



**Universitas Negeri Surabaya  
Fakultas Vokasi  
Program Studi D3 Tata Busana**

Kode Dokumen

## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

| MATA KULIAH (MK)          | KODE  | Rumpun MK   | BOBOT (sks)  |  |                 | SEMESTER                        | Tgl Penyusunan      |
|---------------------------|---|---|--|--|-----------------|---------------------------------|---------------------|
| Pemasaran Fesyen          | 9440502153  |   | T=2  | P=0  | ECTS=3.18       | 5                               | 28 November 2024    |
| OTORISASI                 | Pengembang RPS  |   | Koordinator RMK  |  |                 | Koordinator Program Studi       |                     |
|                           | .....   |   | .....  |  |                 | Dr. Irma Russanti, S.Pd., M.Ds. |                     |
| Model Pembelajaran        | Case Study  |   |  |  |                 |                                 |                     |
| Capaian Pembelajaran (CP) | CPL-PRODI yang dibebankan pada MK   |   |  |  |                 |                                 |                     |
|                           | Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)   |   |  |  |                 |                                 |                     |
|                           | Matrik CPL - CPMK   |   |  |  |                 |                                 |                     |
|                           |   | CPMK  |  |  |                 |                                 |                     |
| Deskripsi Singkat MK      | Melakukan pengkajian dan memberikan pemahaman tentang konsep fashion marketing, fashion market dan marketing environment, fashion customer and organization buyer, marketing research, marketing mix, fashion distribution, fashion marketing communication, advertising, label and packaging. Pembelajaran dilakukan dengan menerapkan pendekatan konstruktivistik. Kegiatan pembelajaran diakhiri dengan membuat Fashion Marketing Planning dan mempresentasikannya |   |  |  |                 |                                 |                     |
|                           | Pustaka   | <p><b>Utama :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bickle, Marianne C, 2011, Fashion Marketing Theory, Principles &amp; Practice, New York: Fairchild Books.</li> <li>2. Burns, Leslie Davis dan Bryant, Nancy O, 2002, The Business of Fashion, Designing, Manufacturing and Marketing, Second Edition, New York: Fairchild Publication, Inc</li> <li>3. Dickerson, Kitty G, 2003, Inside The Fashion Business- Seventh Edition, New Jersey: Pearson Education Inc.</li> <li>4. Easey, Mike, 2009, Fashion Marketing &amp;dash Third Edition, UK: Wiley-Blackwell A John Wiley &amp; Sons Ltd. Publication.</li> <li>5. Poloin, Lynda Gamans, 2003, Retailing Principles A Global Outlook, New York: Fairchild Publication, Inc.</li> <li>6. Posner, Harriet, 2011, Marketing Fashion, London: Laurence King Publishing Ltd.</li> </ol> <p><b>Pendukung :</b></p> |  |  |                 |                                 |                     |
| Dosen Pengampu            | Dra. Yulistiana, M.PSDM.  |   |  |  |                 |                                 |                     |
| 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                         | Mahasiswa mampu memahami konsep dasar Pemasaran Fesyen (Fashion Marketing)  | - Menjelaskan konsep dasar Pemasaran Fesyen (Fashion Marketing)   | <b>Kriteria:</b><br>Ketepatan jawaban dan kelengkapan materi berkaitan dengan industri fashion dan analisis SWOTnya. | Presentasi diskusi kelompok penugasan dan refleksi<br>2 X 50                     |                 |                                 | 0%                  |

