



UNIVERSITAS SUMATERA UTARA (USU)
FAKULTAS VOKASI
Program Studi D4 Akuntansi Sektor Publik

**Kode
Dokumen
(Menyusul)**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tanggal Penyusunan
Manajemen Pemasaran Layanan Publik	ASP2107	Wajib Prodi	Teori = 0	Praktik = 2	3	Juli 2025
OTORISASI / PENGESAHAN	Dosen Pengembang RPS		Ka. Prodi D4 Akuntansi Sektor Publik		Ketua LINK-UP USU	
	Wina Nurfitriani, S.A.B., M.M.		Sambas Ade Kesuma. SE, M.Si, Ph.D, Ak, CA.		Prof. Dwi Suryanto, M.Sc.	

Capaian Pembelajaran	CPL-PRODI yang Dibebankan pada MK	
	CPL03	Mampu bekerja secara mandiri dan kolaboratif lintas disiplin, serta beradaptasi dengan perkembangan teknologi, regulasi, dan dinamika dunia kerja
	CPL04	Mampu mengkomunikasikan ide, argumen, dan laporan secara profesional melalui media lisan, tulisan, maupun digital kepada berbagai pemangku kepentingan.
	CPL08	Mampu menerapkan kompetensi akuntansi terapan secara profesional di sektor publik, BUMN/D, lembaga keuangan syariah, dan organisasi sosial termasuk dalam pengembangan wirausaha sosial.
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	CPMK 1	Mahasiswa dapat menjelaskan konsep dasar pemasaran, termasuk fungsi dan peran pemasaran dalam organisasi, serta bagaimana pemasaran beradaptasi dengan perubahan pasar.
	CPMK 2	Mahasiswa mampu melakukan analisis segmentasi untuk memahami kebutuhan dan preferensi masyarakat, serta merumuskan strategi targetting yang sesuai untuk layanan publik.
	CPMK 3	Mahasiswa dapat merancang strategi pemasaran yang relevan untuk layanan publik, termasuk pengembangan bauran pemasaran (7P) yang mencakup produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.
	CPMK 4	Mahasiswa memahami pentingnya pengalaman pelanggan dalam layanan publik dan dapat merancang strategi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui interaksi yang positif.
	CPMK 5	Mahasiswa mampu menggunakan metode dan alat untuk mengukur kinerja pemasaran layanan publik, termasuk pengumpulan umpan balik masyarakat dan analisis data untuk perbaikan berkelanjutan.
	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)	
	Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu memahami definisi dan elemen kunci dari manajemen pemasaran.
	Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi karakteristik unik layanan seperti intangible, inseparability, variability, dan perishability.
	Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu menggunakan teknik segmentasi untuk mengelompokkan masyarakat berdasarkan kebutuhan dan preferensi.
	Sub-CPMK4	Mahasiswa mampu menentukan segmen pasar yang paling cocok untuk layanan publik yang ditawarkan.
Sub-CPMK5	Mahasiswa mampu mengembangkan strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik untuk layanan publik.	

	Sub-CPMK6	Mahasiswa mampu mengidentifikasi cara untuk meningkatkan kesadaran merek layanan publik di kalangan masyarakat.											
	Sub-CPMK7	Mahasiswa mampu menganalisis dan merancang kampanye promosi yang sesuai untuk layanan publik.											
	Sub-CPMK8	Mahasiswa mampu mengembangkan strategi manajemen hubungan pelanggan untuk meningkatkan interaksi dan kepuasan.											
	Sub-CPMK9	Mahasiswa mampu menggunakan metode untuk mengevaluasi pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan publik.											
	Sub-CPMK10	Mahasiswa mampu mengembangkan alat dan teknik untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan yang diberikan.											
	Sub-CPMK11	Mahasiswa mampu menggunakan metrik dan indikator untuk menilai efektivitas strategi pemasaran layanan publik.											
	Sub-CPMK12	Mahasiswa mampu mengkaji dan merumuskan rekomendasi untuk inovasi dalam pengembangan layanan publik.											
Korelasi CPMK dengan Sub-CPMK		Sub-CPMK1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4	Sub-CPMK5	Sub-CPMK6	Sub-CPMK7	Sub-CPMK8	Sub-CPMK9	Sub-CPMK10	Sub-CPMK11	Sub-CPMK12
	CPMK 1	√	√										
	CPMK 2			√	√								
	CPMK 3					√	√	√					
	CPMK 4								√	√			
	CPMK 5										√	√	√
Deskripsi Singkat Mata Kuliah													
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep Dasar Pemasaran 2. Karakteristik Layanan 3. Segmentasi Pasar 4. Targeting Strategi 5. Bauran Pemasaran (7P) 6. Brand Awareness 7. Strategi Promosi 8. Manajemen Hubungan Pelanggan 9. Customer Experience 10. Mengukur Customer Experience 11. Evaluasi Kinerja Pemasaran 12. Inovasi dalam Layanan 13. Analisis Data untuk Pemasaran 												
Pustaka	Utama: <ol style="list-style-type: none"> 1. Buku Ajar: Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Alexander Chernev. Marketing Management, 16/E. Global Edition. 												
	Pendukung: Jurnal-jurnal yang terkait												
Dosen Pengampu	Wina Nurfitriani, S.A.B., M.M.												
Matakuliah Bersyarat	Tidak ada												

