



**UNIVERSITAS PAKUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	No & Tgl Dokumen
Marketing Research	MNJ6126	Manajemen	T= 2	P= 1	5 (Lima)	17 September 2023
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator MK		Ketua Program Studi	
	1. Dr. Sri Hidajati Ramdani, SE, MM 2. Oktori Kiswati Zaini, SE, MM 3. Fredi Andria, STP, MM 4. Doni Wihartika, SPi, MM 5. Hasrul. SE. MM		Dr. Sri Hidajati Ramdani, SE, MM		Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	CPL 2	Menunjukkan sikap refleksi diri, berpikir kritis dan strategis terkait dengan pemahaman atas diri, keterbukaan dan kepekaan terhadap perbedaan dan perubahan dalam lingkungan pribadi maupun organisasi dengan menunjukkan sikap sebagai warga negara yang mandiri dan berjiwa wirausaha (S2)				
	CPL 5	Menguasai metode penelitian dan instrument analitis manajemen untuk memecahkan permasalahan				
	CPL 8	Mampu mengidentifikasi, menganalisis masalah dengan memanfaatkan <i>big data</i> dan teknologi informasi dalam pengambilan keputusan strategis pada bidang keahliannya serta melakukan kajian untuk menghasilkan karya ilmiah di level nasional maupun internasional sesuai dengan kaidah ilmiah serta etika akademik. (KU1)				
	CPL 14	Mampu menggunakan <i>big data</i> , teknologi informasi dan digital untuk melakukan analisis, melakukan prediksi dan mengambil keputusan manajemen dalam berbagai bentuk organisasi (KK5)				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CPMK -1	Mampu berpikir kritis dalam menguasai metode penelitian dan instrument analitis manajemen untuk memecahkan permasalahan di bidang pemasaran.				
	CPMK -2	Mampu berpikir kritis dan menguasai metode penelitian dalam mengidentifikasi, menganalisis masalah dengan memanfaatkan <i>big data</i> , instrument analitis manajemen, teknologi informasi dan digital dalam pengambilan keputusan strategis serta melakukan kajian di bidang pemasaran untuk menghasilkan karya ilmiah di level nasional maupun internasional sesuai dengan kaidah ilmiah serta etika akademik.				
	CPMK-3	Menunjukkan sikap refleksi diri dan memiliki kemampuan berpikir kritis dan strategis dalam penggunaan <i>big data</i> , teknologi informasi dan digital untuk melakukan analisis, melakukan prediksi dan mengambil keputusan manajerial di bidang pemasaran dalam berbagai bentuk organisasi.				
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)					
	Sub CPMK-1	Mahasiswa mampu menguraikan/mendesripsikan masalah riset pemasaran sehingga menghasilkan informasi yang secara langsung mengemukakan masalah manajemen dan pihak manajemen memahami sepenuhnya informasi dimaksud dan mengambil tindakan.				

