RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI S1 TEKNIK LOGISTIK
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS IBNU SINA

Identitas Mata Kuliah	**NAMA MK**	**KODE MK**	**RUMPUN MATA KULIAH**	**BOBOT(SKS)**		**SEMESTER**	**Direvisi**
	Revenue Management	6TLMKK338	Teknik	3	SKS	6	06/09/2025
Otoritas	**Pengembang RPS**			**Ketua Kelompok Keahlian**		**Ka PRODI**	
	TIM Microteaching			TIM Microteaching		Dr. A. L. Setyabudhi, S.T., M.MT., IPM	
Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah *Revenue Management* membahas konsep, prinsip, dan teknik pengelolaan pendapatan yang digunakan untuk mengoptimalkan keuntungan perusahaan melalui pengaturan harga, kapasitas, dan permintaan. Fokus pembahasan diarahkan pada penerapan revenue management dalam konteks logistik dan transportasi, termasuk maskapai penerbangan, perusahaan pelayaran, pergudangan, jasa kurir, serta e-commerce. Mahasiswa akan mempelajari teori dasar revenue management, peran forecasting dalam memprediksi permintaan, strategi segmentasi pelanggan, teknik penentuan harga dinamis (*dynamic pricing*), serta metode optimasi alokasi kapasitas. Selain teori, mata kuliah ini juga melatih mahasiswa melalui studi kasus dan penggunaan perangkat lunak sederhana untuk menganalisis data pendapatan dan merancang strategi revenue management yang efektif. Pada akhir perkuliahan, mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan konsep revenue management, menganalisis penerapannya pada industri logistik, serta merancang strategi pengelolaan pendapatan yang berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan industri modern.						
Capaian Pembelajaran Lulusan & Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	**Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) PRODI**						
	CPL02	Mampu mengumpulkan, menganalisis, dan menerapkan data untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dalam manajemen rantai pasok, termasuk identifikasi risiko dan penerapan praktik keberlanjutan yang bertanggung jawab.					
	CPL06	Mampu mengidentifikasi, menganalisis, dan merespons perubahan dan ketidakpastian dalam lingkungan bisnis global, serta mengembangkan strategi adaptif untuk menjaga kelangsungan dan kinerja rantai pasok.					
	Kode CPMK	**Capaian Pembelajaran Mata Kuliah**				**CPL yang Didukung**	
	CPMK01	Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip revenue management dalam konteks logistik dan supply chain.				CPL02	
	CPMK02	Mahasiswa mampu menganalisis data permintaan dan kapasitas untuk pengelolaan pendapatan.				CPL02	

	CPMK03	Mahasiswa mampu mengevaluasi strategi pricing dan alokasi sumber daya.	CPL02
	CPMK04	Mahasiswa mampu merancang strategi revenue management yang adaptif terhadap dinamika pasar.	CPL06
	CPMK05	Mahasiswa mampu menyusun rekomendasi peningkatan profitabilitas melalui revenue management.	CPL02, CPL06

Penilaian

Id CPMK	Bobot per Bentuk Penilaian					TOTAL BOBOT PER CPMK
	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Proyek 1	Proyek 2	
CPMK01	5	5	0	0	0	10
CPMK02	5	0	5	0	0	10
CPMK03	0	5	5	0	0	10
CPMK04	0	0	5	5	10	20
CPMK05	0	0	5	10	5	20
UTS						15
UAS						15
Total per penilaian	**10**	**10**	**20**	**15**	**15**	**100**

Pustaka

Utama:

Pustaka Utama:

1. Talluri, K. T., & van Ryzin, G. J. (2004). *The Theory and Practice of Revenue Management*. Springer.
2. Phillips, R. (2021). *Revenue Management: Hard-Core Tactics for Market Domination* (2nd ed.). Routledge.
3. Chiang, W. C., Chen, J. C., & Xu, X. (2007). *An Overview of Research on Revenue Management: Current Issues and Future Research*. *International Journal of Revenue Management*.

Pustaka Pendukung:

1. Boyd, E. A., & Bilegan, I. C. (2003). *Revenue Management and E-Commerce*. *Management Science*.
2. Weatherford, L. R., & Bodily, S. E. (1992). *A Taxonomy and Research Overview of Perishable-Asset Revenue Management: Yield Management, Overbooking, and Pricing*. *Operations Research*.
3. Robert G. Cross. (1997). *Revenue Management: Hard-Core Tactics for Market Domination*. Broadway Business.
4. McGill, J. I., & van Ryzin, G. J. (1999). *Revenue Management: Research Overview and Prospects*. *Transportation Science*.
5. Pakdil, F., & Leonard, K. M. (2015). *Performance Measurement in Airlines under Revenue Management*. *Journal of Air Transport Management*.

