



Universitas Riau
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Kode
 Dokumen
RPS-SAB
3106

Rencana Pembelajaran Semester

MATA KULIAH (MK)	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tanggal Penyusunan
Pemasaran Jasa	SAB 3106		Teori : 3, Praktek : 5 0		30 Juli 2023
OTORISASI/PENGESAHAN	Koordinator Pengembang RPS		Ketua Program Studi		
	Mandataris		Dr. Lie Othman, S.Pi, MM, CDMP		
Capaian Pembelajaran	CPL Prodi yang dibebankan pada MK				
	S4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;			
	S7	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik			
	S9	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan dan kewirausahaan.			
	S10	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.			
	P2	2. Menguasai konsep teoretis secara umum terkait dengan teori-teori: kewirausahaan, inovasi sebagai bagian dari teori kreasi pengetahuan (knowledge creation), motivasi (motivation theory), perubahan (sosial dan manajemen) khususnya perilaku social dalam kewirausahaan, lintas budaya dalam organisasi bisnis, fungsi-fungsi bisnis, dan teori pemangku kepentingan			
	P6	Menguasai prinsip dan teknik komunikasi persuasif lintas organisasi dan lintas budaya di bidang bisnis			
	KU4	Mampu menyusun deskripsi saintifik hasil kajian tersebut di atas dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi;			
	KU5	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data			
	KK2	Mengidentifikasi, menganalisis, permasalahan bisnis terstruktur (structured business) dengan menggunakan pendekatan analitis dan sistematis dan merumuskan solusi yang dapat dipertanggungjawabkan;			
	CPMK				
	CPMK1	Mampu mengaplikasikan jiwa wirausaha dalam memecahkan masalah sesuai dengan bidangnya (S7,KU5,KK2)			

CPMK4	Mampu melakukan pengembangan diri dalam bidang pendidikan dan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) melalui jenjang pendidikan yang lebih tinggi dan penelitian (S10,P6,KU4)
CPMK 2	Mampu berkomunikasi baik secara lisan maupun tulis di bidang pendidikan dan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) (S9,P2,KU4)
CPMK 3	Mampu mengambil keputusan secara tepat untuk menyelesaikan masalah di bidang pendidikan dan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) berdasarkan analisis informasi dan data dengan memanfaatkan teknologi dan informasi (S9,P2,KU4)
Sub-CPMK	
SUB CPMK 1 dan SUB CMPK 2	Mahasiswa Mampu,menganalisis,merumuskan dan menjelaskan pengertian jasa dan karakteristik jasa (CPMK1)
Sub CPMK 2 dan Sub CPMK 3	Mahasiswa mampu dan menggambarkan pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa (CPMK1)
Sub CPMK 4 dan Sub CPMK 5	Mahasiswa mampu Menjelaskan pentingnya perumusan Mission Statement dan memahami Perilaku Konsumen Jasa (CPMK4)
Sub CPMK 6 dan Sub CPMK 7	Mahasiswa Mampu Menjelaskan strategi Segmenting dan Targeting pada pemasaran jasa dan mampu 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 (CPMK 2)
Sub CPMK 14 dan sub CPMK 15	Mahasiswa mampu menganalisis sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat untuk menyelesaikan masalah dibidang pemasaran (CPMK 3)
Sub CPMK 8 dan Sub CPMK 9 sub CPMK 10	Mahasiswa mampu Menganalisa Positioning dan Diferensiasi Produk jasa dan mampu menjelaskan tentang bauran pemasaran (CPMK 3)
Sub CPMK 11 dan Sub CPMK 12 sub CPMK 13	Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengidentifikasi jenis pemasaran jasa dan bauran pemasaran serta dapat menganalisis pasar (CPMK1,CPMK 2)
Deskripsi MK	

Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	1. jasa dan karakteristik jasa 2. pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa 3. Mission Statement 4. perilaku konsumen jasa 5. strategi Segmenting dan Targeting pada pemasaran jasa 6. targeting dalam pemasaran jasa 7. Positioning dan Diferensiasi Produk jasa 8. bauran pemasaran jasa 9. produktivitas dan kualitas jasa 10. kepuasan dan loyalitas pelanggan 11. Sistem informasi kualitas jasa 12. Kontrak Perkuliahan						
Pustaka	1. ref[1,2,3,4,5] : 1. Lupiyoadi, Rambat. 2001.Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat 2. Christoper Lovelock & Laurant 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) (utama)						
Dosen Pengampu	Mandataris, Drs. Endang Sutrisna, M.Si, Dr. Lie Othman, S.Pi, MM, CDMP,						
Mata Kuliah Syarat							
Minggu ke-	Sub-CPMK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Penilaian (indikator)	Penilaian (kriteria dan bentuk)	Bentuk & Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
				Luring	Daring		
1	SUB CPMK 1 dan SUB CMPK 2. Mahasiswa Mampu,menganalisis,merumuskan dan menjelaskan pengertian jasa dan karakteristik jasa	1. kehadiran wajib minimal 14 kali 2. ketepatan waktu pengumpulan tugas 3. ketepatan waktu mengikuti UAS 4. Etika Berpakaian dalam kelas	<i>Kriteria :</i> pedoman skor dan rubrik <i>Bentuk :</i> non tes	3X50 menit=150 menit <i>Ceramah</i>	daring secara online	Kontrak Perkuliahan; penyampaian kontrak perkuliahan dengan mahasiswa [1,2,3,4,5,]	0

