

 universitas MALIKUSSALEH	UNIVERSITAS MALIKUSSALEH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU MANAJEMEN					KODE DOKUMEN
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl. Penyusunan
Pemasaran Jasa	MMP 233	Mata Kuliah Umum	T = 3	P = 0	3	2 Agustus 2023
OTORISASI/PENGESAHAN	Dosen Pengembang RPS		Koordinator MK		Ka.Prodi	
	1. Dr. Naufal Bachri, S.E., M.B.A. 2. Dr.Sapna Biby, S.E.,M.Si.		Dr. Naufal Bachri, S.E., M.B.A.		Dr. Marbawi, S.E.,M.M	
Capaian Pembelajaran	CPL-Prodi Yang dibebankan pada MK					
	CPL 1	Lulusan mampu mengimplementasikan teori bidang manajemen secara komprehensif.				
	CPL 2	Lulusan mampu mengaplikasikan teori bidang manajemen dalam mengelola organisasi secara efektif.				
	CPL 3	Lulusan mampu berkomunikasi secara efektif.				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CMPK 1	Meningkatan pemahaman mahasiswa bahwa aktivitas jasa memiliki karakteristik yang unik/berbeda dibanding aktivitas manufaktur, sehingga memberikan implikasi manajerial yang berbeda di antara keduanya.				
	CMPK 2	Meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang aspek strategi pemasaran dan bauran pemasaran jasa.				
	CMPK 3	Meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang pentingnya persoalan kualitas jasa, pengukuran dan keterkaitan dengan kepuasan konsumen dan profitabilitas perusahaan.				
	CMPK 4	Memberikan kemampuan menganalisis permasalahan dalam bidang pemasaran jasa dan memberikan usulan alternatif strategi.				

Kemampuan Akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)						
Sub-CPMK 1	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Jasa di Era Ekonomi Modern dan Perbedaan antara Produk Jasa dan Produk Fisik, Pendekatan Terintegrasi terhadap Manajemen Jasa					
Sub-CPMK 2	Mahasiswa mampu menjelaskan Jenis-jenis Jasa dan pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen dan Proses Jasa					
Sub-CPMK 3	Mahasiswa mampu memahami Sistem Gabungan Produk Jasa (“Flower of Service”), Perencanaan Merk dari Produk Jasa untuk mencapai hasil yang memuaskan dan Pengembangan Produk Jasa Baru					
Sub-CPMK 4	Mahasiwa mampu menjelaskan Pola Distribusi Jasa, memahami Kebutuhan dan Harapan Pelanggan, Peran Tempat dan Waktu dalam Distribusi Jasa, Peran Perantara dalam Distribusi Jasa dan Tantangan dalam Distribusi Produk Jasa di Pasar Lokal maupun Internasional.					
Sub-CPMK 5	Mahasiswa mampu menjelaskan Strategi Segmentasi melalui Kebijakan Harga Produk Jasa Struktur Strategi Kebijakan Harga, Pengelolaan Pendapatan Produk Jasa, Penerapan Konsep Etika dalam penentuan Harga Produk, Jasa dan Implementasi penerapan Strategi Harga dalam Produk Jasa					
Sub-CPMK 6	Mahasiswa mampu Menjelaskan mengenai Edukasi Pelanggan dan Promosi Nilai Produk Jasa dan Pemosisian Produk Jasa dalam Pasar Kompetitif					
Sub-CPMK 7	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai Desain dan Pengelolaan Proses Produksi Produk Jasa					
Sub-CPMK 8	Mahasiswa mampu memahami Penyeimbangan Permintaan dan kapasitas Produksi					
Sub-CPMK 9	Mahasiswa mampu memahami Fungsi Lingkungan Jasa, Reaksi Pelanggan terhadap Lingkungan Jasa dan Dimensi dari Lingkungan Jasa.					
Sub-CPMK 10	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai, Mengelola Hubungan Pelanggan dan Membangun Loyalitas					
Sub-CPMK 11	Mahasiswa mampu memahami Pemulihan Jasa dan Mencapai respon pelanggan					
Sub-CPMK 12	Mahasiswa mampu meningkatkan Kualitas dan Produktifitas Produk Jasa					
Sub-CPMK 13	Mahasiswa mampu menjelaskan pengelolaan SDM Jasa untuk meningkatkan keunggulan kompetitif					
Sub-CPMK 14	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang pengorganisasian untuk mencapai kepemimpinan Jasa					
Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK						
	Sub-CPMK 1	Sub-CPMK 2	Sub-CPMK 3	Sub-CPMK 4	Sub-CPMK 5	Sub-CPMK 6
CMPK 1	√	√	√			
CMPK 2				√		
CMPK 3				√		√
CMPK 4				√	√	√

