



**UNIVERSITAS RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

Kode Dokumen

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Strategi Pemasaran	MNJ 4214	Manajemen	T=3	P=0	Ganjil	3 Desember 2023 2023
<b>OTORISASI</b>	<b>Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Ketua PRODI</b>	
	1. Dr. Alvi Furwanti Alwie,SE., MM., 2. Dra.Aida Nursanti, MM 3. Sri Restuti,SE., MM. 4. Jushermi,SE., MSBA. 5. Taufiqurrahman,SE., M. Sc., M. Phil 6. Henni Noviasari,SE., MM. 7. Deny Danar Rahayu,SE, M.SI 8. Dian Pratiwi,S.M.B., M.M 9. Sri Wahyuni Wildah,S.IP., M.B.A		Jushermi,SE., MSBA.		Sri Restuti, SE.,MM	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>					
	CPL -6	Mahasiswa mampu melaksanakan fungsi manajerial dan operasional dengan bekerjasama dalam tim di berbagai jenis organisasi melalui tindakan solutif yang tepat				
	CPL -8	Mahasiswa mampu melaksanakan kajian empiris dan menggunakan teknologi informasi bidang manajemen dan bisnis dengan baik				
	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>					
CPMK-1	Mahasiswa dapat menerapkan prinsip-prinsip dan teori pemasaran strategis melalui studi literatur dengan baik					

	CPMK 2	Mahasiswa mampu menganalisis berbagai elemen bauran pemasaran dalam pembuatan strategi pemasaran yang komprehensif.													
	CPMK 3	Mahasiswa menganalisis keterkaitan antara strategi pemasaran dengan strategi bisnis secara keseluruhan dengan memastikan keselarasan dan optimalisasinya secara komprehensif													
	CPMK 4	Mahasiswa mampu menganalisis penerapan teori dalam praktik untuk menghadapi tantangan pemasaran dalam berbagai konteks bisnis melalui studi kasus dengan baik													
	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>														
	Sub-CPMK 1	Mahasiswa mampu menyimpulkan kontrak perkuliahan, rencana pembelajaran semester, dan Merangkum konsep dasar Strategi Pemasaran dengan menyimak penjelasan dari dosen dengan baik													
	Sub-CPMK 2	Mahasiswa mampu menerapkan konsep dan perkembangan strategi pemasaran melalui studi literatur dengan baik													
	Sub-CPMK 3	Mahasiswa dapat menerapkan konsep strategi kepuasan pelanggan melalui studi literatur dengan baik													
	Sub-CPMK 4	Mahasiswa dapat menganalisis lingkungan, potensi pasar dan mengukur peluang pasar melalui pengamatan lingkungan sekitar dengan cermat													
	Sub-CPMK 5	Mahasiswa dapat menganalisis pesaing dan strategi pesaing melalui contoh kasus dengan baik													
	Sub-CPMK 6	Mahasiswa dapat menganalisis strategi pemasaran dalam berbagai posisi persaingan melalui contoh kasus dengan baik													
	Sub-CPMK 7	Mahasiswa dapat menerapkan segmenting, targeting, positioning dan strategi pasar melalui simulasi secara berkelompok dengan tepat													
	Sub-CPMK 8	Mahasiswa dapat menganalisis proses perencanaan strategi produk melalui contoh kasus dengan baik													
	Sub-CPMK 9	Mahasiswa dapat menganalisis bagaimana membangun merek yang kuat dan bagaimana mengelola merek melalui contoh kasus dengan baik													
	Sub-CPMK 10	Mahasiswa dapat menerapkan strategi pemasaran untuk produk jasa melalui simulasi secara berkelompok dengan tepat													
	Sub-CPMK 11	Mahasiswa dapat menganalisis strategi penetapan harga untuk suatu produk melalui contoh kasus dengan baik													
	Sub-CPMK 12	Mahasiswa dapat menganalisis strategi pendistribusian dalam pemasaran melalui contoh kasus dengan baik													
	Sub-CPMK 13	Mahasiswa dapat menerapkan strategi komunikasi pemasaran melalui simulasi secara berkelompok dengan baik													
	Sub-CPMK 14	Mahasiswa mampu menganalisis strategi memasuki pasar global dan etika pemasaran melalui contoh kasus dengan baik													
	<b>Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK</b>														
		Sub-CPMK 1	Sub-CPMK 2	Sub-CPMK 3	Sub-CPMK 4	Sub-CPMK 5	Sub-CPMK 6	Sub-CPMK 7	Sub-CPMK 8	Sub-CPMK 9	Sub-CPMK 10	Sub-CPMK 11	Sub-CPMK 12	Sub-CPMK 13	Sub-CPMK 14
	CPL 6	✓		✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓		
	CPL 8		✓		✓		✓		✓	✓					✓
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Mata Kuliah ini memberikan pemahaman secara komprehensif terhadap strategi pemasaran yang diharapkan dari mata kuliah ini adalah mahasiswa mampu mengidentifikasi serta menganalisis permasalahan manajemen dan strategi pemasaran, peluang pasar, persaingan dan														