	Sub CPMK-2	Mahasiswa mampu menentukan pilihan atau alternatif desain riset setiap kasus riset pemasaran		
	Sub CPMK-3	Mampu mengelompokkan jenis dan sumber data		
	Sub CPMK-4	Mahasiswa memiliki kemampuan menguraikan fungsi pengukuran dan penetapan skala pengukuran		
	Sub CPMK-5	Mahasiswa mampu merancang instrumen kuesioner riset pemasaran dan melakukan pengujian awal kuesioner		
	Sub CPMK-6	Memiliki kemampuan untuk menguraikan jenis teknik sampling		
	Sub CPMK-7	Mahasiswa mampu melakukan pengumpulan data, pengolahan data dan menentukan teknik analisis data sesuai tujuan riset pemasaran		
	Sub CPMK-8	Mahasiswa mampu menyusun proposal dan laporan hasil riset/penelitian		
	Korelasi CPL terhadap CPMK			
	CPL	CPMK-1	CPMK-2	CPMK-3
	CPL 2	V	V	V
	CPL 5	V	V	
	CPL 8		V	V
	CPL 14		V	V
Deskripsi Singkat Mata Kuliah	Mata kuliah ini memberikan pengetahuan tentang konsep dari riset pemasaran, pengetahuan tentang proses riset pemasaran yang terdiri dari beberapa tahap-tahap pokok yaitu formulasi masalah, menentukan desain/rancangan riset, menentukan metode pengumpulan data, merancang pengumpulan data, pengukuran dan penetapan skala, merancang jumlah sampel dan mengumpulkan data, menganalisis dan menginterpretasikan data serta menyusun laporan riset, yang keseluruhan tahapan ini harus dilalui ketika menyelesaikan sebuah masalah riset.			
Bahan Kajian / Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peranan dan Proses Riset Pemasaran 2. Perumusan/Penetapan Masalah Riset Pemasaran 3. Desain Riset Pemasaran 4. Metode Pengumpulan Data (Data Primer & Sekunder) 5. Pengukuran dan Penetapan Skala Pengukuran 6. Rancangan dan Format Kuesioner 7. Teknik Pengambilan Sampel 8. Pengumpulan Data Lapangan (Editing, Koding, Input Data) 9. Analisis dan Interpretasi Hasil Riset 10. Penyusunan Laporan Riset Pemasaran 			
Pustaka	<p>Utama :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Malhotra, NK. 2009. <i>Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan</i>. Jilid 1, Edisi Keempat. Penerbit PT. INDEKS. 2. Malhotra, NK. 2009. <i>Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan</i>. Jilid 2, Edisi Keempat. Penerbit PT. INDEKS. 3. Malhotra, NK. 2007. <i>Marketing Research: An Applied Orientation</i>. New Jersey : Pearson Prentice Hall. <p>Pendukung :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Churchill, G.A. 2005. <i>Dasar-Dasar Riset Pemasaran</i>. Jilid 1, Edisi Keempat. Penerbit Erlangga. 2. Churchill, G.A. 2005. <i>Dasar-Dasar Riset Pemasaran</i>. Jilid 2, Edisi Keempat. Penerbit Erlangga. 3. Istijanto. 2005. <i>Aplikasi Praktis Riset Pemasaran, Plus 36 Topik Riset Pemasaran Siap Terap</i>. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 4. Santoso, S. & Tjiptono, F.2001. <i>Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS</i>. PT.Elex Media Komputindo, Jakarta. 5. Sumarwan, U. dkk. <i>Riset Pemasaran dan Konsumen</i>. Seri 1,2,3,4. Penerbit IPB PRESS 			
Dosen Pengampu	1. Dr. Sri Hidajati Ramdani, SE, MM			

	<ol style="list-style-type: none">2. Okti Kisiwati Zaini, SE, MM3. Fredi Andria, STP, MM4. Doni Wihartika, SPi, MM5. Hasrul, SE, MM
Matakuliah syarat	Manajemen Pemasaran

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Topik & Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1-2	Mahasiswa mampu menguraikan/mendeskripsikan masalah riset pemasaran sehingga menghasilkan informasi yang secara langsung mengemukakan masalah manajemen dan pihak manajemen memahami sepenuhnya informasi dimaksud dan mengambil tindakan. (Sub CPMK-1)	<p>Mahasiswa dapat:</p> <p>a. Mendefinisikan riset pemasaran dan membedakan antara identifikasi masalah dengan riset dalam rangka pemecahan masalah</p> <p>b. Menjelaskan kerangka kerja bagi pelaksanaan riset pemasaran serta enam langkah proses riset pemasaran</p> <p>c. Menjelaskan sifat dan ruang lingkup riset pemasaran serta perannya dalam implementasi program pemasaran</p> <p>d. Membahas jenis dan peran penyedia jasa riset pemasaran yang mencakup pemasok internal, pemasok eksternal, pemasok jasa lengkap dan pemasok jasa terbatas</p> <p>e. Menjelaskan peran riset pemasaran dalam sistem pendukung keputusan yaitu dalam menyediakan data, model pemasaran serta perangkat lunak komputer khusus.</p>	Sikap Keaktifan Kinerja	<p>Tatap muka, diskusi, tanya jawab = 2 SKS*50'</p> <p>Tugas terstruktur = 3x60'</p> <p>Praktikum = 1 SKS*170'</p>	lms.unpak.ac.id Google Classroom	<p>Peranan & Proses Riset Pemasaran</p> <p>a. Definisi Riset Pemasaran,</p> <p>b. Klasifikasi Riset Pemasaran</p> <p>c. Proses Riset Pemasaran</p> <p>d. Perusahaan Jasa Riset Pemasaran</p> <p>e. Peran Riset Pemasaran dalam SIM dan SPK</p>	5%
		<p>Mahasiswa dapat :</p> <p>a. Menjelaskan pentingnya riset permasalahan dan proses yang digunakan untuk merumuskan</p> <p>b. Menerangkan tugas-tugas dalam merumuskan masalah termasuk diskusi dengan para pakar pembuat keputusan, wawancara dengan pakar industry, analisis</p>	Sikap Keaktifan Kinerja Produk	<p>Tatap muka, diskusi, tanya jawab = 2 SKS*50'</p> <p>Tugas terstruktur Problem base learning = 3x60'</p>			