Media Pembelajaran	**Software:**	Hardware :

		Komputer/Laptop; Projector
Team Teaching	TIM Microteaching	
Matakuliah Syarat		
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50.01	
Ambang Batas Kelulusan MK	85.00%	

Minggu Ke-	**Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub- CPMK)**	**Penilaian**		**Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu]**		**Materi Pembelajaran [Pustaka]**	**Bobot Penilaian (%)**
		Indikator	**Kriteria & Teknik**				
(1)	**(2)**	**(3)**	**(4)**	**Luring(5)**	**Daring(6)**	**(7)**	**(8)**
1	a. Mahasiswa mampu memahami kontrak perkuliahan, menjelaskan isi Rencana Pembelajaran Semester (RPS). b. Mahasiswa mampu memahami konsep dasar revenue management, menjelaskan peranannya dalam	a. Mahasiswa dapat menjelaskan kembali isi kontrak perkuliahan. b. Mahasiswa mampu menunjukkan pemahaman mengenai struktur RPS. c. Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian revenue management. d. Mahasiswa dapat menyebutkan tujuan penerapan revenue management dalam logistik.	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Kuis singkat, diskusi kelas, laporan ringkas.	a. Penyampaian kontrak perkuliahan oleh dosen, meliputi aturan kehadiran, tata tertib, metode pembelajaran, dan sistem penilaian. b. Penjelasan isi RPS mata kuliah *Revenue Management.* c. Dosen memberikan pengantar revenue management dengan menampilkan contoh kasus (maskapai penerbangan dan logistik). d. Diskusi kelompok membahas mengapa harga bisa berbeda	a. Pengunggahan dokumen kontrak kuliah dan RPS di grup kelas. b. Penjelasan materi oleh dosen. c. Mahasiswa menulis refleksi singkat (½ halaman) tentang contoh revenue management yang pernah mereka alami (misalnya tiket pesawat, ongkos kirim, atau tarif hotel).	a. Kontrak perkuliahan: aturan kehadiran, etika kelas, metode pembelajaran, sistem penilaian. b. RPS mata kuliah *Revenue Management.* c. Konsep dasar revenue management. d. Tujuan dan manfaat revenue management. e. Contoh penerapan dalam transportasi, logistik, dan jasa lainnya. Pustaka: Phillips, R. (2021). *Revenue Management: Hard-Core Tactics for Market*	2%

	mengoptimalkan pendapatan perusahaan logistik, serta mengidentifikasi industri yang umum menggunakan strategi revenue management (transportasi udara, pelayaran, pergudangan, hotel, e-commerce).	e. Mahasiswa dapat mengidentifikasi industri yang memanfaatkan revenue management.		untuk layanan yang sama. e. Mahasiswa membuat ringkasan (1 halaman) mengenai manfaat revenue management dalam industri logistik.		*Domination* (2nd ed.). Routledge.	
2	Mahasiswa mampu menjelaskan hubungan antara permintaan, kapasitas, dan harga dalam revenue management, serta menganalisis bagaimana ketiga faktor tersebut memengaruhi strategi pengelolaan pendapatan di industri logistik.	a. Mahasiswa dapat menjelaskan keterkaitan permintaan, kapasitas, dan harga. b. Mahasiswa dapat menggambarkan contoh hubungan supply–demand pada kasus nyata (misalnya tarif kargo udara saat peak season). b. Mahasiswa dapat menganalisis dampak perubahan kapasitas dan harga terhadap pendapatan perusahaan.	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Kuis singkat, diskusi kelas, dan tugas analisis sederhana.	a. Dosen menjelaskan prinsip dasar revenue management dengan ilustrasi kurva supply–demand. b. Diskusi kelompok membahas studi kasus kapasitas terbatas (misalnya keterbatasan kontainer laut saat pandemi). c. Mahasiswa membuat analisis sederhana (1–2 halaman) tentang pengaruh kapasitas terhadap harga dalam salah satu moda transportasi logistik.	a. Penjelasan materi oleh dosen. b. Forum diskusi. *c.* Mahasiswa menulis refleksi singkat (½ halaman) mengenai pengalaman nyata menghadapi perbedaan harga akibat permintaan tinggi (contoh: tiket pesawat, ongkir e-commerce)	a. Prinsip dasar revenue management: permintaan, kapasitas, harga. b. Hubungan supply–demand dalam transportasi dan logistik. c. Studi kasus kapasitas terbatas dan dampaknya pada harga. Pustaka: Chiang, W. C., Chen, J. C., & Xu, X. (2007). *An Overview of Research on Revenue Management: Current Issues and Future Research*. *International Journal of Revenue Management*.	2%
3	Mahasiswa mampu memahami konsep forecasting permintaan, menjelaskan metode sederhana dalam peramalan (moving average, exponential	a. Mahasiswa dapat menjelaskan peran forecasting dalam revenue management. b. Mahasiswa dapat membedakan metode forecasting sederhana.	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Kuis, latihan perhitungan, laporan	a. Dosen menjelaskan konsep forecasting permintaan dan mengajarkan metode moving average serta exponential smoothing. b. Mahasiswa berlatih menghitung menggunakan data	a. Penjelasan materi oleh dosen. *b.* Forum diskusi. *c.* Mahasiswa menulis refleksi singkat (½ halaman) mengenai pentingnya forecasting dalam mengantisipasi fluktuasi permintaan	a. Konsep forecasting permintaan. b. Metode sederhana: moving average, exponential smoothing. c. Aplikasi forecasting dalam revenue management Pustaka: a. Talluri, K. T., & van	2%

