
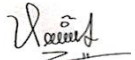

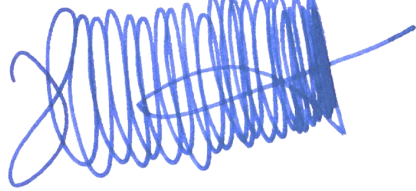




UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Kode Dokumen:
(diisi oleh admin PRODI)

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Manajemen Pemasaran Jasa	EIM2230	Mata Kuliah Keahlian Berkarya	T=3	P=0	4	Januari 2024
OTORITAS/PENGESAHAN	Dosen Pengembangan RPS		Koordinator RMK		Ko PRODI	
	 Dr. Ahmad Maulana SE., M.Si 	 Welly Nailis SE., M.M	Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M 			

	Hera Febria		
	Mavilinda SE., M.Si		
Capaian Pembelajaran	CPL–PRODI yang dibebankan pada MK		
	CPL1 (KU9)	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi	
	CPL2 (KK1)	Mampu mengelola dan menjalankan bisnis baik bisnis baru (startup) maupun yang sudah berjalan dengan menerapkan prinsip–prinsip manajemen bisnis, tanggung jawab sosial dan keberlanjutan	
	CPL3 (KK2)	Mampu bekerja pada bidang keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, Bisnis Syariah pada sektor swasta maupun pemerintahan	
	CPL4 (KK3)	Mampu melakukan analisa dan pemecahan masalah bisnis menggunakan metode ilmiah dan prinsip–prinsip manajemen	
	CPL5 (KK4)	Mampu memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang manajemen	
	CPL6 (KK5)	Mampu mengidentifikasi peluang bisnis dan memformulasikan dalam rencana bisnis yang komprehensif	
	CPL7 (KK6)	Mampu berkomunikasi secara efektif, baik secara lisan dan tertulis, dengan menggunakan berbagai saluran komunikasi	
	CPL8 (PP1)	Memahami konsep dan teori dalam bidang ilmu manajemen dan bisnis	
	CPL9 (PP2)	Memahami konsep dan teori dalam bidang ilmu manajemen keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, bisnis Syariah dan Kewirausahaan	

CPL10 (PP3)	Memahami konsep dan teknik-teknik pemecahan masalah bisnis dalam bidang keilmuan manajemen dan bisnis
CPL11 (PP4)	Memahami konsep dan teori tanggung jawab bisnis terhadap sosial dan lingkungan
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
CPMK-1	Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip dan etika dalam bidang Manajemen Pemasaran Jasa. [KK1, KK3, KK6, PP3, PP4]
CPMK-2	Mampu menjelaskan dan memformulasikan permasalahan di dunia pasar global berdasarkan konsep yang terkait dalam manajemen pemasaran jasa [KU9, KK1, KK2, KK4, KK5, PP1, PP2, PP3, PP4]
CPMK-3	Mahasiswa mampu menjelaskan dan merumuskan berbagai metode yang terdapat dalam bidang Manajemen Pemasaran jasa. [KK1, KK3, KK4, KK5, PP1, PP2, PP3, PP4]
CPMK-4	Mahasiswa mampu mengumpulkan, mengolah data-data pemasaran dan menginterpretasikan hasilnya secara logis dan sistematis [KU9, KK3, PP3, PP4]
CPMK-5	Mahasiswa mampu mempresentasikan keahlian dalam bidang Manajemen Pemasaran Jasa. [KU9, KK2, KK3, KK4, KK6, PP1, PP2, PP3, PP4]
CPL → Sub-CPMK	
KU9, KK2, KK3, KK4, KK5, KK6, PP1,PP3, PP4	Sub-CPMK-1 Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip dasar dan perilaku konsumen dalam pemasaran jasa. [C1, C2,A2, P2]
KK1,	Sub-CPMK-2 Mahasiswa mampu memformulasikan berbagai strategi pemasaran jasa dalam dunia bisnis. [C1, C2,