	strategi bersaing, memahami segmentasi, targeting, positioning, dan bauran pemasaran..
<b>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep dan perkembangan strategi pemasaran</li> <li>2. Strategi kepuasan pelanggan</li> <li>3. Lingkungan, potensi pasar dan mengukur peluang pasar</li> <li>4. Pesaing dan strategi pesaing</li> <li>5. Strategi pasar dan memahami segmenting, targeting, positioning</li> <li>6. Strategi pemasaran dalam berbagai posisi persaingan</li> <li>7. Proses perencanaan strategi produk</li> <li>8. Membangun merek yang kuat dan bagaimana mengelola merek</li> <li>9. Strategi pemasaran untuk produk jasa</li> <li>10. Strategi penetapan harga untuk suatu produk</li> <li>11. Strategi pendistribusian dalam pemasaran</li> <li>12. Strategi komunikasi pemasaran</li> <li>13. Strategi memasuki pasar global</li> </ol>
<b>Pustaka</b>	<b>Utama</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cravens, David W, Pierchy, Strategic Marketing. (2006 (9th edition). Mg Graw Hill</li> <li>2. Fandy Tjiptono (2015). Strategi Pemasaran edisi 4. Penerbit Andi</li> </ol>
	<b>Pendukung:</b>
	1.Kotler & Keller. (2016). <i>Marketing Management</i> (14th. ed). Prentice Hall.
<b>Dosen Pengampu</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dr. Alvi Furwanti Alwie,SE., MM.,</li> <li>2. Dra.Aida Nursanti, MM</li> <li>3. Sri Restuti,SE., MM.</li> <li>4. Jushermi,SE., MSBA.</li> <li>5. Taufiqurrahman,SE., M. Sc., M. Phil</li> <li>6. Henni Noviasari,SE., MM.</li> <li>7. Deny Danar Rahayu,SE, M.SI</li> <li>8. Dian Pratiwi,S.M.B., M.M</li> <li>9. Sri Wahyuni Wildah,S.IP., M.B.A</li> </ol>
<b>Matakuliah syarat</b>	Manajemen Pemasaran

Minggu Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa,		Materi Pembelajaran	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring ( <i>offline</i> )	Daring ( <i>online</i> )		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu menyimpulkan kontrak perkuliahan, rencana pembelajaran semester, dan Merangkum konsep dasar Strategi Pemasaran dengan menyimak penjelasan dari dosen dengan baik	a. Ketepatan memahami kontrak perkuliahan. b. Ketepatan dalam memahami tentang konsep mata kuliah pengantar manajemen	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap	- Ceramah (150 menit)		- Pengantar umum materi perkuliahan - Teknik perkuliahan - Tugas terstruktur - Cara penilaian	7
2	Mahasiswa mampu menerapkan konsep dan perkembangan strategi pemasaran melalui studi literatur dengan baik	a. Ketepatan dalam menjelaskan tentang konsep dasar manajemen b. Ketepatan untuk menguraikan tentang sejarah ilmu manajemen	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	- Ceramah - Diskusi (SCL) (150 menit)		- Pengertian dan konsep Strategi pemasaran - Pengertian strategi pemasaran - Tingkatan (level) strategi pemasaran Perencanaan strategis yang berorientasi pasar	6
3	Mahasiswa dapat menerapkan konsep strategi kepuasan pelanggan melalui studi literatur dengan baik	a. Ketepatan memahami tentang budaya organisasi  b. Ketepatan dalam mencontohkan praktik manajemen di lingkungan global	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap	- Ceramah - Diskusi (150 menit)		- Orientasi pada kepuasan Pelanggan - Strategi kepuasan pelanggan produk manufaktur - strategi kepuasan pelanggan produk jasa	6

