



REVISI 2023

DOKUMEN KURIKULUM

PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN BISNIS
UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL

IDENTITAS PROGRAM STUDI

1	Nama Perguruan Tinggi (PT)	Universitas Logistik dan Bisnis Internasional
		<input type="checkbox"/> PTN <input checked="" type="checkbox"/> PTS
2	Fakultas	Sekolah Vokasi
3	Program Studi	Manajemen Pemasaran
4	Jenjang Pendidikan	D-III (Diploma-3)
5	Ijin Operasional PS	SK Mendikbud No. 56/D/O/2001
6	Status Akreditasi	Baik Sekali
7	SK LAMEMBA	Nomor: 733/DE/A.5/AR.10/IX/2023
8	Gelar Lulusan	Ahli Madya Manajemen (A.Md.M)
9	Jumlah Dosen	6 Orang
10	Alamat Prodi	Jalan Sariasih No. 54, Bandung 40151, Jawa Barat
11	Telp.	022-2009562 / 022-2009570
12	Web PRODI/PT	https://d3manajemenbisnis.ulbi.ac.id/ / https://www.ulbi.ac.id/

Universitas Logistik dan Bisnis Internasional (ULBI) merupakan gabungan dari dua institusi pendidikan yaitu Politeknik Pos Indonesia (POLTEKPOS) dan Sekolah Tinggi Manajemen Logistik Indonesia (STIMLOG), dua institusi pendidikan tersebut merupakan institusi pendidikan yang didirikan oleh Yayasan Pendidikan Bhakti Pos Indonesia (YPBPI) sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia Nomor: 334/O/2022 tanggal 24 Mei 2022 tentang izin penggabungan STIMLOG dan POLTEKPOS menjadi ULBI. Dalam rangka memenuhi kebutuhan tenaga profesional yang memiliki kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan dunia industri serta menunjang pemenuhan kebutuhan tenaga profesional, maka berdasarkan SK Mendiknas No.241/E/O/2011 Program Studi Manajemen Pemasaran didirikan oleh Yayasan Pendidikan Bhakti Pos Indonesia (YPBPI), pada tanggal 5 Juli 2001 berdasarkan SK Mendiknas NO. 56/D/O/2001 pada jenjang D-III.

Alih status dan penggabungan Politeknik Pos Indonesia (POLTEKPOS) dan Sekolah Tinggi Ilmu Logistik (STIMLOG) yang dirintis oleh YPBPI, dimulai sejak tahun 2020. ULBI diproyeksikan menjadi *Research and Entrepreneurial University* pada tahun 2047. Saat ini ULBI memiliki dua fakultas yaitu Fakultas Logistik Teknologi dan Bisnis, dan Fakultas Sekolah Vokasi.

1 Landasan Kurikulum

Landasan Filosofis

Landasan filosofis, dalam penyusunan Kurikulum 2023, adalah sebagai berikut;.

- a. Program Studi Manajemen Pemasaran, sebagai bagian dari Universitas Logistik dan Bisnis Internasional (ULBI), adalah salah satu universitas yang dibangun oleh Perusahaan BUMN yaitu PT Pos Indonesia melalui Yayasan Pendidikan Bhakti Pos Indonesia (YPBPI) dengan visi universitas sampai dengan tahun 2045 yaitu *To be A World Class Entrepreneurial University in Supply Chain Management and Logistics Business in 2047*”
- b. Program Studi Manajemen Pemasaran, sebagai bagian dari Universitas Logistik dan Bisnis Internasional (ULBI), menetapkan Pancasila sebagai landasan ideologisnya.
- c. Program Studi Manajemen Pemasaran, sebagai bagian tak terpisahkan dari masyarakat dan bangsa Indonesia berusaha mewujudkan Indonesia yang berkembang sebagaimana amanat Pembukaan UUD 1945.

Landasan Sosiologis

Tuntutan perkembangan dan kondisi sosial kemasyarakatan menuntut pola pendidikan yang menitik beratkan pada kemampuan mahasiswa untuk mampu mengembangkan diri, tidak hanya di dalam namun juga di luar kampus. Hal ini yang mendorong upaya pemerintah mencanangkan Merdeka Belajar Kampus Merdeka. Keputusan ini disambut dengan baik oleh Program Studi Manajemen Pemasaran, yang dalam hal ini dengan ide dari Sekolah Vokasi untuk memunculkan suatu pola pendidikan berbasis pada *Outcomes Based Education* (OBE) dengan memadukan unsur Kurikuler (matakuliah inti), Ko-Kurikuler (mata kuliah wajib) dan Ekstra Kurikuler (mata kuliah pengembangan) yang semuanya mendapatkan tempat dalam struktur kurikulum dalam bentuk Mata Kuliah Pengayaan. Mata Kuliah Pengayaan ini, diharapkan dapat menjadi model juga di Program Studi Manajemen Pemasaran selain bentuk meningkatkan minat mahasiswa dalam aktif dan berkreasi atau kreatif dalam menghadapi permasalahan yang ada.

Landasan Historis

Perubahan kurikulum, merupakan suatu hal yang harus selalu dilakukan dengan memadukan padankan dengan kegiatan **Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi, Pengendalian, Peningkatan** (PPEPP) sebagai bentuk Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) dalam hal ini yang dilakukan oleh unit dan gugus di lingkungan Program Studi Manajemen Pemasaran. Perkembangan kurikulum juga sejak KKNi dan MBKM ini, secara proaktif disikapi oleh Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Logistik dan Bisnis Internasional (ULBI) dengan memberikan porsi lebih pada proses pembelajaran yang memberikan nilai pengalaman secara langsung, baik dalam bentuk praktik, praktikum, proyek, maupun kegiatan praktik kerja lapangan atau magang, sehingga saat ini juga

lulusan dapat diraih dengan melalui jalur Tugas Akhir atau non Tugas Akhir yang minimal setara nilai sks dan kualitasnya dengan Tugas Akhir.

Landasan Hukum

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 157, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4586);
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);
3. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012, Tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI);
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2013, Tentang Penerapan KKNI Bidang Perguruan Tinggi;
5. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020, Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
6. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020, Tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020, Tentang Pendirian, Perubahan, Pembubaran PTN, dan Pendirian, Perubahan, Pencabutan Izin PTS;
8. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 81 Tahun 2014, Tentang Ijazah, Sertifikat Kompetensi, dan Sertifikat Profesi Pendidikan Tinggi;
9. Buku Panduan Penyusunan KPT di Era Industri 4.0 untuk Mendukung Merdeka Belajar Kampus Merdeka, Ditjen Belmawa, Dikti-Kemendikbud, 2020.
10. Buku Panduan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka, Ditjen Belmawa, Dikti- Kemendikbud, 2020.
11. SK Rektor Universitas Logistik dan Bisnis Internasional Nomor SK.125/REK-ULBI/IX/2022 Tentang Pedoman Akademik Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

2. Visi, Misi, Tujuan, Sasaran, Strategi Program Studi

Visi

Visi Program Studi Manajemen Pemasaran yaitu: ***“Menjadi program studi terkemuka yang unggul di bidang manajemen pemasaran untuk mendukung industri logistik dan manajemen rantai pasok pada tahun 2047”.***

Misi

Misi Program Studi Manajemen Pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan pendidikan di bidang manajemen pemasaran untuk menyiapkan tenaga profesional yang unggul untuk mendukung industri logistik dan rantai pasok yang berdaya saing nasional.
2. Melaksanakan penelitian terapan di bidang manajemen pemasaran yang mendukung

bidang teknologi postal, logistik, dan manajemen rantai pasok yang bermanfaat bagi mitra industri.

3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat maupun industri dan pemanfaatan hasil penelitian di bidang manajemen pemasaran untuk kesejahteraan serta kemakmuran masyarakat secara luas.

Tujuan

Tujuan Program Studi Manajemen Pemasaran yaitu sebagai berikut:

1. Membentuk kemampuan hardskill mahasiswa di bidang manajemen pemasaran yang siap pakai.
2. Membentuk kemampuan softskill dan interpersonal skill mahasiswa yang baik.
3. Mengembangkan kemampuan praktis mahasiswa melalui program magang/praktek kerja di industri untuk pengembangan pengetahuan khususnya di bidang pemasaran.
4. Lulusan dapat bekerja di berbagai perusahaan/instansi nasional ataupun internasional dalam waktu kurang dari 6 bulan setelah kelulusan.
5. Memiliki wawasan bisnis (wirausaha) dalam bidang manajemen pemasaran.
6. Menghasilkan karya ilmiah yang bermanfaat bagi mitra industri, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.
7. Meningkatkan kerjasama kemitraan yang saling menguntungkan dengan industri dalam bidang penelitian dan pengabdian masyarakat.

Sasaran

Sasaran Program Studi Manajemen Pemasaran yaitu sebagai berikut:

1. Dapat menyelesaikan studi dalam kurun waktu rata-rata tiga tahun.
2. Mempunyai IPK rata-rata 3.0.
3. Mempunyai waktu tunggu mendapatkan pekerjaan pertama kurang dari 6 bulan.
4. Mempunyai gaji di atas rata-rata nasional.
5. Mempunyai skor TOEFL rata-rata 475 atau TOEIC dengan skor rata-rata 700.
6. Setiap lulusan memiliki satu keahlian yang bersertifikasi nasional atau internasional.
7. Setiap dosen menghasilkan paling sedikit satu publikasi dalam jurnal nasional yang terakreditasi, satu karya ilmiah yang terpublikasi internasional sesuai dengan kompetensi yang dimilikinya, memiliki dua sertifikasi dibidang manajemen pemasaran, serta paling sedikit memberikan konsultasi mengenai manajemen pemasaran pada perusahaan dalam satu tahun.
8. Setiap dosen melaksanakan paling sedikit dua kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Strategi

Umpan balik yang didapatkan dari pemangku kepentingan, merupakan suatu bentuk evaluasi yang sangat bernilai, oleh karena itu Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Logistik dan Bisnis Internasional (ULBI) selalu berupaya membangun komunikasi dengan para pemangku kepentingan, walau dirasakan hal ini masih jauh dari cukup. Sehingga mencoba membangun ikatan emosional dengan para alumni juga dirasa perlu ditingkatkan, disamping memanfaatkan jaringan yang dimiliki oleh setiap dosen untuk meningkatkan kualitas proses

pembelajaran yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) Program Studi Manajemen Pemasaran.

Universitas Value

Nilai-nilai ULBI yaitu dalam rangka mendukung tercapainya Visi, Misi, Tujuan, maka diperlukan nilai-nilai budaya ULBI, yaitu:

- a. Amanah : memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
- b. Kompeten : terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
- c. Harmonis : saling peduli dan menghargai perbedaan.
- d. Loyal : berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
- e. Adaptif : terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
- f. Kolaboratif : membangun kerjasama yang sinergis.

Keenam nilai-nilai budaya tersebut disingkat dengan akronim AKHLAK menjadi pedoman tingkah laku dan sikap setiap insan ULBI sehingga diharapkan visi, misi, tujuan dan sasaran serta program-program kerja dapat dicapai secara efektif dan efisien.

3. Hasil Evaluasi Kurikulum & Tracer Study **Mekanisme Evaluasi**

Program Studi Manajemen Pemasaran secara berkala dan terencana melakukan evaluasi kurikulum setiap tahun. Pada evaluasi tahun 2023 ini, Program Studi Manajemen Pemasaran memutuskan melakukan pemuktakhiran kurikulum guna mengikuti perkembangan dunia usaha dan industri. Standar dan Kebijakan Pengembangan Kurikulum mengacu pada profil lulusan, mempertimbangkan kebutuhan pasar kerja dan disesuaikan dengan visi, misi dan tujuan program studi.

Tinjauan Kurikulum Program Studi Manajemen Pemasaran di mulai dengan mengikuti workshop dan rapat kurikulum yang diadakan oleh Sekolah Vokasi pada bulan Juni 2023. Hasil tinjauan tersebut direvisi dan ditetapkan sebagai kurikulum tahun akademik 2023 Tinjauan kurikulum berisi a.l.: Kurikulum asal : Kurikulum 2021 dan Pelaksanaan tinjauan Oktober 2022 dan Juli 2023

Trace Study

Pelaksanaan Tracer Studi Manajemen Pemasaran tahun akademik 2022/2023 dilakukan pada semester genap pada web dengan alamat URL: <https://cdc.ulbi.ac.id/forms/site/login?pid=Tracer-Study-Alumni-2023&t=Tracer-Study-Alumni-2023> setiap waktu sepanjang tahun. Pada tahun akademik 2022/2023, responden diambil dari lulusan tahun 2021 dan 2022 sebanyak 66 responden. Survey menunjukkan bahwa ada 75% lulusan yang bekerja di bidang Pemasaran, yang keeratn hubungan pekerjaan dan bidang ilmu Manajemen Pemasaran menjadi sangat erat, erat dan cukup erat. Hasil tracer studi ini menjadi tolak ukur dalam proses peninjauan kurikulum dan panduan dalam merumuskan profile lulusan, CPL Prodi dan pengembangan bahan kajian. Untuk tahun akademik 2022/2023 program studi Manajemen Pemasaran merumuskan 3 profile lulusan yaitu:

1. Ahli Madya yang memiliki kecerdasan Mental, Emosional, Spiritual dan Fisik, secara seimbang sehingga dapat menjalani profesi **dibidang penjualan** secara profesional baik offline maupun daring.
2. Ahli Madya yang memiliki kejujuran, berakhlak mulia, semangat yang tangguh serta berjiwa militan sehingga dapat menjalani profesi **dibidang pelayanan** secara profesional baik offline maupun daring.
3. Ahli Madya yang memiliki kemampuan merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan bidang pemasaran sehingga dapat menjalani profesi **dibidang periklanan** secara profesional baik offline maupun daring..

