



**SURAT KEPUTUSAN
REKTOR UNIVERSITAS ALMA ATA
NOMOR : 104/A/SK/UAA/III/2024**

TENTANG

**PENGANGKATAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2023/2024
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS ALMA ATA**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Rektor Universitas Alma Ata

- Menimbang : a. Bahwa dalam rangka meningkatkan kelancaran jalannya kegiatan belajar mengajar pada Program Studi S1 Manajemen Universitas Alma Ata dengan sebaik-baiknya, maka perlu mengangkat dosen pengampu mata kuliah semester genap tahun akademik 2023/2024;
- b. Bahwa nama-nama yang tersebut di dalam lampiran Surat Keputusan ini dipandang mampu untuk diangkat menjadi dosen pengampu mata kuliah semester genap tahun akademik 2023/2024 Program Studi S1 Manajemen;
- c. Bahwa untuk pengangkatan tersebut diperlukan adanya surat keputusan
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336)
2. Undang-Undang Nomor 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
5. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
6. Keputusan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor: 155/KPT/II/2016 tentang Perubahan Bentuk Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Alma Ata menjadi Universitas Alma Ata
7. SK Dirjen Pendis No. 7033 tahun 2016 tentang ijin perubahan nama STIA menjadi FAI pada Universitas Alma Ata di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta
8. Akte No. 6, Tahun 2006 tentang Pendirian Yayasan Alma Ata;
9. Akta No 04 Tahun 2021 tentang Keputusan Pembina Yayasan Alma Ata;
10. Keputusan Ketua Yayasan Alma Ata Nomor 095/A/SK/YAA/XII/2019 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Alma Ata.
- Memperhatikan : 1. Statuta Universitas Alma Ata
2. Visi Misi Tujuan dan Sasaran UAA 2040
3. Usulan Prodi S1 Manajemen



MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
- Pertama : Mengangkat nama-nama yang tercantum dalam lampiran Surat Keputusan ini sebagai dosen pengampu mata kuliah semester genap tahun akademik 2023/2024 Program Studi S1 Manajemen Universitas Alma Ata.
- Kedua : Nama dan Mata Kuliah yang diampu seperti dalam lampiran Surat Keputusan ini.
- Ketiga : Biaya yang timbul akibat diterbitkannya Surat Keputusan ini dibebankan pada anggaran yang sesuai di lingkungan Universitas Alma Ata.
- Keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan pada keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Yogyakarta
Pada tanggal : 16 Maret 2024

Rektor Universitas Alma Ata,


Prof. Dr. H. Hamam Hadi, MS., Sc.D., Sp.GK.


Tembusan:

1. Wakil Rektor Bidang Pengembangan Akademik, Pembelajaran dan MBKM
2. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum dan Sumber Daya
3. Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Keagamaan
4. Ka. Biro Keuangan
5. Dekan Fakultas
6. Ketua Program Studi
7. Kepala PPKREP
8. Yang bersangkutan
9. Arsip

SEMESTER VI

NO	KODE MK	MATA KULIAH	TOTAL SKS	LIAISON OFFICER	No	DOSEN PENGAMPU
1	MNJ003	Ekonomi Manajerial	3	Dr. Novi Febrianti, S.E., M.E		Dr. Novi Febrianti, S.E., M.E
2	MNJ004	Manajemen Strategis	3	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC		Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
3	FEB018	Perilaku Organisasi	3	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.	1	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.
					2	Elisa Jayanti Lestari, S.E., M.M
4	MNJ024	E-Marketing	3	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.	1	Ragil Satria Wicaksana, S.E.I., M.S.I.
					2	Wahit Desta Prastowo, S.Kom., M.Kom.
5	MNJ025	Strategi Pemasaran	3	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	1	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
					2	Farah Nur Syafi'ah Wijayanti, S.M., M.Sc.
6	MNJ018	Pemasaran Jasa	3	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.	1	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.
					2	Farah Nur Syafi'ah Wijayanti, S.M., M.Sc.
7	MNJ019	Manajemen Lintas Budaya	3	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc		Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc
8	MNJ020	Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia	3	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.		Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.
9	MNJ021	Perubahan dan Pengembangan Organisasi	3	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.		Ridho Satria Harahap, S.I.Kom, M.B.A.
10	MNJ031	Seminar Sumber Daya Manusia	3	Shindy Dwita Nuansari, S.M., M.S.M.		Shindy Dwita Nuansari, S.M., M.S.M.
11	MNJ033	Seminar Pemasaran	3	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.		Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.
TOTAL			33			