4	Mahasiswa dapat menganalisis lingkungan, potensi pasar dan mengukur peluang pasar melalui pengamatan lingkungan sekitar dengan cermat	Ketepatan menjelaskan tentang tanggung jawab sosial dan etika manajerial	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	- Ceramah - Diskusi  (150 menit)		- Analisis kesempatan pasar - Analisis lingkungan - Analisis potensi pasar Pengukuran Peluang pasar	6
5	Mahasiswa dapat menganalisis pesaing dan strategi pesaing melalui contoh kasus dengan baik	Ketepatan untuk menjelaskan tentang peran manajer dan dasar-dasar pengambilan keputusan dengan baik	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	- Ceramah - Diskusi  (150 menit)		- Analisis industry dan pesaing - Menganalisis Pesaing - Menganalisis Strategi Pesaing - Menentukan tujuan pesaing - Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing - Mengestimasi pola reaksi pesaing - Merancang system intelijen persaingan	6
6	Mahasiswa dapat menganalisis strategi pemasaran dalam berbagai posisi persaingan melalui contoh kasus dengan baik	Ketepatan menguraikan tentang stuktur desain organisasi	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	- Ceramah - Diskusi  (150 menit)		- Strategi Pemasaran dalam berbagai posisi persaingan - Startegi Pemimpin Pasar - Strategi penantang pasar - Strategi pengikut pasar - Strategi relung pasar	8
7	Mahasiswa dapat menerapkan segmenting, targeting, positioning dan strategi pasar melalui simulasi secara berkelompok dengan tepat	Ketepatan menjelaskan tentang pengelolaan sumber daya manusia	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	- Ceramah - Diskusi  (150 menit)		- Strategi Pasar - Level defenisi pasar - Segmeting, Targeting, Positioning	8
8	<b>Ujian Tengah Semester (UTS)</b>						
9	Mahasiswa dapat menganalisis proses perencanaan strategi	Ketepatan munguraikan	Kriteria:	• Ceramah • Diskusi		- Konsep, level, hirarki produk	8

	produk melalui contoh kasus dengan baik	tentang mengelola tim	Kehadiran, Keaktifan, Sikap	(150 menit)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Klasifikasi produk</li> <li>- Proses perencanaan strategis produk</li> </ul> Strategi produk	
<b>10</b>	Mahasiswa dapat menganalisis bagaimana membangun merek yang kuat dan bagaimana mengelola merek melalui contoh kasus dengan baik	Ketepatan menjelaskan tentang cara pengelolaan perubahan dan inovasi	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ceramah</li> <li>● Diskusi</li> </ul> (150 menit)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekuitas Merek</li> <li>- Membangun merek yang kuat</li> </ul> Mengelola Merek	<b>8</b>
<b>11</b>	Mahasiswa dapat menerapkan strategi pemasaran untuk produk jasa melalui simulasi secara berkelompok dengan tepat	Ketepatan menguraikan tentang perilaku individu.	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ceramah</li> <li>● Diskusi</li> </ul> (150 menit)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategi Pemasaran Jasa</li> <li>- Sifat dan karakteristik jasa</li> </ul> Strategi pemasaran untuk perusahaan jasa	<b>8</b>
<b>12</b>	Mahasiswa dapat menganalisis strategi penetapan harga untuk suatu produk melalui contoh kasus dengan baik	Ketepatan menjelaskan tentang komunikasi manajerial	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ceramah</li> <li>● Diskusi</li> </ul> (150 menit)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategi harga untuk produk baru</li> <li>- Strategi harga untuk bauran produk</li> <li>- Strategi penyesuaian harga</li> <li>- Perubahan-perubahan harga</li> </ul>	<b>8</b>
<b>13</b>	Mahasiswa dapat menganalisis strategi pendistribusian dalam pemasaran melalui contoh kasus dengan baik	Ketepatan menguraikan tentang motivasi karyawan	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ceramah</li> <li>● Diskusi</li> </ul> (150 menit)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retailing dan Whole selling</li> <li>- Distribusi fisik</li> </ul> Strategi distribusi	<b>6</b>
<b>14</b>	Mahasiswa dapat menerapkan strategi komunikasi pemasaran melalui simulasi secara berkelompok dengan baik	Ketepatan menguraikan tentang kepemimpinan ekuitas.	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ceramah</li> <li>● Diskusi</li> </ul> (150 menit)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategi Pemasaran : Periklanan, Promosi, penjualan dan publisitas</li> <li>- Strategi personal selling dan pemasaran langsung/direct selling</li> </ul>	<b>7</b>