4 Profil Lulusan & Rumusan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)

Profil Lulusan

Profil lulusan dibuat dengan menyesuaikan harapan stakeholders, Prodi Manajemen Pemasaran menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi teknis dan interpersonal skill. Setelah beberapa waktu kelulusan diharapkan memenuhi profil lulusan seperti pada tabel 1 di bawah ini :

Tabel 1 ProfilLulusan dan deskripsinya

No	Profil Lulusan
PL1	Ahli Madya yang memiliki kecerdasan Mental, Emosional, Spiritual dan Fisik, secara seimbang sehingga dapat menjalani profesi dibidang penjualan secara profesional baik offline maupun daring.
PL2	Ahli Madya yang memiliki kejujuran, semangat yang tangguh serta berjiwa militan sehingga dapat menjalani profesi dibidang pelayanan secara profesional baik offline maupun daring.
PL3	Ahli Madya yang memiliki kemampuan merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan bidang pemasaran sehingga dapat menjalani profesi dibidang periklanan secara profesional baik offline maupun daring.

5. RUMUSAN VISI, MISI, TUJUAN, STRATEGI, DAN *UNIVERSITY VALUE*

VISI DAN MISI PROGRAM STUDI

Visi

Sebagai salah satu pendidikan profesi yang ada di Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran mengemban visi yang merupakan turunan dari visi Polteknik Pos Indonesia. Adapun **Visi** Program Studi DIII Manajemen Pemasaran sampai tahun 2020 adalah:

“Menjadi program studi terkemuka yang unggul di bidang manajemen pemasaran untuk mendukung industri logistik dan manajemen rantai pasok pada tahun 2020”.

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan di bidang manajemen pemasaran untuk menyiapkan

tenaga profesional yang unggul untuk mendukung industri logistik dan rantai pasok yang berdaya saing nasional.

2. Melaksanakan penelitian terapan di bidang manajemen pemasaran yang mendukung bidang teknologi postal, logistik, dan manajemen rantai pasok yang bermanfaat bagi mitra industri.
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat maupun industri dan pemanfaatan hasil penelitian di bidang manajemen pemasaran untuk kesejahteraan serta kemakmuran masyarakat secara luas.

TUJUAN PROGRAM STUDI

Tujuan Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Logistik dan Bisnis Internasional adalah untuk:

1. Membentuk kemampuan hardskill mahasiswa di bidang manajemen pemasaran yang siap pakai.
2. Membentuk kemampuan softskill dan interpersonal skill mahasiswa yang baik.
3. Mengembangkan kemampuan praktis mahasiswa melalui program magang/praktek kerja di industri untuk pengembangan pengetahuan khususnya di bidang pemasaran.
4. Lulusan dapat bekerja di berbagai perusahaan/instansi nasional ataupun internasional dalam waktu kurang dari 6 bulan setelah kelulusan.
5. Memiliki wawasan bisnis (wirausaha) dalam bidang manajemen pemasaran.
6. Menghasilkan karya ilmiah yang bermanfaat bagi mitra industri, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.
7. Meningkatkan kerjasama kemitraan yang saling menguntungkan dengan industri dalam bidang penelitian dan pengabdian masyarakat.

SASARAN PROGRAM STUDI

Sasaran

Menghasilkan lulusan yang:

1. Dapat menyelesaikan studi dalam kurun waktu rata-rata tiga tahun.
2. Mempunyai IPK rata-rata 3.0.
3. Mempunyai waktu tunggu mendapatkan pekerjaan pertama kurang dari 6 bulan.
4. Mempunyai gaji di atas rata-rata nasional.
5. Mempunyai skor TOEFL rata-rata 475 atau TOEIC dengan skor rata-rata 700.
6. Setiap lulusan memiliki satu keahlian yang bersertifikasi nasional atau internasional.
7. Setiap dosen menghasilkan paling sedikit satu publikasi dalam jurnal nasional yang terakreditasi, satu karya ilmiah yang terpublikasi internasional sesuai dengan kompetensi yang dimilikinya, memiliki dua sertifikasi dibidang manajemen pemasaran, serta paling sedikit memberikan konsultasi mengenai manajemen pemasaran pada perusahaan dalam satu tahun.
8. Setiap dosen melaksanakan paling sedikit dua kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

1. RUMUSAN STANDAR KOMPETENSI LULUSAN (SKL)

SKL dinyatakan dalam Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) – CPL terdiri dari aspek: Sikap, dan Keterampilan Umum minimal diadopsi dari SN-Dikti, serta aspek Pengetahuan, dan Keterampilan Khusus dirumuskan mengacu pada deskriptor KKNI sesuai dengan jenjangnya. Kompetensi Utama dari seorang lulusan adalah kemampuan lulusan tersebut untuk menampilkan unjuk kerja yang memuaskan sesuai dengan penciri program Studi. Kaitan antara profil lulusan dengan kompetensi utama yang harus dimiliki oleh lulusan Program Studi DIII Manajemen Pemasaran telah dirumuskan sebagai berikut:

Tabel 4 Profil Lulusan Prodi DIII Manajemen Pemasaran

No	Profil Lulusan	Deskripsi Khusus/Profil Lulusan Spesifik	Kompetensi Utama
1	Staf Pemasaran Bidang Penjualan	a. Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan	<p>1. Mampu mengidentifikasi elemen strategi pemasaran perusahaan atau industri bidang jasa logistik dan rantai pasok dengan pendekatan <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> yang hasilnya berupa strategi pemasaran.</p> <p>2. Mampu mengidentifikasi elemen taktik pemasaran perusahaan dengan pendekatan bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>) dan proses penjualan (<i>selling</i>) untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, pola promosi dan distribusi yang tepat.</p> <p>3. Mampu mengidentifikasi elemen <i>value</i> pemasaran perusahaan dengan menerapkan differensiasi merek dan layanan untuk menghasilkan produk dan pelayanan yang memiliki keunggulan bersaing.</p>
		b. Melaksanakan komunikasi efektif	<p>1. Mampu mengidentifikasi model komunikasi seorang pelanggan dengan metode <i>Seven C's Effective Communication</i> yang hasilnya ditunjukkan oleh kesamaan persepsi tentang produk/layanan perusahaan industri bidang jasa logistik dan rantai pasok</p> <p>2. Mampu melaksanakan komunikasi langsung menggunakan bahasa verbal dan non verbal sehingga konsumen akan memiliki kesadaran terhadap merek, sikap merek, dan maksud pembelian merek.</p>
		c. Melaksanakan penulisan bisnis (<i>business writing</i>)	<p>1. Mampu mengerjakan topik pesan yang akan dikerjakan dengan menggunakan metode <i>5 Giant Steps</i> dengan hasil bahan presentasi penjualan industri bidang jasa logistik dan rantai pasok</p> <p>2. Mampu menuliskan pesan bisnis dengan metode AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>) dengan hasil keinginan untuk bertransaksi.</p>
		d. Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial	<p>1. Mampu mendapatkan data calon pelanggan potensial dengan menggunakan Sistem Informasi Pemasaran dengan hasil daftar prospek potensial.</p> <p>2. Mampu menghubungi calon pelanggan potensial dengan menggunakan proses <i>selling</i> untuk memperoleh kesepakatan dengan pelanggan</p>
		e. Melaksanakan keterampilan penjualan	<p>1. Mampu memulai percakapan kepada calon pelanggan potensial dengan pendekatan teknik komunikasi efektif dan menghasilkan <i>customer relationship</i></p> <p>2. Mampu melaksanakan penggalan kebutuhan terhadap calon pelanggan potensial dengan teknik <i>questioning</i> yang menghasilkan data kebutuhan pelanggan.</p> <p>3. Mampu melaksanakan presentasi penjualan dengan metode AIDA yang menghasilkan transaksi penjualan industri bidang jasa logistik dan rantai pasok</p>

No	Profil Lulusan	Deskripsi Khusus/Profil Lulusan Spesifik	Kompetensi Utama
			<p>4. Mampu menangani keberatan pelanggan dengan pendekatan <i>handling complain</i> yang menghasilkan keyakinan untuk membeli produk.</p> <p>5. Mampu melakukan negosiasi penjualan dengan pendekatan teknik negosiasi dengan hasil transaksi penjualan.</p> <p>6. Mampu memfasilitasi komitmen pembelian (<i>closing</i>) dengan pendekatan <i>Yes Closing</i> yang menghasilkan penjualan</p>
		f. Menyusun rencana aktifitas penjualan	<p>1. Mampu melaksanakan pengelolaan waktu dengan metode manajemen waktu yang menghasilkan efektifitas penjualan industri bidang jasa logistik dan rantai pasok</p> <p>2. Mampu melaksanakan pengelolaan teritori dengan pendekatan karakteristik wilayah yang menghasilkan wilayah penjualan industri bidang jasa logistik dan rantai pasok</p>
		g. Merencanakan Riset terhadap sebuah Merek	<p>1. Mampu menentukan tujuan dan metode riset pasar dengan pendekatan eksploratori yang menghasilkan tujuan dan metode riset yang jelas.</p> <p>2. Mampu mempersiapkan instrumen riset pasar dengan pendekatan kuesioner yang menghasilkan daftar pertanyaan riset.</p> <p>3. Menganalisa dan memperkirakan permintaan pasar dengan metode <i>forecasting</i> yang menghasilkan data permintaan pasar.</p>
		h. Mengolah data Riset	<p>1. Mampu menginput data riset pasar dengan aplikasi microsoft excel yang menghasilkan data industri bidang jasa logistik dan rantai pasok</p> <p>2. Mampu menganalisa data riset pasar dengan aplikasi statistik yang menghasilkan hasil analisis data.</p>
		i. Melaksanakan Event (bagian dari komunikasi merek)	<p>1. Mampu merencanakan event dengan metode manajemen event dengan hasil even yang kreatif industri bidang jasa logistik dan rantai pasok</p> <p>2. Mampu menangani acara pada event dengan pendekatan persuasif yang menghasilkan event yang berjalan dengan baik.</p> <p>3. Mampu mengevaluasi penyelenggaraan event dengan metode evaluasi dengan hasil efektivitas event</p>
		j. Mengelola dan mengevaluasi kegiatan bisnis <i>e-commerce</i>	<p>1. Membuat konten dengan metode atraktif yang menghasilkan konten yang menarik.</p> <p>2. Membuat perencanaan iklan dengan metode 5M (<i>mission, message, money, media, measurement</i>) dengan hasil iklan yang efektif.</p>

No	Profil Lulusan	Deskripsi Khusus/Profil Lulusan Spesifik	Kompetensi Utama
			3. Mengelola data pelanggan dengan menggunakan metode CRM (<i>Customer Relationship Management</i>) yang menghasilkan loyalitas pelanggan.
2	Staf Pemasaran Bidang Pelayanan Pelanggan	a. Menjelaskan produk/jasa perusahaan	<p>1. Mampu mengenali varian dan keunggulan masing-masing produk dengan pendekatan product knowledge yang menghasilkan pemahaman tentang produk industri bidang jasa logistik dan rantai pasok</p> <p>2. Mampu menjelaskan/mendemonstrasikan unjuk kerja produk dengan metode presentasi yang menghasilkan minat untuk membeli produk.</p>
		b. Mendokumentasikan data keluhan pelanggan	<p>1. Mampu mengidentifikasi kriteria keluhan pelanggan melalui penyebaran kuesioner yang hasilnya berupa data keluhan pelanggan.</p> <p>2. Mampu mengarsipkan data keluhan pelanggan dengan aplikasi <i>database</i> pelanggan yang menghasilkan data keluhan pelanggan.</p>
		c. Membuat laporan profil dan keluhan pelanggan	<p>1. Mampu mengelompokkan profil dan karakteristik pelanggan dengan metode <i>clustering</i> yang menghasilkan profil pelanggan industri bidang jasa logistik dan rantai pasok.</p> <p>2. Mampu menyusun bentuk keluhan pelanggan berdasarkan kriteria keluhan pelanggan dengan hasil berupa data keluhan pelanggan.</p>
		d. Mewujudkan kepuasan pelanggan	<p>1. Mampu menggali kebutuhan pelayanan pelanggan dengan metode survei yang menghasilkan data kebutuhan pelayanan yang diinginkan pelanggan industri bidang jasa logistik dan rantai pasok.</p> <p>2. Mampu menyiapkan pelaksanaan layanan dengan metode <i>service exelent</i> yang menghasilkan layanan yang prima.</p> <p>3. Mampu melaksanakan pelayanan prima dengan metode ABC (<i>Attitude, Behavior, Cognitive</i>) yang menghasilkan kepuasan pelanggan.</p>
		e. Menangani keluhan pelanggan	<p>1. Mampu menerima keluhan pelanggan dengan metode <i>Yes-But</i> untuk mengetahui secara rinci jenis keluhan pelanggan industri bidang jasa logistik dan rantai pasok.</p> <p>2. Mampu mempersiapkan penanganan keluhan pelanggan dengan metode ADEMIN (Atensi, Dengarkan, Empati, Maaf, dan Inisiatif) yang menghasilkan solusi terhadap keluhan pelanggan.</p> <p>3. Mampu melaksanakan penanganan keluhan pelanggan dengan metode ADEMIN (Atensi, Dengarkan, Empati, Maaf, dan Inisiatif) yang menghasilkan solusi terhadap keluhan pelanggan.</p>

No	Profil Lulusan	Deskripsi Khusus/Profil Lulusan Spesifik	Kompetensi Utama
3	Staf Bidang Periklanan	a. Menyusun perencanaan dan pelaksanaan kegiatan promosi baik <i>offline</i> maupun <i>online</i>	1. Membuat rencana promosi dengan pendekatan <i>promotion mix</i> yang menghasilkan informasi produk dan layanan industri bidang jasa logistik dan rantai pasok 2. Memilih metode promosi yang tepat dengan pendekatan STP (<i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>) dengan hasil media promosi yang tepat sasaran 3. Mengevaluasi kegiatan promosi dengan metode <i>Cognitif, Afektif, Behavior</i> dengan menunjukkan hasil keputusan pembelian
		b. Melakukan Hubungan Kerja Harian dengan Klien	1. Mampu membuat laporan kontak, mendokumentasikan, dan mendistribusikannya untuk menyamakan referensi hasil pertemuan dengan klien dengan menggunakan aplikasi <i>microsoft excel</i> yang menghasilkan data klien 2. Mampu membina hubungan baik dengan klien secara interpersonal dengan metode CRM agar terjadi kelancaran dalam proses pengembangan program berdasarkan kesepakatan
		c. Mengidentifikasi Kebutuhan Periklanan Klien	3. Mampu mengumpulkan data kebutuhan klien untuk menjaga relevansi rencana program dengan tujuan perusahaan klien.
		d. Mengajukan Persetujuan Klien	1. Mampu melakukan presentasi rancangan iklan kepada klien untuk memperoleh kesepakatan rencana program yang akan dilaksanakan. 2. Mampu bernegosiasi dengan klien agar terjadi pemahaman substansi yang mungkin berbeda dengan persepsi klien.
		e. Melakukan Penyusunan Laporan Pertemuan	1. Mampu menyiapkan data hasil pertemuan dengan klien sebagai pedoman apabila ada perkembangan atau perubahan program yang sudah direncanakan. 2. Mampu menyusun hasil pertemuan, mendistribusikan dan dilaporkan untuk menjaga keselarasan pada semua bagian yang terkait dengan penyusunan rencana program.
		f. Memantau Perkembangan Pasar Produk Klien	1. Mampu menyiapkan dan mengolah data perkembangan pasar untuk memahami proses dan hasil capaian program yang sudah diterapkan. 2. Mampu mengevaluasi dan melaporkan data perkembangan pasar sebagai dasar pertimbangan dalam memberikan masukan ke klien untuk perbaikan atau dasar pertimbangan dalam penyusunan program mendatang untuk kesinambungan.