Minggu ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu]		Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria dan Teknik	Asinkronus (5)	Sinkronus (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Sub-CPMK1: Mahasiswa mampu memahami definisi dan elemen kunci dari manajemen pemasaran.	<ol style="list-style-type: none"> Definisi Manajemen Pemasaran Realitas Baru Pemasaran Peran Pemasaran dalam Organisasi Mengatur Departemen/Unit Pemasaran Membangun Organisasi 	Kriteria: Kuliah Teknik: Diskusi	KM [(1x(1x50 ”)] Kegiatan: <ol style="list-style-type: none"> Mengisi presensi. Mendownload dan membaca silabus (RPS), SAP, Kontrak perkuliahan, dan materi ajar Menjawab pertanyaan dalam ruang diskusi Metode Pembelajaran: Belajar Mandiri Penugasan Terstruktur [(1x(1x50 ”)] tambahkan) Moda (Learning Management System): elarning@usu.ac.id	PB[(1x(1x50”)] Kegiatan: <ol style="list-style-type: none"> Memahami kontrak perkuliahan Pembagian kelompok untuk pengerjaan proyek Membuat catatan dari pengajaran pada kelas perkuliahan Aktif pada saat sesi Tanya jawab Metode Pembelajaran: <ol style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi Media: Power Point Presentation (PPT) Zoom Meeting Diskusi: Layanan Publik di daerah	Pokok Bahasan: Kontrak Perkuliahan Pokok bahasan: Konsep Dasar Pemasaran Sub pokok bahasan: <ol style="list-style-type: none"> Definisi Manajemen Pemasaran Realitas Baru Pemasaran Peran Pemasaran dalam Organisasi Mengatur Departemen/Unit Pemasaran Membangun Organisasi 	Kuis 5 % Tugas 10 % UTS 15 % UAS 20 % Case Method Project Based Learning 25 % Total 100%
2	Sub-CPMK 2: Mahasiswa mampu mengidentifikasi karakteristik unik layanan seperti intangible, inseparability, variability, dan perishability.	<ol style="list-style-type: none"> Ciri Khas Layanan: Intangible, Inseparability, Variability, Perishability. Consumer Characteristics Consumer Psychology The Buying Decision Process 	Kriteria: Kuliah Teknik: Diskusi	KM [(1x(1x50 ”)] Kegiatan: <ol style="list-style-type: none"> Mengisi presensi. Mendownload dan membaca materi ajar Menjawab pertanyaan dalam ruang/kolom diskusi Metode Pembelajaran: Belajar Mandiri Penugasan Terstruktur [(1x(1x50 ”)]	PB [(1x(1x50 ”)] Kegiatan: <ol style="list-style-type: none"> Memahami kontrak perkuliahan Pembagian kelompok untuk pengerjaan proyek Membuat catatan dari pengajaran pada kelas perkuliahan Aktif pada saat sesi Tanya jawab 	Pokok bahasan: Karakteristik Layanan Sub-pokok bahasan: <ol style="list-style-type: none"> Ciri Khas Layanan: Intangible, Inseparability, Variability, Perishability. Consumer Characteristics Consumer Psychology The Buying Decision Process 	Kuis 5 % Tugas 10 % UTS 15 % UAS 20 % Case Method Project Based Learning 25 % Total 100%

				tambahkan) Moda (Learning Management System): elearning@usu.ac.id	Metode Pembelajaran: 1. Kuliah 2. Diskusi Media: Power Point Presentation (PPT) Youtube Zoom Meeting Diskusi: Analisis layanan publik		
3	Sub-CPMK 3: Mahasiswa mampu menggunakan teknik segmentasi untuk mengelompokkan masyarakat berdasarkan kebutuhan dan preferensi.	1. Identifikasi Target Konsumen 2. Strategi Targeting 3. Taktikal Targeting 4. Targeting Single-Segment dan Multi Segment 5. Segmenting Consumer Markets 6. Segmenting Business Markets	Kriteria: Diskusi Teknik: Diskusi	KM [(1x(1x50 ”)] Kegiatan: 1. Mengisi presensi. 2. Mendownload dan membaca materi ajar 3. Menjawab pertanyaan dalam ruang/kolom diskusi Metode Pembelajaran: Belajar Mandiri Penugasan Terstruktur [(1x(1x50 ”)] tambahkan) Moda (Learning Management System): elearning@usu.ac.id	PB [(1x(1x50 ”)] Kegiatan: 1. Memahami kontrak perkuliahan 2. Pembagian kelompok untuk pengerjaan proyek 3. Membuat catatan dari pengajaran pada kelas perkuliahan 4. Aktif pada saat sesi Tanya jawab Metode Pembelajaran: 1. Kuliah 2. Diskusi Media: Power Point Presentation (PPT) Youtube Zoom Meeting	Pokok bahasan Segmentasi Pasar Sub-pokok bahasan: 1. Identifikasi Target Konsumen 2. Strategi Targeting 3. Taktikal Targeting 4. Targeting Single-Segment dan Multi Segment 5. Segmenting Consumer Markets 6. Segmenting Business Markets	Kuis 5 % Tugas 10 % UTS 15 % UAS 20 % Case Method 25 % Project Based Learning 25 % Total 100%
4	Sub-CPMK 4: Mahasiswa mampu menentukan segmen pasar yang paling cocok untuk	1. Identifikasi Target Konsumen 2. Strategi Targeting 3. Taktikal Targeting	Kriteria: Ceramah Teknik: Case Method Praktik	KM [(1x(1x50 ”)] Kegiatan: 1. Mengisi presensi. 2. Mendownload dan membaca materi ajar	PB [(1x(1x50 ”)] Kegiatan: 1. Memahami kontrak perkuliahan 2. Pembagian kelompok untuk pengerjaan proyek	Pokok Bahasan: Targeting Strategi Sub-pokok bahasan: 1. Identifikasi Target Konsumen 2. Strategi Targeting	Kuis 5 % Tugas 10 % UTS 15 % UAS 20 % Case Method 25 %