	KK2, KK3, KK4, KK5, PP1, PP2, PP3, PP4	C5, A2, P3]
	KK2, KK3, KK4, KK5, PP1, PP2, PP3, PP4	Sub-CPMK-3 Mahasiswa mampu menjelaskan dan menerapkan berbagai metode yang terdapat dalam bidang Manajemen Pemasaran jasa. [C1, C2, A2, P3]
	KK3, KK4, KK5, KK6, PP1, PP3	Sub-CPMK-4 Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengidentifikasi berbagai isu-isu pemasaran global pada industri jasa. [C1, C2,C5, A2, P2,P3]
	KK1, KK2, KK3, KK4, KK5,	Sub-CPMK-5 Mahasiswa mampu memahami, menjelaskan dan mengevaluasi berbagai konsep kualitas layanan jasa dan manajemen hubungan pelanggan pada industri jasa . [C1, C2,C5, A2, P2]

	PP1, PP2, PP3, PP4						
	Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK						
		Sub-CPMK1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4	Sub-CPMK5	
	CPMK1	√		√		√	
	CPMK2		√	√	√	√	
	CPMK3		√	√		√	
	CPMK4	√	√		√		
	CPMK5	√		√	√	√	
Deskripsi Singkat MK	<p>Sektor jasa dewasa ini telah mengalami peningkatan yang dramatis dibanding dekade sebelumnya. Hal ini terlihat dari kontribusi sektor ini terhadap perekonomian dunia yang kini telah mendominasi sekitar dua pertiganya. Pertumbuhan sektor jasa yang begitu cepat dipicu oleh adanya perubahan demografis, perubahan sosial, perubahan lingkungan ekonomi, perubahan bidang politik, hukum, dan globalisasi. Dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangan berbagai industri jasa seperti perbankan, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, retail, pariwisata, dan perusahaan-perusahaan jasa profesional seperti kantor akuntan, konsultan, dan pengacara. Selain itu juga terlihat juga maraknya organisasi nirlaba, seperti LSM, lembaga pemerintah, rumah sakit, universitas, dan lain-lain yang kini semakin menyadari perlunya peningkatan orientasi kepada pelanggan/konsumen. Implikasi penting dari fenomena ini adalah makin tingginya tingkat persaingan, sehingga diperlukan Manajemen Pemasaran Jasa yang distinctive dibanding pemasaran tradisional (barang) yang telah dikenal selama ini.</p>						
Bahan Kajian: Materi	<p>Konsep dalam Manajemen Pemasaran Jasa</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa 2. Perilaku Konsumen dalam Konteks Jasa 						

Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 3. Segmentasi dan Penargetan Pasar Jasa 4. Positioning Jasa dalam pasar yang kompetitif 5. Bauran Pemasaran Bisnis Jasa 6. Mengembangkan Produk Jasa : Elemen–elemen inti dan tambahan 7. Strategi Produk dan Distribusi Jasa 8. Strategi Penentuan Harga Jasa 9. Strategi Promosi dan Komunikasi Jasa 10. Strategi Sumber Daya Manusia dalam Pemasaran Jasa 11. Manajemen Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan 12. Mengelola Hubungan dan Membangun Loyalitas 13. Meningkatkan Kualitas dan Produktivitas Pelayanan 14. Penanganan Pengaduan dan Pemulihan Layanan
Pustaka	Utama
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Christopher Love Lock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. 2010. Pemasaran Jasa (manusia, teknologi, strategi) Perspektif Indonesia. Edisi 7. Penerbit Erlangga. 2. Lupiyoadi, Rambat (2001), Manajemen Pemasaran Jasa, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
	Pendukung
Dosen Pengampu	Team Manajemen Pemasaran Jasa
Mata Kuliah	Manajemen Pemasaran