CAPAIAN PEMBELAJARAN

Sebagaimana yang tertera dalam pasal 5 dan 6 Permen 049 tahun 2014 tentang standar nasional perguruan tinggi dijelaskan bahwa Standar kompetensi lulusan merupakan kriteria minimal tentang kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang dinyatakan dalam rumusan capaian pembelajaran lulusan. Sikap merupakan perilaku benar dan berbudaya sebagai hasil dari internalisasi dan aktualisasi nilai dan Norma yang tercermin dalam kehidupan spiritual dan sosial melalui proses pembelajaran, pengalaman kerja mahasiswa, penelitian dan/atau pengabdian kepada masyarakat yang terkait pembelajaran. Keterampilan umum adalah kemampuan kerja umum yang wajib dimiliki oleh setiap lulusan dalam rangka menjamin kesetaraan kemampuan lulusan sesuai tingkat program dan jenis pendidikan tinggi. Keterampilan khusus adalah kemampuan kerja khusus yang wajib dimiliki oleh setiap lulusan sesuai dengan bidang keilmuan program studi.

Pengetahuan merupakan penguasaan konsep, teori, metode, dan/atau falsafah bidang ilmu tertentu secara sistematis yang diperoleh melalui penalaran dalam proses pembelajaran, pengalaman kerja mahasiswa, penelitian dan/atau pengabdian kepada masyarakat yang terkait pembelajaran. Oleh karena itu program studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Logistik dan Bisnis Internasional menetapkan capaian pembelajaran dalam bentuk sikap, keterampilan umum, keterampilan khusus dan penguasaan pengetahuan adalah sebagai berikut:

SIKAP

1	Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius.
2	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.
3	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila.
4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;
5	Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain;
6.	Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan;
7	Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara;
8	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik;
9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri;
10	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.
11	Menunjukkan sikap adaptif, fleksibel, dan mampu bekerja sama dalam memecahkan permasalahan di bidang bisnis khususnya marketing.

KETERAMPILAN UMUM

1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, inovatif, bermutu, dan terukur dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang pengembangan perangkat lunak serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan.
2	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur.
3	Mampu mengkaji kasus penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora untuk pengembangan perangkat lunak

KETERAMPILAN UMUM	
	dalam rangka menghasilkan prototype, desain, menyusun hasil kajiannya dalam bentuk kertas kerja, dan spesifikasi desain.
4	Mampu mengambil keputusan secara tepat berdasarkan prosedur baku, spesifikasi desain, persyaratan keselamatan dan keamanan kerja dalam melakukan supervisi dan evaluasi pada pekerjaannya.
5	Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja sama dan hasil kerja sama didalam maupun di luar lembaganya.
6	Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya.
7	Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri.
8	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.
9	Mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan kerja dengan tekanan pekerjaan yang bervariasi yang dilandasi pada sikap mental kerja keras, kerja cerdas, dan kerja profesional.
10	Mampu berkomunikasi dalam bahasa inggris secara lisan dan tulisan untuk kebutuhan pengembangan diri pada bidang pekerjaan Customer Service, Penjualan, dan Periklanan.

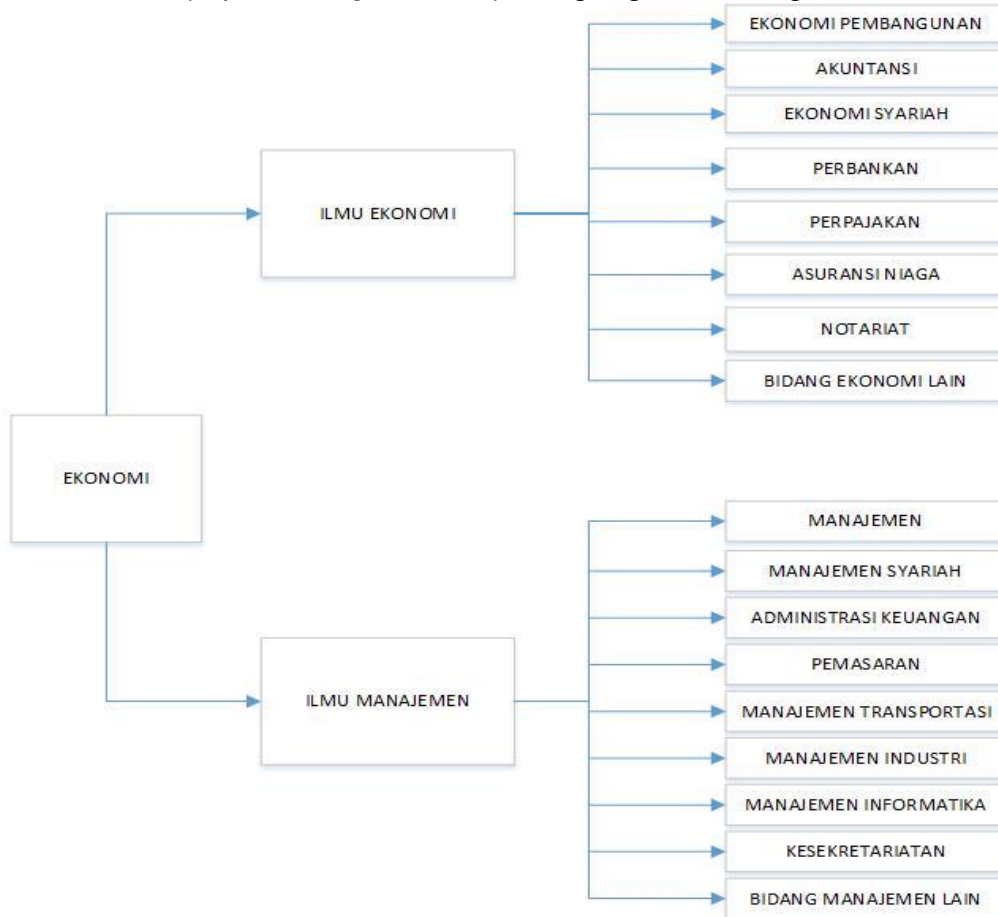
KETERAMPILAN KHUSUS	
1	Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan
2	Melaksanakan komunikasi efektif
3	Melaksanakan penulisan bisnis (business writing)
4	Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial
5	Melaksanakan keterampilan penjualan
6	Menyusun rencana aktifitas penjualan
7	Merencanakan Riset terhadap sebuah Merek
8	Mengolah data Riset
9	Melaksanakan Event (bagian dari komunikasi merek)
10	Mengelola dan mengevaluasi kegiatan bisnis <i>e-commerce</i>
11	Menjelaskan produk/jasa perusahaan
12	Mendokumentasikan data keluhan pelanggan
13	Membuat laporan profil dan keluhan pelanggan
14	Mewujudkan kepuasan pelanggan
15	Menangani keluhan pelanggan
16	Menyusun perencanaan dan pelaksanaan kegiatan promosi <i>Offline Online</i>
17	Melakukan Hubungan Kerja Harian dengan Klien
18	Mengidentifikasi Kebutuhan Periklanan Klien
19	Mengajukan Persetujuan Klien
20	Melakukan Penyusunan Laporan Pertemuan

6. PENETAPAN BAHAN KAJIAN

Berdasarkan CPL dan/atau menggunakan *Body of Knowledge* suatu Program Studi, yang kemudian digunakan untuk pembentukan mata kuliah baru, dan evaluasi serta rekonstruksi terhadap mata kuliah lama atau sedang berjalan.

PEMILIHAN BAHAN KAJIAN

Sebagai bahan rujukan penetapan bahan kajian dan matakuliah Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Logistik dan Bisnis Internasional didasarkan pada pohon keilmuan (*body of knowledge Economy*) dengan gambar sebagai berikut:



Gambar 8 *Body of Knowledge Economy*

7. PEMBENTUKAN MATA KULIAH (MK) DAN PENENTUAN BOBOT SKS

Pada bab ini menjelaskan mekanisme pembentukan mata kuliah berdasarkan CPL (beserta turunannya di level MK) dan bahan kajian, serta penetapan bobot sks nya.

Pembentukan Mata kuliah dilakukan melalui analisis Matrik dasar yang dibuat melalui mata kuliah yang telah terlaksana

[illegible]

[illegible]

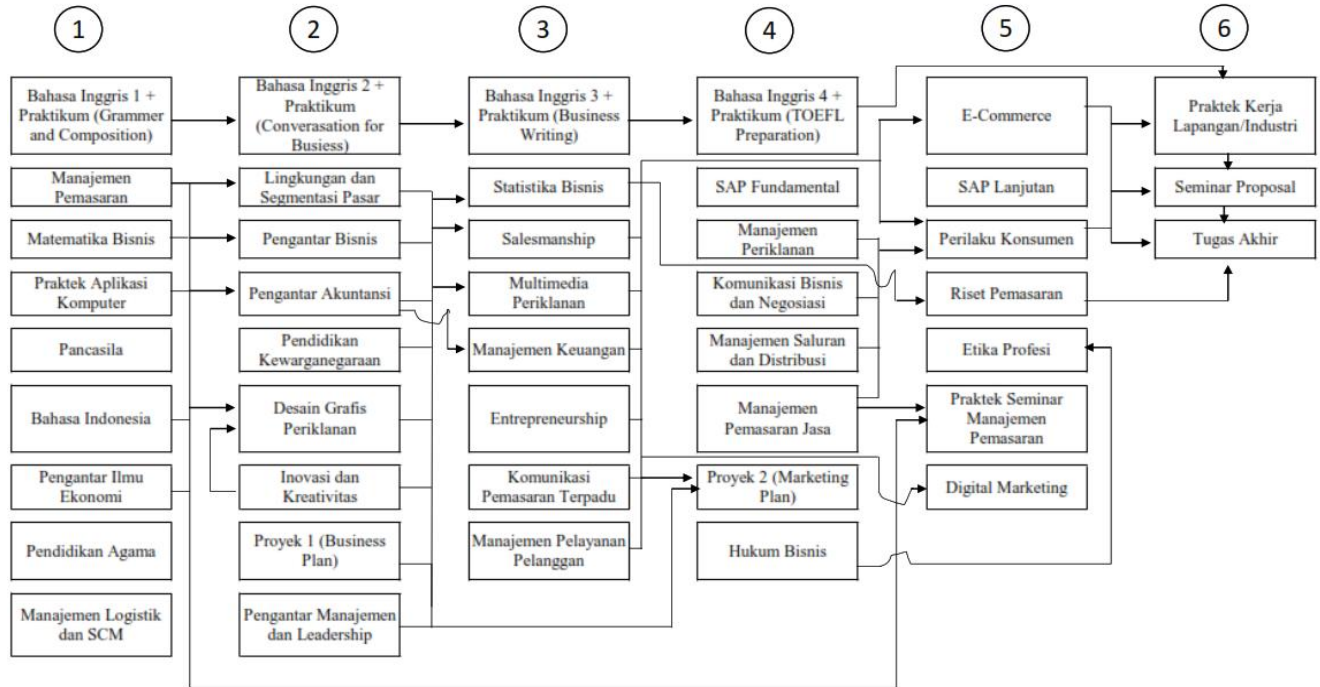
[illegible]

[illegible]

8. MATRIK DAN PETA KURIKULUM

Menggambarkan organisasi mata kuliah atau peta kurikulum dalam struktur yang logis dan sistematis sesuai dengan Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi. Distribusi mata kuliah disusun dalam rangkaian semester selama masa studi lulusan Program Studi.

