

BERKAS PENYUSUNAN RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Mata Kuliah	:	Penciptaan Nilai
-------------	---	------------------

Kode Mata Kuliah	:	KBI2B3
------------------	---	--------

SKS	:	3 SKS
-----	---	-------

Semester	:	3
Tahun Akademik	:	2021/2022



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS – TELKOM UNIVERSITY

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Direvisi
Penciptaan Nilai	KBI2B3	Business Innovation & Development	T= 3	P= -	3	1.0
Otoritas	Pengembang RPS		Ketua Kelompok Keahlian		Ka PRODI	
	Dr. Imanuddin Hasbi, S.T., M.M.		Agus Maolana Hidayat, SE.,MSi		Syahputra, Ph.D	
Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah ini mempelajari dan memahami pola-pola dalam penciptaan nilai (value creation) dengan cara mengatur informasi mengenai apa yang konsumen inginkan dalam cara yang simple sehingga pembuatan pola-pola penciptaan nilai mejadi lebih mudah untuk dilakukan. Pendalaman keterampilan memahami konsumen sehingga bisa menciptakan nilai yang bersesuaian adalah melalui tugas-tugas individu untuk praktik terbaik dan tugas kelompok untuk pilihan ide atau bisnis yang akan mereka cek/ciptakan nilai-nilai bisnis yang ditawarkan. Bentuk luarannya adalah kerangka/model profil konsumen dan peta nilai dari pilihan ide/bisnis kelompok.					
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Program Learning Outcomes (PLO) / CPL PRODI					
	PLO 01	Area Bisnis Fungsional : Lulusan menunjukkan pemahaman dan penerapan fungsi bisnis dasar pada semua bidang fungsional dalam administrasi bisnis. Kemampuan memahami permasalahan dan kebutuhan konsumen/pasar yang ditargetkan.				
	PLO 02	Komunikasi : Lulusan menunjukkan keterampilan komunikasi lisan dan tulisan yang efektif. Kemampuan untuk merancang cara/metode untuk mengidentifikasi permasalahan/kebutuhan/peluang tersebut untuk dituangkan dalam komunikasi pada konsumen.				
	PLO 03	Pemikiran Analitis dan Pemecahan Masalah : Lulusan menunjukkan kemampuan untuk mengevaluasi, analisis, dan menafsirkan informasi untuk membuat keputusan bisnis. Kemampuan untuk bekerja secara efektif di dalam tim untuk memahami data dan informasi dari pasar dan industri yang terkait.				
	PLO 05	Teamwork : Lulusan menunjukkan kemampuan bekerja dalam tim untuk mencapai tujuan bersama. Kemampuan untuk bekerjasama secara efektif dengan anggota tim yang dalam proses perencanaan, eksekusi hingga pemodelan.				
	Course Learning Outcomes (CLO)				PLO yang di dukung	

	CLO 01	Mampu menyebutkan dan memahami konsumen dalam konteks keilmuan pemasaran.			PLO 01	
	CLO 02	Mampu memahami konsumen/pasar yang ditargetkan, termasuk kebutuhan dan keinginan mereka dalam merancang profil konsumen.			PLO 02	
	CLO 03	Mampu memahami nilai-nilai yang ditawarkan dalam industri/kompetitor saat ini untuk mendefinisikan keunikan dan kemanfaatan dari ide/bisnis yang dipilih.			PLO 03	
	CLO 04	Mampu merancang dan melakukan beberapa tes dan eksperimen untuk ide-ide yang ingin dieksekusi.			PLO 05	
	CLO 05	Mampu merancang dan mendemonstrasikan model yang didapat dari kombinasi profil konsumen dan peta nilai dari aktifitas riset konsumen dan industri.			PLO 05	
	CLO 06	Mampu menghasilkan dokumen perancangan dari model proposisi nilai dan konsumen yang ditargetkan sebagai dokumen ilmiah.			PLO 05	
Tabel Penilaian	No	Bentuk Assessment	CLO yang dinilai	Nama Asessment	Bobot Assessment	Total Bobot Per Bentuk Assement
	1	QUIZ	CLO 01 CLO 02 CLO 03	QUIZ 01 QUIZ 02 QUIZ 03	10% 10% 10%	30%
	2	UJIAN	CLO 01, CLO 02, CLO 04, CLO 05	UTS	20%	20%
	3	TUGAS	CLO 03, CLO 04, CLO 05, CLO 06	TUGAS BESAR	50 %	50 %
	TOTAL				100%	100%
Pustaka	Utama :					
	1. Value Proposition Design, 2012, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Alan Smith, Greg Bernarda, and Patricia Papadacos 2. Marketing Management, 15 th edition, 2016, Phillip Kotler & Kevin Lane Keller., Pearson					
	Pustaka Pendukung: 1. Ledakan Ide Bisnismu					