						<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bauran komunikasi pemasaran</li> <li>b. Strategi periklanan</li> <li>c. Strategi promosi penjualan</li> <li>d. Strategi publisitas</li> <li>e. Strategi penjualan pribadi</li> </ul> Pemasaran langsung	
15	Mahasiswa mampu menganalisis strategi memasuki pasar global dan etika pemasaran melalui contoh kasus dengan baik	menjelaskan tentang pengendalian dan pengelolaan operasi	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceramah</li> <li>• Diskusi</li> </ul> (150 menit)		Pemasaran global dan etika pemasaran <ul style="list-style-type: none"> <li>- Globalisasi dan pemasaran dunia</li> <li>- Strategi memasuki pasar global</li> </ul> Etika pemasaran	
16	<b>Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester</b>						

#### Metode Assessment

Mata Kuliah	Jenis Kurikulum	Jenis Assessment	Metode Assessment
Strategi Pemasaran	Intermediate	1. Diagnostik ( kehadiran, keaktifan, sikap) 2. Formatif (Tugas per materi dan kuis) 3. Sumatif (UTS &UAS)	Apply Knowledge Presentasi Tes Tertulis Makalah

## INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

### 1. Bobot Penilaian :

- Identifikasi Masalah dalam Kasus 20%
- UTS (Minicases) 25%
- Problem Solving 25%
- UAS (Case) 30%

### 2. Format Tugas Kasus

	<b>PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN</b>				
	<b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS</b>				
	<b>UNIVERSITAS RIAU</b>				
<b>MATA KULIAH</b>	Strategi Pemasaran				
<b>KODE</b>	<b>MNJ 4214</b>	<b>SKS</b>	3	<b>SEMESTER</b>	4
<b>DOSEN</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dr. Alvi Furwanti Alwie,SE., MM.,</li> <li>2. Dra.Aida Nursanti, MM</li> <li>3. Sri Restuti,SE., MM.</li> <li>4. Jushermi,SE., MSBA.</li> <li>5. Taufiqurrahman,SE., M. Sc., M. Phil</li> <li>6. Henni Noviasari,SE., MM.</li> <li>7. Deny Danar Rahayu,SE, M.SI</li> <li>8. Dian Pratiwi,S.M.B., M.M</li> <li>9. Sri Wahyuni Wildah,S.IP., M.B.A</li> </ol>				
<b>TIM PENGAMPU MATA KULIAH</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dr. Alvi Furwanti Alwie,SE., MM.,</li> <li>2. Dra.Aida Nursanti, MM</li> <li>3. Sri Restuti,SE., MM.</li> <li>4. Jushermi,SE., MSBA.</li> <li>5. Taufiqurrahman,SE., M. Sc., M. Phil</li> <li>6. Henni Noviasari,SE., MM.</li> <li>7. Deny Danar Rahayu,SE, M.SI</li> <li>8. Dian Pratiwi,S.M.B., M.M</li> <li>9. Sri Wahyuni Wildah,S.IP., M.B.A</li> </ol>				

