

BERKAS PENYUSUNAN RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)



Mata Kuliah	:	PEMASARAN JASA
Kode Mata Kuliah	:	DMH2E3
SKS	:	3
Semester	:	3
Tahun Akademik	:	2018/2019

		RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN FAKULTAS ILMU TERAPAN				
MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (SKS)		SEMESTER	Direvisi
PEMASARAN JASA	DMH2E3	MANAJEMEN	T=2	P=1	3	Agustus 2019
OTORISASI	Pengembang RPS		Ketua Kelompok Keahlian		Ketua Program Studi	
	Widya Sastika, ST., MM.		Rahmat Hidayat, SE., MM.		Ati Mustikasari, SE., MM.	
Capaian Pembelajaran (CP)	CP-MK	<p>Setelah mengikuti mata kuliah ini diharapkan mahasiswa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menguasai pengetahuan tentang pasar dan Manajemen Pemasaran pada industri barang dan jasa, dalam lingkup lokal maupun global. 2. Mampu menyelesaikan pekerjaan berlingkup luas dengan beragam metode yang sesuai, baik yang belum maupun yang sudah baku, dan menunjukkan kinerja bermutu dan terukur dalam bidang Manajemen Pemasaran. 3. Mampu memecahkan masalah pekerjaan dengan sifat dan konteks yang sesuai dengan bidang Manajemen Pemasaran, yang didasarkan pada pemikiran logis, inovatif, dan bertanggung jawab atas hasilnya secara mandiri. 4. Mampu melaksanakan kegiatan pelayanan prima dalam industri barang dan jasa secara langsung maupun melalui media Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). 5. Mampu melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran yang terintegrasi, dengan memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). 6. Mampu melaksanakan riset pasar yang berguna untuk menunjang efektivitas dan efisiensi manajemen pemasaran perusahaan, maupun untuk mengidentifikasi peluang bisnis sehingga dapat mengelola usaha dengan mandiri. 7. Mampu melaksanakan presentasi dan negosiasi penjualan yang memiliki daya tarik bagi konsumen, dan mampu mengidentifikasi kendala, menginspeksi serta memberikan umpan balik sehingga target penjualan bisa tercapai. 				

	Sub-CP-MK	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa memahami konsep jasa dan pemasaran jasa, meliputi: <ol style="list-style-type: none"> a. Perspektif-perspektif baru pemasaran dalam ekonomi jasa b. Perilaku konsumen dalam konteks jasa c. Positioning jasa di dalam pasar yang kompetitif 2. Mahasiswa memahami konsep strategi pemasaran jasa, meliputi: <ol style="list-style-type: none"> a. Mengembangkan produk jasa : elemen-elemen inti dan tambahan b. Pendistribusian layanan melalui saluran fisik dan elektronik serta penetapan harga c. Mempromosikan layanan dan mengedukasi pelanggan d. Strategi sumber daya manusia dalam pemasaran jasa, merancang dan mengelola proses jasa e. Merancang lingkungan layanan 3. Mahasiswa memahami manajemen kualitas jasa, meliputi: <ol style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan kualitas, produktivitas pelayanan dan kepuasan pelanggan b. Mengelola hubungan dan membangun loyalitas 4. Mahasiswa memahami aplikasi ICT dalam pemasaran jasa, meliputi: <ol style="list-style-type: none"> a. Perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa dan e-servqual b. Membuat video promosi perusahaan jasa atau pariwisata
Diskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membahas materi mengenai konsep jasa dan pemasaran jasa, strategi dalam pemasaran jasa, Manajemen Kualitas Jasa, Aplikasi ICT dalam Pemasaran Jasa.	
Pustaka	Utama :	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner and Dwayne D Gremler, (2013), Service Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm, Sixth Edition, Mc. Graw Hill 2. Lovelock, Christopher and Lauren Wright, (2010), Service Marketing: People, Technology and Strategy, 7th Edition, World Scientific Publishing Co. Inc 3. Wright, Lauren and Christopher Lovelock, (2016), Service Marketing: People, Technology and Strategy, 8th Edition, World Scientific Publishing Co. Inc