2	Sub CPMK 6 dan Sub CPMK 7. Mahasiswa Mampu Menjelaskan strategi Segmenting dan Targeting pada pemasaran jasa dan mampu 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. Mendeskripsikan Jasa dan karakteristik jasa 2. Mengidentifikasi Jasa dan karakteristik jasa	<p><i>Kriteria :</i> 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</p> <p><i>Bentuk :</i> Aktifitas Partisipasif</p>	Kuliah dan diskusi dalam kelas dan secara daring 3X50 menit =150 menit <i>Ceramah</i>	Daring ketika jika waktu terbatas dalam kelas	jasa dan karakteristik jasa; 1. Pengertian Jasa 2. Karakteristik Jasa [1,2,3,4,5,]	5
---	---	---	--	---	---	---	---

3	<p>Sub CPMK 2 dan Sub CPMK 3. Mahasiswa mampu dan menggambarkan pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa</p>	<p>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</p>	<p><i>Kriteria :</i> 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</p> <p><i>Bentuk :</i> Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	<p>Pembelajaran dengan diskusi mengenai pemasaran jasa, kerangka kerja dan strategi dalam pemasaran jasa dari sebuah study kasus 3 X 60 =180 menit</p> <p><i>Case-based method</i></p>	<p>pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa; pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa</p> <p>[1,2,3,4,5,]</p>	5
---	--	--	--	--	---	---

4	<p>SUB CPMK 2 dan Sub CPMK 3. Mahasiswa mampu dan menggambarkan pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa</p>	<p>1. Mampu Mengidentifikasi unsur-unsur yang diperlukan dalam merumuskan misi perusahaan jasa 2. Mampu Merumuskan Misi (Mission Statement) perusahaan jasa</p>	<p><i>Kriteria :</i> 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</p> <p><i>Bentuk :</i> Aktifitas Partisipasif</p>	<p>penyelesaian kasus dengan durasi 3X 60 =180 menit</p> <p><i>Case-based method</i></p>	<p>pemasaran jasa, kerangka kerja dan kunci sukses pemasaran jasa; pentingnya perumusan Mission Statement</p> <p>[1,2,3,4,5,]</p>	5
5	<p>SUB CPMK 4 dan Sub CPMK 5. Mahasiswa mampu Menjelaskan pentingnya perumusan Mission Statement dan memahami Perilaku Konsumen Jasa</p>	<p>1. Mengidentifikasi konsumen jasa 2. Menganalisa bagaimana konsumen mengevaluasi suatu jasa sampai pada memakai jasa tsb, dan bagaimana suatu jasa sebaiknya dilakukan</p>	<p><i>Kriteria :</i> Kriteria: 1. Skor > 80 2. menganalisa pandangan konsumen serta memberikan solusi bagi perusahaan jasa 3. Skor > 65 Jawaban salah / tidak ada jawaban</p> <p><i>Bentuk :</i> Quiz</p>	<p>diskusi dalam kelas dengan durasi waktu 3 x 60 menit</p> <p><i>Simulasi</i></p>	<p>perilaku konsumen jasa; perilaku konsumen jasa</p> <p>[1,2,3,4,5,]</p>	5

6	Sub CPMK 8 dan Sub CPMK 9 sub CPMK 10. Mahasiswa mampu Menganalisa Positioning dan Diferensiasi Produk jasa dan mampu menjelaskan tentang bauran pemasaran	1. Menguraikan pentingnya strategi Segmenting dan Targeting pada pemasaran jasa 2. menganalisa strategi segmenting, dan targeting dalam pemasaran suatu jasa	<i>Kriteria :</i> Kriteria: 1. Skor > 80 2. Mampu memberikan analisis dengan benar dan memberikan kesimpulan 3. Skor > 65 Jawaban salah / tidak ada jawaban <i>Bentuk :</i> Aktivitas Partisipatif	ceramah dalam kelas dan diskusi (durasi waktu 3x60 menit) <i>Ceramah</i>	strategi Segmenting dan Targeting pada pemasaran jasa; segmenting, targeting dan positioning dalam pemasaran jasa [1,2,3,4,5,]	5
7	Sub CPMK 6 dan Sub CPMK 7. Mahasiswa Mampu Menjelaskan strategi Segmenting dan Targeting pada pemasaran jasa dan mampu 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	<i>Kriteria :</i> 1. Skor > 80 2. Mampu memberikan analisis dengan benar dan memberikan kesimpulan 3. Skor > 65 Jawaban salah / tidak ada jawaban <i>Bentuk :</i> Quiz	bentuk ceramah dengan metode diskusi kelas penugasan mahasiswa mencari solusi untuk pemecahan kasus dengan waktu 1(3x60)menit <i>Case-based method</i>	targeting dalam pemasaran jasa; targeting dalam pemasaran jasa, Menguraikan pentingnya strategi Targeting dan positioning pada pemasaran jasa, Menganalisa strategi targeting dan positioning dalam pemasaran suatu jasa [1,2,3,4,5,]	10
8	UTS / Evaluasi Tengah Semester: melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya					