<b>BENTUK STUDI KASUS</b>	Tugas Kasus dikerjakan secara berkelompok 4 orang setiap kelompok
<b>TEMA TUGAS:</b> Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha	
<b>CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (CPMK dan/atau SUB-CPMK) YANG HENDAK DICAPAI DARI STUDI KASUS/TUGAS PROJECT INI</b>	
<p><b>CPMK:</b></p> <p><b>CPMK-1 :</b> Mahasiswa dapat menerapkan prinsip-prinsip dan teori pemasaran strategis untuk mengatasi tantangan pemasaran dalam skenario bisnis aktual</p> <p><b>CPMK-2 :</b> Mahasiswa mampu menganalisis menerapkan dengan baik berbagai elemen bauran pemasaran dalam pembuatan strategi pemasaran yang komprehensif.</p> <p><b>CPMK-3 :</b> Mahasiswa menganalisis menerapkan dengan baik keterkaitan antara strategi pemasaran dengan strategi bisnis keseluruhan untuk memastikan keselarasan dan optimalisasi.</p> <p><b>CPMK-4:</b> Mahasiswa mampu menganalisis berbagai kasus pemasaran untuk mendapatkan wawasan tentang bagaimana teori diterapkan dalam praktik dan bagaimana menghadapi tantangan pemasaran dalam berbagai konteks bisnis</p>	
<b>SUB-CPMK</b>	
<p><b>Sub-CPMK 7 :</b> Mahasiswa dapat menerapkan segmenting, targeting, positioning dan strategi pasar</p> <p><b>Sub-CPMK 9 :</b> Mahasiswa dapat menganalisis proses perencanaan strategi produk</p> <p><b>Sub-CPMK 10</b> Mahasiswa dapat menganalisis bagaimana membangun merek yang kuat dan bagaimana mengelola merek</p> <p><b>Sub-CPMK 11:</b> Mahasiswa dapat menerapkan strategi pemasaran untuk produk jasa</p> <p><b>Sub-CPMK 12:</b> Mahasiswa dapat menganalisis strategi penetapan harga untuk suatu produk</p> <p><b>Sub-CPMK 13:</b> Mahasiswa dapat menganalisis strategi pendistribusian dalam pemasaran</p> <p><b>Sub-CPMK 14:</b> Mahasiswa dapat menerapkan strategi komunikasi pemasaran</p> <p><b>Sub-CPMK 15:</b> Mahasiswa mampu menganalisis menerapkan dengan baik memahami strategi memasuki pasar global dan etika pemasaran</p>	
<p><b>DISKRIPSI TUGAS KASUS:</b></p> <p>Dalam tugas kasus ini, setiap kelompok yang terdiri dari 4 mahasiswa diminta untuk turun ke lapangan memilih sebuah usaha dimana mereka akan melakukan analisis strategi pemasaran sesuai dengan Sub CPMK yang ditentukan dengan melakukan observasi dan wawancara, membuat analisis dan pembahasana melalui laporan akhir project.</p>	
<p><b>LANGKAH Pengerjaan Laporan Kasus</b></p> <p>1. Latar belakang masalah</p>	

2. Pengidentifikasian / rumusan masalah
3. Alternatif pemecahan masalah
4. Rekomendasi (workable solution)

## **BENTUK DAN FORMAT LUARAN**

Laporan/Makalah Kasus

### **1. Bobot Penilaian Setiap Bentuk Asesmen**

- Identifikasi Masalah dalam Kasus 20%
- UTS (Minicases) 25%
- Problem Solving 25%
- UAS (Case) 30%

### **2. Bobot Penilaian Setiap Capaian Pembelajaran Mata Kuliah**

- Sub-CPMK 7 : 5%
- Sub-CPMK 8 : 5%
- Sub-CPMK 9 : 5%
- Sub-CPMK 10 : 10%
- Sub-CPMK 11 : 10%
- Sub-CPMK 12 : 15%
- Sub-CPMK 13 : 15%
- Sub-CPMK 14 : 15%
- Sub-CPMK 15 : 20%

**Catatan: Bobot penilaian bentuk asesmen dan capaian pembelajaran harus sinkron**

## **JADWAL PELAKSANAAN**

Durasi: 16 minggu

## **DAFTAR RUJUKAN/REFERENSI**

Referensi terkait:

1. Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). "Marketing Management." \*\*Pearson.\*\*
2. Aaker, D. A., & Moorman, C. (2018). "Strategic Market Management." \*\*John Wiley & Sons.\*\*
3. Day, G. S., & Reibstein, D. (2018). "Wharton on Dynamic Competitive Strategy." \*\*John Wiley & Sons.\*\*
4. Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). "A Framework for Marketing Management." \*\*Pearson.\*\*

5. O.C Ferrell, Michael D. Hartline (2014). “ Marketing Strategy: Text and Cases”

Refrensi Kasus:

1. Kasus Segmenting, Targeting , Positioning
2. Kasus Produk
3. Kasus Persaingan Merek
4. Kasus Harga
5. Kasus Distribusi
6. Kasus Promosi
7. Kasus Micromarketing

**Rubrik Penilaian**

Rubrik Penilaian Proposal Proyek					
Nomor Kelompok:					
Nama/NIM Anggota:					
1					
2					
3					
4					
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah yang diases:					
Mata Kuliah :					
Kode Mata Kuliah:					
CP-MK	Kriteria	(45-49) <i>Inferior</i>	(50-59) <i>average</i>	(60-74) <i>Good</i>	(75-100) <i>Excellent</i>
	<i>a. Identifikasi Permasalahan</i>	Permasalahan yang diidentifikasi tidak sesuai dengan tema proyek	Permasalahan yang diidentifikasi sesuai dengan tema proyek tetapi tidak dijelaskan dengan baik	Permasalahan yang diidentifikasi sesuai dengan tema proyek dan sudah dijelaskan dengan baik	Permasalahan yang diidentifikasi sesuai dengan tema proyek dan sudah dijelaskan dengan baik serta disajikan secara sistematis
	<i>b. Latar belakang pemilihan proyek</i>	Informasi yang disajikan tidak lengkap dan tidak menggambarkan pentingnya proyek dilaksanakan	Informasi yang disajikan lengkap tetapi tidak menggambarkan pentingnya proyek dilaksanakan	Informasi yang disajikan lengkap dan telah menggambarkan pentingnya proyek dilaksanakan	Informasi yang disajikan lengkap, telah menggambarkan pentingnya proyek dilaksanakan, dan disajikan dengan sistematis