	13. Pengelolaan SDM Jasa untuk meningkatkan keunggulan kompetitif 14. Pengorganisasian untuk mencapai kepemimpinan Jasa
Pustaka	1. Lovelock, Christopher H & Wirtz, Jochen, 2007. Service Marketing: People, Technology, Strategy. Prentice Hall, Englewood Cliffs, 6th ed. (LW) 2. Zeithaml, Valarie A., Bitner, Mary Jo & Gremler, Dwayne D, 2008. Service marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm. 5ed. McGraw Hill. 3. Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani, 2006. Manajemen Pemasaran Jasa, edisi 2, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
Dosen Pengampu	1. Dr. Naufal Bachri, S.E., M.B.A. 2. Dr.Sapna Biby, S.E.,M.Si.
Matakuliah Syarat	

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilai		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.	Mampu menjelaskan tentang Jasa di Era Ekonomi Modern dan Perbedaan antara Produk Jasa dan Produk Fisik, Pendekatan Terintegrasi terhadap Manajemen Jasa	✓ Ketepatan menjelaskan mengenai Jasa di Era Ekonomi Modern ✓ Ketepatan menjelaskan tentang	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		Aspek-aspek Manajemen Jasa ▪ Jasa di Era Ekonomi Modern ▪ Perbedaan antara Produk Jasa dan Produk Fisik ▪ Pendekatan Terintegrasi	5%

		Perbedaan antara Produk Jasa dan Produk Fisik ✓ Ketepatan menjelaskan Pendekatan Terintegrasi terhadap Manajemen Jasa				terhadap Manajemen Jasa	
2.	Mampu menjelaskan Jenis-jenis Jasa dan pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen dan Proses Jasa : Prepurchase; Encounter; Post-encounter	✓ Ketepatan menjelaskan Jenis-jenis Jasa dan pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen ✓ Ketepatan dalam memahami Proses Jasa : Prepurchase; Encounter; Post-encounter	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		Keterlibatan Perilaku Pelanggan dalam Proses Jasa ▪ Jenis-jenis Jasa dan pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen ▪ Proses Jasa : Prepurchase; Encounter; Post-encounter	5%
3.	Mampu memahami Sistem Gabungan Produk Jasa ("Flower of Service"), Perencanaan	✓ Ketepatan dalam menjelaskan Sistem	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah		Perencanaan Konsep dan Operasi Produk Jasa	5%

	Merk dari Produk Jasa untuk mencapai hasil yang memuaskan dan Pengembangan Produk Jasa Baru	<p>Gabungan Produk Jasa (“Flower of Service”)</p> <p>✓ Ketepatan dalam menjelaskan Perencanaan Merk dari Produk Jasa untuk mencapai hasil yang memuaskan</p> <p>✓ Ketepatan dalam menjelaskan Pengembangan Produk Jasa Baru</p>	<p>✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test:</p> <p>✓ Hasil diskusi Partisipasi</p>	<p>Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran.</p> <p>Model: Instruksi kontekstual</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistem Gabungan Produk Jasa (“Flower of Service”) ▪ Perencanaan Merk dari Produk Jasa untuk mencapai hasil yang memuaskan ▪ Pengembangan Produk Jasa Baru 	
4.	Mampu menjelaskan Pola Distribusi Jasa, Memahami Kebutuhan dan Harapan Pelanggan, Peran Tempat dan Waktu dalam Distribusi Jasa, Peran Perantara dalam Distribusi Jasa dan Tantangan dalam Distribusi Produk Jasa di Pasar Lokal maupun	<p>✓ Ketepatan dalam memahami Pola Distribusi Jasa</p> <p>✓ Ketepatan dalam Memahami Kebutuhan dan Harapan</p>	<p>Kriteria:</p> <p>✓ Ketepatan</p> <p>✓ Kejelasan</p> <p>✓ Kekritisian</p> <p>✓ Keaktifan</p> <p>Bentuk penilaian: non test:</p> <p>✓ Hasil diskusi Partisipasi</p>	<p>TM: 1x(2x50’)</p> <p>Pendekatan: Ceramah</p> <p>Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran.</p> <p>Model: Instruksi kontekstual</p>		<p>Distribusi Jasa</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pola Distribusi Jasa ▪ Memahami Kebutuhan dan Harapan Pelanggan ▪ Peran Tempat dan Waktu dalam 	5%

	Internasional.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pelanggan Ketepatan dalam menjelaskan Peran Tempat dan Waktu dalam Distribusi Jasa ✓ Ketepatan dalam menjelaskan Peran Perantara dalam Distribusi Jasa ✓ Ketepatan dalam menjelaskan Tantangan dalam Distribusi Produk Jasa di Pasar Lokal maupun Internasional 				Distribusi Jasa <ul style="list-style-type: none"> ▪ Peran Perantara dalam Distribusi Jasa ▪ Tantangan dalam Distribusi Produk Jasa di Pasar Lokal maupun Internasional. 	
5.	Mampu menjelaskan Strategi Segmentasi melalui Kebijakan Harga Produk Jasa Struktur Strategi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan dalam menjelaskan Strategi Segmentasi 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan 	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah Metode:		Mengelola Produk Jasa, Penentuan Harga dan Arus <ul style="list-style-type: none"> • Strategi 	10%

