

		<p align="center"><b>Universitas Negeri Surabaya</b>  <b>Fakultas Teknik</b>  <b>Program Studi S1 Pendidikan Tata Boga</b></p>					<b>Kode Dokumen</b>																																										
<p align="center"><b>RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER</b></p>																																																	
<b>MATA KULIAH (MK)</b>		<b>KODE</b>	<b>Rumpun MK</b>		<b>BOBOT (sks)</b>		<b>SEMESTER</b>	<b>Tgl Penyusunan</b>																																									
Pemasaran Jasa Boga		8321102041			T=2 P=0 ECTS=3.18	6	7 Januari 2026																																										
<b>OTORISASI</b>		<b>Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Koordinator Program Studi</b>																																											
						SRI HANDAJANI																																											
<b>Model Pembelajaran</b>	Case Study																																																
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																
	Matrik CPL - CPMK																																																
	<table border="1"> <tr> <td></td> <td align="center" colspan="16">CPMK</td> </tr> </table>									CPMK																																							
		CPMK																																															
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																	
	<table border="1"> <tr> <td rowspan="2">CPMK</td> <td align="center" colspan="16">Minggu Ke</td> </tr> <tr> <td align="center">1</td><td align="center">2</td><td align="center">3</td><td align="center">4</td><td align="center">5</td><td align="center">6</td><td align="center">7</td><td align="center">8</td><td align="center">9</td><td align="center">10</td><td align="center">11</td><td align="center">12</td><td align="center">13</td><td align="center">14</td><td align="center">15</td><td align="center">16</td> </tr> </table>																CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
CPMK	Minggu Ke																																																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																	
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Memahami konsep tentang pemasaran jasa dan mampu mengimplementasinya dalam bisnis jasa pelayanan di bidang food & service (F&B) sehingga dapat memuaskan pihak sasaran ( customer ) dan pengelola ( management ), meliputi: pengertian dan ruang lingkupnya; karakteristik dan klasifikasi jasa); strategi pemasaran jasa (perilaku konsumen jasa, membina hubungan dengan konsumen, positioning jasa); penciptaan jasa, bukti fisik, dan penyajian jasa (penciptaan jasa baru, bukti fisik jasa, penyajian jasa); dan manajemen permintaan-kapasitas dan penetapan harga jasa (manajemen permintaan dan kapasitas, penetapan harga jasa).																																																
<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>																																																
	1. Alma, Buchari. 1999. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta 2. Cravens, David W. 1996. Pemasaran Strategis. Jilid 3. (alih Bahasa: Lina Salim, Univ. Atmajaya). Jakarta: Penerbit Erlangga. 4. Denny Richard. 2002. Sukses Menjual: Jurus Jitu Merebut Pasar. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 5. Gronroos, Christian (1990), Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition, Maxwell Macmillan, Singapore (CG). 6. Innovative Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firmin Lovelock (1991) 6. Koler, Philip; Ang, Swee Hoon; leong, Siew Meng; Tan, Chin Tiong. 2004. Manajemen Pemasaran (Sudut Pandang Asia). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. 7. Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa, edisi 2, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2006 (RL). 8. Lovelock, Christopher H. (1991), Service Marketing: Text, Cases, and Readings, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ (CHL). 9. Payne, Adrian (1993), The Essence of Service Marketing, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ (AP). 9. Sellers, Praticia. 1991. How to Handle Customer 19s Gripesin Lovelock.																																																
