

		Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi S1 Ekonomi					Kode Dokumen																																																																												
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER																																																																																			
MATA KULIAH (MK)		KODE	Rumpun MK		BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																																										
Analisis Pasar		8722004145	Mata Kuliah Wajib Program Studi		T=0	P=0	ECTS=0	5	1 September 2024																																																																										
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																																												
		Ladi wajuba perdini fisabilillah,M.SE		Dr. Tony Seno Aji, S.E., M.E.			TONY SENO AJI																																																																												
Model Pembelajaran	Project Based Learning																																																																																		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																		
	CPL-2	Menunjukkan karakter tangguh, kolaboratif, adaptif, inovatif, inklusif, belajar sepanjang hayat, dan berjiwa kewirausahaan																																																																																	
	CPL-3	Mengembangkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan kreatif dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan																																																																																	
	CPL-4	Mengembangkan diri secara berkelanjutan dan berkolaborasi.																																																																																	
	CPL-5	Mampu menganalisis konsep teoritis ekonomi secara keseluruhan																																																																																	
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																		
	CPMK - 1	Mahasiswa memiliki kemampuan menerapkan dalam rencana mengembangkan pasar untuk menciptakan pemasaran yang kreatif dan memberikan informasi kegiatan usaha yang dilakukan yang berguna untuk menyesuaikan bisnis starup dalam menjalankan usaha.																																																																																	
	CPMK - 2	Mahasiswa memiliki kemampuan melakukan analisis laporan mengelola keuangan dalam berusaha dengan cara mengidentifikasi, menganalisis dan mengevaluasi informasi yang terdapat di dalam laporan kemajuan dalam memasarkan produk , mengelola usaha serta membantu manajemen di dalam membuat keputusan organisasi dan bisnis terutama membangunloyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar																																																																																	
	Matrik CPL - CPMK																																																																																		
		<table><tr><td>CPMK</td><td>CPL-2</td><td>CPL-3</td><td>CPL-4</td><td>CPL-5</td></tr><tr><td>CPMK-1</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td></tr></table>							CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-4	CPL-5	CPMK-1	✓	✓			CPMK-2			✓	✓																																																												
CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-4	CPL-5																																																																															
CPMK-1	✓	✓																																																																																	
CPMK-2			✓	✓																																																																															
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																			
	<table><tr><td rowspan="2">CPMK</td><td colspan="16">Minggu Ke</td></tr><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td></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></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	Minggu Ke																																																																																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																			
CPMK-1	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓																																																																											
CPMK-2									✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																																																																			
