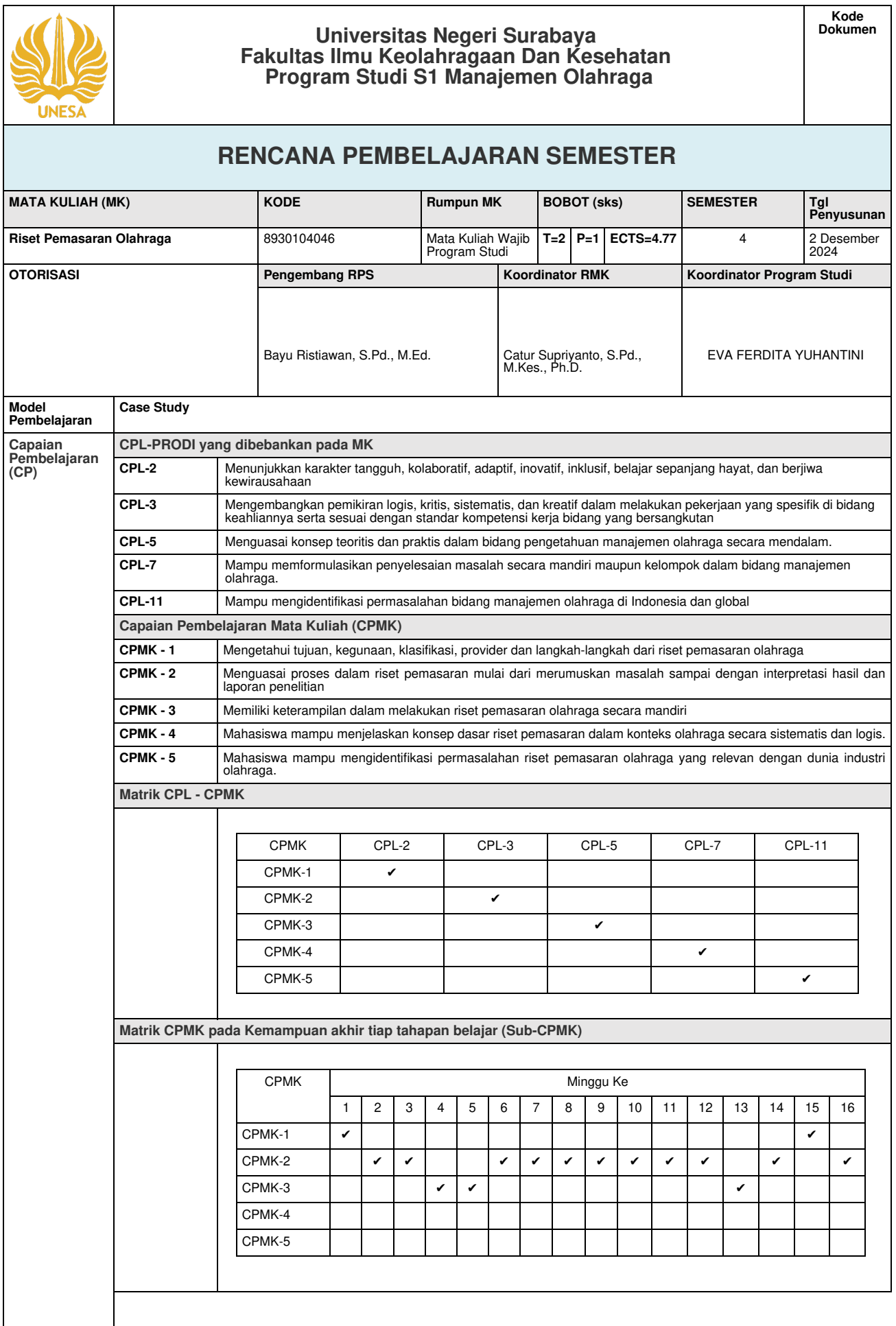




Deskripsi Singkat MK		Mata kuliah ini merupakan mata kuliah wajib konsentrasi pemasaran pada program studi S-1 Manajemen Olahraga. Mata Kuliah ini membahas teori tentang tujuan, kegunaan, klasifikasi, provider dan langkah-langkah dari riset pemasaran olahraga. Mata kuliah fokus kepada proses pelaksanaan riset pemasaran mulai dari perumusan masalah, mereview teori, mendesain riset, teknik pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif, teknik analisis data kualitatif dan kuantitatif sampai dengan interpretasi hasil analisis dan teknik pelaporan. Mata kuliah ini ditekankan pada pembahasan langkah-langkah sistematis pelaksanaan riset pemasaran olahraga.					
Pustaka		Utama :					
		1. Rangkuti, Freddy, 2016. Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta 2. Fullerton, S. (2021). Sports Marketing (5th ed.). McGraw-Hill Education. 3. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education. 4. Sukotjo, H. (2021). Pemasaran Olahraga: Teori dan Praktik. RajaGrafindo Persada. 5. Widodo, A. (2020). Dasar-dasar Riset Pemasaran Olahraga. Unesa University Press. 6. Greenwell, T. C., Danzey-Bussell, L. A., & Shonk, D. J. (2019). "Marketing Research in Sport and Recreation," Journal of Sport Management, 33(2), 99–112.					
		Pendukung :					
		1. 5.Burns, Alvin C., Burns; Ronald F., Bush and Ann, Veeck. 2017. Marketing Research. Edisi 8. Pearson					
Dosen Pengampu		Lutfhi Abdil Khuddus, S.Pd., M.Pd. Erta, S.E., M.M. Hapsari Shinta Citra Puspita Dewi, S.E., M.M Bayu Ristiawan, S.Pd., M.Ed.					