

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

 Universitas Islam Negeri SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA	UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN					Kode Dokumen MGT55
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Pemasaran Jasa	FEB6081313		T=1	P=1	4	01-08-2025
OTORISASI / PENGESAHAN	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ka PRODI	
					 Murdiah Hayati, S.Kom., MM NIP. 19741003 200312 2 00 1	
Capaian Pembelajaran	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	CPL1	Lulusan mampu menguasai teori bidang manajemen secara menyeluruh.				
	CPL2	Lulusan mampu mengimplementasikan teori bidang manajemen dalam mengelola organisasi secara efektif.				
	CPL8	Lulusan mampu mengelola organisasi secara etis.				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CPMK1	C3 Menerapkan teori-teori bidang Pemasaran Jasa pada berbagai konteks bisnis jasa (CPL1)				
	CPMK2	C3 Menerapkan teori Pemasaran Jasa pada praktik-praktik bisnis jasa nyata secara tepat (CPL2)				
	CPMK3	A5 Menunjukkan karakter Iman, cerdas, mandiri, jujur, peduli dan tangguh dalam pembelajaran (CPL 8)				
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar MK (CPMK)					
	Sub-CPMK 1	C2 Memahami pengertian, ruang lingkup, dan karakteristik jasa (CPL 1, CPMK 1)				
	Sub-CPMK 2	C2 Memahami perbedaan jasa dan proses jasa (CPL 1, CPMK 1)				
	Sub-CPMK 3	C2 Menjelaskan perilaku konsumen dalam bisnis jasa (CPL 1, CPMK 1)				
	Sub-CPMK 4	C2 Menjelaskan segmentasi dan penentuan pasar sasaran jasa/STP (CPL 1, CPMK 1)				
	Sub-CPMK 5	A4 Mengintegrasikan nilai kejujuran, kepedulian, dan tanggung jawab profesional dalam praktik pemasaran jasa (CPL 8, CPMK 3)				

	Sub-CPMK 6	C2 Menjelaskan positioning dan diferensiasi jasa (CPL 1, CPMK 1)
	Sub-CPMK 7	C2 Memahami arti produktivitas dan kualitas jasa (CPL 1, CPMK 1)
	Sub-CPMK 8	C2 Menjelaskan strategi bauran pemasaran jasa (CPL 1, CPMK 1)
	Sub-CPMK 9	C2 Menjelaskan strategi produk jasa (CPL 1, CPMK 1)
	Sub-CPMK 10	C3 Menerapkan kerangka strategi penetapan harga jasa untuk mengidentifikasi strategi harga 1 perusahaan jasa nyata (CPL 2, CPMK 2)
	Sub-CPMK 11	C3 Menerapkan kriteria pemilihan saluran distribusi jasa untuk mendeskripsikan saluran distribusi 1 perusahaan jasa nyata (CPL 2, CPMK 2)
	Sub-CPMK 12	C3 Menerapkan elemen-elemen bauran komunikasi jasa untuk menyusun deskripsi bauran komunikasi 1 perusahaan jasa tertentu (CPL2, CPMK2)
	Sub-CPMK 13	C3 Menerapkan langkah-langkah penanganan keluhan pelanggan pada studi kasus kegagalan layanan jasa (CPL 2, CPMK 2)
	Sub-CPMK 14	C2 Menjelaskan Sistem Kualitas Jasa (CPL 1, CPMK 1)

Diskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan kemampuan menelaah teori pemasaran jasa dan menilai kesesuaiannya dengan praktik bisnis nyata, mengingat sifat jasa yang berbeda dari barang menuntut pendekatan manajemen tersendiri. Cakupannya meliputi karakteristik jasa, perilaku konsumen jasa, segmentasi-targeting-positioning, hingga strategi bauran pemasaran jasa (produk, harga, distribusi, promosi) serta penanganan keluhan dan sistem kualitas jasa. Pendekatan pembelajaran berbasis diskusi dan proyek, dengan penekanan pada analisis kasus perusahaan jasa nyata. Mata kuliah ini juga menanamkan nilai kejujuran, kepedulian, dan tanggung jawab profesional dalam interaksi dengan konsumen jasa, sehingga lulusan mampu merancang strategi pemasaran jasa yang unggul dan beretika.	
Bahan Kajian: Materi pembelajaran	1. Ruang lingkup pemasaran jasa dan karakteristik jasa 2. Perbedaan jasa dan proses jasa 3. Perilaku konsumen dalam bisnis jasa 4. Segmentasi, targeting, dan positioning jasa (STP) 5. Etika dan profesionalisme dalam pemasaran jasa 6. Positioning dan diferensiasi jasa 7. Produktivitas dan kualitas jasa 8. Strategi bauran pemasaran jasa 9. Strategi produk jasa 10. Strategi penetapan harga jasa 11. Strategi penyampaian/distribusi jasa 12. Strategi promosi jasa dan komunikasi pemasaran 13. Penanganan keluhan pelanggan dan perbaikan jasa 14. Sistem kualitas jasa (Service Quality)	
Pustaka	Utama: Tuliskan referensi utama dalam susunan berurut (disediakan daftar rujukan general dlm sistem e-rps) 1. Wirtz, J. & Lovelock, C. (2016). <i>Service Marketing: People, Technology, Strategy</i> (8th ed). World Scientific. — Arif, M. (2018). <i>Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan</i>. Banyumedia. Lupiyoadi, R. & Hamdani, A. (2006). <i>Manajemen Pemasaran Jasa</i> (2nd ed). Salemba Empat.	
	Pendukung: Gaffar, V. (2007). <i>Customer Relationship Management dan Marketing Public Relation Hotel</i>. Alfabeta. — Chan, S. (2003). <i>Relationship Marketing</i>. Gramedia Pustaka Utama.	
Dosen Pengampu	Cut Erika Ananda fatimah, SE., MBA	
Matakuliah syarat	-	

Integrasi Keilmuan dan Keislaman	Materi pemasaran jasa dikaitkan dengan nilai integritas dan tanggung jawab profesional, terutama karena jasa bersifat intangible dan sangat bergantung pada kepercayaan konsumen terhadap penyedia layanan. Mahasiswa diajak memahami bahwa keunggulan bersaing di sektor jasa tidak hanya soal strategi pemasaran yang efektif, tetapi juga soal kejujuran dalam berjanji kepada konsumen (service promise) dan kepedulian dalam menangani keluhan. Nilai-nilai ini secara eksplisit diperkuat lewat Sub-CPMK 5 (etika pemasaran jasa) dan dipraktikkan lagi saat membahas penanganan keluhan pelanggan di minggu 14.
Integrasi Penelitian dan Pengabdian Masyarakat	Topik-topik mata kuliah ini — khususnya STP, bauran pemasaran jasa, dan sistem kualitas jasa — dapat menjadi dasar penelitian skripsi mahasiswa, misalnya kajian kualitas layanan atau loyalitas konsumen pada sektor jasa tertentu (perbankan, pendidikan, kesehatan, pariwisata). Dari sisi pengabdian kepada masyarakat, tugas kelompok yang mengharuskan mahasiswa merancang bauran pemasaran/strategi promosi jasa dapat diarahkan menjadi kegiatan pendampingan UMKM jasa lokal (mis. membantu usaha jasa kecil menyusun STP dan strategi promosi digital mereka).