	layanan publik yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 4. Targeting Single-Segment dan Multi Segment 5. Segmenting Consumer Markets 6. Segmenting Business Markets 		<ol style="list-style-type: none"> 3. <i>Menjawab pertanyaan dalam ruang/kolom diskusi</i> <p>Metode Pembelajaran: Belajar Mandiri</p> <p>Penugasan Terstruktur [(1x(1x50 ”)] tambahkan)</p> <p>Moda (Learning Management System): elearning@usu.ac.id</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. <i>Membuat catatan dari pengajaran pada kelas perkuliahan</i> 4. <i>Aktif pada saat sesi Tanya jawab</i> <p>Metode Pembelajaran: Kuliah Diskusi</p> <p>Media: <i>Power Point Presentation (PPT) Youtube Zoom Meeting</i></p> <p>Case Method: targeting pada layanan publik Kasus “Chase Bank”</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Taktikal Targeting 4. Targeting Single-Segment dan Multi Segment 5. Segmenting Consumer Markets 6. Segmenting Business Markets 7. 	<p>Project Based Learning</p> <p>Total 100%</p>
5	<p>Sub-CPMK 5:</p> <p>Mahasiswa mampu mengembangkan strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik untuk layanan publik.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan Produk: Proses Pengembangan Layanan, fitur, dan manfaat 2. Strategi Harga: Penentuan harga, strategi harga yang kompetitif 3. Distribusi: Saluran distribusi yang tepat untuk layanan 4. Promosi: Strategi komunikasi untuk mempromosikan layanan. 5. Orang, Proses, Bukti Fisik: Peran karyawan 	<p>Kriteria: Ceramah</p> <p>Teknik: Group Discussion</p>	<p>KM [(1x(1x50 ”)]</p> <p>Kegiatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Mengisi presensi.</i> 2. <i>Mendownload dan membaca materi ajar</i> 3. <i>Mengsubmit materi presentasi</i> <p>Metode Pembelajaran: Belajar Mandiri</p> <p>Penugasan Terstruktur [(1x(1x50 ”)] tambahkan)</p> <p>Moda (Learning Management System): elearning@usu.ac.id</p>	<p>PB [(1x(1x50 ”)]</p> <p>Kegiatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Memahami kontrak perkuliahan</i> 2. <i>Pembagian kelompok untuk pengerjaan proyek</i> 3. <i>Membuat catatan dari pengajaran pada kelas perkuliahan</i> 4. <i>Aktif pada saat sesi Tanya jawab</i> <p>Metode Pembelajaran:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kuliah 2. Diskusi <p>Media: <i>Power Point Presentation (PPT) Youtube Zoom Meeting</i></p>	<p>Pokok bahasan: Bauran Pemasaran</p> <p>Sub-pokok bahasan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan Produk: Proses Pengembangan Layanan, fitur, dan manfaat 2. Strategi Harga: Penentuan harga, strategi harga yang kompetitif 3. Distribusi: Saluran distribusi yang tepat untuk layanan 4. Promosi: Strategi komunikasi untuk mempromosikan layanan. 5. Orang, Proses, Bukti Fisik: Peran karyawan 	<p>Kuis 5 %</p> <p>Tugas 10 %</p> <p>UTS 15 %</p> <p>UAS 20 %</p> <p>Case Method 25 %</p> <p>Project Based Learning 25 %</p> <p>Total 100%</p>