PETA MATA KULIAH



Gambar 9. Peta Kurikulum

PERBANDINGAN KURIKULUM 2019 DENGAN KURIKULUM 2022

TAHUN 2019/2020				TAHUN 2022/2022			
SEMESTER I				SEMESTER I			
NO.	KODE	Nama Mata Kuliah	SKS	NO.	KODE	Nama Mata Kuliah	SKS
1	PPI01011	Pancasila	2	1	PPI01011	Pancasila	2
2	MB31011	Manajemen Pemasaran	3	2	MB31011	Manajemen Pemasaran	3
3	MB32021	Matematika Bisnis	3	3	MB32021	Matematika Bisnis	3
4	MB32031	Praktek Aplikasi Komputer	2	4	MB32031	Praktek Aplikasi Komputer	2
5	PPI02051	Bahasa Inggris 1 + Praktikum	2	5	PPI02051	Bahasa Inggris 1 + Praktikum (Grammer and Composition)	2
6	PPI01041	Bahasa Indonesia	2	6	PPI01041	Bahasa Indonesia	2
7	MB33041	Pengantar Ilmu Ekonomi	3	7	MB33041	Pengantar Ilmu Ekonomi	2
8	PPI01031	Pendidikan Agama	2	8	PPI01031	Pendidikan Agama	2
9	MB32051	Manajemen Logistik dan SCM	2	9	MB32051	Manajemen Logistik dan SCM	2
		JUMLAH	21			JUMLAH	20

TAHUN 2019/2020				TAHUN 2022/2022			
SEMESTER II				SEMESTER II			
NO.	KODE	Nama Mata Kuliah	SKS	NO.	KODE	Nama Mata Kuliah	SKS
1	MB31062	Pengantar Bisnis	3	1	MB31062	Pengantar Bisnis	3
2	MB31072	Lingkungan dan Segmentasi Pasar	3	2	MB31072	Lingkungan dan Segmentasi Pasar	3
3	PPI02062	Bahasa Inggris 2 + Praktikum	2	3	PPI02062	Bahasa Inggris 2 + Praktikum (Converasation for Busiess)	2
4	MB32082	Pengantar Akuntansi	2	4	MB32082	Pengantar Akuntansi	2
5	PPI01022	Kewarganegaraan	2	5	PPI01022	Pendidikan Kewarganegaraan	2
6	MB32092	Desain Grafis	2	6	MB32092	Desain Grafis Periklanan	2
7	MB34102	Inovasi dan Kreativitas	2	7	MB34102	Inovasi dan Kreativitas	2
8	MB31112	Proyek 1 (Business Plan)	3	8	MB31112	Proyek 1 (Business Plan)	3
9	MB33122	Pengantar Manajemen dan Leadership	3	9	MB33122	Pengantar Manajemen dan Leadership	2
		JUMLAH	22			JUMLAH	21

TAHUN 2019/2020				TAHUN 2022/2022			
SEMESTER III				SEMESTER III			
NO.	KODE	Nama Mata Kuliah	SKS	NO.	KODE	Nama Mata Kuliah	SKS
1	PPI02073	Bahasa Inggris 3 + Praktikum	2	1	PPI02073	Bahasa Inggris 3 + Praktikum (Business Writing)	2
2	MB33133	Statistika Terapan	2	2	MB33133	Statistika Bisnis	2
3	MB31143	Salesmanship	3	3	MB31143	Salesmanship	3
4	MB33163	Manajemen Keuangan	2	4	MB32153	Multimedia Periklanan	2
5	MB31173	Entrepreneurship	3	5	MB33163	Manajemen Keuangan	2
6	MB31183	Komunikasi Pemasaran Terpadu	2	6	MB31173	Entrepreneurship	3
7	MB31194	Manajemen Pelayanan Pelanggan	2	7	MB31183	Komunikasi Pemasaran Terpadu	2
		JUMLAH	16	8	MB31194	Manajemen Pelayanan Pelanggan	2
						JUMLAH	18

TAHUN 2019/2020				TAHUN 2022/2022			
SEMESTER IV				SEMESTER IV			
NO.	KODE	Nama Mata Kuliah	SKS	NO.	KODE	Nama Mata Kuliah	SKS
1	PPI02084	Bahasa Inggris 4 + Praktikum	2	1	PPI02084	Bahasa Inggris 4 + Praktikum (TOEFL Preparation)	2
2	MB33204	SAP Fundamental	2	2	MB33204	SAP Fundamental	2
3	MB31214	Manajemen Periklanan	3	3	MB31214	Manajemen Periklanan	3
4	MB31224	Komunikasi Bisnis dan Negosiasi	2	4	MB31224	Komunikasi Bisnis dan Negosiasi	2
5	MB31235	Manajemen Saluran dan Distribusi	2	5	MB31235	Manajemen Saluran dan Distribusi	2
6	MB31244	Manajemen Pemasaran Jasa	3	6	MB31244	Manajemen Pemasaran Jasa	3
7	MB31254	Proyek 2 (Marketing Plan)	3	7	MB31254	Proyek 2 (Marketing Plan)	3
8	MB32264	Hukum Bisnis	2	8	MB32264	Hukum Bisnis	2
		JUMLAH	19			JUMLAH	19

TAHUN 2019/2020				TAHUN 2022/2022			
SEMESTER V				SEMESTER V			
NO.	KODE	Nama Mata Kuliah	SKS	NO.	KODE	Nama Mata Kuliah	SKS
1	MB32275	E-Commerce	2	1	MB32275	E-Commerce	2
2	MB33285	SAP Lanjutan	2	2	MB33285	SAP Lanjutan	2
3	MB31295	Perilaku Konsumen	3	3	MB31295	Perilaku Konsumen	3
4	MB31305	Riset Pemasaran	3	4	MB31305	Riset Pemasaran	3
5	MB32315	Etika Profesi	2	5	MB32315	Etika Profesi	2
6	MB31325	Praktek Seminar Manajemen Pemasaran	2	6	MB31325	Praktek Seminar Manajemen Pemasaran	2
7	MB34375	Kapita Selekt	2	7	MB34335	Digital Marketing	2
		JUMLAH	16			JUMLAH	16

TAHUN 2019/2020				TAHUN 2022/2022			
SEMESTER VI				SEMESTER VI			
NO.	KODE	Nama Mata Kuliah	SKS	NO.	KODE	Nama Mata Kuliah	SKS
1	MB31346	Praktek Kerja Lapangan/Industri	8	1	MB31346	Praktek Kerja Lapangan/Industri	12
2	MB31356	Seminar Proposal	1	2	MB31356	Seminar Proposal	2
3	MB31366	Tugas Akhir	8	3	MB31368	Tugas Akhir	6
		JUMLAH	17			JUMLAH	20

TAHUN 2019/2020								
SKS	SKS PERKULIAHAN				JAM PERKULIAHAN			
	TEOR I	PRAKTEK		TOTAL SKS	TEOR I	PRAKTEK		TOTAL JAM
		NON LAB	LAB. KOM.			NON LAB	LAB. KOM.	
111	54	42	15	111	54	126	45	225
	54	57		111	54	171		225
	49%	51%		100%	24%	76%		100%

TAHUN 2021/2022								
SKS	SKS PERKULIAHAN				JAM PERKULIAHAN			
	TEORI	PRAKTEK		TOTAL SKS	TEORI	PRAKTEK		TOTAL JAM
		NON LAB	LAB. KOM.			NON LAB	LAB. KOM.	
114	51	46	18	115	51	138	54	243
	51	64		115	51	192		243
	44%	56%		100%	21%	79%		100%

9. RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

RPS disusun dari hasil rancangan pembelajaran, dituliskan lengkap untuk semua mata kuliah pada Program Studi, disertai perangkat pembelajaran lainnya di antaranya: rencana tugas, instrumen penilaian dalam bentuk rubrik dan/atau portofolio, bahan ajar, dan lain-lain.

Berikut ini Deskripsi Mata Kuliah, RPS, dan RTM masing-masing mata kuliah di Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Logistik dan Bisnis Internasional:

Deskripsi Mata Kuliah

No.	Kode	Nama mata kuliah yang pernah ditempuh	Deskripsi mata kuliah (uraian singkat tentang isi mata kuliah)	Jml. SKS
1	MB32021	Matematika Bisnis	Ruang lingkup mata kuliah matematika bisnis membahas mengenai relasi dan fungsi, fungsi linear dan persamaan garis lurus serta aplikasinya dalam ekonomi, fungsi tan linear dan aplikasinya dalam ekonomi, limit suatu fungsi, hitung diferensial dan aplikasinya dalam ekonomi, dan hitung integral serta aplikasinya dalam ekonomi. Kaitannya dengan kompetensi lulusan Program Studi yang telah ditetapkan, mata kuliah ini mendukung kompetensi lulusan untuk dapat menerapkan matematika dalam kasus-kasus ekonomi.	3
2	MB31062	Pengantar Bisnis	Mata kuliah Pengantar Bisnis merupakan mata kuliah wajib pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Logistik dan Bisnis Internasional yang memberikan pengetahuan, pemahaman kepada mahasiswa tentang bisnis dalam perusahaan, konsep-konsep bisnis dalam perusahaan, karakteristik dan keberadaan bisnis, lingkungan, etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan, bentuk kepemilikan perusahaan dan kerjasama pengembangan bisnis, organisasi dan manajemen perusahaan, fungsi-fungsi bisnis (fungsi SDM, fungsi Operasional, fungsi Pemasaran, fungsi Keuangan), kewirausahaan, bisnis internasional serta manajemen resiko dalam kegiatan bisnis.	3
3	PPI0103	Pendidikan Agama	Secara umum Mata Kuliah Pendidikan Agama Islam dirancang untuk mendorong minat mahasiswa sekaligus mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi generasi muda berpengetahuan dan professional yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, dan memiliki etos kerja, serta menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan kehidupan. Secara khusus Mata Kuliah Pendidikan Agama Islam bertujuan	2

			membantu mahasiswa memantapkan kepribadiannya agar secara konsisten mampu mewujudkan nilai-nilai dasar keagamaan dan kebudayaan, rasa kebangsaan dan cinta tanah air sepanjang hayat dalam menguasai, menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni yang dimilikinya dengan rasa tanggung jawab sesuai dengan tuntunan dan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.	
4	PPI01041	Bahasa Indonesia	Mata kuliah ini memberikan kemampuan kepada peserta didik untuk menerangkan konsep penulisan Bahasa Indonesia, ejaan, fonologi dan tata bahasa (Morfologi dan kalimat), serta bahasa Indonesia untuk berkomunikasi secara lisan dan tulisan yang berlandaskan pada konsep atau kaidah dan etika dalam berbahasa, mampu membuat dokumentasi sesuai kaidah Bahasa Indonesia yang baik dan benar. Peserta didik juga diharapkan dapat meningkatkan keterampilan dalam penggunaan Bahasa Indonesia khususnya menulis. Mahasiswa dilatih untuk memahami dan menuangkan gagasan ke dalam berbagai jenis tulisan seperti deskripsi, narasi, eksposisi, argumentasi hingga mendesain proposal penelitian dan proposal kegiatan, serta dapat melaporkan hasil penelitian dan hasil kegiatan hingga penulisan artikel ilmiah. Keterampilan menulis diajarkan melalui teknik dan praktik menulis. Di akhir masa perkuliahan mahasiswa diharapkan sudah mampu menulis proposal dan karya tulis ilmiah yang berkaitan dengan program studi kebidanan.	2
5	PPI01011	Pancasila	Mata kuliah ini membahas Ideologi Pancasila, Konstitusi, NKRI Dan Otonomi Daerah, Hak Dan Kewajiban Warga Negara, Identitas Nasional, Demokrasi, Hak Asasi Manusia, Geopolitik, Serta Geostrategi.	2
6	MB33122	Pengantar Manajemen dan Leadership	Mata kuliah ini membahas manajemen inovatif di masa sulit, sejarah dan evolusi teori manajemen, perkembangan ilmu manajemen, msdm, lingkungan dan budaya perusahaan, organisasi, mengelola lingkungan global, keterampilan-keterampilan manajemen, mengelola etika dan tanggung jawab sosial, kepemimpinan, perencanaan manajerial dan	2

			penetapan tujuan, pengambilan keputusan, perumusan dan pelaksanaan strategi, manajemen strategik, motivasi, serta pengambilan keputusan dalam manajemen.	
7	MB32082	Pengantar Akuntansi	Mata kuliah ini menjelaskan konsep-konsep dasar akuntansi (persamaan akuntansi), prinsip-prinsip dan proses (siklus akuntansi atau tahap-tahap) penyusunan laporan keuangan eksternal pada entitas bisnis meliputi pada perusahaan jasa, perusahaan dagang dan perusahaan manufaktur. Serta mampu menganalisis dan menjelaskan konsep-konsep dasar akuntansi, mampu memahami dan menyusun Laporan Keuangan eksternal pada entitas bisnis meliputi pada perusahaan jasa, perusahaan dagang dan perusahaan manufaktur.	2
8	MB33133	Statistika Terapan (Bisnis)	Mata kuliah ini mahasiswa mempelajari dan mendiskusikan tentang kegunaan ilmu statistika, batasan yang diperlukan seperti populasi dan Contoh mendiskusikan metode pengumpulan data dan teknik penarikan contoh, menjelaskan tipe data dan skala pengukuran dan mengulas notasi-notasi penjumlahan; menyajikan data dalam bentuk table, grafik dan secara numerik, mempelajari teori peluang serta sebaran peluang peubah acak deskrit dan kontinu, teori penarikan contoh; pendugaan parameter; pengujian hipotesis; dan analisis regresi dan korelasi.	2
9	MB33041	Pengantar Ilmu Ekonomi (Makro dan Mikro)	Mahasiswa dapat menganalisis perubahan keseimbangan pasar terkait dengan permintaan dan penawaran, perilaku konsumen dan perilaku produsen dalam mencapai kepuasan maksimum serta bagaimana kegiatan ekonomi yang berlaku pada berbagai bentuk struktur pasar serta mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan perkembangan analisis ekonomi secara makro dimulai dengan munculnya analisis makroekonomi dari John Maynard Keynes, keseimbangan pendapatan nasional, penawaran uang dan permintaan uang, pertumbuhan ekonomi, inflasi. Serta bentuk-bentuk intervensi pemerintah terhadap perekonomian Soft skill/Karakter: Berpikir Kritis, Mampu menjelaskan, Menganalisis dan Membandingkan	2