	smoothing), serta menerapkan forecasting untuk mendukung keputusan revenue management dalam logistik.	c. Mahasiswa dapat menerapkan perhitungan forecasting menggunakan data contoh. d. Mahasiswa dapat menganalisis kelebihan dan kelemahan masing-masing metode forecasting.	ringkas.	historis permintaan logistik. c. Mahasiswa membuat laporan ringkas (2 halaman) berisi hasil forecasting permintaan berdasarkan data contoh.	(misalnya saat liburan atau peak season e-commerce).	Ryzin, G. J. (2004). *The Theory and Practice of Revenue Management*. Springer. b. Chopra, S., & Meindl, P. (2022). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation* (8th ed.). Pearson.	
4	Mahasiswa mampu memahami konsep segmentasi pelanggan, mengidentifikasi perbedaan kebutuhan tiap segmen, serta menjelaskan bagaimana segmentasi digunakan untuk menentukan strategi harga dan layanan dalam revenue management.	a. Mahasiswa dapat menjelaskan konsep segmentasi pelanggan. b. Mahasiswa dapat mengidentifikasi segmen pelanggan dalam industri logistik (misalnya ritel, e-commerce, perusahaan manufaktur). c. Mahasiswa dapat menganalisis perbedaan perilaku permintaan antar segmen. d. Mahasiswa dapat menghubungkan segmentasi dengan strategi harga.	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Diskusi kelas, studi kasus, laporan singkat.	a. Dosen menjelaskan konsep segmentasi (berdasarkan harga, volume, urgensi, loyalitas pelanggan). b. Mahasiswa menganalisis studi kasus segmentasi pelanggan jasa ekspedisi (misalnya JNE, DHL, J&T). c. Mahasiswa membuat laporan analisis (2 halaman) tentang segmentasi pelanggan di salah satu perusahaan logistik/e-commerce di Indonesia.	a. Penjelasan materi oleh dosen. b. Forum diskusi. c. Mahasiswa menulis refleksi singkat (½ halaman) mengenai pengalaman sebagai pelanggan yang membedakan layanan premium dan layanan reguler.	a. Konsep segmentasi pelanggan dalam revenue management. b. Kriteria segmentasi: harga, volume, urgensi, loyalitas. c. Studi kasus segmentasi dalam logistik dan transportasi. Pustaka: a. Chiang, W. C., Chen, J. C., & Xu, X. (2007). *An Overview of Research on Revenue Management: Current Issues and Future Research*. *International Journal of Revenue Management*. b. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.	2%
5	Mahasiswa mampu memahami konsep dynamic pricing (penentuan harga dinamis), menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi perubahan harga, serta menganalisis	a. Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian dan prinsip *dynamic pricing*. b. Mahasiswa dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi penentuan harga	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Diskusi kelas, studi kasus, kuis singkat.	a. Dosen menjelaskan konsep *dynamic pricing* dengan contoh kasus (misalnya tiket pesawat yang berubah-ubah, tarif Gojek/Grab, ongkos ekspedisi saat high season). b. Mahasiswa menganalisis bagaimana faktor	a. Penjelasan materi oleh dosen. b. Forum diskusi. c. Mahasiswa menulis refleksi singkat (½ halaman) mengenai pengalaman pribadi menggunakan layanan dengan harga dinamis.	a. Konsep dan prinsip *dynamic pricing*. b. Faktor yang memengaruhi harga dinamis. c. Studi kasus penerapan *dynamic pricing* di logistik, transportasi, dan e-commerce. Pustaka:	2%