					<i>Case Method: Group Discussion about marketing insight. The theme is "The 10 Deadly Marketing Sins" and how it relates to marketing in the public sector.</i>																
6	Sub-CPMK 6: Mahasiswa mampu mengidentifikasi cara untuk meningkatkan kesadaran merek layanan publik di kalangan masyarakat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep kesadaran merek 2. Pengertian brand awarness dan pentingnya layanan publik 3. Strategi membangun kesadaran merek 4. Teknik meningkatkan kesadaran merek 	<p>Kriteria: Diskusi dan Tanya Jawab</p> <p>Teknik: Presentasi Hasil Case Mehod</p>	<p>KM [(1x(1x50 ”)]</p> <p>Kegiatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengisi presensi. 2. Mendownload dan membaca materi ajar 3. Mengsubmit materi presentasi <p>Metode Pembelajaran: Belajar Mandiri</p> <p>Penugasan Terstruktur [(1x(1x50 ”)] tambahkan)</p> <p>Moda (Learning Management System): elearning@usu.ac.id</p>	<p>PB [(1x(1x50 ”)]</p> <p>Kegiatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami kontrak perkuliahan 2. Pembagian kelompok untuk pengerjaan proyek 3. Membuat catatan dari pengajaran pada kelas perkuliahan 4. Aktif pada saat sesi Tanya jawab <p>Metode Pembelajaran:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kuliah 2. Diskusi <p>Media: Power Point Presentation (PPT) Youtube Zoom Meeting</p>	<p>Pokok bahasan: Brand Awareness</p> <p>Sub-pokok bahasan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep kesadaran merek 2. Pengertian brand awarness dan pentingnya layanan publik 3. Strategi membangun kesadaran merek 4. Teknik meningkatkan kesadaran merek 	<table> <tr> <td>Kuis</td> <td>5 %</td> </tr> <tr> <td>Tugas</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>UTS</td> <td>15 %</td> </tr> <tr> <td>UAS</td> <td>20 %</td> </tr> <tr> <td>Case Method</td> <td>25 %</td> </tr> <tr> <td>Project Based Learning</td> <td>25 %</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>100%</td> </tr> </table>	Kuis	5 %	Tugas	10 %	UTS	15 %	UAS	20 %	Case Method	25 %	Project Based Learning	25 %	Total	100%
Kuis	5 %																				
Tugas	10 %																				
UTS	15 %																				
UAS	20 %																				
Case Method	25 %																				
Project Based Learning	25 %																				
Total	100%																				
7	Sub-CPMK 7: Mahasiswa mampu menganalisis dan merancang kampanye promosi yang sesuai untuk layanan publik.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis Promosi: promosi iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, iklan layanan publik 2. Strategi yang efektif dalam promosi 	<p>Kriteria: Ceramah</p> <p>Teknik: Diskusi Tugas</p>	<p>KM [(1x(1x50 ”)]</p> <p>Kegiatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengisi presensi. 2. Mendownload dan membaca materi ajar 3. Mengsubmit materi presentasi <p>Metode Pembelajaran: Belajar Mandiri</p> <p>Penugasan Terstruktur [(1x(1x50 ”)]</p>	<p>PB [(1x(1x50 ”)]</p> <p>Kegiatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami kontrak perkuliahan 2. Pembagian kelompok untuk pengerjaan proyek 3. Membuat catatan dari pengajaran pada kelas perkuliahan 4. Aktif pada saat sesi Tanya jawab 	<p>Pokok bahasan: Strategi Promosi</p> <p>Sub-pokok bahasan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis Promosi: promosi iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, iklan layanan publik 2. Strategi yang efektif dalam promosi layanan publik 	<table> <tr> <td>Kuis</td> <td>5 %</td> </tr> <tr> <td>Tugas</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>UTS</td> <td>15 %</td> </tr> <tr> <td>UAS</td> <td>20 %</td> </tr> <tr> <td>Case Method</td> <td>25 %</td> </tr> <tr> <td>Project Based Learning</td> <td>25 %</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>100%</td> </tr> </table>	Kuis	5 %	Tugas	10 %	UTS	15 %	UAS	20 %	Case Method	25 %	Project Based Learning	25 %	Total	100%
Kuis	5 %																				
Tugas	10 %																				
UTS	15 %																				
UAS	20 %																				
Case Method	25 %																				
Project Based Learning	25 %																				
Total	100%																				