Format Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

		UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA				Kode Dokumen
		PROGRAM STUDI MANAJEMEN				
		FAKULTAS EKONOMI				
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan	
Pemasaran Jasa	MNJ-018	Ekonomi	3 SKS	6	20 Februari 2024	
	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI	
	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.				Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.	
Pencapaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	Sikap					
	S-8	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik.				
	S-9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.				
	S-10	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.				
	Keterampilan Umum					
	KU-2	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur.				
	Keterampilan Khusus					
	KK-1	Ketrampilan Konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CP-MK1	Mampu menjelaskan konsep pemasaran jasa menggunakan teori <i>Service Dominat Logic</i>				
	CP-MK2	Mampu memahami perkembangan sektor jasa dalam perekonomian negara dan mengidentifikasi konsep pemasaran bisnis jasa				
	CP-MK3	Memahami memahami tentang Perilaku Konsumen dalam Konteks Jasa				
CP-MK4	Mampu menjelaskan mengenai perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa					
CP-MK5	Mahasiswa memahami proses dan strategi <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i> Jasa dalam era digital.					

	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)							
	Sub-CPMK 1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep pemasaran jasa						
	Sub-CPMK 2	Mampu memahami perkembangan sektor jasa dalam perekonomian negara dan mengidentifikasi konsep pemasaran bisnis jasa						
	Sub-CPMK 3	Memahami memahami tentang Perilaku Konsumen dalam Konteks Jasa						
	Sub-CPMK 4	Mampu menjelaskan mengenai perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa						
	Sub-CPMK 5	Mahasiswa memahami proses dan strategi <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i> Jasa dalam era digital.						
	Sub-CPMK 6	Mahasiswa memahami <i>Teori Service Dominant Logic</i> dan Artikel Jurnal						
	Sub-CPMK 7	Mahasiswa mampu menyediakan Study Kasus Analisis Jurnal Pemasaran Jasa sesuai ilustrasi problem						
	Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK							
		Sub-CPMK 1	Sub-CPMK 2	Sub-CPMK 3	Sub-CPMK 4	Sub-CPMK 5	Sub-CPMK 6	Sub-CPMK 7
	CPMK 1	v				v	v	
	CPMK 2		v					v
	CPMK 3			v				
	CPMK 4				v			
	CPMK 5	v				v		
Deskripsi Singkat MK	Mata Kuliah ini mendeskripsikan langkah-langkah ataupun cara-cara yang ditempuh oleh sebuah perusahaan dalam usaha mencapai tujuan-tujuan pemasarannya dengan cara menentukan target pasar secara spesifik dan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai target pasar secara sukses							
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	Pembahasan akan dimulai dengan memperkenalkan terlebih dahulu apa itu Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa, Perilaku Konsumen dalam Konteks Jasa, Strategi <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i> dalam Jasa, bauran pemasaran jasa, pengembangan produk jasa, dan distribusi Jasa							
Pustaka	Utama:							
	1. Tjiptono, Fandy, 2020, Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Edisi Pertama, ANDI OFFSET							
	Pendukung:							
	1. Zeithaml, Valarie A. & Mary Jo Bitner, 2000, Service Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm, Mc. Graw Hill 2. Lovelock, Christopher & Lauren Wright, 2001, Principles of Services Marketing & Management, 2nd Edition, Prentice Hall 3. Vargo, S. L. (2007). On a theory of markets and marketing: From positively normative to normatively positive. Australasian Journal of Marketing, (in press).							

Dosen Pengampu	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.						
Matakuliah syarat	-						
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu menjelaskan Mahasiswa mampu menjelaskan konsep pemasaran jasa	Kedalaman menjelaskan Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa	Kriteria: Ketepatan dan penugasan Bentuk non-test: Tanya Jawab	Ceramah dan Tanya Jawab Daring: 1x (3x50 menit)		<ol style="list-style-type: none"> Perkembangan Industri Jasa Definisi Jasa dan klasifikasi bisnis jasa Karakteristik jasa dan berbagai tantangan <p>Tjiptono, Fandy,2020, Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Edisi Pertama, ANDI OFFSET</p> <p>Zeithaml, Valarie A. & Mary Jo Bitner, 2000, Service</p>	<p>Kehadiran, Kelas</p> <p>Partisipasi; 20%</p> <p>Tugas;30%</p> <p>UTS: 25%</p> <p>UAS: 25%</p>

						Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm, Mc. Graw Hill	
2-3	Mahasiswa mampu Mampu memahami perkembangan sektor jasa dalam perekonomian negara dan mengidentifikasi konsep pemasaran bisnis jasa	Kedalaman menjelaskan Perilaku Konsumen dalam Konteks Jasa	<p>Kriteria: Ketepatan dan penugasan</p> <p>Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan</p>	<p>Ceramah dan Tanya Jawab Daring: 1x (3x50 menit)</p>	<p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</p> <p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnnrw%2Djxm</p>	<p>1. Perilaku konsumen pada setiap kategori jasa Model tiga tahap konsumsi jasa</p> <p>2. Tahap Prapembelian</p> <p>3. Tahap Pelayanan</p> <p>4. Tahap Pasca Pelayanan</p> <p>5. Komponen yang membentuk ekspektasi pelanggan & faktor yang mempengaruhinya</p> <p>6. Metode GAP Kualitas</p> <p>Tjiptono, Fandy,2020, Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Edisi Pertama, ANDI OFFSET</p>	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30% UAS: 30%</p>

						Zeithaml, Valarie A. & Mary Jo Bitner, 2000, Service Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm, Mc. Graw Hill	
4	Memahami tentang Perilaku Konsumen dalam Konteks Jasa	Kedalaman menghasilkan fenomena pemasaran jasa mengenai perilaku konsumen sesuai dengan ilustrasi problem	<p>Kriteria: Ketepatan dan penugasan</p> <p>Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan</p>	<p>Metode Latihan Keterampilan (Tutorial) Daring: (1 x (3x50”)]</p>	<p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</p> <p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrrw%2Djxm</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definisi bauran pemasaran jasa 2. Komponen bauran pemasaran jasa 3. Produk dan tingkatan produk 4. Harga dan strategi penetapan harga 5. Saluran distribusi jasa bauran promosi Physical Evidence <p>Tjiptono, Fandy, 2020, Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Edisi Pertama, ANDI OFFSET</p> <p>Zeithaml, Valarie A. & Mary Jo Bitner, 2000, Service</p>	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30% UAS: 30%</p>

						Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm, Mc. Graw Hill	
5-6	Mampu menjelaskan mengenai perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa	Kedalaman menjelaskan Perkembangan Teknologi Internet sebagai Saluran Elektronik Distribusi Jasa	<p>Kriteria: Ketepatan dan penugasan</p> <p>Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan</p>	<p>Metode Latihan Keterampilan (Tutorial) Daring: (1 x (3x50”)]</p> <p>Tugas 1: Fenomena pemasaran jasa pada pelayanan Go food</p>	<p>http://elearning.alm-aata.ac.id/course/view.php?id=6949</p> <p>http://elearning.alm-aata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/io-f%2Dnrrw%2Djxm</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan dan peran internet dalam distribusi. 2. E-Business dan E-Commerce 3. Self Service Technology 4. Manfaat E-Commerce (Bagi Perusahaan, Bagi Konsumen dan Masyarakat 5. Tantangan E-Commerce <p>Tjiptono, Fandy,2020, Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Edisi Pertama, ANDI OFFSET</p> <p>Zeithaml, Valarie A. & Mary Jo Bitner, 2000, Service</p>	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30%</p> <p>UAS: 30%</p>

						Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm, Mc. Graw Hill	
7	Mahasiswa memahami proses dan strategi <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i> Jasa dalam era digital.	Kedalaman menjelaskan proses dan strategi <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i> Jasa dalam era digital	<p>Kriteria: Ketepatan dan penugasan</p> <p>Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan</p>	<p>Metode Latihan Keterampilan (Tutorial) Daring: (1 x (3x50’))]</p>	<p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</p> <p>https://meet.google.com/vfr-fbwc-pim</p>	<p>1. Pentingnya strategi STP dalam jasa</p> <p>2. Strategi Segmentasi</p> <p>3. Perusahaan Jasa</p> <p>4. Strategi Targeting dan tahapan targeting Strategi Positioning yang efektif dan tahapan strategi positioning jasa</p> <p>5. Kaitan segmenting, targeting dan positioning dengan marketing mix</p> <p>Tjiptono, Fandy,2020, Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Edisi Pertama, ANDI OFFSET</p>	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30%</p> <p>UAS: 30%</p>

						Zeithaml, Valarie A. & Mary Jo Bitner, 2000, Service Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm, Mc. Graw Hill	
8	Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengan Semester						
9-10	Mahasiswa memahami <i>Teori Service Dominat Logic</i> dan Artikel Jurnal	Ketepatan menjelaskan Teori <i>Service Dominant Logic</i> pada perusahaan jasa dan dagang	<p>Kriteria: Ketepatan, keaktifan diskusi dengan bertanya dan menjawab</p> <p>Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan</p>	<p>Ceramah dan Tanya Jawab Daring: (1 x (3x50’)]</p>	<p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</p> <p>https://meet.google.com/vfr-fbwc-pim</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teori Service Dominant Logic 2. Manfaat teori service dominant logic 3. Premis teori Service Dominant logic 4. Contoh teori service dominant logic pada artikel jurnal. <p>Vargo, S. L. (2007). On a theory of markets and marketing: From positively normative to normatively positive. <i>Australasian Journal of Marketing</i>, (in press).</p>	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30%</p> <p>UAS: 30%</p>


11-12	Mahasiswa mampu menyediakan Study Kasus Analisis Jurnal Pemasaran Jasa sesuai ilustrasi problem	<ul style="list-style-type: none"> - Ketepatan menjelaskan karakteristik teori service dominant logic - Ketepatan menjelaskan hasil diskusi jurnal teori <i>service dominant logic</i> 	<p>Kriteria: Ketepatan, keaktifan diskusi dengan bertanya dan menjawab</p> <p>Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan</p>	<p>Metode Latihan Keterampilan (Persentasi Kelompok)</p> <p>Daring: (1 x (3x50”)]</p>	<p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</p> <p>https://meet.google.com/ahi-fyrb-fau</p>	<p>1. Analisis Artikel Jurnal dengan teori Service Dominant Logic</p> <p>Vargo, S. L. (2007). On a theory of markets and marketing: From positively normative to normatively positive. Australasian Journal of Marketing, (in press).</p>	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30% UAS: 30%</p>
13-14	Mahasiswa mampu menyediakan Ayat Jurnal Penyesuaian Perpetual sesuai ilustrasi problem	<ul style="list-style-type: none"> - Ketepatan menjelaskan karakteristik teori service dominant logic - Ketepatan menjelaskan hasil diskusi jurnal teori <i>service dominant logic</i> 	<p>Kriteria: Ketepatan, keaktifan diskusi dengan bertanya dan menjawab</p> <p>Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan</p>	<p>Metode Latihan Keterampilan (Persentasi Kelompok)</p> <p>Daring: (1 x (3x50”)]</p>	<p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</p> <p>https://meet.google.com/ahi-fyrb-fau</p>	<p>1. Analisis Artikel Jurnal dengan teori Service Dominant Logic</p> <p>Vargo, S. L. (2007). On a theory of markets and marketing: From positively normative to normatively positive. Australasian Journal of Marketing, (in press).</p>	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30% UAS: 30%</p>
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						

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. **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

Absensi Pemasaran Jasa Kelas A

mnm 403


UNIVERSITAS ALMA ATA
S1 - MANAJEMEN
ALMA ATA Jalan Brawijaya No.99, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Telp : (0274) 4342288

PRESENSI PERKULIAHAN PROGRAM STUDI S1 - MANAJEMEN
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Mata Kuliah : MNJ018 - Pemasaran Jasa
 Dosen : Dimas Wibisono, S.E.,M.B.A.
 Hari, Jam :

SKS/Kelas : 3/01
 T.A (Smt) : 2023-2 (06)
 Ruang :

NO.	NIM	NAMA	PARAF / PERTEMUAN KE						
			1	2	3	4	5	6	7
1.	212400302	ABDUL ROHMAN	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓
2.	212400295	AFIFAH RAHMAH MAHFUDAH	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
3.	212400287	ALFATIA RIHADATUL 'AISY	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
4.	212400304	ALI ZULFA ROIS ARIFA SAKTI	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
5.	212400271	ANANDA ADITYA SIDIK SAPUTRA	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
6.	212400329	ANGGITA	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
7.	212400278	ARDYANTO	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
8.	212400272	BILFA LUTHFIANA	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
9.	212400306	DAVID ROMANSYAH	[Signature]	MSIB	M SIB	M SIB	MSIB	M	MSIB
10.	212400307	DEDE IBNU HAJAR	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
11.	212400274	DHIMAS SETYA NUGRAHA	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
12.	212400286	ERNA NUR WIJAYANTI	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
13.	212400309	EVAN ARDIANSYAH	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
14.	212400273	EVI NUR SYAFITRI	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
15.	212400310	EVIANA	S	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
16.	212400330	FADEL ADHIANTA ABAS	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
17.	212400311	FAHRUL ANWAR	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
18.	212400313	GHANDI KRISNA PALUPI	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
19.	212400314	INDI BELLA SILVIA	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
20.	212400316	KHOFIFAH INDI FAUZIYAH	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
21.	212400317	LA ODE MUHAMMAD NUR MUBARAK	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
22.	212400291	LATIEFFATUL KHAIRUNNISA	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
23.	212400318	LUTFI FAKHRUL MUTTAQIN	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
24.	212400282	MAIN ALFI AINASALSABILA	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	
25.	212400320	MEGA MAY RISA	[Signature]	[Signature]	[Signature]	[Signature]	✓	✓	

THORIC SITA RISA
 Yogyakarta,
 Dosen Pengampu
 Dimas Wibisono, S.E.,M.B.A.

Nilai Pemasaran Jasa 2023.2 Kelas A						
NIM	Nama Mahasiswa	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	Semester	Nilai Angka	Nilai Huruf
212400316	KHOFIFAH INDI FAUZIYAH	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	77	AB
212400274	DHIMAS SETYA NUGRAHA	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	85	A
212400273	EVI NUR SYAFITRI	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	83	A
212400291	LATIEFFATUL KHAIRUNNISA	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	80	A
212400295	AFIFAH RAHMAH MAHFUDAH	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	82	A
212400286	ERNA NUR WIJAYANTI	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	80	A
212400282	MAIN ALFI AINASALSABILA	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	85	A
212400320	MEGA MAY RISA	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	83	A
212400317	LA ODE MUHAMMAD NUR MUBARAK	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	40	D
212400310	EVIANA	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	80	0
212400314	INDI BELLA SILVIA	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	76	AB
212400302	ABDUL ROHMAN	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	75	AB
212400271	ANANDA ADITYA SIDIK SAPUTRA	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	85	A
212400329	ANGGITA	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	80	0
212400278	ARDYANTO	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	75	AB
212400272	BILFA LUTHFIANA	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	79	AB
212400311	FAHRUL ANWAR	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	78	AB
212400330	FADEL ADHIANTA ABAS	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	76	AB
212400287	ALFATIA RIHADATUL 'AISY	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	80	A
212400318	LUTFI FAKHRUL MUTTAQIN	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	75	AB
212400309	EVAN ARDIANSYAH	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	76	AB
212400313	GHANDI KRISNA PALUPI	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	60	C
212400304	ALI ZULFA ROIS ARIFA SAKTI	MNJ018	Pemasaran Jasa	6	77	AB