Media Pembelajaran		Software :			Hardware :			
		MS. Office			Multimedia projector, Internet, Laptop/Netbook			
Team Teaching		2. Dr. Imanuddin Hasbi, S.T., M.M.; 2. Yulia Nur Hasanah, S.Si., MBA; 3. Tita Borshalina, S.E., M.S.M.						
Matakuliah Syarat		1. Pemasaran (KBI1H3); 2. Kreativitas dan Inovasi (KBI1E3)						
Minggu Ke-	Id CLO	Hasil Pembelajaran yang Diharapkan (SUB - CLO)	Penilaian		Materi Pembelajaran [Referensi]	Metode Pembelajaran [Model]	Pengalaman Pembelajaran Mahasiswa	
			Indikator/ Bukti Ketercapaian CLO	Bentuk			Tatap Muka [estimasi waktu]	Daring [estimasi waktu]
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
CLO 01. Mampu menyebutkan dan memahami konsumen dalam konteks keilmuan pemasaran.								
1 - 2	CLO 01	<ul style="list-style-type: none"> [CLO 01-1] Mahasiswa mampu menjelaskan karakteristik konsumen dalam keilmuan pemasaran [CLO 01-2] Mahasiswa mampu memahami pasar konsumen dan pasar bisnis. 	<ul style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam menjelaskan definisi dari konsumen Ketepatan dalam menjelaskan pasar konsumen dan pasar bisnis. 	QUIZ 01	<ol style="list-style-type: none"> Penciptaan Proposisi Nilai Menggunakan Kanvas. Profil Konsumen melalui Kegiatan/Tugas Utama <ul style="list-style-type: none"> Pengenalan Pemasaran: <ul style="list-style-type: none"> Pemasaran Konsumen Karakteristik konsumen Hubungan jangka Panjang dengan konsumen. Konteks pemahaman Konsumen/Pasar: <ul style="list-style-type: none"> Pasar konsumen. Pasar bisnis. Pasar global. 	Kuliah Mimbar	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah [2x 50 menit] Melakukan latihan pengenalan dan pemahaman tipe pasar konsumen dan pasar bisnis [2x50 menit] Diskusi [2x50 menit] 	<ul style="list-style-type: none"> Mengerjakan tugas dan Mengumpulkan nya di learning management system [BM (Stk) : 2x 50 menit]