		layanan publik		tambahkan) Moda (Learning Management System): elearning@usu.ac.id	Metode Pembelajaran: 3. Kuliah 4. Diskusi Media: <i>Power Point</i> <i>Presentation (PPT)</i> <i>Youtube</i> <i>Zoom Meeting</i> Tugas: menganalisis strategi promosi layanan publik		
8	Ujian Tengah Semester						
9	Sub-CPMK 8: Mahasiswa mampu mengembangkan strategi manajemen hubungan pelanggan untuk meningkatkan interaksi dan kepuasan.	1. Konsep CRM (<i>Customer Relationship Management</i>) 2. Definisi CRM 3. Pentingnya Customer Relationship Management. 4. Strategi CRM 5. Membangun hubungan baik dengan pelanggan	Kriteria: Diskusi dan Tugas Teknik: Praktik	KM [(1x(1x150 ”)] Kegiatan: <i>1. Mengisi presensi.</i> <i>2. Mendownload dan membaca materi ajar</i> <i>3. Mengsubmit materi presentasi</i> Metode Pembelajaran: Belajar Mandiri Penugasan Terstruktur [(1x(1x150 ”)] tambahkan) Moda (Learning Management System): elearning@usu.ac.id	PB [(1x(1x150 ”)] Kegiatan: <i>1. Memahami Memahami kontrak perkuliahan</i> <i>2. Pembagian kelompok untuk pengerjaan proyek</i> <i>3. Membuat catatan dari pengajaran pada kelas perkuliahan</i> <i>4. Aktif pada saat sesi Tanya jawab</i> Metode Pembelajaran: <i>Kuliah</i> <i>Simulasi negosiasi</i> <i>Diskusi</i> Media: <i>Power Point</i> <i>Presentation (PPT)</i> <i>Youtube</i> <i>Zoom Meeting</i> Praktik: Software spreadsheet sederhana	Pokok Bahasan : Manajemen Hubungan Pelanggan Sub-pokok bahasan: 1. Konsep CRM (Customer Relationship Management) 2. Definisi CRM 3. Pentingnya Customer Relationship Management. 4. Strategi CRM 5. Membangun hubungan baik dengan pelanggan	Kuis 5 % Tugas 10 % UTS 15 % UAS 20 % Case Method Project Based Learning 25 % Total 100%

					untuk memahami logika nilai kini bersih dari arus kas masa depan.		
10	Sub-CPMK 9: Mahasiswa mampu menggunakan metode untuk mengevaluasi pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan publik.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definisi Pengalaman Pelanggan 2. Bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan 3. Mengukur pengalaman pelanggan 4. Metode mengukur pengalaman pelanggan 5. Analisis hasil pengukuran pengalaman pelanggan 	Kriteria: Praktik kelompok Teknik: Project Based Learning	KM [(1x(1x150 ”))] Kegiatan: <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengisi presensi. 2. Mendownload dan membaca materi ajar 3. Mengsubmit materi presentasi Metode Pembelajaran: Belajar Mandiri Penugasan Terstruktur [(1x(1x150 ”)) tambahkan) Moda (Learning Management System): elearning@usu.ac.id	PB [(1x(1x150 ”))] Kegiatan: <ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami kontrak perkuliahan 2. Pembagian kelompok untuk pengerjaan proyek 3. Membuat catatan dari pengajaran pada kelas perkuliahan 4. Aktif pada saat sesi Tanya jawab Metode Pembelajaran: Kuliah Simulasi Diskusi Media: Power Point Presentation (PPT) Youtube Zoom Meeting Project Based Learning: Mahasiswa Melakukan analisis Pengalaman Pelanggan dengan metode pengukuran pengalaman pelanggan	Pokok bahasan: Mengukur Kepuasan Pelanggan Sub-Pokok Bahasa: <ol style="list-style-type: none"> 1. Definisi Pengalaman Pelanggan 2. Bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan 3. Mengukur pengalaman pelanggan 4. Metode mengukur pengalaman pelanggan 5. Analisis hasil pengukuran pengalaman pelanggan 	Kuis 5 % Tugas 10 % UTS 15 % UAS 20 % Case Method Project Based Learning 25 % Total 100%
11	Sub-CPMK 10: Mahasiswa mampu mengembangkan alat dan teknik untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan yang diberikan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengukuran Kepuasan pelanggan 2. Teknik dan alat pengukuran kepuasan pelanggan 3. cara mengumpulka 	Kriteria: Praktik kelompok Teknik: Project Based Learning	KM [(1x(1x150 ”))] Kegiatan: <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengisi presensi. 2. Mendownload dan membaca materi ajar 3. Mengsubmit materi presentasi Metode Pembelajaran: Belajar Mandiri	PB [(1x(1x150 ”))] Kegiatan: <ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami kontrak perkuliahan 2. Pembagian kelompok untuk pengerjaan proyek 3. Membuat catatan dari 	Pokok bahasan: Studi Kasus Pendekatan Pendapatan Sub-pokok bahasan: <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengukuran Kepuasan pelanggan 2. Teknik dan alat pengukuran kepuasan pelanggan 	Kuis 5 % Tugas 10 % UTS 15 % UAS 20 % Case Method Project Based Learning 25 % Total 100%