	<b>Pendukung :</b>																																																
<b>Dosen Pengampu</b>	Prof. Dr. Any Sutiadiningsih, M.Si. Drs. Ec. Mein Kharolis, M.SM. Mauren Gita Miranti, S.Pd., M.Pd.																																																
<b>Mg Ke-</b>	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>	<b>Penilaian</b>		<b>Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]</b>		<b>Materi Pembelajaran [Pustaka]</b>	<b>Bobot Penilaian (%)</b>																																										
		<b>Indikator</b>	<b>Kriteria &amp; Bentuk</b>	<b>Luring (offline)</b>	<b>Daring (online)</b>																																												
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)																																										

1	Memahami rancangan acara perkuliahan, memahami dan menyepakati kontrak perkuliahan, dan memahami tugas dan tanggung jawab perkuliahan Pemasaran Jasa Boga	1. Memahami rancangan acara perkuliahan 2. Memahami dan menyepakati kontrak perkuliahan 3. Memahami tugas dan tanggung jawab perkuliahan Pemasaran Jasa Boga	<b>Kriteria:</b> Nilai penuh diperoleh apabila mengerjakan soal dengan benar. Bobot hasil penilaian sebesar 20% diperoleh dari tingkat partisipasi mahasiswa baik dalam hal kehadiran dalam perkuliahan, keaktifan dalam mengikuti perkuliahan (bertanya, memperhatikan, dan bersungguh-sungguh), dan keaktifan dalam kegiatan diskusi kelompok dan presentasi kelas. Berikut adalah rubrik presentasi kelas.	Tatap muka (penjelasan) Pembelajaran langsung tanya jawab pemberian latihan 2 X 50		0%
2	Menguasai konsep dasar pemasaran jasa boga	1. Menjelaskan pengertian jasa dan pemasaran 2. Mengidentifikasi klasifikasi dan karakteristik jasa 3. Menjelaskan masalah dalam bisnis jasa 4. Menjelaskan konsep inti pemasaran	<b>Kriteria:</b> Nilai penuh diperoleh apabila mengerjakan soal dengan benar. Bobot hasil penilaian sebesar 20% diperoleh dari tingkat partisipasi mahasiswa baik dalam hal kehadiran dalam perkuliahan, keaktifan dalam mengikuti perkuliahan (bertanya, memperhatikan, dan bersungguh-sungguh), dan keaktifan dalam kegiatan diskusi kelompok dan presentasi kelas. Berikut adalah rubrik presentasi kelas.	Pembelajaran langsung tanya jawab pemberian latihan 2 X 50		0%
3	Pemasaran Jasa dan Pemasaran Relasional	Menjelaskan perbedaan pemasaran Jasa dan pemasaran relasional	<b>Kriteria:</b> Nilai penuh diperoleh apabila mengerjakan soal dengan benar. Bobot hasil penilaian sebesar 20% diperoleh dari tingkat partisipasi mahasiswa baik dalam hal kehadiran dalam perkuliahan, keaktifan dalam mengikuti perkuliahan (bertanya, memperhatikan, dan bersungguh-sungguh), dan keaktifan dalam kegiatan diskusi kelompok dan presentasi kelas. Berikut adalah rubrik presentasi kelas.	Pembelajaran langsung tanya jawab pemberian latihan 2 X 50		0%
4	Perumusan Visi Misi dan Program Kerja Perusahaan Jasa	1. Menjelaskan pengertian Visi Misi Jasa dan Program Kerja Perusahaan Jasa 2. Pengembangan Misi Bidang Pemasaran Jasa 3. Pengembangan Program Kerja Bidang Pemasaran Jasa	<b>Kriteria:</b> Nilai penuh diperoleh apabila mengerjakan soal dengan benar. Bobot hasil penilaian sebesar 20% diperoleh dari tingkat partisipasi mahasiswa baik dalam hal kehadiran dalam perkuliahan, keaktifan dalam mengikuti perkuliahan (bertanya, memperhatikan, dan bersungguh-sungguh), dan keaktifan dalam kegiatan diskusi kelompok dan presentasi kelas. Berikut adalah rubrik presentasi kelas.	Pembelajaran langsung tanya jawab pemberian latihan 2 X 50		0%