Minggu Ke-	Id CLO	Hasil Pembelajaran yang Diharapkan (SUB - CLO)	Penilaian		Materi Pembelajaran [Referensi]	Metode Pembelajaran [Model]	Pengalaman Pembelajaran Mahasiswa	
			Indikator/ Bukti Ketercapaian CLO	Bentuk			Tatap Muka [estimasi waktu]	Daring [estimasi waktu]
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
<ul style="list-style-type: none"> • CLO 02 Mampu memahami konsumen/pasar yang ditargetkan, termasuk kebutuhan dan keinginan mereka dalam merancang profil konsumen. • CLO 03 Mampu memahami nilai-nilai yang ditawarkan dalam industri/kompetitor saat ini untuk mendefinisikan keunikan dan kemanfaatan dari ide/bisnis yang dipilihkan. • CLO 04 Mampu merancang dan melakukan beberapa tes dan eksperimen untuk ide-ide yang ingin dieksekusi. • CLO 05 Mampu merancang dan mendemonstrasikan model yang didapat dari kombinasi profil konsumen dan peta nilai dari aktifitas riset konsumen dan industri. 								
3 - 6	CLO 02, CLO 04, CLO 05	<ul style="list-style-type: none"> • CLO 02 – 01 Mampu menyebutkan dan memahami customer jobs, customer pains, customer gains dari target segmen. • CLO 04 - 01 Mampu merancang, mengeksekusi, menganalisis, mempresentasikan riset pemahaman konsumen dari jobs, pains dan gains dari target segmen. • CLO 05 - 01 Mampu merancang dan medemonstrasikan model prototype profil konsumen dari hasil riset. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan untuk menyebutkan dan memahami customer jobs, customer pains, customer gains dari target segmen. • Kemampuan merancang, mengeksekusi , menganalisis, mempresentasikan riset pemahaman konsumen dari jobs, pains dan gains dari target segmen. • Kemampuan untuk merancang 	QUIZ 02, UTS, sebagian TUGAS BESAR	<ol style="list-style-type: none"> 3. Profil Konsumen melalui Problem/Kelemahan dan Keuntungan/Keinginan 4. Peta Nilai melalui Produk dan Servis 5. Peta Nilai melalui Solusi Problem dan Keuntungan yang Diinginkan 6. Kesesuaian (Fit) antara Profil Konsumen dan Peta Nilai <ul style="list-style-type: none"> • Profil Konsumen • Customer Jobs • Customer Pains • Customer Gains • Riset Customer Profile • Pemetaan hasil riset ke dalam kerangka profil konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Blended Learning (Flipped Classroom) • Problem-based learning melalui aktifitas Market survey melalui wawancara konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi kelas mengenai pemahaman profil konsumen dari konsep customer jobs, pains dan gains [2x 50 menit] • Diskusi kelas mengenai hasil survey untuk profil konsumen dari konsep customer jobs, pains dan gains [3x 50 menit] • Mengerjakan Quiz 02 [1x 50 menit] • Mengerjakan bagian 1 dari Tugas Besar [3x 50 menit] 	<ul style="list-style-type: none"> • Menonton Materi Konteks Profil Konsumen quiz interaktif di <i>Learning Management System</i> [BM (SbK)=1x50 menit] • Menulis tanggapan dari pemicu yang diberikan pada forum diskusi di learning management system [BM (SbK) = 1x50 menit] • Mengerjakan tugas dan Mengumpulkannya di learning management system [BM : 2x 50 menit]