		<p>n umpan balik dari pelanggan</p> <p>4. analisis hasil dari umpan balik pelanggan</p>		<p>Penugasan Terstruktur [(1x(1x150 ”)) tambahkan)</p> <p>Moda (Learning Management System): elearning@usu.ac.id</p>	<p><i>pengajaran pada kelas perkuliahan</i></p> <p>4. <i>Aktif pada saat sesi Tanya jawab</i></p> <p>Metode Pembelajaran:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kuliah 2. Diskusi <p>Media: <i>Power Point Presentation (PPT) Youtube Zoom Meeting</i></p> <p>Project Based Learning: setelah mahasiswa Melakukan analisis Pengalaman Pelanggan dilanjutkan dengan pengukuran kepuasan pelanggan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. cara mengumpulkan umpan balik dari pelanggan 4. analisis hasil dari umpan balik pelanggan 															
12	<p>Sub CPMK 11:</p> <p>Mahasiswa mampu menggunakan metrik dan indikator untuk menilai efektivitas strategi pemasaran layanan publik.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metrik kinerja pemasaran untuk evaluasi kinerja pemasaran 2. Indikator kinerja pemasaran 3. Efektivitas strategi pemasaran 	<p>Kriteria: Tugas kelompok</p> <p>Teknik: Project Based Learning</p>	<p>KM [(1x(1x150 ”)) Kegiatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Mengisi presensi.</i> 2. <i>Mendownload dan membaca materi ajar</i> 3. <i>Mengsubmit materi presentasi</i> <p>Metode Pembelajaran: <i>Belajar Mandiri</i></p> <p>Penugasan Terstruktur [(1x(1x150 ”)) tambahkan)</p> <p>Moda (Learning Management System): elearning@usu.ac.id</p>	<p>PB [(1x(1x150 ”)) Kegiatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Memahami kontrak perkuliahan</i> 2. <i>Pembagian kelompok untuk pengerjaan proyek</i> 3. <i>Membuat catatan dari pengajaran pada kelas perkuliahan</i> 4. <i>Aktif pada saat sesi Tanya jawab</i> <p>Metode Pembelajaran: <i>Kuliah Diskusi</i></p> <p>Media: <i>Power Point Presentation (PPT) Youtube Zoom Meeting</i></p>	<p>Pokok bahasan: Evaluasi Kinerja Pemasaran</p> <p>Sub-pokok Bahasa</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Metrik kinerja pemasaran untuk evaluasi kinerja pemasaran 2. Indikator kinerja pemasaran 3. Efektivitas strategi pemasaran 	<table> <tr> <td>Kuis</td> <td>5 %</td> </tr> <tr> <td>Tugas</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>UTS</td> <td>15 %</td> </tr> <tr> <td>UAS</td> <td>20 %</td> </tr> <tr> <td>Case</td> <td>25 %</td> </tr> <tr> <td>Method Based Learning</td> <td>25 %</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>100%</td> </tr> </table>	Kuis	5 %	Tugas	10 %	UTS	15 %	UAS	20 %	Case	25 %	Method Based Learning	25 %	Total	100%
Kuis	5 %																				
Tugas	10 %																				
UTS	15 %																				
UAS	20 %																				
Case	25 %																				
Method Based Learning	25 %																				
Total	100%																				

					<p>Project Based Learning: setelah mahasiswa Melakukan analisis Pengalaman Pelanggan dan pengukuran kepuasan pelanggan, maka di lanjutkan dengan analisa evaluasi kinerja pemasaran.</p>																
13, 14, 15	<p>Sub CPMK 12: Mahasiswa mampu mengkaji dan merumuskan rekomendasi untuk inovasi dalam pengembangan layanan publik.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses inovasi, cara mengembangk an inovasi dalam layanan publik. 2. Rekomendasi untuk inovasi 3. Inovasi pemasaran dengan analisis pasar 	<p>Kriteria: Tugas kelompok</p> <p>Teknik: Project Based Learning</p>	<p>KM [(1x(1x150 ”)]</p> <p>Kegiatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengisi presensi. 2. Mendownload dan membaca materi ajar 3. Mengsubmit materi presentasi <p>Metode Pembelajaran: Belajar Mandiri</p> <p>Penugasan Terstruktur [(1x(1x150 ”)] tambahkan)</p> <p>Moda (Learning Management System): elearning@usu.ac.id</p>	<p>PB [(1x(1x150 ”)]</p> <p>Kegiatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami kontrak perkuliahan 2. Pembagian kelompok untuk pengerjaan proyek 3. Membuat catatan dari pengajaran pada kelas perkuliahan 4. Aktif pada saat sesi Tanya jawab <p>Metode Pembelajaran: Kuliah Diskusi</p> <p>Media: Power Point Presentation (PPT) Youtube Zoom Meeting</p> <p>Project Based Learning: Mahasiswa bekerja dalam kelompok untuk merancang kampanye pemasaran untuk layanan publik yang dipilih.</p>	<p>Pokok Bahasan : Inovasi dalam Layanan</p> <p>Sub-pokok bahasan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proses inovasi, cara mengembangkan inovasi dalam layanan publik. 2. Rekomendasi untuk inovasi 3. Inovasi pemasaran dengan analisis pasar 	<table> <tr> <td>Kuis</td> <td>5 %</td> </tr> <tr> <td>Tugas</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>UTS</td> <td>15 %</td> </tr> <tr> <td>UAS</td> <td>20 %</td> </tr> <tr> <td>Case Method</td> <td>25 %</td> </tr> <tr> <td>Project Based Learning</td> <td>25 %</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>100%</td> </tr> </table>	Kuis	5 %	Tugas	10 %	UTS	15 %	UAS	20 %	Case Method	25 %	Project Based Learning	25 %	Total	100%
Kuis	5 %																				
Tugas	10 %																				
UTS	15 %																				
UAS	20 %																				
Case Method	25 %																				
Project Based Learning	25 %																				
Total	100%																				