5	Mampu menganalisis Perbedaan Karakteristik dan Klasifikasi Jasa secara tertulis dan mempresentasikan hasilnya secara mandiri dan bertanggung jawab.	Membedakan karakteristik barang dan jasa, serta implikasinya pada berbagai keputusan terkait pemasaran. Menganalisis klasifikasi jasa dan implikasinya dalam pemasaran. Menyimpulkan jasa sebagai suatu paket *semuanya dilakukan secara tertulis dan hasilnya dipresentasikan secara mandiri dan bertanggung jawab.	<b>Kriteria:</b> Nilai penuh diperoleh apabila mengerjakan soal dengan benar. Bobot hasil penilaian sebesar 20% diperoleh dari tingkat partisipasi mahasiswa baik dalam hal kehadiran dalam perkuliahan, keaktifan dalam mengikuti perkuliahan (bertanya, memperhatikan, dan bersungguh-sungguh), dan keaktifan dalam kegiatan diskusi kelompok dan presentasi kelas. Berikut adalah rubrik presentasi kelas.	Pembelajaran langsung tanya jawab pemberian latihan 2 X 50		0%

6	Mengevaluasi Perilaku Konsumen Jasa, melaporkannya secara tertulis dan mempresentasikan hasilnya secara mandiri dan bertanggung jawab	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Menyimpulkan Pengertian Perilaku konsumen Jasa</li> <li>2.Menganalisis Proses Pembelian Jasa</li> <li>3.Menguraikan Pengaruh Kelompok atau individu lain</li> <li>4.Menguraikan Pengaruh Klasifikasi Jasa</li> <li>5.Menguraikan Pengaruh Situasional</li> <li>6.Menganalisis Kepuasan Konsumen</li> </ol>	<b>Kriteria:</b> Nilai penuh diperoleh apabila mengerjakan soal dengan benar Bobot hasil penilaian sebesar 20% diperoleh dari tingkat partisipasi mahasiswa baik dalam hal kehadiran dalam perkuliahan, keaktifan dalam mengikuti perkuliahan (bertanya, memperhatikan, dan bersungguh-sungguh), dan keaktifan dalam kegiatan diskusi kelompok dan presentasi kelas. Berikut adalah rubrik presentasi kelas.	Pembelajaran langsung, diskusi, observasi lapang, tanya jawab, pemberian latihan 2 X 50			0%
7	Mampu Mengevaluasi Hubungan Dengan Konsumen, melaporkan secara tertulis, dan hasilnya dipresentasikan secara mandiri dan bertanggung jawab	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Menjelaskan Hubungan Pemasaran</li> <li>2.Menguraikan Tujuan Hubungan Pemasaran</li> <li>3.Mengidentifikasi Nilai Jangka Panjang Seorang Konsumen</li> <li>4.Menjelaskan Segmentasi Sebagai Dasar Membangun Harapan Konsumen</li> <li>5.Menguraikan Strategi mempertahankan hubungan jangka Panjang</li> </ol>	<b>Kriteria:</b> Nilai penuh diperoleh apabila mengerjakan soal dengan benar Bobot hasil penilaian sebesar 20% diperoleh dari tingkat partisipasi mahasiswa baik dalam hal kehadiran dalam perkuliahan, keaktifan dalam mengikuti perkuliahan (bertanya, memperhatikan, dan bersungguh-sungguh), dan keaktifan dalam kegiatan diskusi kelompok dan presentasi kelas. Berikut adalah rubrik presentasi kelas.	Tes Tertulis 2 X 50			0%
8	Mampu menyelesaikan soal-soal dalam UTS secara benar (sesuai kunci jawaban)	Mampu mengerjakan.menyelesaikan soal-soal UTS (materi minggu 1 - 7) secara benar	<b>Kriteria:</b> Bobot hasil penilaian sebesar 20% diperoleh dari tingkat partisipasi mahasiswa baik dalam hal kehadiran dalam perkuliahan, keaktifan dalam mengikuti perkuliahan (bertanya, memperhatikan, dan bersungguh-sungguh), dan keaktifan dalam kegiatan diskusi kelompok dan presentasi kelas.	Pembelajaran langsung, tanya jawab, pemberian latihan, diskusi, observasi 2 X 50			0%
9	Mampu menguraikan berbagai hal terkait dengan kegiatan Merancang Produk Jasa, menyusun hasilnya secara tertulis dan dipresentasikan secara mandiri dan bertanggung jawab	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Menjelaskan Pengertian merancang produk jasa</li> <li>2.Menjelaskan kkomponen pendukung dalam Penawaran Jasa</li> <li>3.Mengidentifikasi produk yang tergolong Level Jasa (Inti dan Sekunder) yang ada kitar</li> <li>4.Menguraikan Persepsi Konsumen Terhadap Atribut atau merek-merek Jasa yang adaMenguraikan tahapan Strategi Produk Jasa</li> <li>5.Mengilustrasikan</li> <li>6.Pengembangan Jasa Baru yang mungkin dilakukan</li> <li>7.Menjelaskan Service Deletion</li> </ol>	<b>Kriteria:</b> Kelengkapan laporan yang disusun dan kerapian dan kelancaran presentasi dan pemberian jawaban/tanggapan	Pembelajaran langsung, tanya jawab, pemberian latihan, diskusi 2 X 50			0%

