



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 |
| OTORISASI | Pengembang RPS | | Koordinator RMK | | Ketua PRODI | |
| | 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 | |
| Capaian Pembelajaran (CP) | CPL-PRODI yang dibebankan pada MK | | | | | |
| | 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 | | | | |
| | Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) | | | | | |
| 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 | | | | | | | | | | | | | |
| | Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK) | | | | | | | | | | | | | | |
| | 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 | | | | | | | | | | | | | |
| | Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 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 | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | | | | | ✓ |
| Deskripsi Singkat MK | 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.. |
| Bahan Kajian: Materi Pembelajaran | <ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep dan perkembangan strategi pemasaran 2. Strategi kepuasan pelanggan 3. Lingkungan, potensi pasar dan mengukur peluang pasar 4. Pesaing dan strategi pesaing 5. Strategi pasar dan memahami segmenting, targeting, positioning 6. Strategi pemasaran dalam berbagai posisi persaingan 7. Proses perencanaan strategi produk 8. Membangun merek yang kuat dan bagaimana mengelola merek 9. Strategi pemasaran untuk produk jasa 10. Strategi penetapan harga untuk suatu produk 11. Strategi pendistribusian dalam pemasaran 12. Strategi komunikasi pemasaran 13. Strategi memasuki pasar global |
| Pustaka | Utama |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Cravens, David W, Pierchy, Strategic Marketing. (2006 (9th edition). Mg Graw Hill 2. Fandy Tjiptono (2015). Strategi Pemasaran edisi 4. Penerbit Andi |
| | Pendukung: |
| | 1.Kotler & Keller. (2016). <i>Marketing Management</i> (14th. ed). Prentice Hall. |
| Dosen Pengampu | <ol style="list-style-type: none"> 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 |
| Matakuliah syarat | 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 | Ujian Tengah Semester (UTS) | | | | | | |
| 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"> - Klasifikasi produk - Proses perencanaan strategis produk Strategi produk | |
| 10 | 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"> ● Ceramah ● Diskusi (150 menit) | | <ul style="list-style-type: none"> - Ekuitas Merek - Membangun merek yang kuat Mengelola Merek | 8 |
| 11 | 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"> ● Ceramah ● Diskusi (150 menit) | | <ul style="list-style-type: none"> - Strategi Pemasaran Jasa - Sifat dan karakteristik jasa Strategi pemasaran untuk perusahaan jasa | 8 |
| 12 | 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"> ● Ceramah ● Diskusi (150 menit) | | <ul style="list-style-type: none"> - Strategi harga untuk produk baru - Strategi harga untuk bauran produk - Strategi penyesuaian harga - Perubahan-perubahan harga | 8 |
| 13 | 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"> ● Ceramah ● Diskusi (150 menit) | | <ul style="list-style-type: none"> - Retailing dan Whole selling - Distribusi fisik Strategi distribusi | 6 |
| 14 | 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"> ● Ceramah ● Diskusi (150 menit) | | <ul style="list-style-type: none"> - Strategi Pemasaran : Periklanan, Promosi, penjualan dan publisitas - Strategi personal selling dan pemasaran langsung/direct selling | 7 |

| | | | | | | | |
|----|--|--|---|--|--|---|--|
| | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> a. Bauran komunikasi pemasaran b. Strategi periklanan c. Strategi promosi penjualan d. Strategi publisitas e. Strategi penjualan pribadi 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"> • Ceramah • Diskusi (150 menit) | | Pemasaran global dan etika pemasaran <ul style="list-style-type: none"> - Globalisasi dan pemasaran dunia - Strategi memasuki pasar global Etika pemasaran | |
| 16 | Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester | | | | | | |

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

| | | | | | |
|---|--|------------|---|-----------------|---|
|  | PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN | | | | |
| | FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS | | | | |
| | UNIVERSITAS RIAU | | | | |
| MATA KULIAH | Strategi Pemasaran | | | | |
| KODE | MNJ 4214 | SKS | 3 | SEMESTER | 4 |
| DOSEN | <ol style="list-style-type: none">1. Dr. Alvi Furwanti Alwie,SE., MM.,2. Dra.Aida Nursanti, MM3. Sri Restuti,SE., MM.4. Jushermi,SE., MSBA.5. Taufiqurrahman,SE., M. Sc., M. Phil6. Henni Noviasari,SE., MM.7. Deny Danar Rahayu,SE, M.SI8. Dian Pratiwi,S.M.B., M.M9. Sri Wahyuni Wildah,S.IP., M.B.A | | | | |
| TIM PENGAMPU MATA KULIAH | <ol style="list-style-type: none">1. Dr. Alvi Furwanti Alwie,SE., MM.,2. Dra.Aida Nursanti, MM3. Sri Restuti,SE., MM.4. Jushermi,SE., MSBA.5. Taufiqurrahman,SE., M. Sc., M. Phil6. Henni Noviasari,SE., MM.7. Deny Danar Rahayu,SE, M.SI8. Dian Pratiwi,S.M.B., M.M9. Sri Wahyuni Wildah,S.IP., M.B.A | | | | |

| | |
|--|---|
| BENTUK STUDI KASUS | Tugas Kasus dikerjakan secara berkelompok 4 orang setiap kelompok |
| TEMA TUGAS: Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha | |
| CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (CPMK dan/atau SUB-CPMK) YANG HENDAK DICAPAI DARI STUDI KASUS/TUGAS PROJECT INI | |
| <p>CPMK:</p> <p>CPMK-1 : Mahasiswa dapat menerapkan prinsip-prinsip dan teori pemasaran strategis untuk mengatasi tantangan pemasaran dalam skenario bisnis aktual</p> <p>CPMK-2 : Mahasiswa mampu menganalisis menerapkan dengan baik berbagai elemen bauran pemasaran dalam pembuatan strategi pemasaran yang komprehensif.</p> <p>CPMK-3 : Mahasiswa menganalisis menerapkan dengan baik keterkaitan antara strategi pemasaran dengan strategi bisnis keseluruhan untuk memastikan keselarasan dan optimalisasi.</p> <p>CPMK-4: 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> | |
| SUB-CPMK | |
| <p>Sub-CPMK 7 : Mahasiswa dapat menerapkan segmenting, targeting, positioning dan strategi pasar</p> <p>Sub-CPMK 9 : Mahasiswa dapat menganalisis proses perencanaan strategi produk</p> <p>Sub-CPMK 10 Mahasiswa dapat menganalisis bagaimana membangun merek yang kuat dan bagaimana mengelola merek</p> <p>Sub-CPMK 11: Mahasiswa dapat menerapkan strategi pemasaran untuk produk jasa</p> <p>Sub-CPMK 12: Mahasiswa dapat menganalisis strategi penetapan harga untuk suatu produk</p> <p>Sub-CPMK 13: Mahasiswa dapat menganalisis strategi pendistribusian dalam pemasaran</p> <p>Sub-CPMK 14: Mahasiswa dapat menerapkan strategi komunikasi pemasaran</p> <p>Sub-CPMK 15: Mahasiswa mampu menganalisis menerapkan dengan baik memahami strategi memasuki pasar global dan etika pemasaran</p> | |
| <p>DISKRIPSI TUGAS KASUS:</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>LANGKAH Pengerjaan Laporan Kasus</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 |

