

		Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi S1 Pendidikan Bisnis						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	18 April 2023																																																																																											
OTORISASI		Pengembang RPS			Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																																																												
		Veni Rafida, S.Pd., M.Pd			Renny Dwijayanti, S.Pd., M.Pd			TRI SUDARWANTO																																																																																												
Model Pembelajaran	Project Based Learning																																																																																																			
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																																			
	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-5	Able to apply pedagogical concepts in Business learning in Vocational High Schools, Public High Schools and/or equivalent																																																																																																		
	CPL-7	Able to plan, manage, and evaluate learning in the field of education and science of Business and Marketing																																																																																																		
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																																			
	CPMK - 1	Mahasiswa mampu mengintegrasikan konsep-konsep pemasaran jasa dalam studi kasus nyata untuk menghasilkan solusi pemasaran yang inovatif dan aplikatif.																																																																																																		
	CPMK - 2	Mahasiswa mampu mengaplikasikan pendekatan, metode, dan media pembelajaran yang efektif untuk menyampaikan materi pemasaran jasa di lingkungan pendidikan menengah																																																																																																		
	CPMK - 3	Mahasiswa mampu merancang perencanaan pembelajaran pemasaran jasa yang sesuai dengan prinsip pedagogik dan karakteristik materi bidang bisnis dan pemasaran.																																																																																																		
	Matrik CPL - CPMK																																																																																																			
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>CPMK</th> <th>CPL-3</th> <th>CPL-5</th> <th>CPL-7</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CPMK-1</td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-3</td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> </tr> </tbody> </table>								CPMK	CPL-3	CPL-5	CPL-7	CPMK-1	✓			CPMK-2		✓		CPMK-3			✓																																																																											
CPMK	CPL-3	CPL-5	CPL-7																																																																																																	
CPMK-1	✓																																																																																																			
CPMK-2		✓																																																																																																		
CPMK-3			✓																																																																																																	
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																																				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> <th>9</th> <th>10</th> <th>11</th> <th>12</th> <th>13</th> <th>14</th> <th>15</th> <th>16</th> </tr> </thead> <tbody> <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> <tr> <td>CPMK-3</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> </tbody> </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-3			✓	✓	✓	✓							✓		✓	
CPMK	Minggu Ke																																																																																																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																																				
CPMK-1	✓							✓	✓			✓																																																																																								
CPMK-2		✓					✓			✓	✓			✓		✓																																																																																				
CPMK-3			✓	✓	✓	✓							✓		✓																																																																																					
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 & Luran 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		Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., M.Pd. Renny Dwijayanti, S.Pd., M.Pd. Winaika Irawati, S.Pd., M.Pd. Veni Rafida, S.Pd., M.Pd.					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk 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		1. Mendeskripsikan Jasa dan karakteristik jasa 2. Mengidentifikasi Jasa dan karakteristik jasa	Kriteria: 1. Nilai maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. 2. Bentuk: Tes tulis Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Diskusi kelas	- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center - Model Pembelajaran: Direct Learning - Metode: Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet, Virtual learning UNESA dan whatsapp group - Penugasan mahasiswa: individu	Materi: 1. Fatihudin, D. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Deepublish (e-book) 2. Wardi, Yunia. 2016. Pemasaran Jasa. Padang: Sukabina (e-book) 3. Ismanto, Juli. 2020. Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: Upam Press (e-book) 4. Rafida, Veni, Sulistyowati, Raya. 2021. Layanan Prima. Surabaya: UnesaPress Pustaka:	2%
2		1. Mendeskripsikan mengenai pengertian kerangka kerja jasa 2. Hal hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun kerangka kerja pemasaran jasa 3. Mendeskripsikan kegunaan dari kerangka kerja pemasaran jasa	Kriteria: 1. Nilai individu maksimal jika mahasiswa mampu mempraktikkan langkah langkah dalam mengoperasikan alat perniagaan 2. Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal Bentuk Penilaian : Penilaian Praktikum	Diskusi interaktif kelas			2%