	<i>c. Hasil identifikasi kebutuhan proyek (aspek pengetahuan, Skill, dan sumber daya)</i>	Tidak mampu menjelaskan dengan baik aspek identifikasi kebutuhan proyek.	Hanya mampu menjelaskan dengan baik satu dari tiga aspek identifikasi kebutuhan proyek	Mampu menjelaskan dengan baik dua dari tiga aspek identifikasi kebutuhan proyek	Mampu menjelaskan dengan baik semua aspek identifikasi kebutuhan proyek
	<i>d. Konstrain/ batasan proyek yang dipertimbangkan</i>	Hanya ada 1 konstrain yang dipertimbangkan dengan tepat pada proyek	Ada 2 konstrain yang dipertimbangkan dengan tepat pada proyek	Ada 3 konstrain yang dipertimbangkan dengan tepat pada proyek	Lebih dari 3 konstrain yang dipertimbangkan dengan tepat pada proyek
	<i>a. Metode yang digunakan</i>	Metode yang digunakan dalam proyek tidak sesuai	Metode yang digunakan dalam proyek sudah sesuai tetapi tidak digunakan dengan tepat	Metode yang digunakan dalam proyek sudah sesuai dan digunakan dengan tepat	Metode yang digunakan dalam proyek sudah sesuai dan digunakan dengan tepat dan sistematis
	<i>b. Data yang digunakan</i>	Data yang digunakan dalam proyek tidak tepat	Data yang digunakan dalam proyek sudah tepat tetapi tidak lengkap	Data yang digunakan dalam proyek sudah tepat dan lengkap	Data yang digunakan dalam proyek sudah tepat dan lengkap serta disajikan dengan sistematis
	<i>c. Teknik Pengumpulan Data yang Digunakan</i>	Teknik pengumpulan data yang digunakan tidak tepat	Teknik pengumpulan data yang digunakan sudah tepat tetapi tidak lengkap	Teknik pengumpulan data yang digunakan sudah tepat dan lengkap	Teknik pengumpulan data yang digunakan sudah tepat dan lengkap serta disajikan secara sistematis
	<i>d. Teknik Penyajian Data yang Digunakan</i>	Teknik penyajian data yang digunakan tidak tepat	Teknik penyajian data yang digunakan sudah tepat tetapi tidak lengkap	Teknik penyajian data yang digunakan sudah tepat dan lengkap	Teknik penyajian data yang digunakan sudah tepat dan lengkap serta disajikan secara sistematis

	<i>e. Standar Teknik yang Digunakan</i>	Tidak ada standar teknik yang digunakan dengan tepat pada proyek perancangan	Ada 1 standar teknik yang digunakan dengan tepat pada proyek perancangan	Ada 2 standar teknik yang digunakan dengan tepat pada proyek perancangan	Lebih dari 2 standar teknik yang digunakan dengan tepat pada proyek perancangan
	<i>a. Susunan dan kelengkapan materi presentasi</i>	Materi presentasi tidak lengkap dan tidak disusun secara urut ataupun logis	Sebagian besar materi presentasi lengkap dan disusun secara terurut, namun kurang logis	Sebagian besar materi presentasi lengkap dan disusun secara terurut dan logis	Materi presentasi lengkap dan disusun secara terurut dan logis
	<i>b. Penyajian materi yang disampaikan</i>	Materi tidak lengkap dan disajikan tidak relevan	Materi yang disampaikan lengkap dan relevan tetapi disajikan dengan tidak menarik	Materi yang disampaikan lengkap dan relevan serta disajikan dengan menarik	Materi yang disampaikan lengkap dan relevan serta disajikan dengan menarik dan sistematis
	<i>c. Penguasaan materi presentasi</i>	Presenter tidak/ sebagian besar tidak menguasai materi presentasi yang disampaikan	Presenter menguasai sebagian materi presentasi yang disampaikan	Presenter menguasai materi presentasi yang disampaikan	Presenter menguasai materi presentasi yang disampaikan dan mampu mengaitkan dengan informasi yang relevan
	<i>d. Kemampuan menjawab pertanyaan</i>	Presenter tidak mampu menjawab pertanyaan audiens	Presenter menjawab pertanyaan audiens dengan kurang baik	Presenter mampu menjawab pertanyaan audiens dengan baik	Presenter mampu menjawab pertanyaan audiens dengan sangat baik
	<i>e. Kemampuan presentasi</i>	Presentasi disampaikan dengan tidak/ kurang menarik	Presentasi disampaikan dengan cukup menarik	Presentasi disampaikan dengan menarik	Presentasi disampaikan dengan sangat menarik
	<i>f. Kecepatan dan kejelasan penyampaian materi</i>	Materi disampaikan dengan tempo cepat dan	Materi disampaikan dengan tempo cepat dengan	Materi disampaikan dengan tempo tepat dan	Materi disampaikan dengan tempo tepat dengan pengucapannya yang jelas