		4. Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry, (2010). Pemasaran Jasa “Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia”, Edisi Ketujuh, ErlanggaJ.				
		Pendukung :				
		1. Douglas, Hoffman K and John E. G. Bateson, (2015), Service Marketing: Concepts, Strategies and Cases, 5th Edition, Cengage Learning 2. Lupiyoadi, Rambat, (2013), Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Salemba Empat 3. Tjiptono, Fandy, (2014), Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Edisi Pertama, ANDIOFFSET				
Media Pembelajaran		Software :		Hardware :		
		-		Laptop, Projector, Layar, Papan Tulis		
Team Teaching		WST, SRD				
Matakuliah Syarat		Manajemen Pemasaran (DMH1A4)				
Mg Ke-	Kemampuan Akhir Sesuai tahapan belajar (Sub-CP-MK)	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Asesmen		
				Indikator	Bentuk	Bobot (%)
Mahasiswa memahami konsep jasa dan pemasaran jasa, meliputi: a. Perspektif-perspektif baru pemasaran dalam ekonomi jasa b. Perilaku konsumen dalam konteks jasa c. Positioning jasa di dalam pasar yang kompetitif						
1	Mahasiswa mampu memahami dan mengerti perspektif-perspektif baru pemasaran dalam ekonomi jasa	Perspektif-perspektif baru pemasaran dalam ekonomi jasa: 1. Mengapa kita mempelajari jasa? 2. Industri utama dalam sektor jasa 3. Kekuatan besar dalam mentransformasi pasar jasa 4. Apakah jasa itu? 5. Empat kategori jasa 6. Tantangan pemasaran jasa	1. Menyimak, mengkaji dan mendiskusikan tentang perspektif-perspektif baru pemasaran dalam ekonomi jasa. Estimasi waktu: 100 menit 2. Praktikum: Pengerjaan Modul	Ketepatan dalam menjelaskan: 1. Mengapa kita mempelajari jasa? 2. Industri utama dalam sektor jasa 3. Kekuatan besar dalam mentransformasi pasar jasa 4. Apakah jasa itu? 5. Empat kategori jasa	1. Pengerjaan modul praktikum 2. Presentasi	5%

		7. Bauran Pemasaran yang diterapkan di sektor jasa	Estimasi waktu: 120 menit	6. Tantangan pemasaran jasa 7. Bauran Pemasaran yang diterapkan di sektor jasa		
2	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang perilaku konsumen dalam konteks jasa	Perilaku konsumen dalam konteks jasa: 1. Model tiga tahap mengenai konsumsi jasa 2. Tahap Prapembelian 3. Tahap Pelayanan 4. Tahap Pascapelayanan	1. Menyimak, mengkaji dan mendiskusikan tentang perilaku konsumen dalam konteks jasa. Estimasi waktu: 100 menit 2. Praktikum: Pengerjaan Modul Estimasi waktu: 120 menit	Ketepatan dalam menjelaskan: 1. Model tiga tahap mengenai konsumsi jasa 2. Tahap Prapembelian 3. Tahap Pelayanan 4. Tahap Pascapelayanan	1. Pengerjaan modul praktikum 2. Presentasi	
3	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan mengenai positioning jasa di dalam pasar yang kompetitif	Positioning jasa di dalam pasar yang kompetitif: 1. Memposisikan jasa secara efektif 2. Raih keunggulan kompetitif melalui fokus 3. Segmentasi pasar membentuk dasar dari strategi fokus 4. Atribut dan tingkat jasa 5. Positioning membedakan sebuah merek pesaing 6. Mengembangkan strategi positioning yang efektif 7. Peta Positioning 8. Mengubah positioning kompetitif	1. Menyimak, mengkaji dan mendiskusikan tentang positioning jasa di dalam pasar yang kompetitif. Estimasi waktu: 100 menit 2. Praktikum: Pengerjaan Modul Estimasi waktu: 120 menit	Ketepatan dalam menjelaskan: 1. Memposisikan jasa secara efektif 2. Raih keunggulan kompetitif melalui fokus 3. Segmentasi pasar membentuk dasar dari strategi fokus 4. Atribut dan tingkat jasa 5. Positioning membedakan sebuah merek pesaing 6. Mengembangkan strategi positioning yang efektif 7. Peta Positioning 8. Mengubah positioning kompetitif	1. Pengerjaan modul praktikum 2. Presentasi	
4	ASESMEN 1					20%

Mahasiswa memahami konsep strategi pemasaran jasa, meliputi:

- a. Mengembangkan produk jasa : elemen-elemen inti dan tambahan
- b. Pendistribusian layanan melalui saluran fisik dan elektronik serta penetapan harga
- c. Mempromosikan layanan dan mengedukasi pelanggan
- d. Strategi sumber daya manusia dalam pemasaran jasa, merancang dan mengelola proses jasa

e. Merancang lingkungan layanan						
5	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan cara mengembangkan produk jasa: elemen-elemen inti dan tambahan	Mengembangkan produk jasa : elemen-elemen inti dan tambahan: 1. Merencanakan dan menciptakan produk layanan 2. The Flower of Service 3. Branding Produk dan Pengalaman Jasa 4. Pengembangan Layanan Baru	1. Menyimak, mengkaji dan mendiskusikan tentang mengembangkan produk jasa : elemen-elemen inti dan tambahan. Estimasi waktu: 100 menit 2. Praktikum: Pengerjaan Modul Estimasi waktu: 120 menit	Ketepatan dalam menjelaskan: 1. Merencanakan dan menciptakan produk layanan 2. The Flower of Service 3. Branding Produk dan Pengalaman Jasa 4. Pengembangan Layanan Baru	1. Pengerjaan modul praktikum 2. Presentasi	5%
6	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang pendistribusian layanan melalui saluran fisik dan elektronik serta penetapan harga.	Pendistribusian layanan melalui saluran fisik dan elektronik serta penetapan harga: 1. Menentukan jenis kontak 2. Keputusan tempat dan waktu 3. Menghantarkan layanan di dunia maya 4. Peran Perantara 5. Tantangan Distribusi dalam pasar domestic yang besar 6. Mendistribusikan layanan ke mancanegara 7. Penetapan harga yang efektif 8. Strategi penetapan harga didasarkan pada Tiga Fondasi 9. Manajemen Pendapatan 10. Persoalan etika dalam penetapan harga jasa	1. Menyimak, mengkaji dan mendiskusikan tentang pendistribusian layanan melalui saluran fisik dan elektronik serta penetapan harga. Estimasi waktu: 100 menit 2. Praktikum: Pengerjaan Modul Estimasi waktu: 120 menit	Ketepatan dalam menjelaskan: 1. Menentukan jenis kontak 2. Keputusan tempat dan waktu 3. Menghantarkan layanan di dunia maya 4. Peran Perantara 5. Tantangan Distribusi dalam pasar domestic yang besar 6. Mendistribusikan layanan ke mancanegara 7. Penetapan harga yang efektif 8. Strategi penetapan harga didasarkan pada Tiga Fondasi 9. Manajemen Pendapatan 10. Persoalan etika dalam penetapan harga jasa	1. Pengerjaan modul praktikum 2. Presentasi	
7	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang mempromosikan layanan	Mempromosikan layanan dan mengedukasi pelanggan: 1. Peran Komunikasi Pemasaran	1. Menyimak, mengkaji dan mendiskusikan tentang mempromosikan layanan	Ketepatan dalam menjelaskan: 1. Peran Komunikasi Pemasaran	1. Pengerjaan modul praktikum 2. Presentasi	5%