Prasyarat								
Bobot Penilaian								
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)	Tugas
		Indikator	Kriteria & Tehnik	Luring (5)	Daring (6)			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Sub-CPMK1 Sub-CPMK3	1.1. Ketepatan dan kesesuaian menjelaskan tentang konsep, dinamika dan pentingnya pemasaran jasa	Kriteria: Pemahaman dan ketepatan Bentuk non-test: • Diskusi • Tanya-Jawab	On-Classroom • Kuliah: • Diskusi [PB: 1x(3x50")][PT+BM: (1+1) x(3x60")]	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com PRODI • Paltform Online [PB: 1x(3x50")]	• Pendahuluan Definisi Manajemen Pemasaran Jasa • Konsep Pemasaran jasa • Pemasaran dan Penciptaan Penilaian	10	Tugas 1: Diskusi Mini Kasus
2	Sub-CPMK2,	1.1. Ketepatan dan kesesuaian	Kriteria: Pemahaman,	On-Classroom • Kuliah:	eLearning: • ELEARNING UNSRI	• Model 3 Tahapan	10	Tugas 2 Menjawab Mini

	<p>Sub-CPMK3, Sub-CPMK4, Sub-CPMK 5</p>	<p>secara sistematis dalam menjelaskan tentang perilaku konsumen dalam konteks jasa</p>	<p>dan Ketepatan dalam menjelaskan</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskusi dan Tanya Jawab 	<ul style="list-style-type: none"> Diskusi [PB: 1x(3x50")][PT+BM: (1+1) x(3x60")] 	<ul style="list-style-type: none"> googleclassroom.com PRODI Paltform Online [PB: 1x(3x50")] 	<p>Konsumsi Jasa</p> <ul style="list-style-type: none"> Atribute Jasa Sistem Servuction dalam Pemasaran Jasa 		<p>Kasus dan Resume</p>
3	<p>Sub-CPMK2, Sub-CPMK3, Sub-CPMK4, Sub-CPMK 5</p>	<p>1.1. Ketepatan menjelaskan , mengidentifikasi dan merumuskan strategi segmentasi dan penargetan jasa</p>	<p>Kriteria: Ketepatan, penguasaan dan sistematis</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskusi dan Tanya- 	<p>On-Classroom</p> <ul style="list-style-type: none"> Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50")][PT+BM: (1+1) x(3x60")] 	<p>eLearning:</p> <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com PRODI Paltform Online [PB: 1x(3x50")] 	<ul style="list-style-type: none"> Konsep strategu segmentasi dan penargetan jasa Pengertian Segmentasi Pasar Penargetan 	10	<p>Tugas 3</p> <p>Studi Kasus menganalisis strategi Segmentasi dan Penargetan Pasar pada Industri Jasa</p>

			Jawab • Makalah			Pasar sasaran		
4	Sub–CPMK2, Sub–CPMK3, Sub–CPMK4	1.1. Ketepatan menjelaskan, mengevaluasi dan kesesuaian tentang Positioning Jasa pada pasar yang kompetitif	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan dalam menjelaskan Bentuk non–test: Diskusi dan tanya jawab	On–Classroom • Kuliah: • Diskusi [PB: 1x(3x50”)] [PT+BM: (1+1) x(3x60”)]	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com PRODI • Paltform Online [PB: 1x(3x50”)]	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi Positioning dalam konteks jasa • Strategi Fokus meraih keunggulan bersaing • Tingkat Layanan untuk Positioning Jasa 	10	Tugas 4: Studi Kasus menganalisis strategi positioning pada indsutri jasa
5	Sub–CPMK2, Sub–CPMK3, Sub–CPMK4	1.1. Ketepatan menjelaskan, mengevaluasi dan kesesuaian tentang Bauran Pemasaran	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian dan ketajaman dalam mengevaluasi Bentuk non–	On–Classroom • Kuliah: • Diskusi [PB: 1x(3x50”)] [PT+BM: (1+1) x(3x60”)]	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com PRODI • Paltform Online [PB: 1x(3x50”)]	<ul style="list-style-type: none"> • Bauran Pemasaran Barang VS Jasa • Unsur– unsur bauran pemasaran jasa 	10	Tugas 5 : Membuat Makalah strategi bauran pemasaran pada industri jasa