	penerapan dynamic pricing dalam industri logistik dan transportasi.	dinamis (waktu, kapasitas, permintaan, segmentasi pelanggan). c. Mahasiswa dapat menganalisis studi kasus penerapan *dynamic pricing* (misalnya tarif maskapai, tarif ride-hailing, ongkos kirim logistik). d. Mahasiswa dapat mengevaluasi kelebihan dan kelemahan *dynamic pricing* dalam meningkatkan pendapatan.		permintaan memengaruhi perubahan harga. c. Mahasiswa membuat analisis kasus (2 halaman) tentang penerapan *dynamic pricing* di salah satu industri logistik atau transportasi.		a. hillips, R. (2021). *Revenue Management: Hard-Core Tactics for Market Domination* (2nd ed.). Routledge. b. McAfee, R. P., & te Velde, V. (2007). *Dynamic Pricing in the Airline Industry*. In *Handbook on Economics and Information Systems*. Elsevier.	
6	Mahasiswa mampu memahami konsep overbooking strategy, menjelaskan alasan penerapannya dalam industri jasa dan logistik, serta menganalisis risiko dan manfaat dari strategi tersebut.	a. Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan tujuan *overbooking*. b. Mahasiswa dapat mengidentifikasi industri yang menggunakan *overbooking* (maskapai, hotel, transportasi logistik). c. Mahasiswa dapat menganalisis manfaat *overbooking* dalam meningkatkan pendapatan. d. Mahasiswa dapat mengevaluasi risiko dan dampak negatif *overbooking* terhadap pelanggan.	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Diskusi kelas, studi kasus, kuis singkat.	a. Dosen menjelaskan konsep *overbooking* dengan contoh maskapai penerbangan, hotel, dan ekspedisi. Mahasiswa menganalisis kasus overbooking yang menimbulkan protes pelanggan dan dampaknya bagi reputasi perusahaan. b. Mahasiswa membuat laporan analisis (2 halaman) mengenai praktik *overbooking* di industri logistik/transportasi dan bagaimana perusahaan mengatasinya.	a. Penjelasan materi oleh dosen. b. Forum diskusi. c. Mahasiswa menulis refleksi singkat (½ halaman) tentang pandangan mereka terhadap praktik *overbooking* dari sisi pelanggan dan perusahaan.	a. Konsep *overbooking* dalam revenue management. b. Alasan penerapan dan manfaat finansial. c. Risiko dan strategi mitigasi. d. Studi kasus nyata di maskapai, hotel, dan logistik. Pustaka: Phillips, R. (2021). *Revenue Management: Hard-Core Tactics for Market Domination* (2nd ed.). Routledge.	2%
7	Mahasiswa mampu memahami konsep pengendalian persediaan	a. Mahasiswa dapat menjelaskan konsep inventory control dalam konteks	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75	a. Dosen menjelaskan konsep dasar inventory control (safety stock,	a. Penjelasan materi oleh dosen. b. Forum diskusi.	a. Konsep inventory control dalam revenue management.	2%

