



Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan																																											
Pemasaran Jasa	8721102037		T=2 P=0 ECTS=3.18	2	2 Oktober 2024																																											
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Koordinator Program Studi																																											
		Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., MSM.																																											
Model Pembelajaran	Project Based Learning																																															
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																															
	CPL-7	PLO-S3 Mampu mengaplikasikan jiwa wirausaha dalam memecahkan masalah sesuai dengan bidangnya																																														
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																															
	Matrik CPL - CPMK																																															
		<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="width: 50px;">CPMK</td> <td style="width: 50px;">CPL-7</td> </tr> </table>				CPMK	CPL-7																																									
CPMK	CPL-7																																															
	Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																															
		<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td rowspan="2" style="width: 50px;">CPMK</td> <td colspan="16" style="text-align: center;">Minggu Ke</td> </tr> <tr> <td style="width: 20px;">1</td> <td style="width: 20px;">2</td> <td style="width: 20px;">3</td> <td style="width: 20px;">4</td> <td style="width: 20px;">5</td> <td style="width: 20px;">6</td> <td style="width: 20px;">7</td> <td style="width: 20px;">8</td> <td style="width: 20px;">9</td> <td style="width: 20px;">10</td> <td style="width: 20px;">11</td> <td style="width: 20px;">12</td> <td style="width: 20px;">13</td> <td style="width: 20px;">14</td> <td style="width: 20px;">15</td> <td style="width: 20px;">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																																
Deskripsi Singkat MK	Pembahasan tentang konsep pemasaran jasa serta implementasinya dalam dunia pendidikan ekonomi terutama sebagai bekal memasuki dunia kerja menjadi guru khususnya di bidang manajemen dan bisnis. Pemahaman konsep pemasaran jasa, pengkajian, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian kegiatan pemasaran. Perkuliahan dilaksanakan dengan sistem analisis studi kasus, presentasi dan diskusi, dan refleksi.																																															
Pustaka	Utama : 1. Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat 2. Christoper Lovelock & Lauran Wright. 1999. Principles of Service Marketing and Management. Prentice Hall International 3. Payne Andrian. 2001. The Essence of Service Marketing, Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi 4. Fandy Tjiptono. 2001. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi 5. Hoffman, K. Douglas. , Bateson, John. E. G. Seervices Marketing Concepts, Strategies & Cases (ebook)																																															
	Pendukung :																																															
Dosen Pengampu	Renny Dwijayanti, S.Pd., M.Pd. Erta, S.E., M.M.																																															
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk 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	Memahami pengertian jasa dan karakteristik jasa	1.Mendeskripsikan Jasa dan karakteristik jasa 2.Mengidentifikasi Jasa dan karakteristik jasa	Kriteria: 1.Skor > 80 2.Mengidentifikasi karakteristik Jasa dan membuat kesimpulan 3.Skor > 65 4.Mengidentifikasi karakteristik Jasa kurang tepat 5.Skor < 50 6.Jawaban salah / tidak ada jawaban Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	1) Analisis perusahaan yang termasuk ke dalam bidang jasa dan juga karakteristik Jasa 2 X 50		Materi: konsep pemasaran jasa Pustaka: <i>Hoffman, K. Douglas. , Bateson, John. E. G. Seervices Marketing Concepts, Strategies &Cases (ebook)</i>	5%
2	Memahami dan menggambarkan pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa	1.Menggambarkan kerangka kerja pemasaran jasa 2.mengidentifikasi berbagai faktor yang mendorong dan penghambat pertumbuhan jasa 3.Mendeskripsikan hal-hal yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala dalam pertumbuhan jasa	Kriteria: 1.Skor > 80 2.memberikan gambaran kerangka kerja pemasaran jasa dan mampu memberikan penjelasan tentang gambar 3.Skor > 65 4.memberikan gambaran kerangka kerja pemasaran jasa kurang tepat 5.Skor < 50 6.Jawaban salah / tidak ada jawaban Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pembelajaran dengan diskusi mengenai pemasaran jasa, kerangka kerja dan strategi dalam pemasaran jasa dari sebuah study kasus 4 X 50		Materi: Strategy dalam pemasaran jasa Pustaka: <i>Hoffman, K. Douglas. , Bateson, John. E. G. Seervices Marketing Concepts, Strategies &Cases (ebook)</i>	5%
3	Memahami dan menggambarkan pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa	1.Menggambarkan kerangka kerja pemasaran jasa 2.mengidentifikasi berbagai faktor yang mendorong dan penghambat pertumbuhan jasa 3.Mendeskripsikan hal-hal yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala dalam pertumbuhan jasa	Kriteria: 1.Skor > 80 2.memberikan gambaran kerangka kerja pemasaran jasa dan mampu memberikan penjelasan tentang gambar 3.Skor > 65 4.memberikan gambaran kerangka kerja pemasaran jasa kurang tepat 5.Skor < 50 6.Jawaban salah / tidak ada jawaban Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pembelajaran dengan diskusi mengenai pemasaran jasa, kerangka kerja dan strategi dalam pemasaran jasa dari sebuah study kasus 4 X 50		Materi: Strategy dalam pemasaran jasa Pustaka: <i>Hoffman, K. Douglas. , Bateson, John. E. G. Seervices Marketing Concepts, Strategies &Cases (ebook)</i>	5%
4	Memahami pentingnya perumusan Mission Statement	1.Mampu Mengidentifikasi unsur-unsur yang diperlukan dalam merumuskan misi perusahaan jasa 2.Mmampu Merumuskan Misi (Mission Statement) perusahaan jasa	Kriteria: 1.Skor > 80 2.Mampu memberikan gambaran proses yang diperlukan dalam merumuskan misi perusahaan jasa serta memberikan penjelasan 3.Skor > 65 4.Jawaban salah / tidak ada jawaban Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Mengidentifikasi unsur-unsur yang diperlukan dalam merumuskan misi perusahaan jasa Merumuskan Misi (Mission Statement) perusahaan jasa 2 X 50		Materi: komponen manajemen jasa Pustaka: <i>Fandy Tjiptono. 2001.Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi</i>	5%
5	Memahami perilaku konsumen jasa	1.Mengidentifikasi konsumen jasa 2.Menganalisa bagaimana konsumen mengevaluasi suatu jasa sampai pada memakai jasa tsb, dan bagaimana suatu jasa sebaiknya dilakukan	Kriteria: 1.Skor > 80 2.menganalisa pandangan konsumen serta memberikan solusi bagi perusahaan jasa 3.Skor > 65 4.Jawaban salah / tidak ada jawaban Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi pembahasan materi diskusi case study 2 X 50		Materi: marketing concept, strategy Pustaka: <i>Hoffman, K. Douglas. , Bateson, John. E. G. Seervices Marketing Concepts, Strategies &Cases (ebook)</i>	5%