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuan 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	Mengidentifikasi karakteristik dan karir dalam riset pemasaran olahraga	1.1. Kemampuan berkomunikasi dalam riset pemasaran olahraga 2.2. Kerapihan penyajian dalam riset pemasaran olahraga 3.3. Ketepatan analisis riset pemasaran olahraga 4.4. Kebenaran penjelasan dalam melakukan riset pemasaran olahraga 5.5. Kelengkapan dalam penjelasan riset pemasaran olahraga	Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Luring 3 x 50		Materi: Mengidentifikasi karakteristik riset pemasaran dan karir dalam riset pemasaran olahraga Pustaka: 5.Burns, Alvin C., Burns; Ronald F., Bush and Ann, Veeck. 2017. Marketing Research. Edisi 8. Pearson	3%
2	Menguasai proses dalam riset pemasaran olahraga mulai dari merumuskan masalah sampai dengan interpretasi hasil dan laporan penelitian	1. Kemampuan komunikasi, 2. Kerapihan penyajian, 3. Ketepatan analisis, 4. Kebenaran penjelasan 5. Kelengkapan penjelasan	Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah dan diskusi 3x50		Materi: Mendefinisikan masalah riset pemasaran Pustaka: Rangkuti, Freddy, 2016. Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta Materi: Mendefinisikan masalah riset pemasaran olahraga Pustaka: Rangkuti, Freddy, 2016. Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta	4%
3	Mengidentifikasi dan menyusun desain riset pemasaran olahraga sesuai dengan tujuan	1. Kemampuan komunikasi, 2. Kerapihan penyajian, 3. Ketepatan analisis, 4. Kebenaran penjelasan 5. Kelengkapan penjelasan	Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Ceramah dan diskusi 3x50		Materi: Mendefinisikan masalah riset pemasaran Pustaka: Rangkuti, Freddy, 2016. Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta	4%

