

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
(RPS)**

PRAKTEK MANAJEMEN PRODUK

AM111063



Disusun oleh:
Bethani Suryawardani, SE., MM.

**FAKULTAS ILMU TERAPAN
TELKOM UNIVERSITY**

LEMBAR PENGESAHAN

Rencana Pembelajaran Semester (RPS) ini telah disahkan untuk mata kuliah sbb:

Kode Mata Kuliah : **AM111063**
Nama Mata Kuliah : **Praktek Manajemen Produk**

Bandung, 2016

Mengetahui
Kaprod D3 Manajemen Pemasaran

Ganjar Mohamad Disastra, SH., MM.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
DAFTAR ISI.....	3
A. PROFIL MATA KULIAH	4
IDENTITAS MATA KULIAH.....	4
DESKRIPSI SINGKAT MATA KULIAH	4
DAFTAR PUSTAKA	4
B. RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS).....	5
C. RANCANGAN INTERAKSI DOSEN–MAHASISWA	Error! Bookmark not defined.
D. RANCANGAN TUGAS.....	11
E. PENILAIAN DENGAN RUBRIK	13
F. PENENTUAN NILAI AKHIR MATA KULIAH	13

A. PROFIL MATA KULIAH

IDENTITAS MATA KULIAH

Nama Mata Kuliah	:	Praktek Manajemen Produk	
Kode Mata Kuliah	:	AM511302	
SKS	:	3 (Tiga)	
Jenis	:	MK Wajib Prodi	
Jam Pelaksanaan	:	Tatap muka di kelas Praktek	= 1 jam per minggu = 4 jam per minggu
Semester / Tingkat	:	Semester 2 / Tingkat 1	
Pre-requisite	:	Manajemen Pemasaran	
Co-requisite	:	-	

DESKRIPSI SINGKAT MATA KULIAH

Mata kuliah ini bertujuan untuk memanfaatkan peluang pasar, serta memobilisasi sumber daya internal perusahaan secara maksimal, maka variable produk sebagai penghubung antara keinginan pasar dengan kemampuan perusahaan harus dikelola dengan baik, agar menghasilkan manfaat bagi kedua belah pihak, baik perusahaan maupun pelanggan. Hasil yang maksimal dari suatu produk, mungkin juga tidak diperoleh hanya dari produk itu sendiri. Seorang pemasar handal, bisa saja menggabungkan beberapa produk sekaligus dalam satu program bundling, agar nilai dari tawaran perusahaan meningkat dan mampu mendorong minat konsumen untuk membeli. Dalam mata kuliah ini, mahasiswa akan diberi pemahaman mengenai produk manajemen dan produk bundling, yang sangat diperlukan untuk menghadapi tekanan persaingan dan tuntutan pelanggan yang semakin dinamis. Dengan pengetahuan ini, diharapkan tujuan perusahaan dapat lebih mudah untuk direalisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Lehman & Winer, (2005). Product Management 4th Edition, Mc Graw Hill International
2. Annacchino, Marc A, (2003). New Product Development: From Initial Idea to Product Management. El Sevier
3. Haines, Steven.(2012).Management Product Management.Mc Graw Hill
4. Clark, Kim B. and Wheelwright, Steven C. (2003).Managing New Product and Process Development: Text and Cases.Harvard Business School
5. Avlonitis, George J and Papastathopoulou, Paulina.(2006). Product and Services Management. Sage Publications
6. Zahid, Ishrat Nadeem. (2013). Product Management in the Communications Industry. Xlibris Corporation
7. Mathur, U C. (2007).Product and Brand Management.Excel Books
8. Canandan. (2009).Product Management 2nd Editions.Mc Graw-Hill

B. RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Pertemuan ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian (Materi Ajar)	Bentuk/ Metode/ Strategi Pembelajaran	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai
1	Mahasiswa memahami konsep manajemen produk	Pengantar Manajemen Produk a. Pengertian manajemen produk b. Orientasi pemasaran c. Tinjauan manajemen produk	a. Diskusi: Penjelasan silabus & SAP, aturan kuliah, tugas, penilaian dan strategi pembelajaran di kelas. b. Penjelasan materi pengantar manajemen produk c. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
2		Pengantar Manajemen Produk a. Pengertian manajemen produk b. Orientasi pemasaran c. Tinjauan manajemen produk	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
3	Mahasiswa mampu mengetahui serta menganalisis dinamika lingkungan persaingan	Dinamika Lingkungan Persaingan a. Tingkatan arena persaingan b. Metoda menentukan pesaing	c. Penyampaian materi d. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	

4		Dinamika Lingkungan Persaingan a. Tingkatan arena persaingan b. Metoda menentukan pesaing	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
5	Mahasiswa mampu menilai kekuatan dan posisi pesaing	a. Sumber data pesaing b. Membuat matriks fitur produk c. Analisis keunggulan differensial d. Meramalkan strategi pesaing masa depan	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
6		a. Sumber data pesaing b. Membuat matriks fitur produk c. Analisis keunggulan differensial d. Meramalkan strategi pesaing masa depan	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
7	Mahasiswa memahami harapan konsumen dan analisa konsumen	a. Perilaku pra pembelian b. Perilaku pembelian c. Perilaku pasca pembelian	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
8		a. Perilaku pra pembelian b. Perilaku pembelian c. Perilaku pasca pembelian	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang	5%

				telah disampaikan	
9	Mahasiswa dapat memperkirakan nilai ekonomis produk pada pelanggan	Nilai ekonomis produk di mata pelanggan	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
10		Nilai ekonomis produk di mata pelanggan	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
11	Mahasiswa mampu memperkirakan pasar potensial dan potensi penjualan	a. Metoda estimasi pasar b. Metoda estimasi potensi penjualan	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
12		a. Metoda estimasi pasar b. Metoda estimasi potensi penjualan	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	10%
13	Review Materi sebelum UTS	Review Materi-materi Pra UTS	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
14	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan	Kuis Pra UTS	Kuis Pra UTS	Ketepatan menjawab soal-soal Kuis	15%

	mengenai materi yang disampaikan sebelum UTS				
UTS					
16	Mahasiswa dapat merumuskan strategi produk	a. Elemen strategi produk b. Memilih target konsumen c. Memilih target kompetitor d. Strategi kualitas VS harga	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
17		a. Elemen strategi produk b. Memilih target konsumen c. Memilih target kompetitor d. Strategi kualitas VS harga	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
18	Merumuskan bundling produk	a. Menggabungkan beberapa produk b. Co branding c. Bundling produk vs PLC d. Bundling produk vs arena persaingan	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
19		a. Menggabungkan beberapa produk b. Co branding c. Bundling produk vs PLC d. Bundling produk vs arena persaingan	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
20	Mahasiswa memahami	a. Modifikasi produk	a. Penyampaian materi	Pemahaman materi dan	

	strategi produk baru	b. Inovasi produk c. Proses pengembangan produk	b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
21		a. Modifikasi produk b. Inovasi produk a. Proses pengembangan produk	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
22	Mahasiswa memahami keputusan harga	a. Harga untuk single product b. Harga untuk produk baru c. Harga untuk produk bundling	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
23		a. Harga untuk single product b. Harga untuk produk baru c. Harga untuk produk bundling	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan.	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	5%
24	Mahasiswa mampu merumuskan strategi komunikasi produk	a. Mengkomunikasikan untuk single product b. Mengkomunikasikan produk baru c. Mengkomunikasikan produk bundling	a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi.	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
		a. Mengkomunikasikan	a. Mahasiswa mengerjakan Latihan	Ketepatan menjawab	5%