10	MB31224	Komunikasi Bisnis dan Negosiasi (Teknik Lobi dan Negosiasi)	<p>Mata Kuliah: Komunikasi Bisnis dan Negosiasi membahas konsep, pola, saluran-saluran komunikasi bisnis, beserta hambatannya. Serta, tahapan penulisan pesan-pesan bisnis dan komunikasi dalam organisasi, komunikasi antar Budaya, keterampilan berbicara dalam berbisnis, dan bagaimana mempraktekannya dalam dunia kerja nyata. Adapun pokok bahasan pada mata kuliah komunikasi bisnis ini meliputi: Dasar-dasar Komunikasi Bisnis, Komunikasi Lintas Budaya, Komunikasi Organisasi, Tahapan penulisan pesan-pesan bisnis, Korespondensi, Penulisan Proposal, lamaran pekerjaan dan laporan-laporan Formal dan Informal, Pengembangan keterampilan Berbicara: Negosiasi, Presentasi, Interview. Sasaran Pembelajaran/ Tujuan Instruksional Umum: Peserta matakuliah ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan komunikasi baik secara lisan dan tulisan dalam beragam konteks situasi dengan merencanakan, memformulasikan, menyusun dan menerapkan strategi komunikasi bisnis yang efektif.</p>	2
11 12 13 14	PPI02051 PPI02062 PPI02073 PPI02084	Bahasa Inggris 1, 2, 3, 4 (Bahasa Inggris 1,2)	<p>Bahasa Inggris 1 : Matakuliah ini membahas penggunaan tata bahasa yang baik dan benar seperti penggunaan tense, verb, grammar, dsb.</p> <p>Bahasa Inggris 2 : Matakuliah ini membahas penggunaan bahasa inggris dalam komunikasi lisan (conversation in business)</p> <p>Bahasa Inggris 3 : Mata kuliah ini membahas keterampilan business witing</p> <p>Bahasa Inggris 4 : Mata kuliah ini membahas penggunaan bahasa inggris untuk Toefl Preparation.</p>	8 (masing-masing 2 sks)
15	MB32264	Hukum Bisnis	Mata kuliah ini mempelajari Pengetahuan dasar tentang hukum dan kaitannya dengan bisnis, memahami tentang bentuk-bentuk organisasi bisnis beserta karakteristiknya, yang meliputi pengertian,	2

			cara pendirian dan dasar hukumnya, memahami tentang cara-cara restrukturisasi perusahaan yaitu merger, konsolidasi dan akuisisi, meliputi pengertian, dasar hukum dan tata caranya. Memahami tentang Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI), yang meliputi Hak Cipta, Merk, dan Paten Mahasiswa memahami tentang kontrak bisnis Mahasiswa memahami tentang Hukum Ketenagakerjaan.	
16	MB31011	Manajemen Pemasaran	Mata kuliah ini memberikan pengetahuan konsep pemasaran, teknik dan aplikasi yang komprehensif mengenai manajemen pemasaran, peranan manajemen pemasaran, proses pemasaran, ruang lingkup manajemen pemasaran, perencanaan strategis, rencana pemasaran yang berorientasi pasar serta peranan sistem informasi pasar, perilaku konsumen, Strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi distribusi, segmentasi, targeting, positioning secara umum.	3
17	MB33163	Manajemen Keuangan	Mata Kuliah Ini Membahas Tinjauan Atas Manajemen Keuangan, Nilai Waktu Dari Uang, Pasar Keuangan, Anuitas, Laporan Keuangan, Arus Kas, Modal Kerja, Manajemen Kas, Manajemen Piutang, Laporan Keuangan dan Analisis Laporan Keuangan, Analisis Break Even Point, Saham Dan Valuasinya, Analisis Leverage, Tingkat Suku Bunga, Keputusan Pendanaan, Obligasi, Dana Dan Sumber Penggunaannya.	2
18	MB31295	Perilaku Konsumen	Mata kuliah ini mempelajari; konsep perilaku konsumen, keputusan konsumen, pentingnya analisis perilaku konsumen dalam merumuskan kebijakan pemasaran, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan, pembelian dan pemakaian suatu barang dan jasa, proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen, serta tanggungjawab sosial pemasaran terhadap konsumen dan masyarakat secara umum.	3
19	MB31244	Manajemen Pemasaran Jasa (Gabung dengan Membangun Kepercayaan Pelanggan)	Dalam mata kuliah ini akan dijelaskan mengenai pemasaran bisnis jasa yang mengintegrasikan tiga pendekatan teori, diantaranya: manajemen pemasaran secara umum, manajemen operasi, dan manajemen sumber daya manusia. mahasiswa dapat	3

			<p>terlatih untuk berfikir secara sistematis dan komprehensif dalam melihat persoalan pemasaran bisnis jasa. Jasa semakin mendominasi perekonomian dunia, diketahui bahwa tanpa adanya pengelolaan bisnis jasa, maka daya saing produk di pasar akan menurun. Mahasiswa juga akan memperoleh materi mengenai konsep dan teknik dalam mengelola bisnis jasa serta memasarkan jasa. Di dalamnya akan dibahas kerangka kerja dan prosedur analitis dalam mengelola bisnis jasa.</p>	
20	MB31173	Entrepreneurship (Digital Entrepreneurship)	<p>Mata kuliah ini membahas Konsep Kewirausahaan, Konteks kewirausahaan, Hakikat, inti, dan Rahasia Kewirausahaan, Hakikat Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan, Nilai-nilai Hakiki Kewirausahaan, Sikap dan Kepribadian Wirausaha, Motif Berprestasi, Jenis-jenis Wirausaha, Fungsi Wirausaha, Peran Wirausaha, Kreativitas, Inovasi, Hasil berpikir Kreatif dan Inovatif, Proses Awal Kewirausahaan, Proses Perkembangan Kewirausahaan, Proses Pertumbuhan Kewirausahaan, Faktor Keberhasilan Usaha, Faktor Penghambat Usaha, Keuntungan dan Kerugian Kewirausahaan, Asal Usul Timbulnya Ide Usaha, Peluang Dalam Kewirausahaan, Memulai Usaha Baru, Langkah-langkah Memasuki Usaha Baru, Merintis Usaha Baru Hambatan Memasuki Industri, Langkah-langkah Memasuki Usaha Baru, Merintis Usaha Baru, Ide Usaha, Mengembangkan Ide Baru, Peluang Usaha, Studi Kelayakan Bisnis, Proses dan Tahapan Studi Kelayakan, Analisis Kelayakan Bisnis, persiapan Bisnis Baru.</p>	3
21	MB31254	Proyek 2: Marketing Plan	<p>Mata kuliah ini berupa proyek (tugas besar), dimana mahasiswa menyusun Rencana Pemasaran yang mencakup :</p> <ul style="list-style-type: none"> Tinjauan Bisnis (usaha) Visi, misi, tujuan, sasaran perusahaan Produk yang dihasilkan Tujuan penjualan Analisis pasar sasaran Analisis SWOT Tujuan penjualan Pasar sasaran Tujuan dan strategi pemasaran Strategi positioning 	3

			Implementasi Marketing Mix Jadwal dan anggaran Pelaksanaan dan evaluasi	
22	MB31112	Proyek 1: Business Plan	<p>Mata Kuliah Proyek I :Business Plan ini merupakan salah satu tugas praktik, mahasiswa membuat sebuah rencana bisnis, baik bisnis yang digagas oleh mahasiswa/siswi maupun penelaahan suatu bisnis milik orang atau institusi lain yang sedang berlangsung (eksis) Kemudian menuangkannya didalam laporan.</p> <p><i>Business Bakground (Ide Bisnis, Mission statement, Goals, dan Objectives)</i></p> <p><i>Market Analysis (Target Market, Market Size / Perkiraan Industri, Market Growth Rate, Market Profitability, Market Trends, Competitor Analysis)</i></p> <p><i>Marketing Plan (product, price, place, promotion,forecast penjualan)</i></p> <p><i>Organizational Plan (team of founder, organizational form, business legal form, office and plan location, key external contact)</i></p> <p>Rencana Keuangan (“Pro-forma” laporan rugi laba, proyeksi aliran kas, “Pro-forma” neraca, Analisis “Break-even”, Sumber dan penggunaan dana)</p> <p><i>Action Plan</i></p>	3
23	MB32031	Praktek aplikasi komputer	<p>Mata kuliah ini bertujuan untuk ada pemahaman mahasiswa tentang pengetahuan komputer secara umum dengan menggunakan software yang familier, khususnya program pengolah data, spredsheat, powerpoint serta pengetahuan dasar tentang internet, berbagai dasar dan pengetahuan tentang pemrosesan data secara elektronik. Beberapa materi yang dibahas antara lain: konsep dasar software, hardware, program, database maupun perkembangan sistem informasi. Mata kuliah ini juga memberikan bekal praktis pada mahasiswa mengenai penerapan berbagai program komputer dalam dunia bisnis.</p>	2
24	MB32051	Manajemen Logistik dan SCM	<p>Mata ajar ini membahas masalah-masalah utama yang berkaitan dengan perancangan dan manajemen rantai pasokan. Manajemen rantai pasokan (supply chain management) adalah himpunan pendekatan-pendekatan yang digunakan untuk melakukan integrasi secara efisien, pemasok, produsen,</p>	2

			gudang, dan toko agar barang dapat diproduksi dan didistribusikan ke lokasi yang tepat, dengan jumlah yang tepat dan pada saat yang tepat pula. Salah satu tujuan utama dari manajemen rantai pasokan adalah untuk meminimalkan total biaya rantai pasokan dengan tetap memenuhi berbagai pemenuhan pelayanan. Setelah mengikuti mata ajar ini mahasiswa diharapkan mampu mengilustrasikan konsep-konsep manajemen logistik dan rantai pasokan pada perusahaan manufaktur dan jasa, dapat memahami pentingnya manajemen rantai pasokan dalam operasional bisnis, menjelaskan prinsip-prinsip dasar dari manajemen rantai pasokan, dan mengetahui praktek-praktek manajemen rantai pasokan di dunia industri.	
25	MB31072	Lingkungan dan Segmentasi Pasar	Mata Kuliah Lingkungan dan Segmentasi Pasar membahas tentang Lingkungan usaha yang dibahas meliputi lingkungan industri, lingkungan mikro/makro, teknologi, sosial/budaya, regulasi/hukum, pendidikan, customer, competitor, supplier, dan politik. Lingkungan industri meliputi pembahasan tentang lingkungan external yang mempunyai keterkaitan erat dengan perusahaan. Di bidang hukum/regulasi pembahasan utama menyangkut hukum dan regulasi terkait dengan bisnis dan perkembangan regulasi yang ada kaitannya dengan dunia bisnis. Disamping itu mahasiswa mempelajari Proses Segmentasi dengan memanfaatkan basis segmentasi, penetapan Targeting, dan Positioning, mempelajari teknik pengumpulan data survei segmentasi pasar, serta analisis data untuk penetapan segmen pasar, dan Positioning. Teknik analisis data secara deskriptif, cluster, dan multidimensional scaling untuk penetapan kelompok-kelompok pasar dan positioning.	3
26	MB31143	Salesmanship (Penjualan digital)	Mata Kuliah Salesmanship ini mengungkapkan dan menjelaskan mengenai konsep yang berkaitan dengan kriteria seorang salesman atau tenaga penjual, tugas-tugas, dan langkah-langkahnya, mulai dari analisis lingkungan, riset pemasaran, memahami perilaku konsumen menggali kebutuhan pembeli, dan melakukan transaksi penjualan. Dalam Praktika Salesmanship menjelaskan dan	3

			mempraktekan mengenai konsep yang berkaitan dengan kriteria seorang salesman atau tenaga penjual, tugas-tugas, dan langkah-langkahnya, mulai dari analisis lingkungan, riset pemasaran, memahami perilaku konsumen, menggali kebutuhan pembeli, dan melakukan transaksi penjualan.	
27	PPI01022	Pendidikan Kewarganegaraan	Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan menganalisis masalah-masalah kontekstual seputar warga negara dan negara serta hubungan antar keduanya, mengembangkan sikap-sikap positif kewarganegaraan, dan membangun perilaku-perilaku kewarganegaraan yang mendukung terciptanya wawasan dan semangat kebangsaan (nasionalisme) dan bela negara (patriotisme), cinta tanah air, demokrasi, kesadaraan akan hukum dan hak asasi manusia, penghargaan terhadap keragaman dan berpartisipasi dalam membangun bangsa dan negara berdasarkan pancasila dan UUD 1945	2
28	MB34102	Inovasi dan Kreativitas	Mata kuliah ini adalah Mata kuliah Keahlian pilihan, bagi mahasiswa baru Prodi Psikologi Pendidikan (S2) SPs UPI,. Bobot mata kuliah ini 2 SKS Substansi mata kuliah ini adalah mengkaji konsep dasar kreativitas, konteks kreativitas, karakteristik anak kreatif, asesmen kreativitas , mengembangkan kreativitas. Mengembangkan kreativitas melalui pembelajaran.	2
29	MB32092	Desain Grafis Periklanan	Matakuliah ini memberikan pemahaman kepada mahasiswa dasar-dasar desain grafis dan komputer grafis serta mengaplikasikan dalam pembuatan berbagai aplikasi desain grafis dengan menggunakan berbagai software komputer grafis. Memahami dan mengerti teknik-teknik kemampuan untuk menggunakan komputer mengolah atau memanipulasi objek geometric, yang dipergunakan untuk model periklanan.	2
30	MB31194	Manajemen Pelayanan Pelanggan (Pemasaran Jasa)	Memberikan pengetahuan mengenai pelayanan prima (service excellent) yaitu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Mata kuliah ini secara garis besar berada	2

			pada tema hal mendasar, yaitu pelayanan yang diberikan dan kualitas produk atau jasa yang dijual. Mahasiswa mampu memahami konsep pelayanan bagi stakeholders termasuk pelanggan yang dapat dipraktekkan dalam keseharian.	
31	MB33204	SAP Fundamental	Matakuliah ini menjelaskan proses bisnis secara umum yang dilakukan dalam aplikasi enterprais SAP, mulai dari System Wide Concepts, Navigation, Procurement, Sales Order (penjualan), Material Management, Production Planning, Financial, Human Capital Management dan SAP Technology.	2
32	MB31214	Manajemen Periklanan	Mata kuliah ini mempelajari pentingnya IMC (Integrated Marketing Communication Komunikasi Pemasaran Terpadu) yang lebih difokuskan pada periklanan dan promosi penjualan. Mahasiswa akan mempelajari bagaimana menciptakan sebuah iklan dan Promosi penjualan suatu produk yang efektif dan efisien bagi perusahaan. Dalam mata kuliah ini, materi disajikan dalam bentuk teori beserta prakteknya.	3
33	MB31235	Manajemen Saluran dan Distribusi	Mata Kuliah ini menjelaskan bagaimana manfaat saluran pemasaran, menjelaskan konsep, dan menganalisis saluran pemasaran yang tepat bagi perusahaan, termasuk pengembangannya.	2
34	MB32275	E-Commerce	Matakuliah memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai praktik bisnis melalui E-Commerce. Kompetensi Mata Kuliah (Kompetensi Umum dan Kompetensi Khusus), dan pemanfaatan berbagai media sosial dalam pemasaran dan penjualan online.	2
35	MB33285	SAP Lanjutan	Matakuliah ini menjelaskan proses bisnis secara umum yang dilakukan dalam aplikasi enterprais SAP, mulai dari Course overview, Navigation, Enterprise Structures in Sales and Distribution, Overview of Sales Process, Master Data in Sales and Distribution, Sales and Distribution Process – Data Determination and Collective Processing, Availability Check, Make – to – Order, Complaints Processing , Analysis for Sales and Distribution	2