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Topik & Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
		<p>data sekunder, dan riset kualitatif.</p> <p>c. Menjelaskan faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi definisi masalah riset pemasaran : informasi dan peramalan di masa lalu, sumber daya dan kendala, tujuan pembuat keputusan, perilaku pembeli, lingkungan hukum, lingkungan ekonomi, serta ketrampilan pemasaran dan teknologi yang dimiliki perusahaan.</p> <p>d. Menjelaskan perbedaan antara masalah keputusan manajemen dengan masalah riset pemasaran.</p> <p>e. Menjelaskan struktur masalah riset pemasaran yang dirumuskan dengan baik yang terdiri dari pernyataan luas dan komponen yang spesifik.</p>		Praktikum = 1 SKS*170'		<p>d. Masalah Keputusan Manajemen & Masalah Riset Pemasaran</p> <p>e. Perumusan Masalah Riset Pemasaran</p>	
3	Mahasiswa mampu menentukan pilihan atau alternatif desain penelitian (Sub CPMK-2)	<p>Mahasiswa dapat :</p> <p>a. Mendefinisikan desain riset, mengklasifikasikan bermacam-macam desain riset, serta dapat membedakan riset eksploratif dengan riset konklusif.</p> <p>b. Membandingkan dan membedakan desain riset dasar : riset eksploratif, riset deskriptif, dan riset kausal.</p> <p>c. Menjelaskan sumber-sumber utama kesalahan dalam rancangan riset pemasaran.</p>	<p>Sikap Keaktifan Kinerja Laporan Kegiatan</p>	<p>Tatap muka, diskusi, tanya jawab = 2 SKS*50'</p> <p>Tugas terstruktur Problem Base Learning = 3x60'</p> <p>Praktikum = 1 SKS*170'</p>	<p>lms.unpak.ac.id Google Classroom</p>	<p>Desain Riset Pemasaran</p> <p>a. Definisi Desain Riset</p> <p>b. Klasifikasi Desain Riset</p> <p>c. Hubungan antara Riset Eksploratif, Deskriptif dan Kausal</p>	10%