M g Ke -	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (CPMK) 3	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Teknik & Kriteria				
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	(8)
1	SubCPMK-1: C2. Memahami pengertian, ruang lingkup, dan karakteristik jasa (CPL1, CPMK1)	- Mengidentifikasi faktor pertumbuhan sektor jasa - Menjelaskan pengertian pemasaran jasa - Mengidentifikasi faktor kunci sukses jasa - Mendeskripsikan karakteristik jasa	Teknik non-test: Ringkasan materi kuliah Kriteria: Rubrik Holistik	Kuliah, diskusi [PB:1x(3x50")]	Google Meet & Google Classroom: Presentasi & Diskusi	Ruang lingkup & karakteristik jasa [1] [2]	Partisipasi 1% UTS 4%
2	SubCPMK-2: C2. Memahami perbedaan jasa dan proses jasa (CPL1, CPMK1)	- Menjelaskan perbedaan antar bidang jasa - Menjelaskan proses jasa - Mengidentifikasi tantangan manajemen proses jasa	Teknik non-test: Power point perbedaan jasa & barang, proses jasa Kriteria: Rubrik Holistik	Kuliah, diskusi [PB:1x(3x50")]	Google Meet & Google Classroom	Perbedaan jasa & proses jasa [1] [3]	Partisipasi 1% UTS 4%
3	SubCPMK-3: C2. Menjelaskan perilaku konsumen dalam bisnis jasa (CPL1, CPMK1)	- Menjelaskan Analisis Model Tiga Tahap Konsumsi Jasa - Menjelaskan proses pembelian jasa - Menjelaskan penawaran jasa	Teknik non-test: Power point Model Tiga Tahap Konsumsi Jasa Kriteria: Rubrik Holistik	Kuliah, diskusi, studi kasus kelompok [PB:1x(3x50")]	Google Meet & Google Classroom	Perilaku konsumen jasa [1] [3]	Partisipasi 1% UTS 4%
4	SubCPMK-4: C2. Menjelaskan segmentasi dan penentuan pasar sasaran jasa/STP (CPL1, CPMK1)	- Menjelaskan pengertian segmentasi jasa - Menjelaskan kaitan segmentasi dengan targeting & positioning - Mengidentifikasi targeting pasar sasaran	Teknik non-test: Power point STP jasa Kriteria: Rubrik Holistik	Kuliah, diskusi kelompok [PB:1x(3x50")] Tugas Kelompok: Kelompok memilih 1 perusahaan jasa nyata, mengidentifikasi segmentasi, targeting, dan positioning-nya, dikumpulkan dalam laporan singkat (1-2 halaman).	Google Meet & Google Classroom	Segmentasi, targeting, positioning [1] [3]	Partisipasi 1% Tugas Kelompok 2% UTS 4%

5	SubCPMK-5: A4. Mengintegrasikan nilai kejujuran, kepedulian, dan tanggung jawab profesional dalam praktik pemasaran jasa (CPL8, CPMK3) — baru	- Menjelaskan pengertian etika dalam pemasaran jasa - Mengidentifikasi dilema etis dalam interaksi konsumen jasa (mis. janji layanan berlebihan) - Menunjukkan sikap jujur & peduli dalam simulasi kasus	Teknik non-test: Refleksi tertulis atas studi kasus dilema etis (bukan powerpoint generik — lihat catatan Langkah 5) Kriteria: Rubrik Holistik (aspek sikap)	Diskusi kelompok, studi kasus dilema etis [PB:1x(3x50")]	Google Meet & Google Classroom	Etika & profesionalisme pemasaran jasa [2] [5] (estimasi bab)	Partisipasi 1% UTS 4%
6	SubCPMK-6: C2. Menjelaskan positioning dan diferensiasi jasa (CPL1, CPMK1)	- Menjelaskan langkah-langkah positioning - Menjelaskan diferensiasi jasa - Menjelaskan implikasi perubahan sistem jasa	Teknik non-test: Power point positioning & diferensiasi jasa Kriteria: Rubrik Holistik	Kuliah, diskusi [PB:1x(3x50")] Tugas Kelompok: Kelompok membuat positioning map 2 dimensi untuk 3 perusahaan jasa sejenis, menjelaskan diferensiasi masing-masing.	Google Meet & Google Classroom	Positioning & diferensiasi [1] [3]	Tugas Kelompok 1% UTS 5%
7	SubCPMK-7: C2. Memahami arti produktivitas dan kualitas jasa (CPL1, CPMK1)	- Mengidentifikasi harapan konsumen - Menjelaskan kualitas jasa - Menjelaskan kepuasan konsumen jasa - Mengidentifikasi implikasi kepuasan pelanggan	Teknik non-test: Power point harapan konsumen, kualitas & kepuasan jasa Kriteria: Rubrik Holistik	Kuliah, diskusi kasus riil [PB:1x(3x50")] Tugas Kelompok: Kelompok mencari 1 kasus riil (ulasan online) yang menunjukkan gap harapan vs kualitas jasa yang diterima konsumen, dibahas singkat.	Google Meet & Google Classroom	Produktivitas & kualitas jasa [1] [2]	Tugas Kelompok 1% UTS 5%
8	ETS / Evaluasi Tengah Semester: Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya						
9	SubCPMK-8: C2. Menjelaskan strategi bauran pemasaran jasa (CPL1, CPMK1)	- Menjelaskan bauran pemasaran jasa - Memahami perbedaan bauran pemasaran jasa vs barang	Teknik non-test: Power point bauran pemasaran jasa Kriteria: Rubrik Holistik	Kuliah, diskusi kelompok [PB:1x(3x50")] Tugas Kelompok: Kelompok menyusun bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi) untuk 1 perusahaan jasa pilihan mereka sendiri.	Google Meet & Google Classroom	Bauran pemasaran jasa [1] [3]	Partisipasi 1% Tugas Kelompok 2% UAS 4%
10	SubCPMK-9: C2. Menjelaskan strategi produk jasa (CPL1, CPMK1)	- Menjelaskan tingkatan produk jasa - Menjelaskan pengelolaan pertumbuhan jasa	Teknik non-test: Ringkasan kuliah Kriteria: Rubrik Holistik	Kuliah, diskusi [PB:1x(3x50")] Tugas Mandiri: Mahasiswa individu membuat ringkasan 1 halaman tentang tingkatan produk	Google Meet & Google Classroom	Tingkatan produk & pertumbuhan jasa [1] [3]	Partisipasi 1% Tugas Mandiri 2% UAS 4%