3		1.Mengidentifikasi berbagai faktor yang mendorong pertumbuhan jasa 2.Mengidentifikasi faktor penghambat pertumbuhan jasa 3. Mendeskripsikan hal-hal yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala dalam pertumbuhan jasa	Kriteria: Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Diskusi interaktif kelas		Materi: 1. Fatihudin, D. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Deepublish (e-book) 2. Wardi, Yunia. 2016. Pemasaran Jasa. Padang: Sukabina (e-book) 3. Ismanto, Juli. 2020. Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: Upam Press (e-book) 4. Rafida, Veni, Sulistyowati, Raya. 2021. Layanan Prima. Surabaya: UnesaPress Pustaka:	4%
4		1.Mengidentifikasi unsur-unsur yang diperlukan dalam merumuskan misi perusahaan jasa 2.Merumuskan Misi (Mission Statement) perusahaan jasa	Kriteria: Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Diskusi interaktif kelas		Materi: 1. Fatihudin, D. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Deepublish (e-book) 2. Wardi, Yunia. 2016. Pemasaran Jasa. Padang: Sukabina (e-book) 3. Ismanto, Juli. 2020. Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: Upam Press (e-book) 4. Rafida, Veni, Sulistyowati, Raya. 2021. Layanan Prima. Surabaya: UnesaPress Pustaka:	4%
5		1.Mengidentifikasi konsumen jasa 2.Menganalisa bagaimana konsumen mengevaluasi suatu jasa sampai pada memakai jasa tsb, dan bagaimana suatu jasa sebaiknya dilakukan	Kriteria: 1.Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. 2.Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Tes	Diskusi interaktif kelas		Materi: Perilaku Konsumen Jasa Pustaka: <i>Christoper Lovelock & Luran Wright. 1999.Principles of Service Marketing and Management. Prentice Hall International</i>	3%

6		1. Mendeskripsikan pengertian dari segmenting dalam pemasaran jasa 2. Menguraikan pentingnya strategi Segmenting pada pemasaran jasa 3. Menganalisa strategi segmenting, dalam pemasaran suatu jasa	Kriteria: 1. Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. 2. Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Praktik / Unjuk Kerja		- Bentuk / Pendekatan Pembelajaran: Student Center - Model Pembelajaran: Problem Based Learning dan Kooperatif Learning - Metode: Diskusi, tanya jawab Ceramah, diskusi dengan media pembelajaran Google Meet dan Zoom meeting, dan whatsapp group - Penugasan mahasiswa: individu dan kelompok	Materi: 1. Fatihudin, D. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Deepublish (e-book) 2. Wardi, Yunia. 2016. Pemasaran Jasa. Padang: Sukabina (e-book) 3. Ismanto, Juli. 2020. Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: Upam Press (e-book) 4. Rafida, Veni, Sulistyowati, Raya. 2021. Layanan Prima. Surabaya: UnesaPress Pustaka:	4%
7		1. Mendeskripsikan pengertian dari targeting dalam pemasaran jasa 2. Menguraikan pentingnya strategi Targeting pada pemasaran jasa 3. Menganalisa strategi targeting dalam pemasaran suatu jasa	Kriteria: 1. Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. 2. Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja	Diskusi interaktif kelas			5%
8			Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja	Ujian Tengah Semester		Materi: 1. Fatihudin, D. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Deepublish (e-book) 2. Wardi, Yunia. 2016. Pemasaran Jasa. Padang: Sukabina (e-book) 3. Ismanto, Juli. 2020. Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: Upam Press (e-book) 4. Rafida, Veni, Sulistyowati, Raya. 2021. Layanan Prima. Surabaya: UnesaPress Pustaka:	20%

