaran efektif</p>	<p><b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipasif</p>	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	<p><b>Materi:</b> komunikasi bisnis</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D. 2008.</i> <i>Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas., Salemba Empat, Jakarta</i></p>	5%
14	<p>1. Strategi Pemasaran Eceran</p> <p>2.1. Mampu menjelaskan jenis-jenis pengecer</p> <p>3.2. Mampu menjelaskan strategi Pemasaran eceran</p>	<p>1.1. Mampu menjelaskan jenis-jenis pengecer</p> <p>2.2. Mampu menjelaskan strategi Pemasaran eceran</p>	<p><b>Kriteria:</b> rubrik holistik</p> <p><b>Bentuk Penilaian</b> : Penilaian Portofolio</p>	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	<p><b>Materi:</b> strategi pemasaran eceran</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas. Erlangga</i></p>	7%
15	<p>1. Menganalisis Strategi saluran distribusi</p> <p>2.1. Mampu menjelaskan pentingnya saluran distribusi</p> <p>3.2. Mampu mengidentifikasi sistem saluran distribusi</p>	(1) Mampu menjelaskan persaingan secara global (2) Mampu membuat keputusan utama dalam pemasaran global	<p><b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipasif</p>	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	<p><b>Materi:</b> strategi distribusi</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Philip Kotler &amp; Kevin Lane Keller. 2013. Marketing Mangemen 14e Horizon Edition. Essex: Pearson Education Limited</i></p>	5%
16	UJIAN AKHIR SEMESTER		<p><b>Bentuk Penilaian</b> : Tes</p>	2 X 50			15%



### Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	50%
2.	Penilaian Portofolio	20%
3.	Tes	30%
		100%

#### 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-CPMK 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.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 14 Januari 2025

Koordinator Program Studi S1  
Ekonomi Islam



Clarashinta Ganggih, S.E., CIFP.  
NIDN 0004098702

UPM Program Studi S1  
Ekonomi Islam



Fira Nurafini, S.EI., M.SEI.  
NIDN 0711089202

File PDF ini digenerate pada tanggal 14 Maret 2025 Jam 20:10 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