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Topik & Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
4	Mampu mengelompokkan jenis dan sumber data. (Sub CPMK-3)	<p>Mahasiswa dapat :</p> <p>a. Menjelaskan perbedaan antara data primer dan data sekunder</p> <p>b. Menyebutkan keunggulan dan kelemahan dari data sekunder serta penggunaannya dalam berbagai langkah proses riset pemasaran.</p> <p>c. menjelaskan dengan rinci sumber-sumber data sekunder termasuk sumber internal dan eksternal.</p> <p>d. Membuat daftar beberapa sumber penting yang harus dipertimbangkan oleh para periset dalam melakukan proses pencarian.</p>	<p>Sikap</p> <p>Keaktifan</p> <p>Kinerja</p> <p>Laporan Kegiatan</p>	<p>Tatap muka, diskusi, tanya jawab = 2 SKS*50'</p> <p>Tugas terstruktur = 3x60'</p> <p>Praktikum = 1 SKS*170'</p>	lms.unpak.ac.id Google Classroom	<p>Teknik Pngumpulan Data (Primer Dan Sekunder)</p> <p>a. Sumber data</p> <p>b. Keunggulan & kelemahan data sekunder</p> <p>c. Jenis-jenis data sekunder – internal & eksternal</p> <p>d. Jenis-jenis data primer</p> <p>e. Cara-cara pengumpulan data</p>	10%
5	Mahasiswa memiliki kemampuan menguraikan fungsi pengukuran dan penetapan skala pengukuran. (Sub CPMK-4)	<p>Mahasiswa dapat :</p> <p>a. Menjelaskan konsep pengukuran dan penetapan skala serta menunjukkan bagaimana penetapan skala dianggap perpanjangan dari pengukuran</p> <p>b. mengklasifikasikan skala pengukuran primer dan membedakan skala nominal, ordinal, interval dan rasio</p> <p>c. Mengklasifikasikan dan membahas teknik penetapan skala komparatif dan non komparatif serta menguraikan teknik penetapan skala komparatif berpasangan, urutan ranking, jumlah konstanta dan Q-sort</p>	<p>Sikap</p> <p>Keaktifan</p> <p>Kinerja</p> <p>Laporan kegiatan</p>	<p>Tatap muka, diskusi, tanya jawab = 2 SKS*50'</p> <p>Tugas terstruktur = 3x60'</p> <p>Praktikum = 1 SKS*170'</p>	lms.unpak.ac.id Google Classroom	<p>Pengukuran dan Penetapan Skala Pengukuran</p> <p>a. Konsep pengukuran dan penetapan skala pengukuran</p> <p>b. Skala utama pengukuran</p> <p>c. Perbandingan teknik penetapan skala</p> <p>d. Teknik penetapan skala non komparatif</p> <p>e. Evaluasi skala</p>	10%

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Topik & Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
		<p>d. Menguraikan teknik-teknik penetapan skala non komparatif, membedakan antara skala pemeringkatan kontinyu dengan itemized rating scale, serta menjelaskan skala Likert, Differensial Semantic dan Stapel</p> <p>e. Membahas keputusan dalam membuat skala pemeringkatan terperinci berdasarkan jumlah kategori skala,</p> <p>f. Menjelaskan skala yang digunakan untuk evaluasi skala dan menjelaskan bagaimana mengkaji hubungan keandalan, validitas, dan kemampuan generalisasi (<i>generalizability</i>)</p>					
6-7	Mahasiswa mampu merancang instrumen kuesioner riset pemasaran dan melakukan pengujian awal kuesioner. (Sub CPMK-5)	<p>Mahasiswa dapat</p> <p>a. Menjelaskan maksud kuesioner dan tujuan mengajukan pertanyaan yang dapat dan akan dijawab oleh responden, menyemangati responden dan meminimalkan kesalahan tanggapan</p> <p>b. Menguraikan proses perancangan kuesioner, langkah-langkah yang terkait, dan petunjuk yang harus diikuti pada setiap langkah</p> <p>c. membahas bentuk pengamatan pengumpulan data dan menspesifikasikan siapa, apa, kapan, di mana, mengapa, dan cara perilaku akan diamati.</p>	<p>Sikap</p> <p>Keaktifan</p> <p>Kinerja</p> <p>Produk (rancangan kuesioner)</p> <p>Laporan kegiatan</p> <p>Presentasi</p>	<p>Tatap muka, diskusi, tanya jawab = 2 SKS*50'</p> <p>Tugas terstruktur Project Base Learning = 3x60'</p> <p>Praktikum = 1 SKS*170'</p>	lms.unpak.ac.id Google Classroom	<p>Rancangan dan Format Kuesioner</p> <p>a. Definisi dan tujuan penggunaan kuesioner</p> <p>b. Proses perancangan kuesioner</p> <p>c. Pengujian awal kuesioner (uji validitas & reliabilitas)</p>	15%