				jasa dan strategi pengelolaan pertumbuhan jasa, dengan 1 contoh perusahaan.			
11	SubCPMK-10: C3 Menerapkan kerangka strategi penetapan harga jasa untuk mengidentifikasi strategi harga 1 perusahaan jasa nyata (CPL2, CPMK2)	- Menguraikan landasan strategi penetapan harga jasa - Mengidentifikasi faktor penentu harga jual jasa - Menganalisis kesesuaian strategi & taktik penetapan harga untuk konteks bisnis tertentu	Teknik non-test: Case analysis strategi & taktik harga jasa perusahaan nyata (diperkuat dari sekadar powerpoint — lihat catatan Langkah 5) Kriteria: Rubrik Holistik (level analitis)	Case method, diskusi kelompok [PB:1x(3x50")]	Google Meet & Google Classroom	Strategi & taktik penetapan harga jasa [1] [3]	Partisipasi 1% Tugas Kelompok 2% UAS 4%
				Tugas Kelompok: Kelompok Menerapkan kerangka strategi harga (cost-based/competition-based/value-based) untuk mengidentifikasi strategi harga yang dipakai 1 perusahaan jasa nyata			
12	SubCPMK-11: C3 Menerapkan kriteria pemilihan saluran distribusi jasa untuk mendeskripsikan saluran distribusi 1 perusahaan jasa nyata (CPL2, CPMK2)	- Mengevaluasi alternatif saluran penyerahan jasa - Memutuskan tempat dan waktu penyerahan - Memutuskan proses penyerahan jasa	Teknik non-test: Business report evaluasi saluran distribusi jasa perusahaan nyata (diperkuat dari powerpoint — lihat catatan Langkah 5) Kriteria: Rubrik Holistik (level evaluatif)	Case method, diskusi kelompok [PB:1x(3x50")]	Google Meet & Google Classroom	Evaluasi delivery/distribusi jasa [1] [3]	Partisipasi 1% Tugas Mandiri 2% UAS 4%
				Tugas Mandiri: Mahasiswa individu Menerapkan kriteria tempat/waktu/proses distribusi untuk mendeskripsikan saluran distribusi 1 perusahaan jasa nyata			
13	SubCPMK-12: C3 Menerapkan elemen-elemen bauran komunikasi jasa untuk menyusun deskripsi bauran komunikasi 1 perusahaan jasa tertentu (CPL2, CPMK2)	- Menjelaskan elemen bauran komunikasi jasa - Merancang bauran komunikasi jasa (digital marketing, media sosial, pemasaran alternatif) - Mempresentasikan rancangan	Teknik non-test: Project report/rancangan bauran komunikasi jasa + presentasi (diperkuat dari powerpoint — lihat catatan Langkah 5) Kriteria: Rubrik Holistik (rubrik presentasi + kualitas rancangan)	Project based learning, presentasi kelompok [PB:1x(3x50")]	Google Meet & Google Classroom	Bauran komunikasi & promosi jasa [1] [3]	Presentasi 7% UAS 4%