Deskripsi Singkat MK	Matakuliah ini mengajarkan agar Mahasiswa memiliki Kemampuan menganalisis kegiatan usaha secara mandiri sebagai syarat mutlak bagi praktisi usaha mandiri , seperti wirausahawan, pelaku bisnis . Mata kuliah ini didesain untuk mengembangkan kemampuan yang diperlukan untuk memahami berwirausaha serta mengevaluasi peluang usaha berdasarkan informasi yang terdapat di kehidupan masyarakat sesuai dengan kebutuhan. Mata kuliah Pemasaran bagi Wirausaha dirancang untuk mendorong minat mahasiswa, sekaligus mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan secara riil. Menjadi wirausaha bukan menciptakan produk yang inovatif saja tetapi perlu strategi untuk meraih pasar dan menghadapi persaingan sebagai tantangan menghadapi pembeli/pengguna produk. Perkembangan jaman menuntut dan tertantang untuk mencari strategi menjual produk dengan berbagai terobosan-terobosan baru misalnya dengan market place atau penjualan secara online yang nantinya akan menggerus penjualan secara konvensional. Manajemen strategis dapat meningkatkan efektivitas usaha dimulai dari usaha kecil yang harus memiliki proisedur yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen .																																																																																		
Pustaka	Utama :		1. Thomas W. Zimmerer. Norman M. Scarborough, Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Salemba Empat. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia Bisnis. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia																																																																																
	Pendukung :		1. Ciptono Fandy: Strategi Pemasaran , Andi Yogyakarta 2. Bruce R. Barringer, R. Duane Ireland, Entrepreneurship, successfullynLaunching New Ventures, Fourth Edition, Prentice Hall 3. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia Bisnis. 4. Cannon, Perreaultt, Mc Carthy, Pemasaran Dasar, Pendekatan Manajerial Global , Salemba Empat																																																																																
Dosen Pengampu																																																																																			
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 (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mengenal Digital preneurship, serta tips, taktik, dan strategi untuk membangunnya	1.Tren Kewirausahaan, Mengembangkan bisnis dan Trend Baru Entrepreneur ship 2.Tren Kewirausahaan, Mengembangkan bisnis dan Jenis Bisnis Digital	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Kuliah, Diskusi dalam kelompok Kolaboratif 4 X 50	Kuliah, Diskusi dalam kelompok Kolaboratif 4 X 50		4%
2	1.Mampu menjelaskan rencana pemasaran , strategi dan taktik pemasaran 2.Mampu menjelaskan bauran pemasaran, kebijakan harga dan promosi	1.Keterampilan Menjual dan Negosiasi 2.Selling Skill Is An Embryo of Entrepreneurship Skill	Kriteria: Penyelesaian soal Pemasaran dengan analisis menyampaikan peluang usaha dengan menghubungkan 4P Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Diskusi kelompok dan tanya jawab 4 X 50	Diskusi kelompok dan tanya jawab 4 X 50	Materi: Keterampilan menjual dan negosiasi Pustaka: Ciptono Fandy: Strategi Pemasaran , Andi Yogyakarta	4%
3	1.Mampu menjelaskan perbedaan Marketing dan Selling 2.Mampu menjelaskan pentingnya kualitas dalam visi menjual 3.Mampu menjelaskan tahapan-tahapan menjual 4.Mampu menjelaskan cara dan strategi dalam bernegosiasi dan memahami tentang kepuasan pelanggan	1.Keterampilan Menjual dan Negosiasi 2.-Selling Skill Is An Embryo of Entrepreneurship Skill	Kriteria: Penyelesaian soal Strategi/ Teknik menjual	Diskusi kelompok dan tanya jawab 4 x 50	Diskusi kelompok dan tanya jawab 4 x 50	Materi: Keterampilan menjual dan negosiasi Pustaka: Ciptono Fandy: Strategi Pemasaran , Andi Yogyakarta	4%
4	1.Mampu membangun pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya 2.Mampu menjelaskan Strategi pemasaran berisi strategi yang spesifik	1.-Konsep Kepuasan Pelanggan 2.-Teori dan Model kepuasan Pelanggan 3.Pengukuran Kepuasan Pelanggan	Kriteria: pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Penjelasan dan Tanya Jawab 4 x 50	Penjelasan dan Tanya Jawab 4 x 50	Materi: pemasaran Pustaka: Ciptono Fandy: Strategi Pemasaran , Andi Yogyakarta	4%