Minggu Ke-	Id CLO	Hasil Pembelajaran yang Diharapkan (SUB - CLO)	Penilaian		Materi Pembelajaran [Referensi]	Metode Pembelajaran [Model]	Pengalaman Pembelajaran Mahasiswa	
			Indikator/Bukti Ketercapaian CLO	Bentuk			Tatap Muka [estimasi waktu]	Daring [estimasi waktu]
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
			dan medemonstrasikan model prototype profil konsumen dari hasil riset.					
7-10	CLO 03, CLO 04, CLO 05	<ul style="list-style-type: none"> CLO 03 – 01 Mampu menyebutkan dan memahami proposisi nilai untuk produk/servis, pain relievers, gain creators, yang sesuai dengan customer jobs dari target segmen. CLO 04 - 01 Mampu merancang, mengeksekusi riset pemahaman proposisi nilai tersebut ke dalam peta nilai, industry dan pemilik bisnis dari produk/servis, gain creators dan pain relievers dari target segmen. CLO 05 - 01 Mampu menganalisis, dan merancang hasil riset Peta Nilai. 	<ul style="list-style-type: none"> Kemampuan untuk menyebutkan dan memahami proposisi nilai untuk produk/servis, pain relievers, gain creators, yang sesuai dengan customer jobs dari target segmen. Kemampuan merancang mengeksekusi riset pemahaman proposisi nilai tersebut ke dalam peta nilai, industry dan pemilik bisnis dari 	QUIZ 03, lanjutan TUGAS BESAR	<ol style="list-style-type: none"> Kemungkinan Prototipe dan Titik Awal Pemahaman Konsumen dan Pembuatan Pilihan Model Bisnis yang Tepat Pengujian Poin-Poin yang Ingin Diuji <ul style="list-style-type: none"> Peta Nilai Produk/Servis Pain Relievers Gain Creators Riset Peta Nilai Pemetaan hasil riset ke dalam kerangka Peta Nilai 	<ul style="list-style-type: none"> Blended Learning (Flipped Classroom) Problem-based learning melalui aktifitas Market survey melalui wawancara pemilik bisnis dan kompetitor. 	<ul style="list-style-type: none"> Diskusi kelas mengenai pemahaman peta nilai dari konsep produk/servis, pain relievers, dan gain creators [2x 50 menit] Diskusi kelas mengenai hasil survey untuk peta nilai dari hasil riset produk/servis, pain relievers, dan gain creators [3x 50 menit] Mengerjakan Quiz 03 [1x 50 menit] Mengerjakan bagian 1 dari Tugas Besar [3x 50 menit] 	<ul style="list-style-type: none"> Menonton Materi Konteks Peta Nilai quiz interaktif di <i>Learning Management System</i> [BM (SbK)=1x50 menit] Menulis tanggapan dari pemicu yang diberikan pada forum diskusi di learning management system [BM (SbK) = 1x50 menit] Mengerjakan tugas dan Mengumpulkannya di learning management system [BM : 2x 50 menit]

Minggu Ke-	Id CLO	Hasil Pembelajaran yang Diharapkan (SUB - CLO)	Penilaian		Materi Pembelajaran [Referensi]	Metode Pembelajaran [Model]	Pengalaman Pembelajaran Mahasiswa	
			Indikator/ Bukti Ketercapaian CLO	Bentuk			Tatap Muka [estimasi waktu]	Daring [estimasi waktu]
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
			produk/servis , gain creators dan pain relievers dari target segmen. <ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan untuk Mampu menganalisis, dan merancang hasil riset Peta Nilai. 					
<ul style="list-style-type: none"> • CLO 05 Secara berkelompok mampu merancang dan mendemonstrasikan model yang didapat dari kombinasi profil konsumen dan peta nilai dari aktifitas riset konsumen dan industri. • CLO 06 Secara berkelompok mampu menghasilkan dokumen perancangan dari model proposisi nilai dan konsumen yang ditargetkan sebagai dokumen ilmiah. 								
11-14	CLO 05, CLO 06	<ul style="list-style-type: none"> • CLO 05 – 01 Mampu menyebutkan dan memahami, menggunakan konsep Fit atau kesesuaian antara Peta Nilai dan Profil Konsumen • CLO 05 – 02 Mampu menganalisis keterkaitan antara poin2 pada sisi Profil Konsumen dan Peta Nilai dan juga melihat gap/peleuang yang muncul dari kesesuaian atau ketidaksesuaian tersebut. • CLO 06 - 01 Mampu menuliskan laporan ilmiah terkait Profil Konsumen, Peta Nilai dan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan untuk menyebutkan dan memahami, menggunakan konsep Fit atau kesesuaian antara Peta Nilai dan Profil Konsumen • Kemampuan untuk menganalisis keterkaitan antara poin2 	lanjutan TUGAS BESAR	11. Tahap demi Tahap & Kepustakaan Eksperimen <ul style="list-style-type: none"> • Profil Konsumen • Peta Nilai • Fit dan jenis Fit • Analisis Fit • Penulisan Artikel ilmiah • Presentasi artikel ilmiah 	<ul style="list-style-type: none"> • Blended Learning (Flipped Classroom) 	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi kelas mengenai pemahaman fit antara profil konsumen dan peta nilai [2x 50 menit] • Diskusi kelas mengenai analisis fit untuk hasil riset peta nilai dan profil konsumen [3x 50 menit] • Mengerjakan tulisan artikel ilmiah [1x 50 menit] 	<ul style="list-style-type: none"> • Menonton Materi Konteks Fit quiz interaktif di <i>Learning Management System</i> [BM (Sbk)=1x50 menit] • Menulis tanggapan dari pemicu yang diberikan pada forum diskusi di learning management system [BM (Sbk) = 1x50 menit] • Mengerjakan tugas dan Mengumpulkannya di learning management system [BM : 2x 50 menit]