			Processes, Integrating SAP ECC and SAP CRM dan IMG Overview	
36	MB31305	Riset Pemasaran	Mata kuliah ini memberikan landasan teoritis bagi mahasiswa dalam melakukan riset pemasaran. Diawali dengan materi mengenai peran riset pemasaran dalam pengambilan keputusan manajemen, bagaimana menterjemahkan suatu permasalahan manajemen menjadi suatu pertanyaan penelitian dan hipotesis hingga bagaimana penyelesaian masalah dengan menggunakan langkah dan teknik riset pemasaran.	3
37	MB32315	Etika Profesi	Setelah menyelesaikan mata kuliah Etika Profesi, mahasiswa mampu menguasai teori dan menjelaskan serta mempraktekkan etika profesi sesuai dengan kode etik, profesionalisme kerja, pengembangan softskill, IQ, EQ dan SQ dengan baik.	2
38	MB31325	Praktek Seminar Manajemen Pemasaran	Mata kuliah ini menampilkan kemampuan praktik berpikir sintesis mahasiswa (individu/grup) atas teori dan ilmu manajemen pemasaran dalam menyiapkan bahan dan diskusi serta analisisnya bertopik/kasus manajemen pemasaran yang nyata terjadi dalam perusahaan yg eksisting, untuk dipraktikan dalam bentuk seminar (berdiskusi) suatu forum ilmiah, dimana para mhs berperan sebagai aktor/pelaku seminar (presenter/penyaji, penanggap (pendapat ahli), moderator, peserta, dan panitia (event organiser). Sekaligus disini juga diajarkan/dipraktikan untuk membuat pointers dan menjadi " <i>public speaking</i> " dan bagaimana melakukan " <i>blocking</i> " panggung dan membuat peserta seminar antusias dalam berdiskusi.	2
39	MB31183	Komunikasi Pemasaran Terpadu	Mata kuliah ini mempelajari konsep dasar komunikasi terpadu, proses, alat, dan strategi komunikasi pemasaran, serta keterampilan dalam mengaplikasikannya dalam perencanaan dan pengendalian kegiatan komunikasi pemasaran..	2
40	MB34335	Digital Marketing	Mata kuliah ini memberikan kemampuan kepada mahasiswa untuk memahami konsep dan praktik identifikasi potensi pemasaran melalui pemanfaatan aplikasi berbasis internet, pemasaran digital,	2

			aplikasi e-commerce, model bisnis e-commerce, teknologi terkait webstore, open cart, serta bagaimana memasarkan webstore maupun market place digital	
41	MB31346	Praktek Kerja Lapangan/Industri	<p>Mata kuliah ini mempersiapkan mahasiswa mengenal dunia industri sesungguhnya, memahami atmosphere pekerjaan, praktek komunikasi kerja dalam lingkungan pekerjaan, memahami teori yang diperoleh selama perkuliahan dikaitkan dengan praktek-praktek di dunia kerja sesungguhnya, dapat melaksanakan pekerjaan dengan berbagai situasi dan kondisi yang berbeda-beda.</p> <p>Mahasiswa dapat memahami permasalahan yang terjadi di dunia industri dan dapat memformulasikan ke dalam bentuk laporan praktek kerja (magang)</p> <p>Mahasiswa dapat menemukan topik-topik yang akan diangkat ke dalam Tugas Akhir.</p>	12
42	MB31356	Seminar Proposal TA	Mata kuliah ini mempersiapkan mahasiswa mampu menyusun Proposal Tugas Akhir (baik yang berupa penelitian ataupun perancangan) sesuai dengan panduan Tugas Akhir. Proposal Tugas akhir ini akan dilanjutkan untuk menyusun laporan Tugas Akhir.	2
43	MB31366	Tugas Akhir	<p>Mata kuliah ini mempersiapkan mahasiswa mampu menyusun :</p> <p>TA sesuai dengan Proposal yang diajukan sesuai dengan kaidah-kaidah karya ilmiah</p> <p>Dapat membedakan antara karya ilmiah dengan karya non ilmiah</p> <p>Dapat melakukan analisis data sesuai dengan metode statistik yang sesuai</p> <p>Dapat menerapkan teori sebagai dasar penyusunan Karya Ilmiah.</p>	6

1. RPS Mata Kuliah:

Berikut adalah contoh RPS mata kuliah inti Prodi DIII Manajemen Pemasaran, selebihnya terdapat pada dokumen lampiran:

		POLITEKNIK POS INDONESIA (POLTEKPOS)				RPS	
PROGRAM STUDI							
DIII MANAJEMEN PEMASARAN							
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER							
MATA KULIAH (MK)		KODE	Rumpun MK	BOBOT (SKS)		SEMESTER	Tgl
				Teori	Praktek		Penyusunan/Revisi
KOMUNIKASI BISNIS DAN NEGOSIASI		MB31224	Manajemen Pemasaran	1	1	4	
OTORISASI		Dosen Pengembang RPS		Koordinator MK		Ka Prodi	
		Dr. Suci Fika Widyana, S.E., M.M.		Dr. Suci Fika Widyana, S.E., M.M.		Suparno Saputra, S.E., M.M.	
Capaian Pembelajaran (CP)	CP-PRODI yang dibebankan pada MK			Mahasiswa :			
	CP 1	Mengidentifikasi model komunikasi pelanggan					
	CP 2	Melaksanakan komunikasi langsung dengan bahasa verbal dan non verbal					
	CP 3	Membuat topik pesan sebagai bahan presentasi penjualan					
	CP 4	Membuat pesan bisnis dengan konsep AIDA					
	CP 5	Membuat perencanaan iklan					
	CP 6	Membina hubungan baik dengan klien secara interpersonal					
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CP MK)			Mahasiswa :			
	CP MK 1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep komunikasi pemasaran terpadu, bauran komunikasi dan model komunikasi pemasaran					
	CP MK 2	Mahasiswa mampu menjelaskan Komunikasi efektif					
	CP MK 3	Mahasiswa mampu menjelaskan Komunikasi massa dan pribadi, menyebutkan jenis-jenis promosi yang termasuk dalam komunikasi massa dan komunikasi pribadi Mahasiswa mampu menjelaskan konsep <i>Direct Marketing</i> dan <i>sales promotion</i>					
	CP MK 4	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep <i>Direct Marketing</i> dan <i>Sales Promotion</i>					
	CP MK 5	Mahasiswa mampu merencanakan dan merancang proses pembuatan iklan. Mahasiswa mampu menjelaskan jenis-jenis media promosi, keunggulan dan kelemahannya (media cetak, media elektronik, internet, billboard, leaflet, poster					
		dll)					
	CP MK 6	Mahasiswa mampu menjabarkan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan publicity (kehumasan), menyebutkan produk-produk tertulis yang digunakan dalam kegiatan <i>Publicity</i>					
	CP MK 7	Mahasiswa mampu membuat konsep komunikasi pemasaran melalui kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan <i>sponsorship</i>					
	CP MK 8	Mahasiswa dapat menjelaskan <i>Green Marketing</i> , tujuan dan manfaat <i>Green Marketing</i> dan <i>Experiential Marketing</i> , atribut <i>Green Marketing</i> , alat-alat <i>Green Marketing</i> (<i>Eco-Labeling</i> , <i>Eco-Brand</i> dan iklan Peduli Lingkungan) serta menganalisis contoh-contoh perusahaan yang telah menerapkan <i>Green Marketing</i> dan <i>Experiential Marketing</i>					
	CP MK 9	Mahasiswa mampu memanfaatkan keunggulan dan kemajuan <i>E-Marketing</i> untuk mengembangkan pemasaran produk perusahaan dan proses bisnis. merancang dan mengelola komunikasi pemasaran melalui pemanfaatan keunggulan <i>Social Media Marketing</i>					
	CP MK 10	Mahasiswa mampu menjelaskan serta mampu membedakan <i>Transactional Marketing</i> dengan <i>Relationship Marketing</i>					
	CP MK 11	Mahasiswa mampu membuat konten iklan					
Peta Kompetensi MK							
Deskripsi Singkat MK		Deskripsi Mata Kuliah : Matakuliah ini membahas konsep, pola, saluran komunikasi bisnis, beserta hambatanannya. Serta tahapan penulisan pesan-pesan bisnis dan komunikasi di dalam organisasi, komunikasi antar budaya, keterampilan berbicara dalam bisnis. Manfaat Mata Kuliah : Setelah menyelesaikan mata kuliah komunikasi bisnis dan negosiasi pada program studi D III Manajemen Pemasaran, mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan kemampuan komunikasi baik lisan maupun tulisan dalam berbagai konteks situasi dengan merencanakan, memformulasikan, menyusun dan menerapkan strategi bisnis yang efektif.					
Bahan Kajian: Materi pembelajaran		Tuliskan materi / bahan kajian MK, secara rinci, dengan penulisan secara berurut 1. Gambaran Umum Negosiasi 2. Komunikasi Bisnis					

	3. Efektivitas Komunikasi Bisnis 4. Komunikasi dalam Organisasi 5. Pesan Bisnis 6. Saluran komunikasi bisnis 7. Membuat Surat Bisnis 8. <i>Lobby-ing</i> 9. <i>Negosiasi</i> 10. Mengatasi Situasi <i>Deadlock</i> 11. <i>Interpersonal Skill</i> 12. Strategi Pengambilan Keputusan dalam Negosiasi 13. Etika dan Sikap Negosiator 14. Tugas Besar Strategi dan Taktik Negosiasi
Pustaka	<p>Utama:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lewicky, Roy J, Bruce Berry, David M.Sanders, 2017, Essentials of Negotiation, McGrawHillIrwin, Boston, USA 2. Hariwijaya, 2017, Strategi Bernegosiasi: dilengkapi test Psikometrik, Oryza, Yogyakarta 3. Istijanto, 2017, Seni Menaklukkan Penjual dengan Negosiasi , Gramedia, Jakarta 4. Adler, Ronald E and Jeanne M.Elmhorst. 2016, Communicating at Work: Principles and Practices for Business and Professions, McGrawHill Co, USA <p>Pendukung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Suwatno. 2017. Komunikasi Pemasaran Kontekstual. Bandung. Simbiosis Rekatama Media 2. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 1.Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta:Erlangga
Dosen Pengampu	Dr. Suci Fika Widyana, S.E., M.M.
Matakuliah syarat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Pemasaran 2. Inovasi dan Kreatifitas 3. Komunikasi Pemasaran Terpadu

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (CP MK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, dan Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (Tatap Muka)	Daring (Online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep gambaran umum negosiasi, tujuan, jenis negosiasi, setra tipe negosiator	Ketepatan dalam menjelaskan konsep dasar-dasar negosiasi tujuan, jenis negosiasi, setra tipe negosiator	Kuliah & Praktek Presentasi Watching video negosiasi	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTEzMzI1ODg5/m/NDgyNTEzMzI1OTE2	Gambaran Umum Negosiasi 1,2,3,4 1,2	Tuliskan besarnya bobot untuk pencapaian CP MK 1
2	Mahasiswa mampu menjelaskan Komunikasi Bisnis	Ketepatan dalam menjelaskan komunikasi bisnis	Kuliah & Latihan komunikasi efektif	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTEzMzI1ODg5/m/NDgyNTEzMzI1OTE2	Komunikasi Bisnis 1,2,3,4 1,2	
3	Mahasiswa mampu menjelaskan efektivitas komunikasi bisnis	Ketepatan dalam menjelaskan efektivitas komunikasi	Kuliah & Study Kasus	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google	Efektivitas Komunikasi Bisnis	

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (CP MK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, dan Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (Tatap Muka)	Daring (Online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
		bisnis			classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTEzMz11ODg5/m/NDgyNTEzMz11OTE2	1,2,3,4 1,2	
4	Mahasiswa mampu menjelaskan gangguan komunikasi hambatan komunikasi dalam organisasi, cara mengelola komunikasi organisasi.	Ketepatan dalam menjelaskan konsep Komunikasi dalam Organisasi	Kuliah & video komunikasi Organisasi	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTEzMz11ODg5/m/NDgyNTEzMz11OTE2	Komunikasi dalam Organisasi 1,2,3,4 1,2	
5	Mahasiswa mampu menjelaskan tipe-tipe komunikasi, membuat, merencanakan, mengevaluasi pesan bisnis	Ketepatan dalam Merencanakan pesan bisnis	Kuliah & Latihan Soal	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTEzMz11ODg5/m/NDgyNTEzMz11OTE2	Pesan Bisnis 1,2,3,4 1,2	

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (CP MK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, dan Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (Tatap Muka)	Daring (Online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
					DgyNTEzMz11ODg5/m/NDgyNTEzMz11OTE2		
6	Mahasiswa mampu menjelaskan media dan saluran komunikasi bisnis	Ketepatan dalam menjelaskan saluran komunikasi bisnis	Kuliah & presentasi	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTEzMz11ODg5/m/NDgyNTEzMz11OTE2	Saluran komunikasi bisnis 1,2,3,4 1,2	
7	Mahasiswa mampu menjelaskan manfaat, hal-hal yang perlu diperhatikan dalam membuat Surat Bisnis, bagian-bagian surat, bentuk surat bisnis	Ketepatan dalam menjelaskan dan membuat surat bisnis	Kuliah Latihan membuat surat bisnis	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTEzMz11ODg5/m/NDgyNTEzMz11OTE2	Membuat Surat Bisnis 1,2,3,4 1,2	
8	UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)						

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (CP MK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, dan Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (Tatap Muka)	Daring (Online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
9	Mahasiswa dapat menjelaskan konsep <i>lobby</i> strategi melobby, performa non verbal dalam lobby	Ketepatan dalam menjelaskan konsep <i>lobby</i> strategi melobby, performa non verbal dalam lobby	Kuliah & Presentasi	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTEzMzI1ODg5/m/NDgyNTEzMzI1OTE2	<i>Lobby-ing</i> 1,2,3,4 1,2	
10	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep Negosiasi, ciri negosiasi formal non formal, langkah negosiasi, <i>flinch</i> , <i>Reluctant Seller Dan Reluctant Buyer</i>	Kemampuan/ketepatan menjelaskan konsep Negosiasi	Kuliah & Study Kasus	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTEzMzI1ODg5/m/NDgyNTEzMzI1OTE2	<i>Negosiasi</i> 1,2,3,4 1,2	
11	Mahasiswa mampu menjelaskan menjelaskan dan mengatasi situasi Deadlock	Ketepatan dalam menjelaskan dan mengatasi situasi Deadlock	Kuliah & <i>Roleplay Deadlock</i>	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan	Mengatasi Situasi Deadlock	