5	1.Mampu Menjelaskan pentingnya atribut Produk 2.Mampu memahami perubahan struktur pasar Dalam memposisikan produk 3.Menjelskan lingkup produk yang dicari konsumen 4.Mampu menjelaskan keanekaragaman produk untuk mengatasi kejenuhan konsumen	1.Atribut Produk 2.Positioning produk 3.Lingkup Produk 4.Strategi Diversifikasi Produk	Kriteria: Bentuk non tes – Tanya Jawab Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Penjelasan, Tanya Jawab dan Pembahasan Kasus 4 x 50	Penjelasan, Tanya Jawab dan Pembahasan Kasus 4 x 50	Materi: strategi produk Pustaka: Bruce R. Barringer, R. Duane Ireland, Entrepreneurship, successfullynLaunching New Ventures, Fourth Edition, Prentice Hall	4%

6	<p>1. Memahami hal-hal yang disiratkan oleh kelompok produk berdasarkan distribusinya</p> <p>2. Memahami bagaimana dan mengapa pemasaran mengembangkan sistem penyalur yang efektif</p> <p>3. Memahami perbedaan jenis distribusi yang membantu memasarkan produk</p>	<p>1. Tujuan distribusi</p> <p>2. Sistem penyalur yang efektif</p> <p>3. Distribusi intensif, selektif dan eksklusif</p>	<p>Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja</p>	<p>Penjelasan, Tanya Jawab Pembahasan Kasus 4 x 50</p>	<p>Penjelasan, Tanya Jawab Pembahasan Kasus 4 x 50</p>	<p>Materi: distribusi produk Pustaka: Cannon, Perreault, Mc Carthy, Pemasaran Dasar, Pendekatan Manajerial Global, Salemba Empat</p>	5%
7	Menjelaskan pentingnya pasar untuk mencapai target produk aktual dan pembeli potensial	Presentasi Kemampuan dalam Mengembangkan Pasar	<p>Kriteria: Deskripsi dan metode analisis</p> <p>Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja</p>	<p>Presentasi kelompok untuk memahami pentingnya memasarkan produk 4 x 50</p>	<p>Presentasi kelompok untuk memahami pentingnya memasarkan produk 4 x 50</p>		10%
8		UTS	<p>Kriteria: Kriteria: pedoman penskoran</p> <p>Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja</p>	<p>UTS 4 X 50</p>			0%
9	<p>1. Mengetahui perbedaan utama antara barang dan jasa</p> <p>2. Mengetahui perbedaan diantara berbagai kelas konsumen dan kelompok produk bisnis</p> <p>3. Memahami pentingnya kemasan dan peran garansi dalam perencanaan strategi memasarkan produk</p>	<p>1. Perbedaan produk dan jasa</p> <p>2. Kelas Konsumen</p> <p>3. Kemasan, Peran Garansi</p>	<p>Kriteria: tanya jawab tentang perbedaan produk barang dan jasa</p> <p>Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja</p>	<p>Penjelasan dan Tanya Jawab 4 x 50</p>	<p>Penjelasan dan Tanya Jawab 4 x 50</p>	<p>Materi: pemasaran Pustaka: Cannon, Perreault, Mc Carthy, Pemasaran Dasar, Pendekatan Manajerial Global, Salemba Empat</p>	5%
10	<p>1. Mahasiswa mampu mengenal strategi memetakan produk, kualitas dan harga dengan pesaing</p> <p>2. Memahami supply dan Demand untuk suatu produk</p> <p>3. Mampu memahami proses keputusan pembelian dari konsumen</p>	<p>1. Product Mapping</p> <p>2. Memahami Teori Permintaan dan Penwaran</p> <p>3. Perilaku Konsumen</p>	<p>Kriteria: 1. Penyelesaian kasus 2. Teknik dan Metode Analisis Prospektif Strategi Mengembangkan Bisnis</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif</p>	<p>Uji Pengetahuan, Tugas Individu dan Kelompok serta Diskusi Kelas 4 x 50</p>	<p>Uji Pengetahuan, Tugas Individu dan Kelompok serta Diskusi Kelas 4 x 50</p>	<p>Materi: manajemen dan strategi pengembangan bisnis Pustaka: Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia Bisnis.</p>	4%
11	<p>1. Mampu mengambil keputusan bisnis pemula yang bisa di lakukan di rumah</p> <p>2. Mampu menentukan layout dalam memasarkan produk agar menjadi daya tarik bagi konsumen</p> <p>3. Mengetahui arti pentingnya kelengkapan fasilitas fisik sebagai penunjang usaha</p>	<p>1. Memilih Lokasi dan Merencanakan Fasilitas: bisnis dari rumah</p> <p>2. Merancang Fasilitas Fisik</p> <p>3. Melengkapi Fasilitas Fisik</p>	<p>Kriteria: Tanya Jawab Pentingnya Lokasi Bisnis</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif</p>	<p>Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif 4 x 50</p>	<p>Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif 4 x 50</p>	<p>Materi: usaha UMKM Pustaka: Thomas W. Zimmerer. Norman M. Scarborough, Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Salemba Empat. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia Bisnis. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia</p>	5%