		pengucapannya kurang jelas	pengucapannya yang jelas	pengucapannya kurang jelas	
--	--	-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	--

**Rubrik Penilaian Progres/Kemajuan Proyek**

Nomor Kelompok:

Nama/NIM Anggota:

1

2

3

4

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah yang diases:

Mata Kuliah :

Kode Mata Kuliah:

CP-MK	Kriteria	(45-49)	(50-59)	(60-74)	(75-100)
		<i>Inferior</i>	<i>Average</i>	<i>Good</i>	<i>Excellent</i>
	<i>Laporan</i>				
	<i>Sistematika laporan kemajuan</i>	Laporan disusun dengan sistematika penulisan yang salah	Laporan disusun dengan sistematika penulisan yang benar tetapi tidak lengkap	Laporan disusun dengan sistematika penulisan yang benar dan lengkap	Laporan disusun dengan sistematika yang benar dan lengkap ditambah dengan informasi pendukung yang sesuai
	<i>Kejelasan dan keruntutan laporan kemajuan</i>	Laporan tidak jelas, tidak sesuai dengan keruntutan penulisan	Laporan kurang jelas, kurang sesuai dengan keruntutan penulisan	laporan jelas, tetapi penulisan kurang runtut	laporan jelas, dapat dipahami, ditulis secara runtut
	<i>Kelengkapan isi laporan kemajuan terkait analisis</i>	Laporan tidak lengkap menyampaikan analisis dan	Laporan dengan lengkap menyampaikan analisis dan solusi	Laporan dengan lengkap menyampaikan analisis dan solusi	Laporan dengan lengkap menyampaikan analisis dan solusi pembahasan kasus, disajikan secara dan ditambah informasi pendukung

	<i>dan solusi pembahasan kasus</i>	solusi pembahasan kasus	pembahasan kasus tetapi disajikan tidak sistematis	pembahasan kasus serta disajikan secara sistematis	
	<i>a. Susunan dan kelengkapan materi presentasi</i>	Materi presentasi tidak lengkap dan tidak disusun secara urut ataupun logis	Sebagian besar materi presentasi lengkap dan disusun secara terurut, namun kurang logis	Sebagian besar materi presentasi lengkap dan disusun secara terurut dan logis	Materi presentasi lengkap dan disusun secara terurut dan logis
	<i>b. Penyajian materi yang disampaikan</i>	Materi tidak lengkap dan disajikan tidak relevan	Materi yang disampaikan lengkap dan relevan tetapi disajikan dengan tidak menarik	Materi yang disampaikan lengkap dan relevan serta disajikan dengan menarik	Materi yang disampaikan lengkap dan relevan serta disajikan dengan menarik dan sistematis
	<i>c. Penguasaan materi presentasi</i>	Presenter tidak/ sebagian besar tidak menguasai materi presentasi yang disampaikan	Presenter menguasai sebagian materi presentasi yang disampaikan	Presenter menguasai materi presentasi yang disampaikan	Presenter menguasai materi presentasi yang disampaikan dan mampu mengaitkan dengan informasi yang relevan
	<i>d. Kemampuan menjawab pertanyaan</i>	Presenter tidak mampu menjawab pertanyaan audiens	Presenter menjawab pertanyaan audiens dengan kurang baik	Presenter mampu menjawab pertanyaan audiens dengan baik	Presenter mampu menjawab pertanyaan audiens dengan sangat baik
	<i>e. Kemampuan presentasi</i>	Presentasi disampaikan dengan tidak/ kurang menarik	Presentasi disampaikan dengan cukup menarik	Presentasi disampaikan dengan menarik	Presentasi disampaikan dengan sangat menarik
	<i>f. Kecepatan dan kejelasan penyampaian materi</i>	Materi disampaikan dengan tempo cepat dan pengucapannya kurang jelas	Materi disampaikan dengan tempo cepat dengan pengucapannya yang jelas	Materi disampaikan dengan tempo tepat dan pengucapannya kurang jelas	Materi disampaikan dengan tempo tepat dengan pengucapannya yang jelas