		pada Bisnis jasa	test: Makalah, Diskusi dan tanya jawab			<ul style="list-style-type: none"> • Konsep bauran pemasaran pada bisnis jasa 		
6	Sub–CPMK2, Sub–CPMK3, Sub–CPMK4, Sub–CPMK5	1.1. Ketepatan menjelaskan dan kesesuaian sistematika tentang Strategi dalam mengembangkan produk jasa (elemen inti dan tambahan)	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian dan ketajaman dalam menganalisis Bentuk non–test: <ul style="list-style-type: none"> • Diskusi dan tanya jawab 	On–Classroom <ul style="list-style-type: none"> • Kuliah: • Diskusi [PB: 1x(3x50”)] [PT+BM: (1+1) x(3x60”)]	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com PRODI • Paltform Online [PB: 1x(3x50”)] 	<ul style="list-style-type: none"> • Tahapan dalam membentuk produk jasa • The Flower of Service • Strategi merek perusahaan jasa • Faktor–faktor keberhasilan dalam layanan jasa 	10	Tugas 6 : Analisis studi kasus tentang strategi pengembangan jasa
7	Sub–CPMK2, Sub–CPMK3,	1.1. Ketepatan menjelaskan dan kesesuaian	Kriteria: Ketepatan, penguasaan, ketelitian dan	On–Classroom <ul style="list-style-type: none"> • Kuliah: • Diskusi [PB:	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com PRODI 	<ul style="list-style-type: none"> • Produk Jasa • Tingkat Produk Jasa • Merek dan 	10	Tugas 7 : Latihan Studi Kasus

	Sub-CPMK4, Sub-CPMK5	sistematika mengenai Strategi produk dan distribusi jasa	ketajaman dalam menganalisis Bentuk non-test: • Diskusi dan tanya jawab	1x(3x50")][PT+BM: (1+1) x(3x60")]	• Paltform Online [PB: 1x(3x50")]	Diferensiasi produk jasa • Bukti Fisik • Mengelola Pertumbuhan • Distribusi jasa		
8	UTS / Evaluasi Tengah Semester: Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (20%)							
9	Sub-CPMK2, Sub-CPMK3, Sub-CPMK4, Sub-CPMK5	1.1. Ketepatan menjelaskan dan kesesuaian sistematika mengenai strategi penentuan harga jasa	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan dalam menjelaskan Bentuk non-test: • Diskusi dan Tanya-Jawab	On-Classroom • Kuliah: • Diskusi [PB: 1x(3x50")][PT+BM: (1+1) x(3x60")]	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com PRODI • Paltform Online [PB: 1x(3x50")]	• Harga Jasa • Landasan Strategi penentuan harga • Tujuan penentuan harga • Faktor yang mempengaruhi penentuan harga jasa • Pedoman dalam memilih	10	Tugas 8 : Resume dan Latihan studi kasus mengenai strategi penentuan harga jasa

						metode penentuan harga yang tepat		
10	Sub–CPMK2, Sub–CPMK3, Sub–CPMK4, Sub–CPMK5	1.1. Ketepatan menjelaskan dan kesesuaian sistematika tentang strategi promosi dan komunikasi jasa	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan dalam menjelaskan Bentuk non-test: • Diskusi dan Tanya–Jawab	On–Classroom • Kuliah: • Diskusi [PB: 1x(3x50”)] [PT+BM: (1+1) x(3x60”)]	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com PRODI • Paltform Online [PB: 1x(3x50”)]	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian dan peranan promosi jasa • Bauran promosi jasa • Langkah pengembangan dan komunikasi yang efektif • Konsep promosi jasa 		Tugas 9 : Membuat makalah
11	Sub–CPMK2, Sub–CPMK3, Sub–CPMK4	1.1. Ketepatan menjelaskan dan kesesuaian sistematika tentang strategi sumber daya	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan dalam menjelaskan Bentuk non-test:	On–Classroom • Kuliah: • Diskusi [PB: 1x(3x50”)] [PT+BM: (1+1) x(3x60”)]	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com PRODI • Paltform Online [PB: 1x(3x50”)]	<ul style="list-style-type: none"> • Peran penting SDM dalam perusahaan jasa • Pengelolaan SDM Perusahaan 	10	Tugas 10: Presentasi Kelompok