	dan mengedukasi pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> Tantangan dalam Komunikasi Jasa Perencanaan Komunikasi Pemasaran Bauran Komunikasi Pemasaran Langkah Pengembangan promosi dan komunikasi yang efektif Mengintergrasikan Komunikasi Pemasaran 	<p>dan mengedukasi pelanggan. Estimasi waktu: 100 menit</p> <ol style="list-style-type: none"> Praktikum: Pengerjaan Modul Estimasi waktu: 120 menit 	<ol style="list-style-type: none"> Tantangan dalam Komunikasi Jasa Perencanaan Komunikasi Pemasaran Bauran Komunikasi Pemasaran Langkah Pengembangan promosi dan komunikasi yang efektif Mengintergrasikan Komunikasi Pemasaran 		
8	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang strategi sumber daya manusia dalam pemasaran jasa, merancang dan mengelola proses jasa	<p>Strategi sumber daya manusia dalam pemasaran jasa, merancang dan mengelola proses jasa:</p> <ol style="list-style-type: none"> Peran SDM dalam perusahaan Jasa Pengelolaan SDM dalam perusahaan Jasa Membangun Layanan Pelanggan Proses MSDM dalam Operasi Jasa Menyusun Diagram Alir Proses Layanan (Flowchart) Cetak Biru Layanan Perancangan Ulang Proses Jasa 	<ol style="list-style-type: none"> Menyimak, mengkaji dan mendiskusikan tentang strategi sumber daya manusia dalam pemasaran jasa, merancang dan mengelola proses jasa. Estimasi waktu: 100 menit Praktikum: Pengerjaan Modul Estimasi waktu: 120 menit 	<p>Ketepatan dalam menjelaskan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Peran SDM dalam perusahaan Jasa Pengelolaan SDM dalam perusahaan Jasa Membangun Layanan Pelanggan Proses MSDM dalam Operasi Jasa Menyusun Diagram Alir Proses Layanan (Flowchart) Cetak Biru Layanan Perancangan Ulang Proses Jasa 	<ol style="list-style-type: none"> Pengerjaan modul praktikum Presentasi 	
9	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang merancang lingkungan layanan	<p>Merancang lingkungan layanan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Tujuan dari lingkungan layanan Respon pelanggan terhadap lingkungan layanan Dimensi-dimensi lingkungan layanan 	<ol style="list-style-type: none"> Menyimak, mengkaji dan mendiskusikan tentang merancang lingkungan layanan. Estimasi waktu: 100 menit Praktikum: Pengerjaan Modul Estimasi waktu: 120 menit 	<p>Ketepatan dalam menjelaskan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Tujuan dari lingkungan layanan Respon pelanggan terhadap lingkungan layanan Dimensi-dimensi lingkungan layanan 	<ol style="list-style-type: none"> Pengerjaan modul praktikum Presentasi 	
10	ASESMEN 2					20%

Mahasiswa memahami manajemen kualitas jasa, meliputi:						
a. Meningkatkan kualitas, produktivitas pelayanan dan kepuasan pelanggan b. Mengelola hubungan dan membangun loyalitas						
11	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang meningkatkan kualitas, produktivitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	Meningkatkan kualitas, produktivitas pelayanan dan kepuasan pelanggan: 1. Mengintegrasikan strategi kualitas dan produktivitas pelayanan 2. Kualitas pelayanan 3. Mengidentifikasi dan memperbaiki permasalahan kualitas layanan 4. Mengukur dan meningkatkan kualitas pelayanan 5. Umpan balik pelanggan 6. Alat untuk menganalisis dan mengenali permasalahan kualitas pelayanan 7. Mendefinisikan dan mengukur produktivitas 8. Meningkatkan produktivitas pelayanan 9. Kepuasan pelanggan 10. Pengaruh kepuasan terhadap profit 11. Ketidakpuasan	1. Menyimak, mengkaji dan mendiskusikan tentang meningkatkan kualitas, produktivitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Estimasi waktu: 100 menit 2. Praktikum: Pengerjaan Modul Estimasi waktu: 120 menit	Ketepatan dalam menjelaskan: 1. Mengintegrasikan strategi kualitas dan produktivitas pelayanan 2. Kualitas pelayanan 3. Mengidentifikasi dan memperbaiki permasalahan kualitas layanan 4. Mengukur dan meningkatkan kualitas pelayanan 5. Umpan balik pelanggan 6. Alat untuk menganalisis dan mengenali permasalahan kualitas pelayanan 7. Mendefinisikan dan mengukur produktivitas 8. Meningkatkan produktivitas pelayanan 9. Kepuasan pelanggan 10. Pengaruh kepuasan terhadap profit 11. Ketidakpuasan	1. Pengerjaan modul praktikum 2. Presentasi	5%
12	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang mengelola hubungan dan membangun loyalitas	Mengelola hubungan dan membangun loyalitas: 1. Loyalitas pelanggan 2. Hubungan pelanggan-perusahaan 3. Roda loyalitas (Wheel of loyalty)	1. Menyimak, mengkaji dan mendiskusikan tentang mengelola hubungan dan membangun loyalitas. Estimasi waktu: 100 menit 2. Praktikum: Pengerjaan Modul	Ketepatan dalam menjelaskan: 1. Loyalitas pelanggan 2. Hubungan pelanggan-perusahaan 3. Roda loyalitas (Wheel of loyalty)	1. Pengerjaan modul praktikum 2. Presentasi	