10	MAMPU MERANCANG SISTEM PENYAMPAIAN JASA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Menguraikan unsur-unsur dalam desain sistem desain jasa</li> <li>2.Menguraikan lima ancatan yang dapat diterapkan dalam merancang sebuah sistem jasa</li> <li>3.Menguraikan langkah-langkah dalam menyusun sebuah service blueprint</li> <li>4.Mengilustrasikan service ecounter</li> <li>5.Menjelaskan service scapes</li> <li>6.Menguraikan lokasi fasilitas jasa</li> <li>7.Menguraikan desain dan tata letak fasilitas jasa</li> <li>8.Mengilustrasikan service redesign</li> <li>9.Menguraikan permintaan dan penawaran jasa</li> <li>10.Menguraikan peranan karyawan dan pelanggan dalam sistem penyampaian jasa</li> </ol>	<b>Kriteria:</b> Kelengkapan laporan yang disusun dan kerapian dan kelancaran presentasi dan pemberian jawaban/tanggapan	Pembelajaran langsung, tanya jawab, pemberian latihan, diskusi 2 X 50			0%
11	MENETAPKAN HARGA JASA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Menyimpulkan konsep mendasar terkait dengan harga jasa dari beberapa pendapat ahli</li> <li>2.Menguraikan dimensi strategik harga jasa</li> <li>3.Menemukan isu-isu sentral dalam penetapan harga jasa</li> <li>4.Menguraikan strategi pemasaran dan tujuan penetapan</li> <li>5.Menguraikan strategi penetapan harga jasa</li> <li>6.Menguraikan Yied Management</li> </ol>	<b>Kriteria:</b> Kelengkapan laporan yang disusun dan kerapian dan kelancaran presentasi dan pemberian jawaban/tanggapan	Pembelajaran langsung, tanya jawab, pemberian latihan, diskusi 2 X 50			0%
12	MERANCANG KOMUNIKASI PEMASARAN JASA TERINTEGRASI	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Menguraikan konsep dasar komunikasi pemasaran terintegrasi</li> <li>2.Menguraikan proses komunikasi pemasaran terintegrasi</li> <li>3.Menguraikan strategi komunikasi pemasaran jasa</li> </ol>	<b>Kriteria:</b> Kelengkapan laporan yang disusun dan kerapian dan kelancaran presentasi dan pemberian jawaban/tanggapan	Pembelajaran langsung, tanya jawab, pemberian latihan, diskusi 2 X 50			0%
13	MAMPU MENGANALISIS MANAJEMEN KUALITAS JASA DAN CUSTOMER VALUE	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Menguraikan komponen dan dimensi kualitas jasa</li> <li>2.Menganalisis Model SERVQUAL</li> <li>3.Menguraikan Keterbatasan Model SERVQUAL dan implikasinya</li> <li>4.Menganalisis model-model alternatif</li> <li>5.Menguraikan sistem informasi kualitas jasa</li> <li>6.Menguraikan Customer value</li> </ol>	<b>Kriteria:</b> Kelengkapan laporan yang disusun dan kerapian dan kelancaran presentasi dan pemberian jawaban/tanggapan	Pembelajaran langsung, tanya jawab, pemberian latihan, diskusi 2 X 50			0%
14	MAMPU MENGANALISIS MANAJEMEN KEPUASAN PELANGGAN DAN PEWUJUDAN LOYALITAS PELANGGAN	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Menguraikan konsep balance scorecard</li> <li>2.Menguraikan konsep kepuasan pelanggan dan manfaat program keluasan pelanggan</li> <li>3.Model Konseptual kepuasan pelanggan</li> <li>4.Mengukur Kepuasan pelanggan</li> <li>5.Model dan Skala pengukuran</li> </ol>	<b>Kriteria:</b> Kelengkapan laporan yang disusun dan kerapian dan kelancaran presentasi dan pemberian jawaban/tanggapan	Pembelajaran langsung, tanya jawab, pemberian latihan, diskusi, presentasi 2 X 50			0%

15	Perencanaan Untuk Produk Baru	1. Menjelaskan perenc. produk sebagai proses kepuasan konsumen 2. Menjelaskan langkah-langkah perencanaan produk bar 3. Mnjelaskan pembangkitan ide 4. Menjelaskan penya-ringan, pengevaluasian, dan analisis bisnis 5. Menjelaskan pengem-bangan dan pengujian 6. Menjelaskan strategi pemasaran dan pengujian pemasaran 7. Menjelaskan komersialisasi 8. Menjelaskan isu-isu perenc. produk baru	<b>Kriteria:</b> Kelengkapan laporan yang disusun dan kerapian dan kelancaran presentasi dan pemberian jawaban/tanggapan	Pembelajaran langsung, tanya jawab, pemberian latihan, diskusi, presentasi 2 X 50			0%
16							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.