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (CP MK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, dan Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (Tatap Muka)	Daring (Online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
					vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTEzMzI1ODg5/m/NDgyNTEzMzI1OTE2	1,2,3,4 1,2	
12	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dan mengembangkan kemampuan <i>Interpersonal Skill</i>	Ketepatan dalam menjelaskan konsep <i>Interpersonal Skill</i> .	Kuliah & presentasi	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTEzMzI1ODg5/m/NDgyNTEzMzI1OTE2	<i>Interpersonal Skill</i> 1,2,3,4 1,2	
13	Mahasiswa mampu menjelaskan strategi pengambilan keputusan dalam negosiasi	Ketepatan dalam menjelaskan strategi pengambilan keputusan dalam negosiasi	Kuliah & diskusi kasus	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTEzMzI1ODg5/m/NDgyNTEzMzI1OTE2	Strategi Pengambilan Keputusan dalam Negosiasi 1,2,3,4 1,2	

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (CP MK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, dan Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (Tatap Muka)	Daring (Online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
					ODg5/m/NDgyNT EzMzl1OTE2		
14	Mahasiswa mampu menjelaskan pendekatan Etika, paham etika, dan Sikap Negosiator	Ketepatan dalam Menjelaskan Etika dan Sikap Negosiator	Kuliah	Ceramah dan diskusi.	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTZMzl1ODg5/m/NDgyNT EzMzl1OTE2	Etika dan Sikap Negosiator 1,2,3,4 1,2	
15	Mahasiswa mampu menjelaskan taktik negosiasi dan menganalisis strategi dalam negosiasi	Ketepatan dalam menjelaskan taktik negosiasi dan menganalisis strategi dalam negosiasi	Tugas besar Praktik	Presentasi & diskusi	Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id https://classroom.google.com/u/7/c/NDgyNTZMzl1ODg5/m/NDgyNT EzMzl1OTE2	Tugas Besar Strategi dan Taktik Negosiasi 1,2,3,4 1,2	
16	UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)						

Catatan sesuai dengan SN Dikti Permendikbud No 3/2020:

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. CPL yang dibebankan pada mata kuliah adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. CP Mata kuliah (CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. Indikator penilaian kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
5. Kriteria Penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
6. Teknik penilaian: tes dan non-tes.
7. Bentuk pembelajaran: Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
8. Metode Pembelajaran: *Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning*, dan metode lainnya yg setara.
9. Materi Pembelajaran adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
10. Bobot penilaian adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian CP MK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian CP MK tsb., dan totalnya 100%.
11. **TM**=Tatap Muka, **PT**=Penugasan Terstruktur, **BM**=Belajar Mandiri.

10. RENCANA IMPLEMENTASI HAK BELAJAR MAKSIMUM 3 SEMESTER DI LUAR PRODI

Hal ini merupakan implementasi kebijakan “Merdeka Belajar–Kampus Merdeka” yang dinyatakan dalam penetapan 1). Belajar di luar Prodi di PT yang sama, 2) Belajar di Prodi yang sama di luar PT, 3) Belajar di Prodi yang berbeda di luar PT, dan 4) Belajar di luar PT. Implementasi kebijakan kurikulum “merdeka belajar” – “kampus merdeka” mengikuti panduan yang ditetapkan oleh UPPS antara lain sebagai berikut:

1. Program Studi memfasilitasi bagi mahasiswa untuk mengambil SKS di luar ULBI paling lama 2 semester atau setara dengan 40 SKS, dan/atau mengambil SKS di program studi yang berbeda (dapat diambil/tidak) di ULBI sebanyak 1 semester atau setara dengan 20 SKS.

2. Mata kuliah yang bisa diambil dalam di luar prodi terdiri mata kuliah dasar umum ULBI.
3. Prodi diploma empat dapat menyelenggarakan sesuai dengan pola yang ditetapkan sebagaimana poin gambar 6.
4. Prodi diploma tiga minimal dapat memfasilitasi pengambilan SKS di luar ULBI sebesar 20 sks.
5. ULBI membuat dokumen kerja sama (MoU/SPK) dengan mitra berdasarkan usulan dari masing-masing Program Studi, untuk memfasilitasi SKS diluar prodi sebesar 40 sks.
6. ULBI menetapkan dalam surat keputusan untuk pengambilan sks di prodi berbeda.
7. Program Studi menyusun atau menyesuaikan kurikulum dengan model implementasi kampus merdeka
8. Mata kuliah wajib dapat di bagi menjadi mata kuliah ciri Prodi (daftar matakuliah) yang tidak boleh dimerdekakan dan mata kuliah merdeka belajar (20 sks) sebagai mata kuliah lintas prodi.
9. Kegiatan kampus merdeka terdiri dari kegiatan pertukaran pelajar, magang atau praktik kerja, asisten pengajar di satuan pendidikan, penelitian atau riset, proyek kemanusiaan, kegiatan kewirausahaan, studi/proyek indenpenden, membangun desa atau kuliah kerja nyata, kuliah kerja lapangan;

Tabel 1 Alokasi Kegiatan Kampus Merdeka

No	Uraian	Kegiatan Kampus Merdeka
1	Mengambil SKS di luar ULBI paling lama 2 semester atau setara dengan 40 SKS	Magang/Internship Penelitian/Riset Wirausaha Studi/proyek indenpenden Pertukaran Pelajar Mengajar di Sekolah/Asisten Laboratorium Proyek Desa Proyek Kemanusiaan
2	Mengambil SKS di program studi yang berbeda sebanyak 1 semester atau setara dengan 20 SKS.	ULBI (MKDU nasional dan MKDU ULBI) Luar ULBI

10. Program Studi memfasilitasi mahasiswa yang akan mengambil pembelajaran lintas prodi dalam Universitas Logistik dan Bisnis Internasional;
11. Program Studi menawarkan mata kuliah yang bisa diambil oleh mahasiswa di luar prodi dan luar Perguruan Tinggi beserta persyaratannya;
12. Program Studi melakukan ekuivalensi mata kuliah dengan kegiatan pembelajaran luar prodi dan luar Perguruan Tinggi;
13. Program Studi melakukan ekuivalensi mata kuliah yang diambil mahasiswa yang mengikuti belajar merdeka;

Tabel 7 Rekognisi SKS

No	Kegiatan Kampus Merdeka	Rekognisi Satuan Kredit Semester
1	Magang/Internship	1 (satu) satuan kredit semester (SKS) setara dengan 2.720 (dua ribu tujuh ratus dua puluh) menit magang di dunia kerja/industri.

2	Penelitian/Riset	1 (satu) satuan kredit semester (SKS) setara dengan 2.720 (dua ribu tujuh ratus dua puluh) menit kegiatan riset yang dilakukan oleh mahasiswa
3	Wirausaha	1 (satu) satuan kredit semester (SKS) setara dengan 2.720 (dua ribu tujuh ratus dua puluh) menit kegiatan mahasiswa dalam menjalankan proyek wirausahanya
4	Studi/proyek independen	1 (satu) satuan kredit semester (SKS) setara dengan 2.720 (dua ribu tujuh ratus dua puluh) menit kegiatan mahasiswa melakukan kegiatan proyek independennya
5	Pertukaran Pelajar	Dalam sistem transfer kredit penuh, penilaian diambil penuh dari tempat mahasiswa melakukan perkuliahan di luar kampusnya (<i>outbound</i>).
6	Mengajar di Sekolah/Asisten Laboratorium	1 (satu) satuan kredit semester (SKS) setara dengan 2.720 (dua ribu tujuh ratus dua puluh) menit kegiatan mahasiswa melakukan kegiatannya mengajar di sekolah.
7	Proyek Desa	1 (satu) satuan kredit semester (SKS) setara dengan 2.720 (dua ribu tujuh ratus dua puluh) menit kegiatan mahasiswa di proyek desa
8	Proyek Kemanusiaan	1 (satu) satuan kredit semester (SKS) setara dengan 2.720 (dua ribu tujuh ratus dua puluh) menit kegiatan mahasiswa melakukan kegiatan kemanusiaannya.

14. Apabila ada mata kuliah/SKS yang belum terpenuhi dari kegiatan pembelajaran luar prodi dan luar Perguruan Tinggi, maka disiapkan alternatif mata kuliah daring.

15. Setiap kegiatan kampus merdeka yang diambil oleh mahasiswa harus didampingi dosen pembimbing;

Mengingat program studi DIII hanya menempuh 3 (tiga) tahun waktu perkuliahan, dan belum ada aturan khusus implementasi kurikulum "merdeka belajar" – "kampus merdeka" dimaksud, maka dilakukan penyesuaian seperlunya. Berdasarkan hal ini maka implementasinya diwadahi ke dalam mata kuliah; praktek kerja lapangan/internship, penyusunan tugas akhir, proyek business plan, proyek marketing plan, serta memberikan kesempatan kepada mahasiswa mengambil mata kuliah tertentu yang setara di program studi lain di Universitas Logistik dan Bisnis Internasional.

11. MANAJEMEN DAN MEKANISME PELAKSANAAN KURIKULUM

Rencana pelaksanaan kurikulum dan perangkat Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) di perguruan tinggi masing-masing yang terkait dengan pelaksanaan kurikulum.

Pengendalian Proses Pembelajaran:

Pengawasan terhadap perkuliahan dilakukan secara periodik setiap semester, dimana fungsi pengawasan masing-masing kegiatan tersebut dilakukan oleh petugas dan pembina (jajaran struktural atau koordinator) terkait. Mekanismenya adalah sebagai berikut:

1) Penyusunan Silabus

- a) Pengawasan terhadap penyusunan silabi yang merujuk pada buku pedoman di institusi, dilakukan oleh ketua jurusan dengan dosen tim kurikulum yang ditunjuk serta pengarah (Direktur, Pembantu Direktur atau Pembina dari Luar institusi) untuk pengembangan kurikulum.
- b) Revisi silabi dilakukan oleh koordinator matakuliah yang ditunjuk dan dosen pengajar matakuliah serta berkoordinasi dengan ketua Program Studi.

2) Penyusunan SAP/AP

- a) Pengawasan terhadap penyusunan SAP/AP dilakukan oleh ketua jurusan dengan dosen yang ditunjuk.
- b) Revisi SAP/AP dilakukan oleh pengajar dan koordinator mata kuliah yang ditunjuk.
- c) Koordinasi kegiatan ini dilakukan melalui pertemuan dan media komunikasi.
- d) Implementasi dalam pengajaran dapat dilihat pada berita acara pengajaran yang diisi setiap kali mengajar.

3) Pembuatan Soal Ujian

- a) Pengawasan terhadap pembuatan soal ujian, dilakukan pertama kali melalui dosen pembuat yang diwajibkan mengerti dan merujuk pada pedoman pembuatan soal yang dimiliki institusi.
- b) Draft soal tersebut diserahkan kepada koordinator matakuliah yang ditunjuk secara langsung atau melalui Program Studi.
- c) Koordinator bertugas mencermati kelayakan, pembobotan, memberikan saran, melakukan pengeditan serta pemilihan soal yang dikeluarkan untuk ujian.
- d) Setelah dikoordinasikan dan sedapat mungkin disamakan bagi kelas paralel barulah soal tersebut diserahkan ke Ketua BAAK (melalui program studi) untuk diperbanyak dengan aman.

4) Penilaian Kemajuan Belajar Mahasiswa

- a) Pengawasan terhadap penilaian kemajuan belajar mahasiswa diantaranya dapat dilihat dari nilai tes/tugas harian, UTS, UAS dan kartu hasil studi (KHS).
- b) Nilai akhir (nilai mutu) sebagai komposisi dari pembobotan tes/tugas harian, UTS, UAS, mungkin juga persentase kehadiran dipetakan terhadap nilai mutu huruf (A, AB, B, BC, C, D,E) yang menggunakan pilihan apakah menggunakan patokan atau acuan distribusi Normal. Kedua nilai mutu ini juga ditunjukkan pada koordinator dan divalidasi (tanda tangan koordinator) sebagai tanda persetujuan. Selain itu secara khusus juga dipantau oleh wali kelas, tanpa menunggu hasil UTS, UAS berdasarkan informasi dari pengajar tentang mahasiswa 'bermasalah', untuk ditelusuri/dipanggil.
- c) KHS dibagikan di akhir semester (koordinasi dengan SIM Universitas Logistik dan Bisnis Internasional) dan diikuti dengan pemberian Surat Peringatan (SP Nilai) bagi mahasiswa yang mendapat IPK kurang dari 2, dalam hal ini yang bersangkutan beserta orangtua/wali diminta menghadap kepada Ketua Program Studi.