					<p>Langkah-langkah Proyek:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan layanan publik (misalnya, pendidikan, kesehatan, transportasi). 2. Riset pasar untuk mengumpulkan data tentang kebutuhan masyarakat. 3. Pengembangan bauran pemasaran (7P) yang sesuai. 4. Penyusunan rencana kampanye yang mencakup saluran komunikasi dan anggaran. 5. Presentasi hasil di depan kelas. 		
16	UJIAN AKHIR SEMESTER						

RUBRIK PENILAIAN

Rubrik Penilaian Presentasi

KATEGORI	4 Sangat Baik (>80)	3 Baik (70-79)	2 Cukup (60-69)	1 Kurang (≤59)	Nilai
Persiapan Kelompok	<p>Kelompok menyiapkan diri sepenuhnya dan melakukan latihan-latihan presentasi yang optimal.</p> <p>Saling mengisi antara anggota kelompok dengan tugas-tugas yang jelas untuk setiap anggota kelompok.</p>	<p>Kelompok tampak cukup siap tetapi mungkin memerlukan lebih banyak latihan presentasi.</p> <p>Tanggung jawab tiap anggota kelompok perlu diidentifikasi.</p>	<p>Kelompok melakukan upaya untuk menyiapkan diri tetapi tidak melakukan latihan persiapan presentasi.</p> <p>Tugas dan tanggung jawab ditetapkan dan diterima tanpa melalui pertimbangan matang.</p>	<p>Kelompok tampaknya tidak melakukan persiapan sama sekali untuk melakukan presentasi.</p> <p>Tugas dan tanggung jawab ditetapkan dan diterima secara acak.</p>	
Organisasi Presentasi	<p>Kelompok mempresentasikan isi dengan jelas, logis, dan sistematis, melalui pendahuluan, pokok pikiran utama, dan kesimpulan yang kohesif.</p> <p>Kelompok menggunakan alat bantu visual yang efektif menunjang dan memperkuat presentasi.</p>	<p>Kelompok mempresentasikan isi dengan logis dan sistematis, melalui pendahuluan, pokok pikiran utama dan kesimpulan.</p> <p>Kelompok menggunakan alat bantu visual yang menunjukkan adanya kaitan dengan isi presentasi.</p>	<p>Kelompok mempresentasikan isi dengan cukup logis dan sistematis, tetapi tidak mengandung pendahuluan, pokok pikiran utama, ataupun kesimpulan.</p> <p>Kelompok sesekali menggunakan alat bantu visual yang kurang menunjang isi presentasi.</p>	<p>Kelompok mempresentasikan isi secara acak tanpa adanya pendahuluan, pokok pikiran utama, ataupun kesimpulan.</p> <p>Kelompok menggunakan alat bantu visual yang tidak menunjang atau tanpa ada alat bantu visual sama sekali.</p>	
Ketercapaian Tugas	<p>Setiap anggota kelompok mampu mendemonstrasikan pengetahuan yang solid melalui paparan dan elaborasi masing-masing, dan menyampaikan bagian dari presentasi yang menjadi tugasnya sesuai alokasi waktu.</p>	<p>Setiap anggota kelompok mendemonstrasikan pengetahuan yang baik melalui paparan dan elaborasi masing-masing tetapi dalam waktu yang lebih pendek daripada alokasi waktu untuknya.</p>	<p>Setiap anggota kelompok mendemonstrasikan pengetahuan yang cukup tetapi gagal memberikan elaborasi, dan memaparkan bagiannya hanya dalam separuh alokasi waktu yang diberikan kepadanya.</p>	<p>Setiap anggota kelompok tidak memiliki pengetahuan atas isi dan memaparkan bagian masing-masing kurang dari separuh waktu yang dialokasikan kepadanya.</p>	
Penguasaan Isi Presentasi	<p>Setiap anggota kelompok memperlihatkan pemahaman penuh atas topik presentasi.</p> <p>Pokok-pokok pikiran utama yang dipaparkan didukung oleh bukti dan dievaluasi secara kritis.</p>	<p>Setiap anggota kelompok memperlihatkan pemahaman baik atas topik presentasi.</p> <p>Sebagian besar pokok pikiran utama diberi ilustrasi dengan bukti yang relevan.</p>	<p>Setiap anggota kelompok memperlihatkan pemahaman baik atas beberapa aspek dari topik.</p> <p>Beberapa ilustrasi diberikan, tetapi tidak dievaluasi secara kritis.</p>	<p>Setiap anggota kelompok tidak terlihat memahami topik presentasi dengan sangat baik.</p> <p>Beberapa bukti disebutkan, tetapi tidak diintegrasikan dalam presentasi atau dievaluasi.</p>	

Jawaban atas Pertanyaan	Kelompok mampu menjawab dengan tepat hampir keseluruhan pertanyaan yang diajukan audiens tentang topik presentasi mereka.	Kelompok mampu menjawab secara tepat Sebagian besar pertanyaan yang diajukan audiens tentang topik presentasi mereka.	Kelompok mampu menjawab secara tepat beberapa pertanyaan yang diajukan audiens tentang topik presentasi mereka.	Kelompok tidak mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan audiens tentang topik presentasi mereka dengan tepat.	
Kualitas Komunikasi	Interaksi kelompok dengan audiens menunjukkan minat dan penghormatan pada pendapat orang lain. Respon yang diberikan menunjang terjadinya komunikasi yang efektif.	Interaksi kelompok dengan audiens menunjukkan minat dan penghormatan pada pendapat orang lain. Respon pada umumnya menunjang terjadinya komunikasi yang efektif.	Beberapa bagian dari interaksi dalam diskusi menunjukkan minat dan penghormatan pada pendapat orang lain.	Interaksi dalam diskusi menunjukkan sikap tidak menghormati pendapat orang lain. Respon tidak menunjang terjadinya komunikasi yang efektif.	