	(inventory control) dalam revenue management, menjelaskan peranannya dalam mengatur kapasitas yang terbatas, serta menganalisis strategi inventory untuk memaksimalkan pendapatan di sektor logistik.	revenue management. b. Mahasiswa dapat mengidentifikasi keterkaitan persediaan, kapasitas, dan pendapatan. c. Mahasiswa dapat menganalisis contoh penerapan inventory control di industri transportasi, logistik, dan ritel. d. Mahasiswa dapat menyusun strategi sederhana pengendalian persediaan untuk kasus tertentu.	Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Kuis, diskusi kasus, laporan singkat.	reorder point, kapasitas terbatas). b. Mahasiswa menganalisis studi kasus pengendalian kapasitas gudang dan ruang kargo. c. Mahasiswa membuat analisis kasus (2 halaman) tentang bagaimana inventory control dapat membantu meningkatkan pendapatan pada salah satu sektor logistik.	c. Mahasiswa menulis refleksi (½ halaman) mengenai pentingnya pengendalian persediaan dalam menghadapi fluktuasi permintaan.	b. Hubungan persediaan, kapasitas, dan harga. c. Studi kasus pengendalian kapasitas di gudang, transportasi udara, dan logistik. Pustaka: a. Chopra, S., & Meindl, P. (2022). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation* (8th ed.). Pearson. b. Silver, E. A., Pyke, D. F., & Peterson, R. (1998). *Inventory Management and Production Planning and Scheduling* (3rd ed.). Wiley.	
8	Ujian Tengah Semester (UTS) untuk mengukur penguasaan materi minggu 1–7.	Menjawab pertanyaan dengan benar.	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55	Tidak ada.	Ujian tertulis (60 menit).		20%
9	Mahasiswa mampu menganalisis penerapan revenue management pada maskapai penerbangan, menjelaskan strategi harga, segmentasi pelanggan, dan alokasi kapasitas kursi, serta mengevaluasi manfaat dan tantangan yang dihadapi industri penerbangan.	a. Mahasiswa dapat menjelaskan praktik revenue management pada maskapai penerbangan. b. Mahasiswa dapat mengidentifikasi strategi harga tiket pesawat berdasarkan permintaan dan waktu pemesanan. c. Mahasiswa dapat menganalisis peran segmentasi pelanggan (ekonomi, bisnis, premium). d. Mahasiswa dapat mengevaluasi manfaat dan risiko strategi revenue	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Studi kasus, diskusi kelas, laporan analisis.	a. Dosen menyajikan studi kasus maskapai internasional (misalnya Singapore Airlines, Emirates) dan domestik (misalnya Garuda Indonesia, Lion Air). b. Mahasiswa menganalisis strategi harga tiket dan manajemen kapasitas kursi. c. Mahasiswa membuat laporan analisis (2–3 halaman) tentang strategi revenue management di salah satu maskapai	a. Penjelasan materi oleh dosen. b. Forum diskusi. c. Mahasiswa menulis refleksi singkat (½ halaman) mengenai pengalaman membeli tiket pesawat dengan harga berbeda pada waktu yang berbeda.	a. Penerapan revenue management di maskapai penerbangan. b. Strategi harga tiket berdasarkan permintaan dan waktu pemesanan. c. Segmentasi pelanggan maskapai. d. Manfaat dan tantangan revenue management di industri penerbangan Pustaka: Pakdil, F., & Leonard, K. M. (2015). *Performance Measurement in Airlines under Revenue Management*. *Journal of Air Transport Management*.	2%