4	Mengidentifikasi dan menyusun desain riset kausal	1. Kemampuan komunikasi, 2. Kerapihan penyajian, 3. Ketepatan analisis, 4. Kebenaran penjelasan 5. Kelengkapan penjelasan	Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja	Ceramah dan diskusi 3x50		Materi: Mendefinisikan masalah riset pemasaran Pustaka: 5.Burns, Alvin C., Burns; Ronald F., Bush and Ann, Veeck. 2017. <i>Marketing Research. Edisi 8. Pearson</i>	4%
5	Mengkonstruksi kuesioner sesuai dengan masalah riset pemasaran dan menguji kualitas instrumen	1. Kemampuan komunikasi, 2. Kerapihan penyajian, 3. Ketepatan analisis, 4. Kebenaran penjelasan 5. Kelengkapan penjelasan	Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Ceramah, Presentasi mahasiswa dan Diskusi 3x50		Materi: Pengukuran, Skala Pengukuran dan Desain Kuesioner Pustaka: 5.Burns, Alvin C., Burns; Ronald F., Bush and Ann, Veeck. 2017. <i>Marketing Research. Edisi 8. Pearson</i> Materi: Evaluasi terhadap kuesioner (reliabilitas, validitas) Pustaka: 5.Burns, Alvin C., Burns; Ronald F., Bush and Ann, Veeck. 2017. <i>Marketing Research. Edisi 8. Pearson</i>	4%
6	Memilih teknik pengambilan dan menentukan jumlah sampel	1. Kemampuan komunikasi, 2. Kerapihan penyajian, 3. Ketepatan analisis, 4. Kebenaran penjelasan 5. Kelengkapan penjelasan	Kriteria: sesuai tabel penskoran	Ceramah, Presentasi mahasiswa dan Diskusi 3x50		Materi: Prosedur Penentuan sampel (probability dan non probability) Pustaka: Rangkuti, Freddy, 2016. <i>Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta</i> Materi: Penentuan ukuran sampel secara statistic Pustaka: 5.Burns, Alvin C., Burns; Ronald F., Bush and Ann, Veeck. 2017. <i>Marketing Research. Edisi 8. Pearson</i>	3%
7	Menyusun proposal riset pemasaran	1. Kemampuan komunikasi, 2. Kerapihan penyajian, 3. Ketepatan analisis, 4. Kebenaran penjelasan 5. Kelengkapan penjelasan	Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah, Presentasi mahasiswa dan Diskusi 3x50		Materi: Sistematika proposal riset pemasaran dan contoh proposal riset pemasaran Pustaka: Rangkuti, Freddy, 2016. <i>Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta</i>	5%
8	Ujian tengah semester	1. Kemampuan komunikasi, 2. Kerapihan penyajian, 3. Ketepatan analisis, 4. Kebenaran penjelasan 5. Kelengkapan penjelasan	Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Portofolio, Penilaian Praktikum, Tes	tes 3x50		Materi: ujian tengah semester Pustaka: Rangkuti, Freddy, 2016. <i>Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta</i> Materi: ujian tengah semester Pustaka: 5.Burns, Alvin C., Burns; Ronald F., Bush and Ann, Veeck. 2017. <i>Marketing Research. Edisi 8. Pearson</i>	20%