6	Memahami strategi Segmenting dan Targeting pada pemasaran jasa	1. Menguraikan pentingnya strategi Segmenting dan Targeting pada pemasaran jasa 2. menganalisa strategi segmenting, dan targeting dalam pemasaran suatu jasa	Kriteria: 1. Skor > 80 2. Mampu memberikan analisis dengan benar dan memberikan kesimpulan 3. Skor > 65 4. Jawaban salah / tidak ada jawaban Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi Studi kasus perusahaan di indonesia 4 X 50		Materi: segmenting, targeting dan positioning dalam pemasaran jasa Pustaka: Fandy Tjiptono. 2001. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi	3%
7	Mendeskripsikan pengertian dari targeting dalam pemasaran jasa, Menguraikan pentingnya strategi Targeting dan positioning pada pemasaran jasa, Menganalisa strategi targeting dan positioning dalam pemasaran suatu jasa	1. Menguraikan pentingnya strategi Segmenting dan Targeting pada pemasaran jasa 2. menganalisa strategi segmenting, dan targeting dalam pemasaran suatu jasa	Kriteria: 1. Skor > 80 2. Mampu memberikan analisis dengan benar dan memberikan kesimpulan 3. Skor > 65 4. Jawaban salah / tidak ada jawaban Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi Studi kasus perusahaan di indonesia 4 X 50		Materi: segmenting, targeting dan positioning dalam pemasaran jasa Pustaka: Fandy Tjiptono. 2001. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi	5%
8	UTS	Mampu menjawab soal tes yang diberikan	Kriteria: 1. Jawaban tepat >80 2. jawaban kurang tepat >65 Bentuk Penilaian : Tes	Tes tulis 2 X 50		Materi: Pengertian Pemasaran jasa Pustaka: Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat Materi: marketing dan menejemen service Pustaka: Christoper Lovelock & Lauran Wright. 1999. Principles of Service Marketing and Management. Prentice Hall International Materi: strategi dan kasus pemasaran jasa Pustaka: Hoffman, K. Douglas. , Bateson, John. E. G. Seervices Marketing Concepts, Strategies & Cases (ebook)	20%
9	Menganalisa Positioning dan Diferensiasi Produk jasa	1. Menguraikan pentingnya strategi Positioning 2. Mengidentifikasi diferensiasi produk produk jasa	Kriteria: 1. Skor > 80 2. Mampu memberikan analisis dengan benar dan memberikan kesimpulan 3. Skor > 65 4. Jawaban salah / tidak ada jawaban	Diskusi Studi kasus 2 X 50	-	Materi: Positioning dan Diferensiasi Produk jasa Pustaka: Payne Andrian. 2001. The Essence of Service Marketing, Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi	3%