Minggu Ke-	Id CLO	Hasil Pembelajaran yang Diharapkan (SUB - CLO)	Penilaian		Materi Pembelajaran [Referensi]	Metode Pembelajaran [Model]	Pengalaman Pembelajaran Mahasiswa	
			Indikator/ Bukti Ketercapaian CLO	Bentuk			Tatap Muka [estimasi waktu]	Daring [estimasi waktu]
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
		<p>Fit/keterkaitan diantara keduanya.</p> <ul style="list-style-type: none"> CLO 06 - 02 Mampu mempresentasikan hasil tugas besar berdasarkan template laporan ilmiah sebelumnya dituliskan oleh kelompok. 	<p>pada sisi Profil Konsumen dan Peta Nilai dan juga melihat gap/peleluang yang muncul dari kesesuaian atau ketidaksesuaian tersebut.</p> <ul style="list-style-type: none"> Kemampuan untuk menuliskan laporan ilmiah terkait Profil Konsumen, Peta Nilai dan Fit/keterkaitan diantara keduanya. Kemampuan untuk mempresentasikan hasil tugas besar berdasarkan template laporan ilmiah sebelumnya dituliskan oleh 				<ul style="list-style-type: none"> Mengerjakan bagian 1 dari Tugas Besar [3x 50 menit] 	

Minggu Ke-	Id CLO	Hasil Pembelajaran yang Diharapkan (SUB - CLO)	Penilaian		Materi Pembelajaran [Referensi]	Metode Pembelajaran [Model]	Pengalaman Pembelajaran Mahasiswa	
			Indikator/ Bukti Ketercapaian CLO	Bentuk			Tatap Muka [estimasi waktu]	Daring [estimasi waktu]
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
			kelompok.					

Catatan :

- 1) **Minggu Ke-:** Diisi dengan urutan waktu pertemuan
- 2) **Id CLO:** Diisi dengan di Course Learning Outcomes
- 3) **Hasil Pembelajaran yang Diharapkan (CLO):** Diisi dengan 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.
- 4) **Indikator/Bukti Ketercapaian CLO:** Diisi dengan kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti
- 5) **Bentuk Asesmen:** Diisi dengan bentuk-bentuk asesmen (QUIZ, UTS, UAS, TUGAS, PT, LATIHAN)
- 6) **Materi Pembelajaran:** Diisi dengan materi yang akan disampaikan untuk membantu mahasiswa mencapai CLO
- 7) **Metode Pembelajaran:** Diisi dengan Metode Pembelajaran bisa berupa:
 - a. Full Online
 - b. Blended Learning
 - c. Project Based Learning
 - d. Problem Based learning
- 8) **Pengalaman Pembelajaran Mahasiswa Tatap Muka:** Diisi dengan aktivitas pembelajaran yang dilakukan oleh mahasiswa untuk mempelajari materi dalam metode tatap muka
- 9) **Pengalaman Pembelajaran Mahasiswa Daring:** Diisi dengan aktivitas pembelajaran yang dilakukan oleh mahasiswa untuk mempelajari materi dalam mode daring