		<ol style="list-style-type: none"> 4. Membangun fondasi loyalitas 5. Strategi untuk mengembangkan ikatan loyalitas dengan pelanggan 6. Strategi untuk mengurangi defeksi pelanggan 7. CRM (Customer Relationship Management) 	Estimasi waktu: 120 menit	<ol style="list-style-type: none"> 4. Membangun fondasi loyalitas 5. Strategi untuk mengembangkan ikatan loyalitas dengan pelanggan 6. Strategi untuk mengurangi defeksi pelanggan 7. CRM (Customer Relationship Management) 		
13	ASESMEN 3					20%
<p>Mahasiswa memahami aplikasi ICT dalam pemasaran jasa, meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa dan e-servqual b. Membuat video promosi perusahaan jasa atau pariwisata 						
14	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan mengenai perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa dan e-servqual	<p>Perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa dan e-servqual:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fenomena E-Business 2. Teknologi dan Pemasaran Jasa 3. Self Service Technology 4. Internet dan loyalitas pelanggan 5. E-Service Quality 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyimak, mengkaji dan mendiskusikan tentang perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa dan e-servqual. Estimasi waktu: 100 menit 2. Praktikum: Pengerjaan Modul Estimasi waktu: 120 menit 	<p>Ketepatan dalam menjelaskan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fenomena E-Business 2. Teknologi dan Pemasaran Jasa 3. Self Service Technology 4. Internet dan loyalitas pelanggan 5. E-Service Quality 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengerjaan modul praktikum 2. Presentasi 	5%
15	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang membuat video promosi perusahaan jasa atau pariwisata	Membuat video promosi perusahaan jasa atau pariwisata	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyimak, mengkaji dan mendiskusikan tentang Membuat video promosi perusahaan jasa atau pariwisata. Estimasi waktu: 100 menit 2. Praktikum: Pengerjaan Modul Estimasi waktu: 120 menit 	<p>Ketepatan dalam menjelaskan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat video promosi perusahaan jasa atau pariwisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengerjaan modul praktikum 2. Presentasi 	
16	ASESMEN 4					20%

Catatan :	1 sks = (40' TM + 200' PT + 60' BM)/Minggu BM = Belajar Mandiri TM = Tatap Muka (Kuliah) PS = Praktikum Simulasi (1sks=2,76 jam/minggu)	PT = Penugasan Terstruktur PL = Praktikum Langsung (1 sks = 2,76 jam/minggu) T = Teori (aspek ilmu pengetahuan) P = Praktek (aspek ketrampilan kerja)
-----------	--	--

DESKRIPSI TUGAS 1

Kode Mata Kuliah	DMH2E3
Nama Mata Kuliah	Pemasaran Jasa
Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Memahami konsep jasa dan pemasaran jasa
Minggu / Pertemuan ke	1-4
Tugas ke	1 (Satu)

1. Tujuan Tugas:

- a. Pemahaman mahasiswa tentang teori-teori yang sudah dijelaskan oleh Dosen.
- b. Mahasiswa memahami dan mampu menerapkan materi yang telah diberikan ke soal atau kasus yang ada .
- c. Mahasiswa mampu menyelesaikan soal-soal yang sesuai materi dengan tepat

2. Uraian Tugas:

- a. Obyek garapan: materi mengenai konsep jasa dan pemasaran jasa.
- b. Yang harus dikerjakan dan batasan-batasan: mengerjakan soal-soal mengenai konsep jasa dan pemasaran jasa serta memecahkan kasus mengenai konsep jasa dan pemasaran jasa.
- c. Metode/cara pengerjaan, acuan yang digunakan: Tugas dilaksanakan secara individu, dimana setiap mahasiswa diminta untuk mengerjakan soal latihan yang tersedia pada modul praktikum secara langsung di ruangan kelas. Mahasiswa mengisi modul sesuai dengan arahan Dosen. Tiap individu mengerjakan soal dan kasus yang ada pada modul, waktu yang diberikan 120 menit. Referensi yang digunakan buku sesuai dengan daftar pustaka dan modul yang diberikan.
- d. Deskripsi luaran tugas yang dihasilkan/dikerjakan: Lembar jawaban terisi pada modul praktikum.