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Topik & Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
8	UJIAN / EVALUASI TENGAH SEMESTER						
9-10	Memiliki kemampuan untuk menguraikan jenis teknik sampling (Sub CPMK-6)	<p>Mahasiswa mampu untuk :</p> <p>a. Menguraikan proses desain sampling : definisi populasi sasaran, penentuan bingkai sampling, pemilihan teknik sampling, penentuan jumlah sampel, dan pelaksanaan proses sampling.</p> <p>c. mengklasifikasikan teknik sampling menjadi teknik sampling probabilitas dan non probabilitas</p> <p>d. menguraikan teknik sampling non probabilitas</p> <p>e. menguraikan teknik sampling probabilitas</p> <p>f. mengidentifikasi kondisi yang sesuai untuk penggunaan teknik sampling non probabilitas vs probabilitas</p> <p>g. menentukan faktor utama yang harus dipertimbangkan peneliti dalam mengestimasi ukuran sampel dengan menggunakan prinsip-prinsip statistic.</p> <p>h. menjelaskan ukuran populasi mempengaruhi ukuran sampel</p> <p>i. menentukan situasi di mana faktor koreksi populasi yang terbatas harus digunakan</p>	<p>Sikap</p> <p>Keaktifan</p> <p>Kinerja</p> <p>Laporan kegiatan</p>	<p>Tatap muka, diskusi, tanya jawab = 2 SKS*50'</p> <p>Tugas terstruktur = 3x60'</p> <p>Praktikum = 1 SKS*170'</p>	<p>lms.unpak.ac.id</p> <p>Google Classroom</p>	<p>Teknik Pengambilan Sampel</p> <p>a. Sampling probability</p> <p>b. Sampling non probability</p> <p>c. Metode penentuan jumlah sampel</p>	15%
11-14	Mahasiswa mampu melakukan pengumpulan data, pengolahan data dan menentukan teknik analisis data sesuai tujuan riset pemasaran (Sub CPMK-7)	Mahasiswa dapat melakukan proses editing, koding dan klasifikasi pada data yang telah terkumpul	<p>Sikap</p> <p>Keaktifan</p> <p>KInerja</p> <p>Laporan kegiatan</p>	<p>Tatap muka, diskusi, tanya jawab = 2 SKS*50'</p>	<p>lms.unpak.ac.id</p> <p>Google Classroom</p>	<p>Pengumpulan Data Lapangan (Editing, Koding, Input Data)</p>	5%

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Topik & Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
				Tugas terstruktur = 3x60' Praktikum = 1 SKS*170'			
		Mahasiswa dapat : a. Menentukan metode analisis data sesuai dengan data yang terkumpul b. Menganalisis hasil olahan data	Sikap Keaktifan Kinerja Laporan kegiatan	Tatap muka, diskusi, tanya jawab = 2 SKS*50' Tugas terstruktur Project Base Learning = 3x60' Praktikum = 1 SKS*170'		Analisis Data dan Interpretasi Hasil Riset a. Tahap Awal b. Uji Beda c. Analisis Hubungan	10%
15	Mahasiswa mampu menyusun laporan hasil riset/penelitian (Sub CPMK-8)	a. Mahasiswa mampu menyajikan laporan hasil riset pemasaran sesuai dengan proposal dan format penulisan penelitian b. Mahasiswa mempresentasikan hasil riset pemasaran	Sikap Keaktifan Kinerja Produk Laporan kegiatan Presentasi	Tatap muka, diskusi, tanya jawab = 2 SKS*50' Tugas terstruktur = 3x60' Praktikum = 1 SKS*170'	lms.unpak.ac.id Google Classroom	Penyusunan Laporan Riset Pemasaran	15%
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						

Rencana, Distribusi Dan Presentasi Penilaian Mata Kuliah Riset Pemasaran

Sub CPMK	Sikap	Keaktifan	Produk/ Test	Laporan Kegiatan	Presentasi	Kinerja/ Praktikum	UTS 20%	UAS 20%	Persentase Penilaian
Sub CPMK 1	0,625	0,625	3,3			2,5	4		10%
Sub CPMK 2	0,625	0,625		1,43		2,5	4		10%
Sub CPMK 3	0,625	0,625		1,43		2,5	4		10%
Sub CPMK 4	0,625	0,625		1,43		2,5	4		10%
Sub CPMK 5	0,625	0,625	3,3	1,43	5	2,5	4		15%
Sub CPMK 6	0,625	0,625		1,43		2,5		6,7	15%
Sub CPMK 7	0,625	0,625		1,43		2,5		6,7	15%
Sub CPMK 8	0,625	0,625	3,3	1,43	5	2,5		6,7	15%
Persentase Penilaian	5%	5%	10%	10%	10%	20%	20%	20%	100%

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 Prodi-nya 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, keterampilan umum, keterampilan 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. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
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.