9		1. Menguraikan pentingnya strategi Positioning 2. Mengidentifikasi diferensiasi produk produk jasa	Kriteria: 1. Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. 2. Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Diskusi interaktif kelas		Materi: 1. Fatihudin, D. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Deepublish (e-book) 2. Wardi, Yunia. 2016. Pemasaran Jasa. Padang: Sukabina (e-book) 3. Ismanto, Juli. 2020. Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: Upam Press (e-book) 4. Rafida, Veni, Sulistyowati, Raya. 2021. Layanan Prima. Surabaya: UnesaPress Pustaka:	3%
10		1. Mendeskripsikan perbedaan bauran pemasaran barang dengan bauran pemasaran jasa 2. Menguraikan pentingnya bauran pemasaran pada jasa 3. Mendeskripsikan elemen – elemen dalam bauran pemasaran jasa 4. Menggambarkan elemen bauran pemasaran pada jasa	Kriteria: 1. Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar 2. Nilai kelompok maksimal jika memenuhi penilaian kelompok secara maksimal Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Diskusi interaktif kelas		Materi: 1. Fatihudin, D. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Deepublish (e-book) 2. Wardi, Yunia. 2016. Pemasaran Jasa. Padang: Sukabina (e-book) 3. Ismanto, Juli. 2020. Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: Upam Press (e-book) 4. Rafida, Veni, Sulistyowati, Raya. 2021. Layanan Prima. Surabaya: UnesaPress Pustaka:	3%
11		Mendeskripsikan perbedaan bauran pemasaran barang dengan bauran pemasaran jasa	Kriteria: Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Praktikum, Praktik / Unjuk Kerja	Diskusi interaktif kelas			4%
12		Menganalisis alternatif-alternatif dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan	Kriteria: Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Praktikum, Praktik / Unjuk Kerja	Diskusi interaktif kelas			4%

13		Memahami Sistem informasi kualitas jasa	Kriteria: Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Diskusi interaktif kelas		Materi: 1. Fatihudin, D. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Deepublish (e-book) 2. Wardi, Yunia. 2016. Pemasaran Jasa. Padang: Sukabina (e-book) 3. Ismanto, Juli. 2020. Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: Upam Press (e-book) 4. Rafida, Veni, Sulistyowati, Raya. 2021. Layanan Prima. Surabaya: UnesaPress Pustaka:	4%
14		1.Menjabarkan elemen penting dalam pemasaran jasa 2.Menganalisa manfaat penyusunan rancangan pemasaran jasa	Kriteria: Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Diskusi interaktif kelas		Materi: 1. Fatihudin, D. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Deepublish (e-book) 2. Wardi, Yunia. 2016. Pemasaran Jasa. Padang: Sukabina (e-book) 3. Ismanto, Juli. 2020. Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: Upam Press (e-book) 4. Rafida, Veni, Sulistyowati, Raya. 2021. Layanan Prima. Surabaya: UnesaPress Pustaka:	3%
15		Mengombinasikan berbagai strategi pemasaran jasa dalam sebuah rancangan pemasaran jasa	Kriteria: Nilai individu maksimal jika mahasiswa mengerjakan semua soal yang dikerjakan dengan benar. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Ujian Akhir Semester		Materi: 1. Fatihudin, D. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Deepublish (e-book) 2. Wardi, Yunia. 2016. Pemasaran Jasa. Padang: Sukabina (e-book) 3. Ismanto, Juli. 2020. Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: Upam Press (e-book) 4. Rafida, Veni, Sulistyowati, Raya. 2021. Layanan Prima. Surabaya: UnesaPress Pustaka:	5%

16			Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Tes	Diskusi interaktif kelas			30%
----	--	--	---	--------------------------------	--	--	-----

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	29.17%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	28.67%
3.	Penilaian Portofolio	0.67%
4.	Penilaian Praktikum	4.66%
5.	Praktik / Unjuk Kerja	20.33%
6.	Tes	16.5%
		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.