5) Proses Belajar Mengajar

- a) Pengawasan Belajar Mengajar (PBM) bagi Mahasiswa

- (1) Daftar hadir kuliah di kelas bagi mahasiswa
- (2) Surat Peringatan (SP1, SP2, SP3) diterbitkan (berkoordinasi dengan tim/unit SIM Poltek Pos Indonesia) untuk mahasiswa yang memiliki ketidakhadiran alpa (tidak masuk tanpa pemberitahuan) mencapai sejumlah jam tertentu yaitu 20-30 jam untuk SP1, 31 - 40 jam untuk SP2 dan alpa 41-60 jam untuk SP3 sebelum di dropout akibat ketidakhadiran. Mahasiswa yang mendapat SP1 harus menghadap wali kelas, mendapat SP2 menghadap Ketua Jurusan dan menerima SP3 menghadap Pembantu Direktur I.
- (3) SP ketidakdisiplinan bagi mahasiswa juga diberikan untuk pelanggaran disiplin yang berulang berdasarkan catatan (form pelanggaran) para tim piket kedisiplinan, diantaranya menggunakan pakaian tidak sesuai spesifikasi, merokok di wilayah terlarang dan lain lain. Konsekuensinya setiap mahasiswa yang pernah mendapat surat peringatan tidak berhak mendapat beasiswa.
- (4) Mahasiswa yang izin atau sakitnya melebihi 100 jam disarankan untuk cuti di semester yang bersangkutan (dapat dibaca lengkap dalam buku pedoman).
- (5) Khususnya PBM di laboratorium dosen dibantu asisten yang membantu juga dalam hal pengawasan di Lab.
 - b) Pengawasan Belajar Mengajar (PBM) bagi Dosen
 - (1) Daftar hadir kuliah di kelas bagi dosen.
 - (2) Dosen mendapat penilaian (kuesioner) oleh mahasiswa pada tiap akhir semester dan direkapitulasi, hasilnya diberikan sebagai feedback dan untuk yang terbaik diumumkan pada pertemuan semua pengajar di awal semester.
 - (3) Kehadiran dosen diminta 100% sehingga dosen wajib mengganti jika berhalangan atau hari libur Nasional.
 - (4) Penilaian terhadap kinerja dosen juga dilakukan oleh atasan secara periodik, diantaranya untuk usulan kenaikan gaji atau jabatan.
 - (5) Pembimbingan mahasiswa dilakukan sejak masuk sebagai mahasiswa baru (orientasi), melalui institusi, program studi (dosen-dosen , khususnya wali kelas), dan himpunan.
Pada prinsipnya semua dosen dapat membina mahasiswa di dalam atau di luar kelas (konsultasi pribadi), termasuk pencatatan pelanggaran kedisiplinan oleh dosen (Tim Disiplin) yang piket.

Kalender Akademik:

Setiap permulaan awal tahun akademik, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional menyusun kalender akademik untuk mengatur waktu kegiatan pembelajaran selama satu tahun akademik, mencakup permulaan tahun pelajaran, minggu efektif belajar, waktu pembelajaran efektif dan hari libur. Pengaturan waktu belajar mengajar di program studi Logistik Bisnis mengacu kepada standar isi dan disesuaikan dengan karakteristik program studi, kebutuhan peserta didik dan masyarakat, serta ketentuan dari pemerintah.

Presensi Mahasiswa:

Prosedur absensi mahasiswa bertujuan untuk menjelaskan proses rekapitulasi kehadiran mahasiswa dalam perkuliahan. Prosedur ini meliputi kegiatan rekapitulasi kehadiran mahasiswa dalam perkuliahan, yang dimulai dengan proses absensi mahasiswa oleh Dosen dan mahasiswa menggunakan aplikasi iteung sampai dengan pelaporan rekapitulasi kehadiran mahasiswa melalui iteung oleh BAAK.

Adapun prosedur absensi kehadiran mahasiswa adalah sebagai berikut :

- (1) Ketika perkuliahan akan dimulai, dosen membuka dengan aplikasi iteung, selanjutnya menerima email data mahasiswa.
- (2) Pada awal/akhir perkuliahan dosen membuka kelas dengan menggunakan aplikasi di iteung selanjutnya mahasiswa melakukan presensi sesuai kode yang diberikan oleh iteung.
- (3) Pada saat perkuliahan berakhir dosen menutup di aplikasi iteung, yang kemudian mahasiswa mengisi daftar kehadiran sesuai kode yang diberikan oleh iteung.
- (4) Setiap minggu Petugas administrasi BAAK merekap kehadiran mahasiswa.

Perhitungan Kompensasi Ketidakhadiran Mahasiswa:

Tata tertib kedisiplinan di lingkungan kampus diupayakan dapat terimplementasi sebagaimana mestinya termasuk tata tertib kehadiran, mahasiswa wajib hadir di kampus secara teratur dan tepat pada waktu sesuai dengan jadwal perkuliahan dimana mahasiswa yang terlambat lebih dari 10 menit dinyatakan Alpa

Adapun ketentuan yang berkaitan dengan ketidakhadiran mahasiswa ditetapkan sebagai berikut:

- 1) Tidak hadir hanya diijinkan dengan alasan sakit, dan atau keluarga (orang tua, saudara sekandung, nenek/kakek) meninggal dunia.
- 2) Ketidakhadiran satu hari atau lebih harus dengan permohonan Resmi yaitu mengajukan surat Permohonan Tidak Hadir Kuliah (contoh Formulir terlampir) yang ditandatangani oleh Mahasiswa Yang bersangkutan, Dosen Wali, Orang tua/Wali dan dilampiri dengan surat dokter jika tidak hadir karena sakit.
- 3) Surat keterangan ketidakhadiran harus diterima oleh Ka. BAAK paling lambat 5 hari sejak ketidakhadiran tersebut atau hari pertama pada saat masuk kuliah kembali.
- 4) Untuk ketidakhadiran paruh waktu (untuk keperluan yang tidak terduga/mendadak), mahasiswa harus mendapat ijin tertulis dari dosen pengajar yang bertalian

Sanksi Ketidakhadiran Mahasiswa:

- 1) Tidak hadir tanpa izin dan keterlambatan hadir akan dikenakan peringatan lisan, tertulis atau sanksi administratif akademik.
- 2) Waktu kehadiran dihitung berdasarkan tiap hari perkuliahan (terjadwal), yang datanya diisikan oleh petugas BAAK berdasarkan daftar hadir perkuliahan setiap harinya.
- 3) Peringatan tertulis secara berjenjang atau pemberhentian studi akan diberikan kepada mahasiswa sebagai berikut:
 - a) Tidak hadir tanpa izin sampai dengan 20 jam diberikan surat peringatan pertama oleh dosen wali.
 - b) Tidak hadir tanpa izin sampai dengan 30 jam diberikan surat peringatan kedua oleh Ketua Jurusan.
 - c) Tidak hadir tanpa izin sampai dengan 40 jam diberikan surat peringatan ketiga (panggilan) oleh Pembantu Direktur I.
 - d) Tidak hadir tanpa izin lebih dari 60 jam, diberhentikan/ dikeluarkan dari Politeknik dengan diterbitkan SK Direktur

- 4) Bagi mahasiswa yang telah mendapat sanksi surat peringatan akan berakibat:
 - a) Kehilangan hak untuk masuk kriteria fasilitas rekomendasi atau jaminan kerja yang ditawarkan oleh Institusi yang mempunyai ikatan kerjasama dengan Politeknik.
 - b) Kehilangan hak atau tidak bisa direkomendasikan untuk mendapatkan beasiswa yang dikeluarkan/disediakan Politeknik/YPBPI, maupun yang bersumber dari mitra kerja Politeknik yang memerlukan aspek legal formal dari Politeknik.
 - c) Kehilangan hak kemungkinan mendapatkan sebutan lulus dengan predikat cumlaude.
- 5) Empat kali tidak masuk kuliah tanpa keterangan (berurutan atau tidak) pada satu matakuliah dalam satu semester berjalan, secara langsung (otomatis) diberikan nilai E pada evaluasi akhir semester untuk matakuliah bersangkutan oleh dosen pengampunya

Batas Maksimum Tidak Masuk Kuliah:

- 1) Apabila jumlah ketidakhadiran kumulatif (izin, sakit, dan alpa) ≥ 100 jam dalam satu semester berjalan, maka mahasiswa diharuskan cuti akademik pada semester tersebut.
- 2) Untuk mahasiswa yang cuti akademik karena hal tersebut pada huruf a) di atas, maka uang kuliah yang sudah disetorkan tidak dapat diambil kembali.

Presensi Dosen:




Setiap karyawan (dosen dan staf) datang dan pulang kerja, harus melakukan absensi di mesin absensi. Jam kerja dosen dan karyawan ditetapkan dalam seminggu adalah 37.5 jam, dan bagi dosen yang melakukan studi lanjut ditetapkan 17.5 jam kerja. Pencatatan waktu hadir dan pulang dikaitkan dengan sistem renumerasi yang telah ditetapkan. Adapun ketentuan umum-nya adalah sebagai berikut:

1. Dosen yang mengajar lebih dari atau sama dengan 9 SKS dianggap telah memenuhi batas minimal kehadiran.
2. Dosen dengan tugas tambahan sebagai pejabat struktural wajib hadir setiap hari kerja. Kehadiran atau ketidakhadiran dosen mengajar dicatat oleh petugas perkuliahan dan dilakukan rekapitulasi setiap bulan. Rekapitulasi kehadiran dosen ditetapkan untuk monitoring atau memantau kehadiran dosen mengajar agar pelaksanaan proses pembelajaran dapat berjalan sesuai dengan jadwal yang sudah ditetapkan. Monitoring dosen adalah aktifitas yang mencakup mencatat, menghitung kehadiran/ketidakhadiran dosen dalam proses perkuliahan baik di kelas maupun di laboratorium. Jumlah kehadiran adalah jumlah jam mengajar setiap dosen dalam 1 hari yang diakumulasi dalam 1 minggu.

Ketentuan ketidakhadiran dosen:

1. Tugas Direktur/Ketua Program Studi: berarti dosen tidak hadir mengajar dikarenakan tugas dari Politeknik/Program Studi yang harus dilaksanakan dengan syarat ada surat tugas.
2. Izin: berarti dosen tidak hadir mengajar dikarenakan sakit, keperluan keluarga, tugas Direktur/Program Studi tanpa surat tugas.

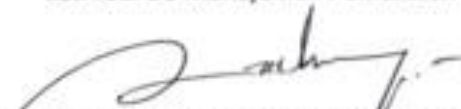
LAMPIRAN




 <small>Universitas Logistik & Bisnis Internasional</small>	UNIVERSITAS LOGISTIK & BISNIS INTERNASIONAL Jl. Sariasih No. 54 Sarijadi Bandung 40151, ☎ 022-2009562; 022-2009570			NOTULA RAPAT
Jenis Rapat: Rapat Prodi	Judul Rapat: Rapat Evaluasi Kurikulum Prodi Manajemen Pemasaran	Hari: Selasa Tanggal: 12 Desember 2023 Waktu: 09:00-12:00 WIB	Ruang: Prodi D3 MP Gedung Pendidikan Lt. 2	
AGENDA RAPAT				
1. Evaluasi Kurikulum Prodi D3 MP				
HASIL RAPAT				
1. Perlunya ada peninjauan kurikulum D3 MP yaitu kurikulum tahun 2023 MBKM 2. Perlunya ada penyesuaian matakuliah pada kurikulum MBKM tahun 2023 pada prodi D3 MP				
ACTION REQUIRED		PERSON IN CHARGE	DUE DATE	
1. Perlu dilakukan rapat kurikulum selanjutnya untuk memetakan perubahan kurikulum dan mata kuliah prodi D3 MP		Ka.Prodi	18 Desember 2023	
Pimpinan Rapat : Ketua Prodi D3 MP  <u>Dr. Rachmat Tri Yuli Yanto, SE.,MM.</u>		Notulis Rapat : Staf Prodi  <u>Lisna Herliani, A.Md.</u>		

DAFTAR HADIR RAPAT RUTIN PRODI
PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN BISNIS / MANAJEMEN PEMASARAN
TANGGAL 12 DESEMBER 2023
AGENDA: PEMBAHASAN KURIKULUM

No.	NAMA DOSEN	TANDA TANGAN
1	Dr. Rachmat Tri Yuli Yanto, SE., MM	
2	Dr. Suci Fika Widayani, SE., MM	
3	Gugum Gumilang Wirakanda, SE., MM	
4	Panggih Rahardjo, SE., MM	
5	Bheben Oscar, S. MB., MM	
6	Sigit Santosa, SE., MM	
7	Lisna Herliani, A.Md	

Ka.Prodi D3 Manajemen Pemasaran

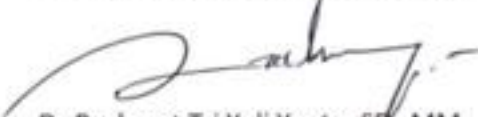

Dr. Rachmat Tri Yuli Yanto, SE., MM.

 <small>Universitas Logistik & Bisnis Internasional</small>	UNIVERSITAS LOGISTIK & BISNIS INTERNASIONAL Jl. Sariasih No. 54 Sarijadi Bandung 40151, ☎ 022-2009562; 022-2009570		NOTULA RAPAT
Jenis Rapat: Rapat Prodi	Judul Rapat: Rapat Evaluasi Kurikulum Prodi Manajemen Pemasaran	Hari: Selasa Tanggal: 18 Desember 2023 Waktu: 09:00-12:00 WIB	Ruang: Prodi D3 MP Gedung Pendidikan Lt. 2
AGENDA RAPAT			
2. Evaluasi Kurikulum Prodi D3 MP tahun 2023			
HASIL RAPAT			
3. Matakuliah yang rencana dilakukan perubahan yaitu bahasa inggris hanya dua semester saja yaitu semester 1 dan 2, dan beberapa matakuliah yang direncanakan untuk diganti yaitu: seminar proposal TA, entrepreneurship menjadi digital entrepreneurship, praktek seminar manajemen pemasaran, dan komunikasi pemasaran terpadu.			
ACTION REQUIRED		PERSON IN CHARGE	DUE DATE
2. Perlu dilakukan usulan workshop kurikulum kepada dekan sekolah vokasi dan penyesuaian perubahan visi, misi, tujuan prodi dengan statua universitas.		Ka.Prodi	
Pimpinan Rapat : Ketua Prodi D3 MP  <u>Dr. Rachmat Tri Yuli Yanto, SE.,MM.</u>		Notulis Rapat : Staf Prodi  <u>Lisna Herliani, A.Md.</u>	

**DAFTAR HADIR RAPAT RUTIN PRODI
PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN BISNIS / MANAJEMEN PEMASARAN
TANGGAL 18 DESEMBER 2023
AGENDA: PEMBAHASAN KURIKULUM**

No.	NAMA DOSEN	TANDA TANGAN
1	Dr. Rachmat Tri Yuli Yanto, SE., MM	
2	Dr. Suci Fika Widyani, SE., MM	
3	Gugum Gumilang Wirakanda, SE., MM	
4	Panggih Rahardjo, SE., MM	
5	Bheben Oscar, S. MB., MM	
6	Sigit Santosa, SE., MM	
7	Lisna Herliani, A.Md	

Ka.Prodi D3 Manajemen Pemasaran


Dr.Rachmat Tri Yuli Yanto, SE., MM.