25		<ul style="list-style-type: none"> untuk single product b. Mengkomunikasikan produk baru c. Mengkomunikasikan produk bundling 	<ul style="list-style-type: none"> Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan. 	latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	
26	Mahasiswa mampu menyusun rencana pengelolaan produk	Rencana Pengelolaan Produk	<ul style="list-style-type: none"> a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi. 	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
27		Rencana Pengelolaan Produk	<ul style="list-style-type: none"> a. Mahasiswa mengerjakan Latihan Soal yang terdapat pada modul. b. Memilih mahasiswa secara acak untuk menjawab pertanyaan. 	Ketepatan menjawab latihan soal dan mahasiswa dapat menyimpulkan materi pembelajaran yang telah disampaikan	10%
28	Review Materi	Review materi-materi Pra UAS	<ul style="list-style-type: none"> a. Penyampaian materi b. Mahasiswa menyimak, memahami, mengkaji, mendeskripsikan serta mendiskusikan hal terkait dengan materi. 	Pemahaman materi dan ketepatan menjawab dalam diskusi akhir penutup pertemuan perkuliahan	
29	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan mengenai materi yang disampaikan sebelum UAS	Kuis Pra UAS	Kuis sebelum UAS	Ketepatan menjawab soal-soal Kuis Pra-UAS	15%
UAS					

C. RANCANGAN TUGAS

Kode Mata Kuliah	AM111063
Nama Mata Kuliah	Praktek Manajemen Produk
Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Mahasiswa dapat memahami dan mengingat secara komprehensif mengenai materi yang telah disampaikan
Minggu / Pertemuan ke	2-12
Tugas ke	1 (Makalah Manajemen Produk)
<p>1. Tujuan Tugas:</p> <ol style="list-style-type: none"> Repetisi materi yang telah diajarkan di kelas Menambah khasanah pengetahuan mahasiswa dengan melakukan analisis antara teori dan kondisi nyata di masyarakat Meningkatkan kemampuan analisis mahasiswa <p>2. Uraian Tugas:</p> <ol style="list-style-type: none"> Objek Garapan Materi Manajemen Produk dan aplikasi pada perusahaan. Yang Harus Dikerjakan dan Batasan-batasan Membuat makalah mengenai materi manajemen produk sesuai Satuan Acara Perkuliahan dan memberikan contoh aplikasi setiap strategi manajemen produk pada suatu perusahaan. Metode/ Cara Pengerjaan & Acuan yang digunakan Mahasiswa membuat resume mengenai materi-materi yang telah disampaikan sebelum Ujian Tengah Semester dan mencari contoh riil penerapan strategi manajemen produk. Deskripsi luaran (output) yang dihasilkan/ dikerjakan Tugas dikumpulkan dalam bentuk makalah yang diketik. <p>3. Kriteria Penilaian:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kerapihan dan sistematika penulisan: 20% Kelengkapan dan kedalaman pembahasan: 40% Analisis penerapan teori dengan kondisi riil perusahaan: 20% Ketepatan waktu pengumpulan: 20% 	

Kode Mata Kuliah	AM111063
Nama Mata Kuliah	Praktek Manajemen Produk
Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Mahasiswa mampu membuat <i>mindmap</i> materi yang berbentuk poster
Minggu / Pertemuan ke	16 s.d 18
Tugas ke	2 (Mindmap berbentuk poster A6)
<p>1. Tujuan Tugas:</p> <ol style="list-style-type: none"> Repetisi materi yang telah diajarkan di kelas Menambah khasanah pengetahuan mahasiswa dengan melakukan analisis antara teori dan kondisi nyata di masyarakat Meningkatkan kemampuan pemahaman materi melalui <i>mindmap</i> 	