		management bagi maskapai dan penumpang.					
10	Mahasiswa mampu menganalisis penerapan revenue management pada industri hotel, memahami strategi penentuan harga kamar, segmentasi pelanggan, serta mengevaluasi manfaat dan risiko dari strategi tersebut terhadap profitabilitas dan kepuasan pelanggan.	a. Mahasiswa dapat menjelaskan praktik revenue management pada hotel. b. Mahasiswa dapat mengidentifikasi strategi harga kamar berdasarkan musim, permintaan, dan tipe pelanggan. c. Mahasiswa dapat menganalisis peran segmentasi pelanggan (bisnis, leisure, grup, individual). d. Mahasiswa dapat mengevaluasi manfaat dan tantangan penerapan revenue management dalam industri hotel.	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Studi kasus, diskusi kelas, laporan analisis.	a. Dosen menyajikan contoh praktik revenue management di hotel internasional (misalnya Marriott, Hilton) dan domestik (misalnya Santika, Aston). b. Mahasiswa menganalisis strategi penentuan harga kamar. c. Mahasiswa membuat laporan analisis (2–3 halaman) tentang strategi harga dan segmentasi pelanggan di salah satu hotel.	a. Penjelasan materi oleh dosen. b. Forum diskusi. c. Mahasiswa menulis refleksi singkat (½ halaman) tentang pengalaman menggunakan layanan hotel dengan harga berbeda pada musim berbeda.	a. Konsep revenue management dalam industri hotel. b. Strategi harga kamar berdasarkan musim, tipe pelanggan, dan permintaan. c. Segmentasi pelanggan hotel. d. Manfaat dan tantangan penerapan revenue management. Pustaka: a. Talluri, K. T., & van Ryzin, G. J. (2004). *The Theory and Practice of Revenue Management*. Springer. b. Hayes, D. K., & Miller, A. A. (2011). *Revenue Management for the Hospitality Industry*. Wiley.	2%
11	Mahasiswa mampu menganalisis penerapan revenue management pada industri logistik, memahami strategi pengelolaan kapasitas gudang, transportasi, dan layanan distribusi, serta mengevaluasi manfaat dan hambatan penerapannya bagi perusahaan logistik.	a. Mahasiswa dapat menjelaskan praktik revenue management dalam logistik (misalnya jasa ekspedisi, pergudangan, dan transportasi kargo). b. Mahasiswa dapat mengidentifikasi strategi harga layanan logistik berdasarkan kapasitas, jarak, dan urgensi pengiriman. c. Mahasiswa dapat menganalisis peran segmentasi pelanggan dalam jasa logistik.	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Studi kasus, diskusi kelas, laporan analisis.	a. Dosen menyajikan studi kasus penerapan revenue management pada ekspedisi (misalnya DHL, JNE, J&T, FedEx). b. Mahasiswa menganalisis strategi tarif, layanan premium, dan alokasi kapasitas gudang/kendaraan. c. Mahasiswa membuat laporan analisis (2–3 halaman) tentang strategi revenue management pada salah satu perusahaan logistik.	a. Penjelasan materi oleh dosen. b. Forum diskusi kontrak. c. Mahasiswa menulis refleksi singkat (½ halaman) tentang pengalaman menggunakan layanan logistik dengan perbedaan harga atau layanan.	a. Penerapan revenue management pada jasa ekspedisi dan logistik. b. Strategi tarif berdasarkan kapasitas, jarak, urgensi. c. Segmentasi pelanggan dalam jasa logistik. d. Manfaat dan hambatan revenue management di industri logistik. Pustaka: Phillips, R. (2021). *Revenue Management: Hard-Core Tactics for Market Domination* (2nd ed.). Routledge.	2%

		d. Mahasiswa dapat mengevaluasi manfaat dan tantangan penerapan revenue management di sektor logistik.					
12	Mahasiswa mampu memahami konsep optimasi dalam revenue management, menjelaskan metode optimasi sederhana (linear programming, solver), serta menerapkan metode tersebut untuk menyelesaikan kasus alokasi kapasitas dan harga pada industri logistik.	a. Mahasiswa dapat menjelaskan peran optimasi dalam revenue management. b. Mahasiswa dapat mengidentifikasi variabel keputusan, batasan (constraints), dan tujuan dalam model optimasi. c. Mahasiswa dapat menggunakan metode sederhana (Excel Solver/linear programming) untuk menyelesaikan kasus alokasi kapasitas. d. Mahasiswa dapat menganalisis hasil optimasi untuk memberikan rekomendasi strategi harga atau kapasitas.	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Latihan soal, laporan analisis, presentasi singkat.	a. Dosen menjelaskan konsep dasar optimasi dan memperagakan penggunaan Excel Solver. b. Mahasiswa mencoba membuat model alokasi kapasitas sederhana (misalnya pembagian ruang kargo atau kapasitas gudang). c. Mahasiswa membuat laporan analisis (2–3 halaman) hasil optimasi yang berisi model, hasil, dan rekomendasi.	a. Penjelasan materi oleh dosen. b. Forum diskusi. c. Mahasiswa menulis refleksi singkat (½ halaman) tentang manfaat optimasi dalam mendukung keputusan revenue management.	a. Konsep optimasi dalam revenue management. b. Penerapan linear programming dan solver. c. Studi kasus alokasi kapasitas dan harga. Pustaka: a. Phillips, R. (2021). *Revenue Management: Hard-Core Tactics for Market Domination* (2nd ed.). Routledge.	2%
13	Mahasiswa mampu melakukan forecasting permintaan, perhitungan harga dinamis, serta optimasi alokasi kapasitas.	a. Mahasiswa dapat menjelaskan manfaat revenue management. b. Mahasiswa dapat melakukan forecasting sederhana. c. Mahasiswa dapat membuat model harga dinamis dengan data contoh. d. Mahasiswa dapat menganalisis hasil	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Laporan hasil simulasi, diskusi kelas.	a. Dosen memperagakan cara penggunaan Excel/Solver untuk forecasting dan alokasi kapasitas. b. Mahasiswa membuat model sederhana harga dinamis. c. Mahasiswa membuat laporan hasil simulasi (2–3 halaman) berupa model forecasting, perhitungan harga dinamis, dan analisis hasil.	a. Penjelasan materi oleh dosen. b. Forum diskusi.	a. Penggunaan revenue management dalam kasus sederhana. b. Penerapan forecasting dan optimasi. c. Simulasi harga dinamis. Pustaka: Armstrong, J. S. (2001). *Principles of Forecasting: A Handbook for Researchers and Practitioners*. Springer.	6%