3. Kriteria Penilaian:

- a. Laporan tugas (Kelengkapan, Ketepatan dan Kerapihan): 80%
- b. Partisipasi individu: 20%

DESKRIPSI TUGAS 2

Kode Mata Kuliah	DMH2E3
Nama Mata Kuliah	Pemasaran Jasa
Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Memahami konsep strategi pemasaran jasa
Minggu / Pertemuan ke	5-10
Tugas ke	2 (dua)

<p>1. Tujuan Tugas:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Pemahaman mahasiswa tentang teori-teori yang sudah dijelaskan oleh Dosen.b. Mahasiswa memahami dan mampu menerapkan materi yang telah diberikan ke soal atau kasus yang ada .c. Mahasiswa mampu menyelesaikan soal-soal yang sesuai materi dengan tepat <p>2. Uraian Tugas:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Obyek garapan: materi mengenai konsep strategi pemasaran jasa.b. Yang harus dikerjakan dan batasan-batasan: mengerjakan soal-soal mengenai konsep strategi pemasaran jasa serta memecahkan kasus mengenai konsep strategi pemasaran jasa.c. Metode/cara pengerjaan, acuan yang digunakan: Tugas dilaksanakan secara individu, dimana setiap mahasiswa diminta untuk mengerjakan soal latihan yang tersedia pada modul praktikum secara langsung di ruangan kelas. Mahasiswa mengisi modul sesuai dengan arahan Dosen. Tiap individu mengerjakan soal dan kasus yang ada pada modul, waktu yang diberikan 120 menit. Referensi yang digunakan buku sesuai dengan daftar pustaka dan modul yang diberikan.d. Deskripsi luaran tugas yang dihasilkan/dikerjakan: Lembar jawaban terisi pada modul praktikum. <p>3. Kriteria Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Laporan tugas (Kelengkapan, Ketepatan dan Kerapihan): 80%b. Partisipasi individu: 20%

DESKRIPSI TUGAS 3

Kode Mata Kuliah	DMH2E3
Nama Mata Kuliah	Pemasaran Jasa
Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Memahami manajemen kualitas jasa
Minggu / Pertemuan ke	11-13
Tugas ke	3 (Tiga)

<p>1. Tujuan Tugas:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Pemahaman mahasiswa tentang teori-teori yang sudah dijelaskan oleh Dosen.b. Mahasiswa memahami dan mampu menerapkan materi yang telah diberikan ke soal atau kasus yang ada .c. Mahasiswa mampu menyelesaikan soal-soal yang sesuai materi dengan tepat <p>2. Uraian Tugas:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Obyek garapan: Survei mengenai kualitas pelayanan perusahaan jasa baik yang konvensional ataupun berbasis internet.b. Yang harus dikerjakan dan batasan-batasan: Survei mengenai kualitas pelayanan pada Perusahaan jasa, Pariwisata atau UKM jasa yang ada di Bandung, serta membahas strategi pemasaran jasa.c. Metode/cara pengerjaan, acuan yang digunakan: Tugas dilaksanakan secara individu, dimana setiap mahasiswa diminta untuk membuat survei kualitas jasa menggunakan metode survei kualitas layanan dan menganalisis hasil survei.d. Deskripsi luaran tugas yang dihasilkan/dikerjakan: Makalah survei kualitas pelayanan (print out). <p>3. Kriteria Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Laporan Makalah (Kelengkapan, Ketepatan dan Kerapihan): 60%b. Presentasi: 20%c. Partisipasi individu: 20%

DESKRIPSI TUGAS 4

Kode Mata Kuliah	DMH2E3
Nama Mata Kuliah	Pemasaran Jasa
Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Memahami implementasi aplikasi ICT dalam pemasaran jasa
Minggu / Pertemuan ke	14-16
Tugas ke	4 (Empat)

<p>1. Tujuan Tugas:</p> <p>a. Mahasiswa dapat memahami penerapan strategi pemasaran jasa secara terintegrasi dengan membuat media promosi video</p> <p>2. Uraian Tugas:</p> <p>a. Obyek garapan: Video Strategi Promosi Perusahaan Jasa / Objek Pariwisata.</p> <p>b. Yang harus dikerjakan dan batasan-batasan: Media promosi berupa Video Perusahaan, Pariwisata atau UKM yang ada di Bandung membahas strategi pemasaran jasa.</p> <p>c. Metode/cara pengerjaan, acuan yang digunakan: Tugas dilaksanakan secara kelompok berpasangan, dimana setiap mahasiswa diminta untuk membuat video Profile, dengan durasi video: maksimal 10 menit.</p> <p>d. Deskripsi luaran tugas yang dihasilkan/dikerjakan: Video Promosi yang diupload ke Youtube dan Instagram.</p> <p>3. Kriteria Penilaian:</p> <p>a. Konten Video: 40%</p> <p>b. Kreatifitas: 30%</p> <p>c. Presentasi: 30%</p>