	<p>Kebijakan Harga, Pengelolaan Pendapatan Produk Jasa, Penerapan Konsep Etika dalam penentuan Harga Produk, Jasa dan Implementasi penerapan Strategi Harga dalam Produk Jasa</p>	<p>melalui Kebijakan Harga Produk Jasa</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan menjelaskan Struktur Strategi Kebijakan Harga ✓ Ketepatan dalam menjelaskan Pengelolaan Pendapatan Produk Jasa ✓ Ketepatan dalam menjelaskan Penerapan Konsep Etika dalam penentuan Harga Produk ✓ Ketepatan dalam menjelaskan jasa ✓ Ketepatan dalam menjelaskan Implementasi 	<p>Bentuk penilaian: non test:</p> <p>✓ Hasil diskusi Partisipasi</p>	<p>Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran.</p> <p>Model: Instruksi kontekstual</p>		<p>Segmentasi melalui Kebijakan Harg Produk Jasa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Struktur Strategi Kebijakan Harga • Pengelolaan Pendapatan Produk Jasa • Penerapan Konsep Etika dalam penentuan Harga Produk • Jasa • Implementasi penerapan Strategi Harga dalam Produk Jasa 	
--	---	---	---	---	--	--	--

		penerapan Strategi Harga dalam Produk Jasa					
6.	Mampu Menjelaskan mengenai Edukasi Pelanggan dan Promosi Nilai Produk Jasa dan Pemposisian Produk Jasa dalam Pasar Kompetitif	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan dalam memahami Edukasi Pelanggan dan Promosi Nilai Produk Jasa ✓ Pemposisian Produk Jasa dalam Pasar Kompetitif 	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hasil diskusi Partisipasi 	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		<ul style="list-style-type: none"> • Edukasi Pelanggan dan Promosi Nilai Produk Jasa • Pemposisian Produk Jasa dalam Pasar Kompetitif 	10%
7.	Mampu menjelaskan mengenai Desain dan Pengelolaan Proses Produksi Produk Jasa	Ketepatan dalam menjelaskan Desain dan Pengelolaan Proses Produksi Produk Jasa	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hasil diskusi Partisipasi 	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desain dan Pengelolaan Proses Produksi Produk Jasa 	10%
8.	Ujian Tengah Semester (UTS)						
9.	Mampu memahami Penyeimbangan Permintaan dan kapasitas Produksi	Ketepatan dalam memahami Penyeimbangan Permintaan dan kapasitas	Kriteria: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian:	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah Metode:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penyeimbangan Permintaan dan kapasitas Produksi 	10%

		Produksi	non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual			
10	Mampu memahami Fungsi Lingkungan Jasa, Reaksi Pelanggan terhadap Lingkungan Jasa dan Dimensi dari Lingkungan Jasa.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ketepatan dalam memahami Fungsi Lingkungan Jasa ✓ Ketepatan dalam memahami Reaksi Pelanggan terhadap Lingkungan Jasa ✓ dalam menjelaskan Dimensi dari Lingkungan Jasa. 	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		Peran Lingkungan Jasa <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fungsi Lingkungan Jasa ▪ Reaksi Pelanggan terhadap Lingkungan Jasa ▪ Dimensi dari Lingkungan Jasa. 	5%
11	Mampu menjelaskan mengenai, Mengelola Hubungan Pelanggan dan Membangun Loyalitas	Ketepatan dalam memahami mengelola Hubungan Pelanggan dan Membangun	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test:	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi,		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengelola Hubungan Pelanggan dan Membangun Loyalitas 	5%

		Loyalitas	✓ Hasil diskusi Partisipasi	kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual			
12	Mampu memahami Pemulihan Jasa dan Mencapai respon pelanggan	Ketepatan dalam menjelaskan Pemulihan Jasa dan Mencapai respon pelanggan	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		▪ Pemulihan Jasa dan Mencapai respon pelanggan	10%
13	Mampu meningkatkan Kualitas dan Produktifitas Produk Jasa	Ketepatan dalam Meningkatkan Kualitas dan Produktifitas Produk Jasa	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		▪ Meningkatkan Kualitas dan Produktifitas Produk Jasa	10%
14	Mampu menjelaskan pengelolaan SDM Jasa untuk meningkatkan keunggulan kompetitif	Ketepatan dalam Pengelolaan SDM Jasa untuk	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah		▪ Pengelolaan SDM Jasa untuk meningkatkan	5%

		meningkatkan keunggulan kompetitif	Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		keunggulan kompetitif	
15	Mampu menjelaskan tentang pengorganisasian untuk mencapai kepemimpinan Jasa	Ketepatan dalam menjelaskan Pengorganisasian untuk mencapai kepemimpinan Jasa	Kriteria: ✓ Ketepatan ✓ Kejelasan ✓ Kekritisian ✓ Keaktifan Bentuk penilaian: non test: ✓ Hasil diskusi Partisipasi	TM: 1x(2x50') Pendekatan: Ceramah Metode: Presentasi, kelas diskusi, sumbang saran. Model: Instruksi kontekstual		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengorganisasian untuk mencapai kepemimpinan Jasa 	5%
16	Ujian Akhir Semester (UAS)						