<p>2. Uraian Tugas:</p> <p>a. Objek Garapan Materi-materi pada pertemuan ke 3 s.d 18 yang telah ditentukan oleh dosen.</p> <p>b. Yang Harus Dikerjakan dan Batasan-batasan Membuat mindmap materi dalam bentuk poster A6 (2D)</p> <p>c. Metode/ Cara Pengerjaan & Acuan yang digunakan Mindmap materi dibuat dalam bentuk poster di karton A6 2 dimensi. Pengerjaan secara berkelompok, dengan masing-masing kelompok beranggotakan maksimal 5 (lima) orang.</p> <p>d. Deskripsi luaran (output) yang dihasilkan/ dikerjakan Output yang dihasilkan berupa poster mindmap materi manajemen produk.</p> <p>3. Kriteria Penilaian:</p> <p>1) Kreatifitas: 40%</p> <p>2) Kelengkapan penyajian materi dalam mindmap: 30%</p> <p>3) Kerapihan: 20%</p> <p>4) Ketepatan waktu pengumpulan: 20%</p>

Kode Mata Kuliah	AM111063
Nama Mata Kuliah	Praktek Manajemen Produk
Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Kemampuan dalam membuat produk dan membuat kemasan
Minggu / Pertemuan ke	19-24 (di luar jam kuliah)
Tugas ke	3 (Pembuatan contoh produk dan kemasan)

<p>1. Tujuan Tugas:</p> <p>a. Repetisi materi yang telah diajarkan di kelas</p> <p>b. Menambah khasanah pengetahuan mahasiswa dengan melakukan analisis antara teori dan kondisi nyata di masyarakat</p> <p>c. Meningkatkan kreatifitas mahasiswa</p> <p>2. Uraian Tugas:</p> <p>a. Objek Garapan Produk dan kemasan produk</p> <p>b. Yang Harus Dikerjakan dan Batasan-batasan Membuat dummy barang dan kemasan yang menarik.</p> <p>c. Metode/ Cara Pengerjaan & Acuan yang digunakan Secara berkelompok mahasiswa membuat dummy barang dan kemasan yang menarik.</p> <p>d. Deskripsi luaran (output) yang dihasilkan/ dikerjakan Output yang dihasilkan berupa dummy barang dan kemasan.</p> <p>3. Kriteria Penilaian:</p> <p>a. Kreatifitas: 40%</p> <p>b. Efektifitas dan Efisiensi produk: 20%</p> <p>c. Desain: 20%</p> <p>d. Ketepatan waktu pengumpulan: 10%</p> <p>e. Daya tarik produk: 10%</p>

D. PENILAIAN DENGAN RUBRIK

Rubrik Tugas (Makalah Individu)

No.	Komponen	Bobot Skor	Komentar
1	Kerapihan & Sistematika Penulisan	20%	
2	Kelengkapan, Kedalaman Pembahasan	40%	
3	Analisis penerapan teori dengan kondisi riil perusahaan	20%	
4	Ketepatan Waktu Pengumpulan	20%	

Catatan:

1. Skor total =100 (Nilai minimal 50)

Rubrik Tugas (Mindmap Materi per Kelompok)

No.	Komponen	Bobot Skor	Komentar
1	Kreatifitas	40%	
2	Kelengkapan penyajian materi dalam mindmap	30%	
3	Kerapihan	20%	
4	Ketepatan Waktu Pengumpulan	20%	

Rubrik Tugas (Pembuatan Produk & Kemasan per Kelompok)

No.	Komponen	Bobot Skor	Komentar
1	Kreatifitas	40%	
2	Efektifitas dan Efisiensi Produk	20%	
3	Desain	20%	
4	Daya Tarik Produk	10%	
5	Ketepatan Waktu Pengumpulan	10%	

E. PENENTUAN NILAI AKHIR MATA KULIAH

KOMPONEN PENILAIAN	BOBOT/ PROSENTASE
UTS	30 %
UAS	40 %
Tugas 1 (Pertemuan 2-14) & Kuis Pra UTS	15%
Tugas 2 (Pertemuan 16-27) & Kuis Pra UAS	15%

Nilai Skor Mata Kuliah (NSM)	Nilai Mata Kuliah (NMK)
80 < NSM	A
70 < NSM ≤ 80	AB
65 < NSM ≤ 70	B
60 < NSM ≤ 65	BC
50 < NSM ≤ 60	C
40 < NSM ≤ 50	D

NSM \leq 40	E
---------------	---