		manusia dalam pemasaran jasa	<ul style="list-style-type: none"> Diskusi dan Tanya–Jawab 			jasa <ul style="list-style-type: none"> Membangun layanan konsumen Proses manajemen SDM dalam operasi jasa 		
12	Sub–CPMK2, Sub–CPMK3, Sub–CPMK4	1.1. Ketepatan menjelaskan dan kesesuaian sistematika tentang Manajemen kualitas jasa dan kepuasan pelanggan	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan dalam menjelaskan Bentuk non–test: <ul style="list-style-type: none"> Diskusi dan Tanya–Jawab 	On–Classroom <ul style="list-style-type: none"> Kuliah: Diskusi [PB: 1x(3x50”)] [PT+BM: (1+1) x(3x60”)]	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com PRODI Paltform Online [PB: 1x(3x50”)]	<ul style="list-style-type: none"> Pentingnya kualitas jasa Analisis kesenjangan kualitas jasa (SERVQUAL) Kepuasan pelanggan dan kualitas jasa 	10	Tugas 11 : Menjawab studi kasus
13	Sub–CPMK2, Sub–CPMK3,	1.1. Ketepatan menjelaskan dan kesesuaian	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan	On–Classroom <ul style="list-style-type: none"> Kuliah: Diskusi [PB:	eLearning: <ul style="list-style-type: none"> ELEARNING UNSRI googleclassroom.com PRODI 	<ul style="list-style-type: none"> Pentingnya loyalitas pelanggan Strategi 	10	Tugas 12 : Studi kasus mengenai loyalitas

	Sub-CPMK4	sistematika tentang Mengelola Hubungan pelanggan dan membangun loyalitas	dalam menjelaskan Bentuk non-test: • Diskusi dan Tanya-Jawab	1x(3x50")][PT+BM: (1+1) x(3x60")]	• Paltform Online [PB: 1x(3x50")]	loyalitas pelanggan • Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan • CRM		pelanggan pada indsutri jasa
14	Sub-CPMK2, Sub-CPMK3, Sub-CPMK4, Sub-CPMK5	1.1. Ketepatan menjelaskan dan kesesuaian sistematika tentang Meningkatkan kualitas dan produktivitas layanan	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan dalam menjelaskan Bentuk non-test: • Diskusi dan Tanya-Jawab	On-Classroom • Kuliah: • Diskusi [PB: 1x(3x50")][PT+BM: (1+1) x(3x60")]	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com PRODI • Paltform Online [PB: 1x(3x50")]	• Hubungan kualitas dan produktivitas layanan jasa • Dimensi kualitas layanan jasa • Metode peningkatan produktivitas layanan jasa • Peran peningkatan produktivita	10	Tugas 13 : Studi kasus mengenai kualitas dan produktivitas layanan jasa

						s terhadap kualitas layanan dan nilai pelanggan		
15	Sub–CPMK2, Sub–CPMK3, Sub–CPMK4, Sub–CPMK5	1.1. Ketepatan menjelaskan dan kesesuaian sistematika tentang penanganan pengaduan dan pemulihan layanan	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan dalam menjelaskan Bentuk non–test: • Diskusi dan Tanya–Jawab • Makalah	On–Classroom • Kuliah: • Diskusi [PB: 1x(3x50”)] [PT+BM: (1+1) x(3x60”)]	eLearning: • ELEARNING UNSRI • googleclassroom.com PRODI • Paltform Online [PB: 1x(3x50”)]	• Konsep pengaduan dan pemulihan layanan • Proses pemulihan layanan pelanggan • Metode pengaduan dan pemulihan layanan	10	Tugas 14 : Presentasi Kelompok
16	UAS / Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (20%)							

Catatan:

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. Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. 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.
6. Kriteria Penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kriteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kriteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. Bentuk penilaian: tes dan non-tes.
8. 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.
9. 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.
10. Materi Pembelajaran adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. Bobot penilaian adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan Terstruktur, BM=Belajar Mandiri.