**Rubrik Penilaian Akhir Proyek**

Nomor Kelompok:					
Nama/NIM Anggota:					
1					
2					
3					
4					
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah yang diases:					
Mata Kuliah :					
Kode Mata Kuliah:					
CP-MK	Kriteria	(45-49)	(50-59)	(60-74)	(75-100)
		<i>Inferior</i>	<i>Average</i>	<i>Good</i>	<i>Excellent</i>
	<i>Sistematika laporan</i>	Laporan disusun dengan sistematika penulisan yang salah	Laporan disusun dengan sistematika penulisan yang benar tetapi tidak lengkap	Laporan disusun dengan sistematika penulisan yang benar dan lengkap	Laporan disusun dengan sistematika yang benar dan lengkap ditambah dengan informasi pendukung yang sesuai
	<i>Kejelasan dan keruntutan laporan</i>	Laporan tidak jelas, tidak sesuai dengan keruntutan penulisan	Laporan kurang jelas, kurang sesuai dengan keruntutan penulisan	laporan jelas, tetapi penulisan kurang runtut	laporan jelas, dapat dipahami, ditulis secara runtut

	<i>Kelengkapan isi makalah terkait analisis dan solusi pembahasan kasus</i>	Laporan tidak lengkap menyampaikan analisis dan solusi pembahasan kasus	Laporan dengan lengkap menyampaikan analisis dan solusi pembahasan kasus tetapi disajikan tidak sistematis	Laporan dengan lengkap menyampaikan analisis dan solusi pembahasan kasus serta disajikan secara sistematis	Laporan dengan lengkap menyampaikan analisis dan solusi pembahasan kasus, disajikan secara dan ditambah informasi pendukung
	<i>a. Susunan dan kelengkapan materi presentasi</i>	Materi presentasi tidak lengkap dan tidak disusun secara urut ataupun logis	Sebagian besar materi presentasi lengkap dan disusun secara terurut, namun kurang logis	Sebagian besar materi presentasi lengkap dan disusun secara terurut dan logis	Materi presentasi lengkap dan disusun secara terurut dan logis
	<i>b. Penyajian materi yang disampaikan</i>	Materi tidak lengkap dan disajikan tidak relevan	Materi yang disampaikan lengkap dan relevan tetapi disajikan dengan tidak menarik	Materi yang disampaikan lengkap dan relevan serta disajikan dengan menarik	Materi yang disampaikan lengkap dan relevan serta disajikan dengan menarik dan sistematis
	<i>c. Penguasaan materi presentasi</i>	Presenter tidak/ sebagian besar tidak menguasai materi presentasi yang disampaikan	Presenter menguasai sebagian materi presentasi yang disampaikan	Presenter menguasai materi presentasi yang disampaikan	Presenter menguasai materi presentasi yang disampaikan dan mampu mengaitkan dengan informasi yang relevan
	<i>d. Kemampuan menjawab pertanyaan</i>	Presenter tidak mampu menjawab pertanyaan audiens	Presenter menjawab pertanyaan audiens dengan kurang baik	Presenter mampu menjawab pertanyaan audiens dengan baik	Presenter mampu menjawab pertanyaan audiens dengan sangat baik

	<i>e. Kemampuan presentasi</i>	Presentasi disampaikan dengan tidak/ kurang menarik	Presentasi disampaikan dengan cukup menarik	Presentasi disampaikan dengan menarik	Presentasi disampaikan dengan sangat menarik
	<i>f. Kecepatan dan kejelasan penyampaian materi</i>	Materi disampaikan dengan tempo cepat dan pengucapannya kurang jelas	Materi disampaikan dengan tempo cepat dengan pengucapannya yang jelas	Materi disampaikan dengan tempo tepat dan pengucapannya kurang jelas	Materi disampaikan dengan tempo tepat dengan pengucapannya yang jelas