14	SubCPMK-13: C3 Menerapkan langkah-langkah penanganan keluhan pelanggan pada studi kasus kegagalan layanan jasa (CPL2, CPMK2)	- Menjelaskan jenis keluhan pelanggan - Menjelaskan pengaruh perbaikan layanan terhadap loyalitas - Merancang program perbaikan layanan & loyalitas konsumen dari kasus kegagalan nyata	Teknik non-test: Business project — program perbaikan layanan & loyalitas + presentasi (diperkuat dari powerpoint — lihat catatan Langkah 5) Kriteria: Rubrik Holistik (rubrik presentasi + kualitas rancangan program)	Project based learning, presentasi kelompok [PB:1x(3x50")]	Google Meet & Google Classroom	Penanganan keluhan & perbaikan jasa [1] [2]	Partisipasi 1% Presentasi 8% Tugas Kelompok 2% UAS 5%
				Tugas Kelompok: Kelompok Menerapkan langkah penanganan keluhan (identifikasi → analisis penyebab → tindakan perbaikan) pada 1 studi kasus kegagalan layanan nyata, dipresentasikan			
15	SubCPMK-14: C2. Menjelaskan Sistem Kualitas Jasa (CPL1, CPMK1)	- Menjelaskan peningkatan kualitas jasa via sistem informasi - Menjelaskan integritas sistem informasi kualitas jasa - Mengidentifikasi sistem informasi kualitas jasa efektif	Teknik non-test: Ringkasan kuliah Kriteria: Rubrik Holistik	Kuliah, diskusi [PB:1x(3x50")]	Google Meet & Google Classroom	Sistem kualitas jasa [1] [2]	Tugas Mandiri 1% UAS 5%
				Tugas Mandiri: Mahasiswa individu membuat ringkasan 1 halaman tentang sistem informasi kualitas jasa dan bagaimana perusahaan menjaga integritasnya.			
16	EAS / Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa						
						Total bobot penilaian	100%

A. INSTRUMEN PENILAIAN

1. KOMPONEN PENILAIAN

No.	Komponen	Bobot
1.	Partisipasi	10%
2.	Presentasi	15%
3.	Tugas Mandiri	5%
4.	Tugas Kelompok	10%
5.	UTS	30%
6.	UAS	30%

} Formatif 40%

CPL	CPMK	Sub CPMK	Partisipasi	Presentasi	Tugas Mandiri	Tugas Kelompok	UTS	UAS	Total
CPL1	CPMK1	Sub CPMK 1	1%				4%		5%
CPL1	CPMK1	Sub CPMK 2	1%				4%		5%
CPL1	CPMK1	Sub CPMK 3	1%				4%		5%
CPL1	CPMK1	Sub CPMK 4	1%			2%	4%		7%
CPL8	CPMK3	Sub CPMK 5	1%				4%		5%
CPL1	CPMK1	Sub CPMK 6				1%	5%		6%
CPL1	CPMK1	Sub CPMK 7				1%	5%		6%
CPL1	CPMK1	Sub CPMK 8	1%			2%		4%	7%
CPL1	CPMK1	Sub CPMK 9	1%		2%			4%	7%
CPL2	CPMK2	Sub CPMK 10	1%			2%		4%	7%
CPL2	CPMK2	Sub CPMK 11	1%		2%			4%	7%
CPL2	CPMK2	Sub CPMK 12		7%				4%	11%
CPL2	CPMK2	Sub CPMK 13	1%	8%		2%		5%	16%
CPL1	CPMK1	Sub CPMK 14			1%			5%	6%
		Total	10%	15%	5%	10%	30%	30%	100%

2. PENILAIAN SIKAP

Kisi-kisi dan instrumen penilaian sikap

Dimensi	Metode	Kriteria Penilaian
Kedisiplinan	Observasi	Mahasiswa datang tepat waktu, ketepatan pengumpulan tugas, mematuhi tata tertib perkuliahan, memperhatikan orang lain yang presentasi.

Kreativitas	Observasi, Partisipasi, Tugas Kelompok	Mahasiswa aktif menunjukkan ide-ide baru dan tanggapan dalam proses perkuliahan, tugas, dan ujian
Tanggung jawab	Observasi, Partisipasi, Tugas Kelompok	Mahasiswa aktif dalam kegiatan perkuliahan, memberi kontribusi dalam tugas kelompok.
Kewirausahaan	Observasi, Tugas Kelompok	Mahasiswa menunjukkan minat untuk berwirausaha dalam diskusi kelas dan tugas