10	Memahami bauran pemasaran jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendeskripsikan perbedaan bauran pemasaran barang dengan bauran pemasaran jasa 2. Menguraikan pentingnya bauran pemasaran jasa 3. Mendeskripsikan elemen – elemen dalam bauran pemasaran jasa 4. Menggambarkan elemen bauran pemasaran pada jasa 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Skor > 80 2. Mampu memberikan analisis dengan benar dan memberikan kesimpulan 3. Skor > 65 4. Jawaban salah / tidak ada jawaban <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif</p>	Diskusi Studi kasus 2 X 50		<p>Materi: bauran pemasaran jasa Pustaka: <i>Fandy Tjiptono. 2001. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi</i></p>	4%
11	Memahami arti produktivitas dan kualitas jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi arti penting produktivitas dan menganalisa dampaknya terhadap kualitas jasa 2. Menganalisis baik buruknya kualitas jasa melalui model analisis kesenjangan 3. Menganalisis pentingnya kualitas jasa dalam pandangan Agama 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Skor > 80 2. Mampu memberikan analisis dengan benar dan memberikan kesimpulan 3. Skor > 65 4. Jawaban salah / tidak ada jawaban <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif</p>	Diskusi Studi kasus 2 X 50	-	<p>Materi: produktivitas dan kualitas jasa Pustaka: <i>Christoper Lovelock & Lauran Wright. 1999. Principles of Service Marketing and Management. Prentice Hall International</i></p>	4%
12	Menganalisis alternatif-alternatif dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjabarkan pengertian kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan 2. Menganalisis dan menggambarkan alternatif-alternatif dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan perusahaan jasa 3. Mengukur service quality yang ditawarkan perusahaan jasa 4. Menyimpulkan pentingnya mempertahankan pelanggan perusahaan jasa 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Skor > 80 2. Mampu memberikan analisis dengan benar dan memberikan kesimpulan 3. Skor > 65 4. Jawaban salah / tidak ada jawaban <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif</p>	Diskusi Studi kasus 2 X 50	-	<p>Materi: membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan Pustaka: <i>Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat</i></p>	4%
13	Memahami Sistem informasi kualitas jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi elemen sistem informasi kualitas jasa yang efektif 2. Menjabarkan manfaat sistem informasi kualitas jasa 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Skor > 80 2. Mampu memberikan analisis dengan benar dan memberikan kesimpulan 3. Skor > 65 4. Jawaban salah / tidak ada jawaban <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif</p>	Diskusi 2 X 50		<p>Materi: Sistem informasi kualitas jasa Pustaka: <i>Hoffman, K. Douglas. , Bateson, John. E. G. Seervices Marketing Concepts, Strategies & Cases (ebook)</i></p>	4%
14	Merancang pemasaran jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjabarkan elemen penting dalam pemasaran jasa 2. Menganalisa manfaat penyusunan rancangan pemasaran jasa 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Skor > 80 2. Mampu memberikan analisis dengan benar dan memberikan kesimpulan 3. Skor > 65 4. Jawaban salah / tidak ada jawaban <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif</p>	Diskusi rancangan pemasaran jasa 4 X 50	-	<p>Materi: Rancangan pemasaran jasa Pustaka: <i>Christoper Lovelock & Lauran Wright. 1999. Principles of Service Marketing and Management. Prentice Hall International</i></p>	4%

15	Merancang pemasaran jasa	1. Menjabarkan elemen penting dalam pemasaran jasa 2. Menganalisa manfaat penyusunan rancangan pemasaran jasa	Kriteria: 1. Skor > 80 2. Mampu memberikan analisis dengan benar dan memberikan kesimpulan 3. Skor > 65 4. Jawaban salah / tidak ada jawaban Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Diskusi rancangan pemasaran jasa 4 X 50	-	Materi: Rancangan pemasaran jasa Pustaka: <i>Christoper Lovelock & Lauran Wright. 1999. Principles of Service Marketing and Management. Prentice Hall International</i>	5%
16	UAS			UAS 3 X 50	-	Materi: UAS Pustaka: <i>Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat</i>	30%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	58%
2.	Tes	20%
		78%

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.