Rubrik Penilaian Ujian Esai:

Kategori	4 Sangat Baik (>80)	3 Baik (70-79)	2 Cukup (60-69)	1 Kurang (≤59)	Nilai
Pemahaman terhadap Pertanyaan	Memahami pertanyaan dengan tepat sekali	Memahami pertanyaan	Tidak memahami pertanyaan secara penuh dan tepat	Tidak memahami pertanyaan	
Isi	Jawaban menunjukkan pemahaman yang mendalam terhadap materi yang ditanyakan serta peserta mengintegrasikan informasi yang telah dipelajari dan/atau ditugaskan untuk dibaca selama perkuliahan dengan baik dan tepat	Jawaban menunjukkan pemahaman terhadap materi yang ditanyakan serta mengintegrasikan sebagian informasi yang telah dipelajari dan/atau ditugaskan untuk dibaca selama perkuliahan.	Jawaban menunjukkan kekurangpahaman terhadap materi yang ditanyakan dan hanya mengintegrasikan sebagian kecil informasi yang telah dipelajari dan/atau ditugaskan untuk dibaca selama perkuliahan.	Jawaban menunjukkan ketidakpahaman terhadap materi yang ditanyakan sehingga tidak jelas serta tidak mengintegrasikan informasi yang telah dipelajari dan/atau ditugaskan untuk dibaca selama perkuliahan.	
Kejelasan Tulisan	Semua gagasan tulisan disampaikan dengan baik dan jelas.	Sebagian besar gagasan tulisan disampaikan dengan baik dan jelas.	Sebagian gagasan tulisan disampaikan dengan baik dan jelas.	Gagasan tulisan tidak disampaikan dengan baik dan jelas.	
Kejelasan Bahasa	Menggunakan Bahasa asing /Indonesia dengan baik dan benar sedikit kesalahan tatabahasa dan pilihan kata yang tidak mengganggu pemahaman	Menggunakan Bahasa asing /Indonesia dengan baik dan benar dengan sedikit kesalahan tatabahasa dan pilihan kata yang mengganggu pemahaman.	Menggunakan Bahasa asing /Indonesia dengan cukup baik dan benar dengan beberapa kesalahan tatabahasa dan pilihan kata	Tidak menggunakan Bahasa asing/Indonesia dengan baik dan benar karena tulisan memuat banyak kesalahan tatabahasa dan pilihan kata	

Rubrik Penilaian Rekan Sejawat

Nama rekan yang dievaluasi :

Judul ulasan :

Kriteria Evaluasi	4 Sangat Baik (>80)	3 Baik (70-79)	2 Cukup (60-69)	1 Kurang (≤59)	Nilai
Fokus ulasan	Ada satu topik yang jelas dan terfokus dengan baik. Gagasan utama menonjol dan didukung penuh oleh sejumlah informasi dan contoh dari buku/karya sastra yang diulas.	Ada satu topik yang jelas dan terfokus dengan baik. Gagasan utama menonjol dan cukup didukung oleh beberapa informasi dan contoh dari buku/karya sastra yang diulas.	Ada topik yang dibahas tapi tidak terlalu jelas. Informasi pendukung bersifat umum dan/atau memerlukan informasi dan contoh buku/karya sastra yang diulas.	Tidak ada topik utama dan hanya ada sedikit detail dan contoh. Ada kumpulan informasi yang tidak disusun dengan terstruktur (acak).	
Struktur ulasan	Struktur ulasan logis dan koheren. Rincian ditempatkan dalam urutan logis dan disajikan dengan efektif untuk memudahkan pembaca memahami isi ulasan.	Struktur ulasan mengikuti pola yang logis dan koheren. Rincian ditempatkan dalam urutan logis dan disajikan secara memadai dan memudahkan pembaca memahami isi ulasan.	Struktur ulasan tidak selalu mengikuti pola yang logis dan koheren. Beberapa detail tidak dalam urutan logis atau urutan yang diharapkan, dan ini tidak memudahkan pembaca memahami isi ulasan.	Struktur ulasan tidak mengikuti pola yang logis dan koheren. Banyak detail tidak dalam urutan logis atau yang diharapkan. Sulit dipahami.	

Bobot Penilaian :

Kuis	5 %
Tugas	10 %
UTS	15 %
UAS	20 %
Case Method	25 %
Project Based Learning	25 %
Total	100%