9	Sub CPMK 8 dan Sub CPMK 9 sub CPMK 10. Mahasiswa mampu Menganalisa Positioning dan Diferensiasi Produk jasa dan mampu menjelaskan tentang bauran pemasaran	1. Menguraikan pentingnya strategi Positioning 2. Mengidentifikasi diferensiasi produk produk jasa	<i>Kriteria :</i> Kriteria: 1. Skor > 80 2. Mampu memberikan analisis dengan benar dan memberikan kesimpulan 3. Skor > 65 Jawaban salah / tidak ada jawaban <i>Bentuk :</i> tes melalui Quiz	tugas dengan durasi waktu 3 x 60 menit <i>Ceramah</i>		Positioning dan Diferensiasi Produk jasa; Positioning dan Diferensiasi Produk jasa [1,2,3,4,5,]	10
10	Sub CPMK 8 dan Sub CPMK 9 sub CPMK 10. Mahasiswa mampu Menganalisa Positioning dan Diferensiasi Produk jasa dan mampu menjelaskan tentang bauran pemasaran	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	<i>Kriteria :</i> Pedoman skor <i>Bentuk :</i> Aktivitas Partisipatif mahasiswa	penugasan (3x60 menit) <i>Ceramah</i>		Kontrak Perkuliahan; bauran pemasaran jasa [1,2,3,4,5,]	10

11	Sub CPMK 11 dan Sub CPMK 12 sub CPMK 13. Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengidentifikasi jenis pemasaran jasa dan bauran pemasaran serta dapat menganalisis pasar	<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 	Rubrik Penilaian	<p>kuliah dan pemberian tugas estimasi waktu 3x60 menit</p> <p><i>Team Project-based method</i></p>	<p>bauran pemasaran jasa; Strategi bauran pemasaran</p> <p>[1,2,3,4,5,]</p>	10
12	Sub CPMK 11 dan Sub CPMK 12 sub CPMK 13. Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengidentifikasi jenis pemasaran jasa dan bauran pemasaran serta dapat menganalisis pasar	<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><i>Kriteria :</i> Rubrik</p> <p><i>Bentuk :</i> prsentasi</p>	<p>3x60 menit=180 menit</p> <p><i>Team Project-based method</i></p>	<p>produktivitas dan kualitas jasa; Produktivitas dan Kualitas Jasa</p> <p>[1,2,3,4,5,]</p>	10

13	Sub CPMK 11 dan Sub CPMK 12 sub CPMK 13. Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengidentifikasi jenis pemasaran jasa dan bauran pemasaran serta dapat menganalisis pasar	<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><i>Kriteria :</i> Rubrik</p> <p><i>Bentuk :</i> Presentasi Proyek</p>	<p>bentuk tugas kelompok 3x60 menit =180 menit</p> <p><i>Team Project-based method</i></p>	<p>kepuasan dan loyalitas pelanggan; Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan</p> <p>[1,2,3,4,5,]</p>	10
14	Sub CPMK 14 dan sub CPMK 15. Mahasiswa mampu menganalisis sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat untuk menyelesaikan masalah dibidang pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi elemen sistem informasi kualitas jasa yang efektif 2. Menjabarkan manfaat sistem informasi kualitas jasa 	<p><i>Kriteria :</i> Pedoman Skor</p> <p><i>Bentuk :</i> Presentasi Tugas Kelompok</p>	<p>Diskusi Kelas (3x60 =180 menit)</p> <p><i>Team Project-based method</i></p>	<p>Sistem informasi kualitas jasa; Sistem informasi kualitas jasa</p> <p>[1,2,3,4,5,]</p>	5
15	Sub CPMK 14 dan sub CPMK 15. Mahasiswa mampu menganalisis sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat untuk menyelesaikan masalah dibidang pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjabarkan elemen penting dalam pemasaran jasa 2. Menganalisa manfaat penyusunan rancangan pemasaran jasa 	<p><i>Kriteria :</i> mengikuti Rubrik yang sudah disediakan</p> <p><i>Bentuk :</i> presentasi hasil proyek</p>	<p>presentasi hasil Proyek</p> <p><i>Team Project-based method</i></p>	<p>Sistem informasi kualitas jasa; Rancangan Pemasaran Jasa</p> <p>[1,2,3,4,5,]</p>	10
16	UAS / Evaluasi Akhir Semester: melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa					