

**KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI
No. 004-02/IPT/KK/S1/DHB/KWU/II/2024****TENTANG
PENUNJUKAN DOSEN TETAP
DALAM PENGAJARAN SEMESTER GENAP TA. 2023/2024****REKTOR INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI**

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran proses belajar mengajar di Institut Pariwisata Trisakti pada TA. 2023/2024, perlu segera menunjuk Dosen Tetap yang namanya tercantum dalam DIKTUM Pertama Keputusan ini.
b. Bahwa sehubungan dengan hal tersebut diatas, perlu segera menerbitkan Surat Keputusan Rektor Institut Pariwisata Trisakti.
- Mengingat : 1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 04 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
3. Permendikbud No. 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2021 tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Statuta Institut Pariwisata Trisakti No. B/45/YTS/V/2023 tanggal 19 Mei 2023;
6. Peraturan Kepegawaian Yayasan Trisakti No. 0041/YT-III/SK/IX/2021.
- Memperhatikan : 1. Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Nomor 272/E/0/2023 tanggal 15 Maret 2023 tentang izin Perubahan Bentuk Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti menjadi Institut Pariwisata Trisakti.
2. Surat dari Ketua Yayasan Trisakti No. B/30/YTS/IV/2023, tanggal 11 April 2023 tentang Penetapan Rektor Institut Pariwisata Trisakti.

M E M U T U S K A N

- Menetapkan : **KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI TENTANG PENUNJUKAN DOSEN TETAP DALAM PENGAJARAN SEMESTER GENAP TA. 2023/2024**
- Pertama : Menunjuk Saudara/i **ALDA CHAIRANI, M.Par**
NIDN/NUPN : **0313069201**
Sebagai dosen tetap dalam mata kuliah :
 - **23C5A031T - Pemasaran Bisnis 2 sks (T) 1 kelas**

Pada Institut Pariwisata Trisakti Departemen **S1 KEWIRAUSAHAAN**.

Kedua : Dalam melaksanakan tugas sehari-hari, yang bersangkutan bertanggung jawab kepada **Ka. Departemen Kewirausahaan**.

Ketiga : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan akhir semester genap TA. 2023/2024.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Februari 2024**INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI****REKTOR**

FESTY ASMANIATI, SE, MM
NIK : 010109890047

NILAI SEMESTER MAHASISWA

TAHUN AKADEMIK: 2023/2024 - GENAP	PROGRAM STUDI: S-1 / KWU / REG
MATA KULIAH: 23C5A031T - Pemasaran Bisnis	SKS: 2 RUANG: CR3B
DOSEN: ALDA CHAIRANI, M.Par	KELAS: A HARI / JAM: SELASA / 10:00 - 12:00

NO	NIM	NAMA LENGKAP	NILAI			NILAI TOTAL	NILAI AKHIR	BOBOT	CATATAN NILAI	KETERANGAN NILAI E
			TGS	UTS	UAS					
1	2353210001	MARSHA OCTAVANYA RAMADHANI	80.00	75.00	82.00	79.50	A-	3.70		
2	2353210002	ALIFIA AYU DINAR CHAIRUNNISA	82.00	75.00	86.00	81.90	A	4.00		
3	2353210003	NURUL TITIS ISWARA	85.00	75.00	78.00	78.50	A-	3.70		
4	2353210004	ALYA ANDINI	83.00	75.00	86.00	82.10	A	4.00		
5	2353210005	NURUL HASANAH	84.00	75.00	80.00	79.30	A-	3.70		
6	2353210006	DANIELLA NINETTE SEBASTIAN PET	88.00	78.00	86.00	84.00	A	4.00		
7	2353210007	LARAS SASTRI AMELIA FEBRIANA	88.00	75.00	81.00	80.60	A	4.00		
8	2353210008	YEMIMA GERALDINE SELA LUMBANT	85.00	75.00	82.00	80.50	A	4.00		
9	2353210009	DWI RIFKI JUNANDAR	85.00	70.00	86.00	81.00	A	4.00		
10	2353210010	ARI WIBOWO	80.00	70.00	82.00	78.00	A-	3.70		
11	2353210011	KEVIN ENRICO PURNOMO	83.00	75.00	80.00	79.10	A-	3.70		
12	2353210012	SULTON FAISAL MALIK	87.00	75.00	81.00	80.40	A	4.00		
13	2353210013	OKTA RAMADHONA	79.00	70.00	80.00	76.80	B+	3.30		
14	2353210015	FAUZIKA AULIA	84.00	75.00	80.00	79.30	A-	3.70		
15	2353210016	JESICA SEPTIANI EKA PUTRI	84.00	80.00	78.00	79.80	A-	3.70		
16	2353290001	YOVIE RADIANSYAH PRAMUDJIONO	84.00	70.00	78.00	76.80	B+	3.30		

JUMLAH NILAI: A = 7, A- = 7, B+ = 2

KETERANGAN: UT = TDK IKUT UTS, UA = TDK IKUT UAS, RN = RAPAT NILAI

JAKARTA, 12 JULI 2024
DOSEN

ALDA CHAIRANI, M.Par



FORMULIR
BERITA ACARA PERKULIAHAN

No. Dokumen	S2.001.018.2011
Edisi	01
Revisi	
Berlaku Efektif	19 September 2011
Halaman	1 dari 5



TAHUN AKADEMIK: 2023/2024 - GENAP
PROGRAM STUDI: S-1 / KEWIRAUSAHAAN / REGULER

Mata Kuliah : 23C5A031T - Pemasaran Bisnis
SKS : 2
Kelas : A
Dosen : ALDA CHAIRANI, M.Par

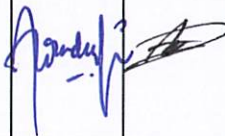





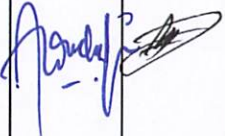





Hari : SELASA
Jam : 10:00 - 12:00
Ruang : CR3B
NIDN : 0313069201

PERTEMUAN KE	S A P	MATERI YANG DIBERIKAN	KETERANGAN KHUSUS MAHASISWA	TANDA TANGAN / TANGGAL			CATATAN KA. PRODI
				DOSEN	KETUA KELAS	KA. PRODI	
1	Class introduction, Chapter 1: creating customer value	1A. Pemahaman marketing, marketplace dan customer needs; 1B. Designing a customer value driven marketing strategy and plan; 1C. Managing customer relationship and capturing customer value; 1D. The changing marketing landscape;	HADIR: 16 ALPA: - IJIN: - SAKIT: - LAIN2: - JML: 16				
2	Chapter 2: Company and marketing strategy; Chapter 3: analyzing the marketing environment; Chapter 4: managing marketing information to gain customer insight	2A. Defining marketing's role; 2B. Designing business portfolio; 2C. Partnering to build customer relationship; 2D. Marketing strategy and marketing mix; 2E. Managing the marketing effort and marketing return on investment; 3A. The micro and macro environment; 3B. The demographic and economic environment; 3C. The natural and technological environment; 3D. The politic-socio and cultural environments; 3E. Responding to the marketing environment; 4A. Marketing information and customer insight; 4B. Assessing information need and developing data; 4C. Marketing research.	HADIR: 16 ALPA: - IJIN: - SAKIT: - LAIN2: - JML: 16				
3	Chapter 5: consumer markets and buyer behavior; Chapter 6: business markets and business buyer behavior	5A. Model of consumer behavior; 5B. Characteristics affecting consumer behavior; 5C. Buyer decision process; 6A. Business market and business buyer behavior; 6B. Business buyer decision process; 6C. Engaging business buyers with digital and social marketing.	HADIR: 16 ALPA: - IJIN: - SAKIT: - LAIN2: - JML: 16				

TAHUN AKADEMIK: 2023/2024 - GENAP
PROGRAM STUDI: S-1 / KEWIRAUSAHAAN / REGULER

Mata Kuliah : 23C5A031T - Pemasaran Bisnis
SKS : 2
Kelas : A
Dosen : ALDA CHAIRANI, M.Par

Hari : SELASA
Jam : 10:00 - 12:00
Ruang : CR3B
NIDN : 0313069201

PERTEMUAN KE	S A P	MATERI YANG DIBERIKAN	KETERANGAN KHUSUS MAHASISWA	TANDA TANGAN / TANGGAL			CATATAN KA. PRODI
				DOSEN	KETUA KELAS	KA. PRODI	
4	Chapter 7: customer value driven marketing strategy; Chapter 8: products, services, and brands (building customer value)	7A. Marketing strategy; 7B. Market segmentation, targeting and positioning; 8A. Product and service decision; 8B. Service marketing and branding strategy	HADIR: 16 ALPA: - IJIN: - SAKIT: - LAIN2: - JML: 16				
5	Chapter 9: developing new products and managing product life cycle; Chapter 10: understanding and capturing customer value; Chapter 11: pricing strategies.	9A. New product development strategy and process; 9B. Product life cycle strategies; 10A. Pricing strategy; 10B. Internal and external considerations affecting price decision; 11A. New product pricing strategies; 11B. Product mix pricing strategies; 11C. Price adjustment and prices changes; 11D. Public policy and pricing	HADIR: 16 ALPA: - IJIN: - SAKIT: - LAIN2: - JML: 16				
6	Chapter 12: marketing channels & Business Model Canvas introduction	12A. Supply chains and the value delivery network; 12B. Channel behavior and organization; 11C. Channel design decision and management decision; 11D. Marketing logistics and supply chain management; Extra: business model canvas	HADIR: 15 ALPA: - IJIN: - SAKIT: 1 LAIN2: - JML: 16				
7	Review chapter 1-12	Chapters review & games	HADIR: 14 ALPA: 1 IJIN: 1 SAKIT: - LAIN2: - JML: 16				



FORMULIR
BERITA ACARA PERKULIAHAN

No. Dokumen	S2.001.018.2011
Edisi	01
Revisi	
Berlaku Efektif	19 September 2011
Halaman	3 dari 5



TAHUN AKADEMIK: 2023/2024 - GENAP
PROGRAM STUDI: S-1 / KEWIRAUSAHAAN / REGULER

Mata Kuliah : 23C5A031T - Pemasaran Bisnis
SKS : 2
Kelas : A
Dosen : ALDA CHAIRANI, M.Par

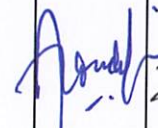

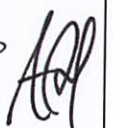
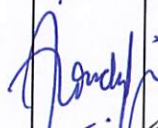


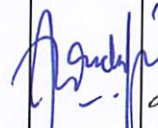


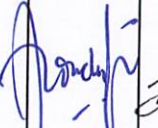


Hari : SELASA
Jam : 10:00 - 12:00
Ruang : CR3B
NIDN : 0313069201

PERTEMUAN KE	S A P	MATERI YANG DIBERIKAN	KETERANGAN KHUSUS MAHASISWA	TANDA TANGAN / TANGGAL			CATATAN KA. PRODI
				DOSEN	KETUA KELAS	KA. PRODI	
8	UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)		HADIR: - ALPA: - IJIN: - SAKIT: - LAIN2: 16 JML: 16				
9	Chapter 13: retailing and wholesaling; Chapter 14: engaging consumers and communicating customer value.	13A. Retailing; 13B. Omnichannel marketing; 13C. Retailing marketing decision and retailing trends & developments; 13D. Wholesaling; 14A. Promotion mix and integrated marketing communications; 14B. Developing effective marketing communication; 14C. Setting the total promotion budget and mix	HADIR: 14 ALPA: - IJIN: - SAKIT: 2 LAIN2: - JML: 16				
10	Chapter 15: advertising and public relations; Chapter 16: personal selling and sales promotion.	15A. Advertising and major advertising decision; 15B. Public relations and major public relations tools; 16A. Personal selling and managing the sales force; 16B. Personal selling process and sales promotion	HADIR: 14 ALPA: - IJIN: 1 SAKIT: 1 LAIN2: - JML: 16				
11	Chapter 17: digital marketingChapter 18: creating competitive advantages.	17A. Understanding and preparing digital marketing campaign; 17B. Digital channels strategy; 17C. Public policy issues in digital marketing; 18A. Competitor analysis and competitive strategies; 18B. Balancing customer and competition orientations.	HADIR: 14 ALPA: - IJIN: 1 SAKIT: 1 LAIN2: - JML: 16				

TAHUN AKADEMIK: 2023/2024 - GENAP
PROGRAM STUDI: S-1 / KEWIRAUSAHAAN / REGULER

Mata Kuliah : 23C5A031T - Pemasaran Bisnis
SKS : 2
Kelas : A
Dosen : ALDA CHAIRANI, M.Par

Hari : SELASA
Jam : 10:00 - 12:00
Ruang : CR3B
NIDN : 0313069201

PERTEMUAN KE	S A P	MATERI YANG DIBERIKAN	KETERANGAN KHUSUS MAHASISWA	TANDA TANGAN / TANGGAL			CATATAN KA. PRODI
				DOSEN	KETUA KELAS	KA. PRODI	
12	Chapter 19: the global marketplace.Chapter 20: sustainable marketing.	19A. Global marketing; 19B. Global marketing program and organization; 20A. Sustainable marketing; 20B. Social criticism of marketing; 20C. Pathway to sustainable marketing and building a sustainable marketing organization	HADIR: 15 ALPA: - IJIN: - SAKIT: 1 LAIN2: - JML: 16				
13	Observasi lapangan berkelompok	Observasi berkelompok	HADIR: 16 ALPA: - IJIN: - SAKIT: - LAIN2: - JML: 16				
14	Presentasi hasil observasi	Presentasi hasil observasi	HADIR: 16 ALPA: - IJIN: - SAKIT: - LAIN2: - JML: 16				
15	Review chapter 1-20	Presentasi hasil observasi	HADIR: 16 ALPA: - IJIN: - SAKIT: - LAIN2: - JML: 16				



**INSTITUT
PARIWISATA
TRISAKTI**

FORMULIR

BERITA ACARA PERKULIAHAN

No. Dokumen	S2.001.018.2011
Edisi	01
Revisi	
Berlaku Efektif	19 September 2011
Halaman	5 dari 5



TAHUN AKADEMIK: 2023/2024 - GENAP
PROGRAM STUDI: S-1 / KEWIRAUSAHAAN / REGULER

Mata Kuliah : 23C5A031T - Pemasaran Bisnis
SKS : 2
Kelas : A
Dosen : ALDA CHAIRANI, M.Par

Hari : SELASA
Jam : 10:00 - 12:00
Ruang : CR3B
NIDN : 0313069201

PERTEMUAN KE	S A P	MATERI YANG DIBERIKAN	KETERANGAN KHUSUS MAHASISWA	TANDA TANGAN / TANGGAL			CATATAN KA. PRODI
				DOSEN	KETUA KELAS	KA. PRODI	
16	UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)		HADIR: - ALPA: - IJIN: - SAKIT: - LAIN2: 16 JML: 16				

RENCANA PEMBELAJARAN
PROGRAM STUDI S-1 / KEWIRAUSAHAAN
INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI

Mata Kuliah : 23C5A031T - Pemasaran Bisnis
Kelompok MK : MKU-UMUM

SKS : 2
Jam/Minggu : 2

Capaian Pembelajaran (CPL)

1. Bersikap menerima dan belajar dari kesuksesan orang lain.
2. Menguasai banyak dimensi UKM regional, untuk meningkatkan kinerja pertumbuhan dan untuk mendorong inovasi dan formulasi bisnis baru dalam pengaturan bisnis mikro lokal, yang meliputi analisis risiko dan penghargaan pengusaha, studi kelayakan bisnis, menemukan sumber pendanaan, dll.
3. Menguasai perspektif praktis tentang UKM.
4. Menguasai kesadaran dan pemahaman tentang faktor ekonomi dan pribadi yang mempengaruhi keberhasilan usaha kewirausahaan.
5. Mampu menanggapi pembelajaran dan perubahan dalam lingkungan bisnis yang meliputi pengambilan keputusan, pemecahan kewirausahaan, masalah, dan rasa
6. Mampu mengembangkan keterampilan sosial dan komunikasi yang efektif untuk lingkungan bisnis.
7. Menguasai teori, prinsip dan konsep kewirausahaan dengan menerapkannya pada proyek dan aktivitas yang berakar pada praktik dunia nyata.
8. Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.
9. Mampu menganalisis potensi dan mengambil peluang untuk memulai usaha berdasarkan pengambilan risiko yang diinformasikan.

Capaian Pembelajaran (CPMK)

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa dapat:

1. Mengidentifikasi proses pemasaran bisnis.
2. Mendiskusikan marketplace dan consumer value.
3. Menafsirkan strategi pemasaran bisnis berdasarkan kebutuhan pasar.
4. Mengemukakan perluasan pemasaran (extending marketing)

Pokok Bahasan

1. Creating customer value and engagement
2. Company and marketing strategy
3. Analyzing the marketing environment
4. Managing marketing information
5. Consumer markets and buyer behavior
6. Business markets and business buyer behavior
7. Customer value-driven marketing strategy



**RENCANA PEMBELAJARAN
PROGRAM STUDI S-1 / KEWIRAUSAHAAN
INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI**

Mata Kuliah : 23C5A031T - Pemasaran Bisnis
Kelompok MK : MKU-UMUM

SKS : 2
Jam/Minggu : 2

8. Building customer value
9. Developing new products and managing product life cycle
10. Pricing
11. Marketing channels
12. Retailing and wholesaling
13. Engaging consumers and communicating customer values
14. Advertising and public relations
15. Personal selling and sales promotion
16. Digital marketing
17. Creating competitive advantage
18. Global marketplace
19. Sustainable marketing

Referensi

1. Kotler, P. Armstrong, G. Balasubramanian, S. (2024). Principle of Marketing. Nineteenth Edition Global Edition. Pearson Education Limited: Essex.
2. Jobber, D. Ellis-Chadwick, F. (2024). Principles and Practice of Marketing. Tenth Edition. Mc Graw Hill Education: Roxborough Way
3. Armstrong, G. Kotler, P. Oprensik, M.O. (2023). Marketing an Introduction. Fifteenth Edition Global Edition. Pearson Education Limited: Essex.
4. Albrecht, M.G. Green, M. Hoffman, L. (2023). Principle of Marketing. First Edition. OpenStax: Texas.
5. Kerin, R.A. Hartley, S.W. (2023). Marketing. McGraw Hill LCC: New York.

Prasyarat

Media Pembelajaran

Presentasi, diskusi, studi kasus, media sosial, merdeka belajar

Assessment

UTS dan UAS

**RENCANA PEMBELAJARAN
PROGRAM STUDI S-1 / KEWIRAUSAHAAN
INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI**

Mata Kuliah : 23C5A031T - Pemasaran Bisnis
Kelompok MK : MKU-UMUM

SKS : 2
Jam/Minggu : 2

Minggu ke	Sub Capaian Pembelajaran MK (Kemampuan Akhir yang Direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk Pembelajaran	Waktu Belajar (Menit)	Kriteria Assessment (Indikator)	Bentuk Assessment	Bobot (%)
1	- Mahasiswa dapat menjelaskan pemahaman tentang pemasaran dan proses pemasaran	Class introduction, Chapter 1: creating customer value	Presentasi, studi kasus & Diskusi	120	Kesiapan materi presentasi, public speaking dan keaktifan partisipasi mahasiswa	Forum tanya jawab	7.00
2	- Mahasiswa mampu mengenali strategi pemasaran, lingkungan pemasaran, dan mengartikan ketersediaan informasi pemasaran untuk mendapatkan customer insight	Chapter 2: Company and marketing strategy; Chapter 3: analyzing the marketing environment; Chapter 4: managing marketing information to gain customer insight	Presentasi, studi kasus & Diskusi	120	Kesiapan materi presentasi, public speaking dan keaktifan partisipasi mahasiswa	Forum tanya jawab	7.00
3	- Mahasiswa mampu membedakan pasar dan perilaku pembelian skala individu maupun skala bisnis	Chapter 5: consumer markets and buyer behavior; Chapter 6: business markets and business buyer behavior	Presentasi, studi kasus & Diskusi	120	Kesiapan materi presentasi, public speaking dan keaktifan partisipasi mahasiswa	Forum tanya jawab	6.00
4	- Mahasiswa mampu mengelompokkan strategi yang berorientasikan kepada pelanggan dan mengartikan nilai pelanggan	Chapter 7: customer value driven marketing strategy; Chapter 8: products, services, and brands (building customer value)	Presentasi, studi kasus & Diskusi	120	Kesiapan materi presentasi, public speaking dan keaktifan partisipasi mahasiswa	Forum tanya jawab	7.00

**RENCANA PEMBELAJARAN
PROGRAM STUDI S-1 / KEWIRAUSAHAAN
INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI**

Mata Kuliah : 23C5A031T - Pemasaran Bisnis
Kelompok MK : MKU-UMUM

SKS : 2
Jam/Minggu : 2

5	- Mahasiswa mampu mengemukakan product life cycle dan memahami strategi harga	Chapter 9: developing new products and managing product life cycle Chapter 10: understanding and capturing customer value; Chapter 11: pricing strategies.	Presentasi, studi kasus & Diskusi	120	Kesiapan materi presentasi, public speaking dan keaktifan partisipasi mahasiswa	Forum tanya jawab	6.00
6	- Mahasiswa mampu mengenali chanel pemasaran dan konsep business model canvas	Chapter 12: marketing channels & Business Model Canvas introduction	Presentasi, studi kasus & Diskusi	120	Kesiapan materi presentasi, public speaking dan keaktifan partisipasi mahasiswa	Forum tanya jawab	7.00
7	- Mahasiswa mampu mengimplementasikan pemahaman pemasaran bisnis dari chapter 1-12	Review chapter 1-12	Interactive games	120	Review hasil pembelajaran melalui games dan open discussion	Oral quiz	10.00
8	Ujian Tengah Semester (UTS)						
9	- Mahasiswa mampu menceritakan konsep retail dan wholesale serta memahami strategi komunikasi pemasaran	Chapter 13: retailing and wholesaling; Chapter 14: engaging consumers and communicating customer value.	Presentasi, studi kasus & Diskusi	120	Kesiapan materi presentasi, public speaking dan keaktifan partisipasi mahasiswa	Forum tanya jawab	7.00
10	- Mahasiswa mampu memahami advertising dan promosi	Chapter 15: advertising and public relations; Chapter 16: personal selling and sales promotion.	Presentasi, studi kasus & Diskusi	120	Kesiapan materi presentasi, public speaking dan keaktifan partisipasi mahasiswa	Forum tanya jawab	6.00

**RENCANA PEMBELAJARAN
PROGRAM STUDI S-1 / KEWIRAUSAHAAN
INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI**

Mata Kuliah : 23C5A031T - Pemasaran Bisnis
Kelompok MK : MKU-UMUM

SKS : 2
Jam/Minggu : 2

11	- Mahasiswa mampu menggolongkan pemasaran digital dan mendiskusikan keunggulan kompetitif bisnis	Chapter 17: digital marketing Chapter 18: creating competitive advantages.	Presentasi, studi kasus & Diskusi	120	Kesiapan materi presentasi, public speaking dan keaktifan partisipasi mahasiswa	Forum tanya jawab	7.00
12	- Mahasiswa mampu mengartikan global marketplace dan pemasaran berkelanjutan	Chapter 19: the global marketplace. Chapter 20: sustainable marketing.	Presentasi, studi kasus & Diskusi	120	Kesiapan materi presentasi, public speaking dan keaktifan partisipasi mahasiswa	Forum tanya jawab	6.00
13	- Mahasiswa mampu secara mandiri melakukan penelitian dengan cara pengamatan dan intierview tentang pemasaran bisnis	Observasi lapangan berkelompok	Merdeka belajar	120	Observasi lapangan & wawancara narasumber	Foto & video observasi lapangan	8.00
14	- Mahasiswa mampu mempresentasikan hasil observasi lapangan secara berkelompok	Presentasi hasil observasi	Presentasi & diskusi	120	Kesiapan materi presentasi, public speaking dan keaktifan partisipasi mahasiswa	Forum tanya jawab	6.00
15	- Mahasiswa mampu mempresentasikan pemahaman terkait pemasaran bisnis dari pertemuan awal hingga terakhir	Review chapter 1-20	Interactive games	120	Review hasil pembelajaran melalui games dan open discussion	Oral quiz	10.00
16	Ujian Akhir Semester (UAS)						

Diperiksa oleh,

Divalidasi oleh,

MICHAEL KHRISNA ADITYA, SST. Par, M. Par
Ka. Departemen Kewirausahaan

AGUS RIYADI, SST.Par.,M.Sc.,Ph.D.,
Wakil Rektor Bidang Akademik