3. PENILAIAN TUGAS

Grade	Skor	Kriteria Penilaian
Sangat Kurang	<40	Jawaban yang disajikan tidak terorganisasi, tidak sesuai dengan materi, tidak menguraikan permasalahan.
Kurang	41-59	Jawaban yang disajikan terorganisir namun kurang mempunyai dasar teori yang baik, tidak didukung contoh.
Cukup	60-69	Jawaban yang disajikan terorganisir, mempunyai dasar teori sesuai materi.
Baik	70-79	Jawaban yang disajikan terorganisir dengan baik, mempunyai basis teori yang baik, didukung contoh dan ilustrasi dan menguraikan permasalahan.
Sangat Baik	>80	Jawaban yang disajikan terorganisir dengan baik, sistematis, mempunyai basis teori yang kuat, mempunyai kutipan sumber, didukung dengan contoh yang nyata, serta menguraikan permasalahan dengan solusinya.

4. PENILAIAN PRESENTASI

Kisi-kisi dan instrumen Penilaian presentasi:

Komponen	80 - 100	70 - 79	< 70
Komunikasi	Presentasi terorganisasi dengan sangat baik, sangat komunikatif, disertai gambar dan suara yang jelas, serta sangat runtut	Presentasi terorganisasi dengan baik, komunikatif, disertai gambar dan suara yang jelas, namun kurang runtut	Presentasi tidak terorganisasi dengan baik, kurang komunikatif, tidak didukung dengan gambar dan suara yang jelas, dan kurang runtut.
Kolaborasi	Pembagian tugas sangat proporsional dan menghasilkan presentasi yang sangat menarik	Pembagian tugas proporsional dan menghasilkan presentasi yang menarik	Pembagian tugas tidak proporsional, dan presentasi membosankan
Pemikiran Kritis	Pengungkapan materi yang sangat jelas, kekinian tinggi dan sangat kritis	Pengungkapan materi yang jelas, kekinian rendah namun masih kritis	Tidak jelas apa yang menjadi masalah dan isu yang disampaikan biasa saja, sehingga kurang kritis dalam

			analisis
--	--	--	----------

5. PENILAIAN UTS

Kisi-kisi dan instrumen penilaian UTS

Grade	Skor	Kriteria Penilaian
Sangat Kurang	<40	Jawaban yang disajikan tidak terorganisasi, tidak sesuai dengan materi, tidak menguraikan permasalahan.
Kurang	41-59	Jawaban yang disajikan terorganisir namun kurang mempunyai dasar teori yang baik, tidak didukung contoh.
Cukup	60-69	Jawaban yang disajikan terorganisir, mempunyai dasar teori sesuai materi.
Baik	70-79	Jawaban yang disajikan terorganisir dengan baik, mempunyai basis teori yang baik, didukung contoh dan ilustrasi dan menguraikan permasalahan.
Sangat Baik	>80	Jawaban yang disajikan terorganisir dengan baik, sistematis, mempunyai basis teori yang kuat, mempunyai kutipan sumber, didukung dengan contoh yang nyata, serta menguraikan permasalahan dengan solusinya.

6. PENILAIAN UAS

Kisi-kisi dan instrumen penilaian UAS

Grade	Skor	Kriteria Penilaian
Sangat Kurang	<40	Jawaban yang disajikan tidak terorganisasi, tidak sesuai dengan materi, tidak menguraikan permasalahan.
Kurang	41-59	Jawaban yang disajikan terorganisir namun kurang mempunyai dasar teori yang baik, tidak didukung contoh.
Cukup	60-69	Jawaban yang disajikan terorganisir, mempunyai dasar teori sesuai materi.
Baik	70-79	Jawaban yang disajikan terorganisir dengan baik, mempunyai basis teori yang baik, didukung contoh dan ilustrasi dan menguraikan permasalahan.
Sangat Baik	>80	Jawaban yang disajikan terorganisir dengan baik, sistematis, mempunyai basis teori yang kuat, mempunyai kutipan sumber, didukung dengan contoh yang nyata, serta menguraikan permasalahan dengan solusinya.

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. **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.
5. **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.
6. **Teknik penilaian:** tes dan non-tes.
7. **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.
8. **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 yang setara.
9. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yang dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
10. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
11. **PB**=Proses Belajar, **PT**=Penugasan Terstruktur, **KM**=Kegiatan Mandiri.
12. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
13. **PB**= Kegiatan Belajar Terbimbing, **PT**=Kegiatan Penugasan Terstruktur, **KM**=Kegiatan Mandiri.