|    |  |   |  |   |  |  |    |
|----|--|---|--|---|--|--|----|
| 2  | Mahasiswa mampu memahami Pasar Fesyen (Fashion Market) dan Lingkungan Pemasaran (Marketing Environment)      | Menjelaskan karakteristik Fashion Market dan Marketing Environment  | <b>Kriteria:</b><br>Penilaian meliputi: kelengkapan informasi sistematika penyampaian penggunaan media dan kemampuan tanya jawab.            | Presentasi diskusi dan refleksi<br>2 X 50                                 |  |  | 0% |
| 3  | Mahasiswa mampu memahami Bauran Pemasaran (Marketing Mix)  | Menjelaskan pengertian prinsip dan penerapan Marketing Mix  | <b>Kriteria:</b><br>Penilaian meliputi: kelengkapan informasi sistematika penyampaian media kemampuan berkomunikasi/ tanya jawab.            | Diskusi tugas latihan mencari sumber pustaka dan referensi lain<br>6 X 50 |  |  | 0% |
| 4  |  |   |  |   |  |  | 0% |
| 5  |  |   |  |   |  |  | 0% |
| 6  | Mahasiswa mampu memahami Riset Pasar (Marketing Research)  | Menjelaskan pengertian tujuan peran dan proses marketing research   | <b>Kriteria:</b><br>Penilaian meliputi: kelengkapan informasi sistematika penyampaian media dan contoh kemampuan berkomunikasi/ tanya jawab. | Diskusi tugas latihan mencari sumber pustaka dan referensi lain<br>4 X 50 |  |  | 0% |
| 7  |  |   |  |   |  |  | 0% |
| 8  | Mampu mengerjakan soal-soal UTS  |   | <b>Kriteria:</b><br>Mampu menjawab soal-soal yang diberikan dengan baik dan jelas.   | 2 X 50  |  |  | 0% |
| 9  | Mahasiswa mampu memahami Fashion Customer dan Organization Buyer   | Menjelaskan kategori tipe dan karakteristik Fashion Customer dan Organization Buyer   | <b>Kriteria:</b><br>Penilaian meliputi: kelengkapan informasi sistematika penyampaian materi media kemampuan berkomunikasi.                  | Diskusi tugas latihan mencari sumber pustaka dan referensi lain<br>2 X 50 |  |  | 0% |
| 10 | Mahasiswa mampu memahami Distribusi Fesyen (fashion distribution)  | Menjelaskan tentang fashion distribution  | <b>Kriteria:</b><br>Penilaian meliputi: kelengkapan informasi sistematika penyampaian media kemampuan berkomunikasi                          | Diskusi tugas latihan mencari sumber pustaka dan referensi lain<br>2 X 50 |  |  | 0% |
| 11 | Mahasiswa mampu memahami Komunikasi Fesyen (fashion communication)   | Menjelaskan tentang pentingnya fashion communication  | <b>Kriteria:</b><br>Penilaian meliputi: kelengkapan informasi sistematika penyampaian materi media kemampuan berkomunikasi.                  | Diskusi tugas latihan mencari sumber pustaka dan referensi lain<br>2 X 50 |  |  | 0% |
| 12 | Mahasiswa mampu memahami periklanan label dan kemasan ( advertising dan promotion serta label dan packaging) | a. Menjelaskan pengertian jenis dan peranan advertising dan promotion b. Menjelaskan pengertian jenis dan peranan label dan packaging | <b>Kriteria:</b><br>Penilaian meliputi: kelengkapan informasi sistematika penyampaian materi media kemampuan berkomunikasi                   | Diskusi tugas latihan mencari sumber pustaka dan referensi lain<br>2 X 50 |  |  | 0% |

|    |  |   |   |   |  |  |    |
|----|--|---|---|---|--|--|----|
| 13 | Mahasiswa mampu membuat Perencanaan Pemasaran Fesyen (Fashion Marketing Planning/ Business Plan) dengan menerapkan marketing mix | Menerapkan konsep marketing mix dalam bentuk Fashion Marketing Planning/Business Plan | <b>Kriteria:</b><br>1. Penilaian meliputi:<br>2. Kelengkapan informasi yang diuraikan dalam Fashion Marketing planning Katalog yang memuat berbagai produk yang ditawarkan<br>Kelengkapan lain seperti: label brosur kartu nama packaging dll | Diskusi tugas latihan mencari sumber pustaka dan referensi lain<br>4 X 50 |  |  | 0% |
| 14 |  |   |   |   |  |  | 0% |
| 15 | Mahasiswa mampu mempresentasikan Perencanaan Pemasaran Fesyen (Fashion Marketing Planning/ Business Plan)                        | Mempresentasikan Fashion Marketing Planning   | <b>Kriteria:</b><br>Penilaian meliputi: kelengkapan informasi sistematis penyampaian materi disertai dengan kelengkapan sebagai media yang telah dipersiapkan   | Presentasi<br>2 X 50  |  |  | 0% |
| 16 | Mampu mengerjakan soal-soal yang diberikan   |   | <b>Kriteria:</b><br>Mampu mengerjakan soal-soal dengan baik dan jelas   | 2 X 50  |  |  | 0% |

#### Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

| No | Evaluasi | Persentase |
|----|----------|------------|
|    |          | 0%         |

#### Catatan

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