9	Mengolah dan menganalisis data riset pemasaran olahraga menggunakan analisis sederhana di platform sisial media	1. Kemampuan komunikasi, 2. Kerapihan penyajian, 3. Ketepatan analisis, 4. Kebenaran penjelasan 5. Kelengkapan penjelasan	Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Portofolio, Praktik / Unjuk Kerja	Analisa pasar di platform digital 3x50		Materi: Mendefinisikan masalah riset pemasaran olahraga Pustaka: <i>Rangkuti, Freddy, 2016. Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta</i>	3%
10	Mengolah dan menganalisis data riset pemasaran olahraga menggunakan regresi OLS, regresi logistik, dan ANOV A	1. Kemampuan komunikasi, 2. Kerapihan penyajian, 3. Ketepatan analisis, 4. Kebenaran penjelasan 5. Kelengkapan penjelasan	Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Praktikum, Praktik / Unjuk Kerja	Analisa pasar di platform digital 3x50		Materi: Mendefinisikan masalah riset pemasaran olahraga Pustaka: <i>Rangkuti, Freddy, 2016. Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta</i>	3%
11	Mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan analisis SWOT	1. Kemampuan komunikasi, 2. Kerapihan penyajian, 3. Ketepatan analisis, 4. Kebenaran penjelasan 5. Kelengkapan penjelasan	Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Praktikum dengan software SPSS dan penugasan terstruktur 3x50		Materi: Analisis klaster, Analisis diskriminan Pustaka: <i>Rangkuti, Freddy, 2016. Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta</i>	4%
12	Mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan analisis SWOT	1. Kemampuan komunikasi, 2. Kerapihan penyajian, 3. Ketepatan analisis, 4. Kebenaran penjelasan 5. Kelengkapan penjelasan	Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	presentasi tugas dan ceramah 3x50		Materi: Analisis klaster, Analisis diskriminan Pustaka: <i>Rangkuti, Freddy, 2016. Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta</i>	4%
13	1.1. Mendemonstrasikan hasil riset perilaku pembelian. 2.2. Menjelaskan secara sistematis dan logis dari hasil riset pemasaran 3.3. Mengidentifikasi relevansi hasil riset pemasaran dengan keputusan pemasaran olahraga		Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Praktek lapangan dan penugasan terstruktur 3x50		Materi: Riset perilaku pembelian (minat beli, pembelian ulang) dengan analisis faktor dan analisis regresi Pustaka: <i>5.Burns, Alvin C., Burns; Ronald F., Bush and Ann, Veeck. 2017. Marketing Research. Edisi 8. Pearson</i>	4%
14	1.1. Mendemonstrasikan hasil riset perilaku pembelian. 2.2. Mempertahankan argumentasi pemilihan konteks. 3.3. Menjelaskan secara sistematis dan logis dari hasil riset pemasaran 4.4. Mengidentifikasi relevansi hasil riset pemasaran dengan keputusan pemasaran olahraga		Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Praktek lapangan dan penugasan terstruktur 3x50		Materi: Riset perilaku pembelian (minat beli, pembelian ulang) dengan analisis faktor dan analisis regresi Pustaka: <i>5.Burns, Alvin C., Burns; Ronald F., Bush and Ann, Veeck. 2017. Marketing Research. Edisi 8. Pearson</i>	4%

15	1.1. Mendemonstrasikan hasil riset segmentasi 2.2. Mahasiswa mampu: Mempertahankan argumentasi pemilihan konteks penelitian. Menjelaskan secara sistematis dan logis dari hasil riset pemasaran Mengidentifikasi relevansi hasil riset pemasaran dengan keputusan pemasaran olahraga	1. Kemampuan komunikasi, 2. Kerapian penyajian, 3. Ketepatan analisis, 4. Kebenaran penjelasan 5. Kelengkapan penjelasan	Kriteria: sesuai tabel penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Praktek lapangan dan penugasan terstruktur 3x50		Materi: Riset pemasaran olahraga untuk pengembangan segmentasi dengan analisis cluster dan analisis deskriminan Pustaka: Rangkuti, Freddy, 2016. <i>Riset Pemasaran</i> , Gramedia, Jakarta	4%
16			Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	tes 3x50		Materi: tes Pustaka: 5. Burns, Alvin C., Burns; Ronald F., Bush and Ann, Veeck. 2017. <i>Marketing Research. Edisi 8. Pearson</i>	30%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	62%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	11%
3.	Penilaian Portofolio	8%
4.	Penilaian Praktikum	6%
5.	Praktik / Unjuk Kerja	8%
6.	Tes	5%
		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.**

Koordinator Program Studi S1
Manajemen Olahraga



EVA FERDITA YUCHANTINI
NIDN 0716088805

UPM Program Studi S1
Manajemen Olahraga



NIDN 0010058701

File PDF ini digenerate pada tanggal 13 Januari 2026 Jam 09:24 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