12	<p>1. Memahami pentingnya riset pasar dalam membuat rencana pemasaran gerilya dan menguraikan proses riset pasar</p> <p>2. Mampu menjelaskan cara bisnis dalam menentukan pasar sasaran</p> <p>3. Mampu mendeskripsikan cara usaha dalam menghadapi persaingan</p> <p>4. Mampu menjelaskan pentingnya komunikasi pemasaran melalui WWW</p>	<p>1. Menyusun Rencana Pemasaran yang Kuat: Pasar Gerilya</p> <p>2. Menentukan Pasar Sasaran</p> <p>3. Keunggulan Bersaing</p> <p>4. Pemasaran di Word Wide Web</p>	<p>Kriteria: Penyelesaian Rencana Pemasaran yang efektif</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif</p>	<p>Kuliah, Presentasi, Diskusi dalam kelompok Tanya jawab, Tugas merancang komunikasi pemasaran. 4 X 50</p>	<p>Kuliah, Presentasi, Diskusi dalam kelompok Tanya jawab, Tugas merancang komunikasi pemasaran. 4 X 50</p>	<p>Materi: rencana pemasaran</p> <p>Pustaka: Thomas W. Zimmerer. Norman M. Scarborough, <i>Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Salemba Empat. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia Bisnis. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia</i></p>	5%
13	<p>1. Mampu memahami pentingnya manajemen keuangan dalam menjaga kelangsungan sebuah bisnis beserta ruang lingkupnya</p> <p>2. Mampu mempelajari dan mengenal administrasi keuangan, pencatatan transaksi keuangan, penyusunan laporan dan cara menganalisa laporan keuangan</p>	<p>1. Manajemen dan Administrasi Keuangan: Time Value of Money</p> <p>2. Administrasi dan Pembukuan</p> <p>3. Transaksi Keuangan dan Pelaporan anggaran</p>	<p>Kriteria: Penyelesaian soal Analisis, Likuiditas, Modal Kerja dan Pencatatan transaksi</p> <p>Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja</p>	<p>Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif dan evaluasi 4 x 50</p>	<p>Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif dan evaluasi 4 x 50</p>	<p>Materi: manajemen dan administrasi keuangan</p> <p>Pustaka: Thomas W. Zimmerer. Norman M. Scarborough, <i>Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Salemba Empat. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia Bisnis. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia</i></p>	5%
14	<p>1. Mampu menjelaskan keunggulan dan kelemahan dari bentuk kepemilikan bisnis</p> <p>2. Mampu menguraikan keunggulan dan kelemahan setiap kepemilikan usaha</p> <p>3. mampu menjelaskan supply dan demand</p>	<p>1. Bentuk-bentuk Kepemilikan Usaha: Perusahaan Perseorangan</p> <p>2. Bentuk-bentuk Kepemilikan Usaha: persekutuan</p> <p>3. Bentuk-bentuk Kepemilikan Usaha: perseroan</p> <p>4. Bentuk-bentuk Kepemilikan Usaha: bentuk kepemilikan lainnya</p>	<p>Kriteria: Penyelesaian soal mengenai Pengembangan Bisnis</p> <p>Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja</p>	<p>Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif Tugas : Strategi mengembangkan usaha 4 x 50</p>	<p>Kuliah, Presentasi & Diskusi dalam kelompok Kolaboratif Tugas : Strategi mengembangkan usaha 4 x 50</p>	<p>Materi: kepemilikan bisnis</p> <p>Pustaka: Thomas W. Zimmerer. Norman M. Scarborough, <i>Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Salemba Empat. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia Bisnis. Hendro, 2011 Dasar-dasar Kewirausahaan, Panduan bagi mahasiswa untuk Mengenal, memahami dan memasuki Dunia</i></p>	5%
15	<p>1. Memahami pentingnya merencanakan modal dalam Bisnis</p> <p>2. Mengetahui arti Ketangguhan, Mental, resiko Kegagalan</p> <p>3. Menimbulkan Semangat Berwirausaha bagi pemula maupun yang sedang merintis usaha</p>	<p>Sukses Story dalam memasarkan produk</p>	<p>Kriteria: Penyelesaian soal Startup wirausaha</p> <p>Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja</p>	<p>Observasi, wawancara, survey produk dan pasar 4 x 50</p>	<p>Observasi, wawancara, survey produk dan pasar 4 x 50</p>		10%
16	<p>UAS</p>	<p>mahasiswa melakukan presentasi produk yang dihasilkan</p>	<p>Kriteria: pedoman penskoran</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	<p>presentasi produk 4 x 50</p>	<p>presentasi produk 4 x 50</p>		30%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
----	----------	------------

1.	Aktifitas Partisipatif	30%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	30%
3.	Praktik / Unjuk Kerja	40%
		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 studinya 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.