		simulasi dan menarik kesimpulan.					
14	Mahasiswa mampu mengidentifikasi tantangan dan risiko dalam penerapan revenue management, menganalisis faktor penyebab kegagalan strategi, serta menyusun alternatif solusi mitigasi risiko agar sistem revenue management tetap efektif dan berkelanjutan.	a. Mahasiswa dapat menjelaskan tantangan penerapan revenue management (teknologi, data, perilaku pelanggan, persaingan pasar). b. Mahasiswa dapat mengidentifikasi risiko yang muncul (ketidakpuasan pelanggan, harga yang tidak stabil, kerugian reputasi). c. Mahasiswa dapat menganalisis studi kasus kegagalan penerapan revenue management. d. Mahasiswa dapat menyusun strategi mitigasi risiko yang relevan.	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk Penilaian: Diskusi kasus, laporan analisis, presentasi singkat.	a. Dosen menyajikan contoh tantangan revenue management (misalnya kasus protes pelanggan akibat harga dinamis yang tidak adil). b. Mahasiswa menganalisis penyebab dan merancang strategi mitigasi. c. Mahasiswa membuat laporan analisis (2 halaman) mengenai tantangan dan risiko revenue management di salah satu industri logistik/transportasi.	**a.** Studi kasus tentang digital trade. **b.** Forum diskusi. **c.** Mahasiswa menulis refleksi singkat (½ halaman) tentang strategi mitigasi risiko revenue management yang paling penting dalam konteks Indonesia.	a. Tantangan teknologi, pasar, dan pelanggan dalam revenue management. b. Risiko kegagalan implementasi. c. Strategi mitigasi risiko. Pustaka: Phillips, R. (2021). *Revenue Management: Hard-Core Tactics for Market Domination* (2nd ed.). Routledge.	2%
15	Mahasiswa mampu mengintegrasikan pengetahuan yang diperoleh dari pertemuan sebelumnya untuk merancang strategi revenue management sederhana, meliputi forecasting permintaan, segmentasi pelanggan, penentuan harga dinamis, dan alokasi kapasitas.	a. Mahasiswa dapat merancang strategi revenue management berdasarkan data contoh. b. Mahasiswa dapat mengaplikasikan metode forecasting, segmentasi, dan dynamic pricing. c. Mahasiswa dapat menyusun model alokasi kapasitas sederhana. d. Mahasiswa dapat menyajikan laporan mini project secara sistematis.	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100 Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55 Bentuk penilaian: Proyek kelompok, presentasi, laporan tertulis.	a. Mahasiswa mempresentasikan strategi revenue management yang dirancang berdasarkan data simulasi atau studi kasus perusahaan nyata. b. Mahasiswa membuat laporan mini project (10–12 halaman) mencakup forecasting permintaan, segmentasi pelanggan, strategi harga dinamis, alokasi kapasitas, dan analisis hasil.	a. Mahasiswa memberikan umpan balik terhadap rancangan kelompok lain melalui platform e-learning. b. Upload file presentasi (PowerPoint/PDF) ke edlink. c. Forum diskusi online: mahasiswa memberikan komentar atau pertanyaan pada presentasi kelompok lain (±30 menit).	a. Integrasi konsep forecasting, segmentasi, pricing, dan alokasi kapasitas. b. Studi kasus rancangan strategi revenue management. c. Evaluasi efektivitas strategi. Pustaka: Chopra, S., & Meindl, P. (2022). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation* (8th ed.). Pearson.	5%
16	UAS (Ujian Akhir Semester) untuk	Menjawab pertanyaan dengan benar.	Kriteria Penilaian: Istimewa: 90–100	Tidak ada	Ujian tertulis (60 menit).		30%

	mengukur penguasaan materi minggu 1–15.		Sangat Baik: 76–89 Cukup: 56–75 Kurang: 0–55				