

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

**MATA KULIAH
KEWIRAUSAHAAN KREATIF**



OLEH:

Dyah Supriatin, S.E., M.M.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS PERWIRA PURBALINGGA
PURBALINGGA
2019**

LEMBAR PENGESAHAN

1. Mata Kuliah (MK) : KEWIRAUSAHAAN KREATIF
2. Kode MK/ Jumlah SKS : A01203 / 2 SKS
3. Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. Semester : 3
6. Koordinator MK : Dyah Supriatin, S.E., M.M.

7. Tim Pengampu MK : Dyah Supriatin, S.E., M.M.

Purbalingga, 25 Pebruari 2019

Menyetujui,
Ketua Program Studi



Agustin Riyan P, S.E., M.MSi.
NIDN 0605088701

Penyusun

Dyah Supriatin, S.E., M.M.
NIDN 0614037502

Mengetahui,

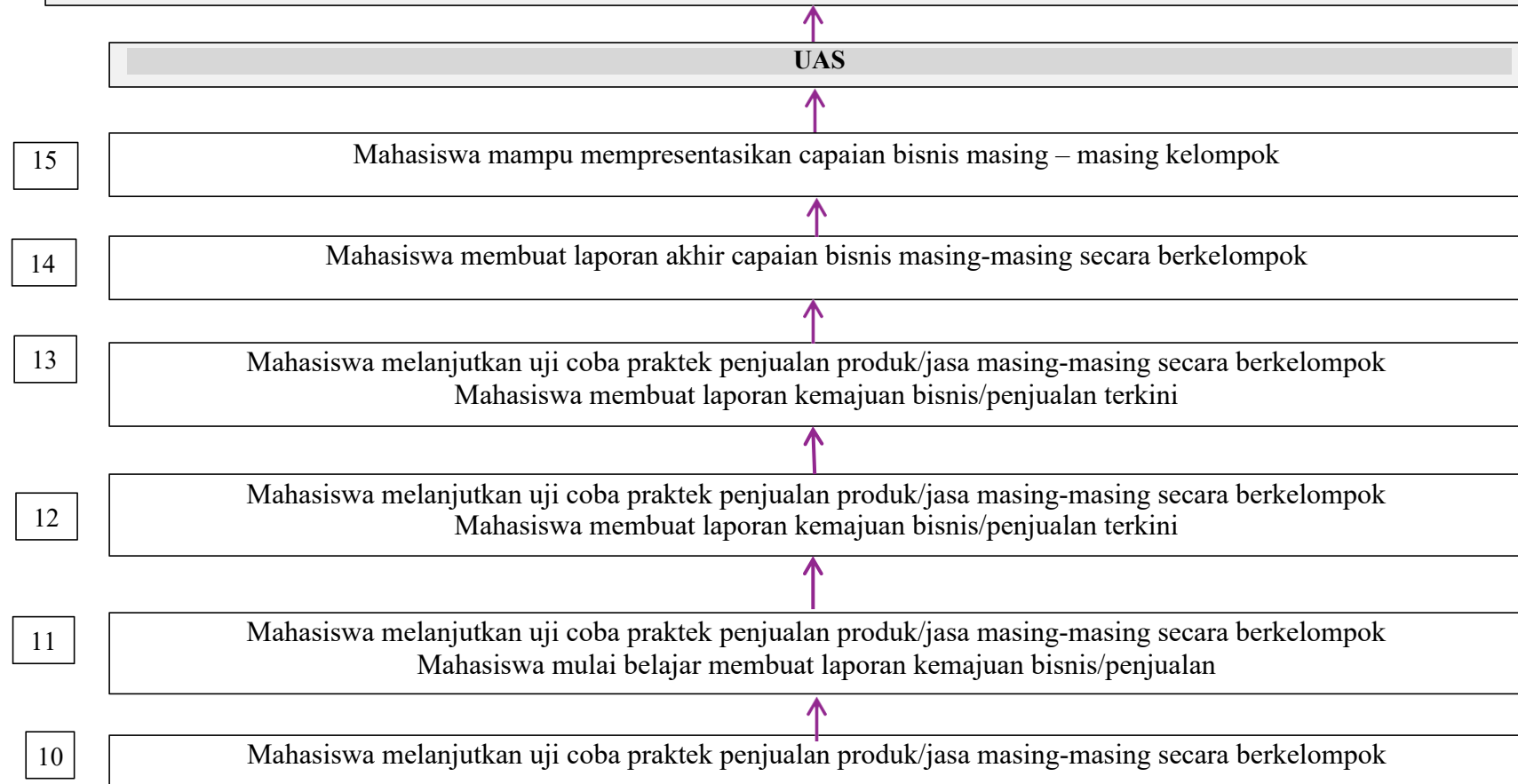


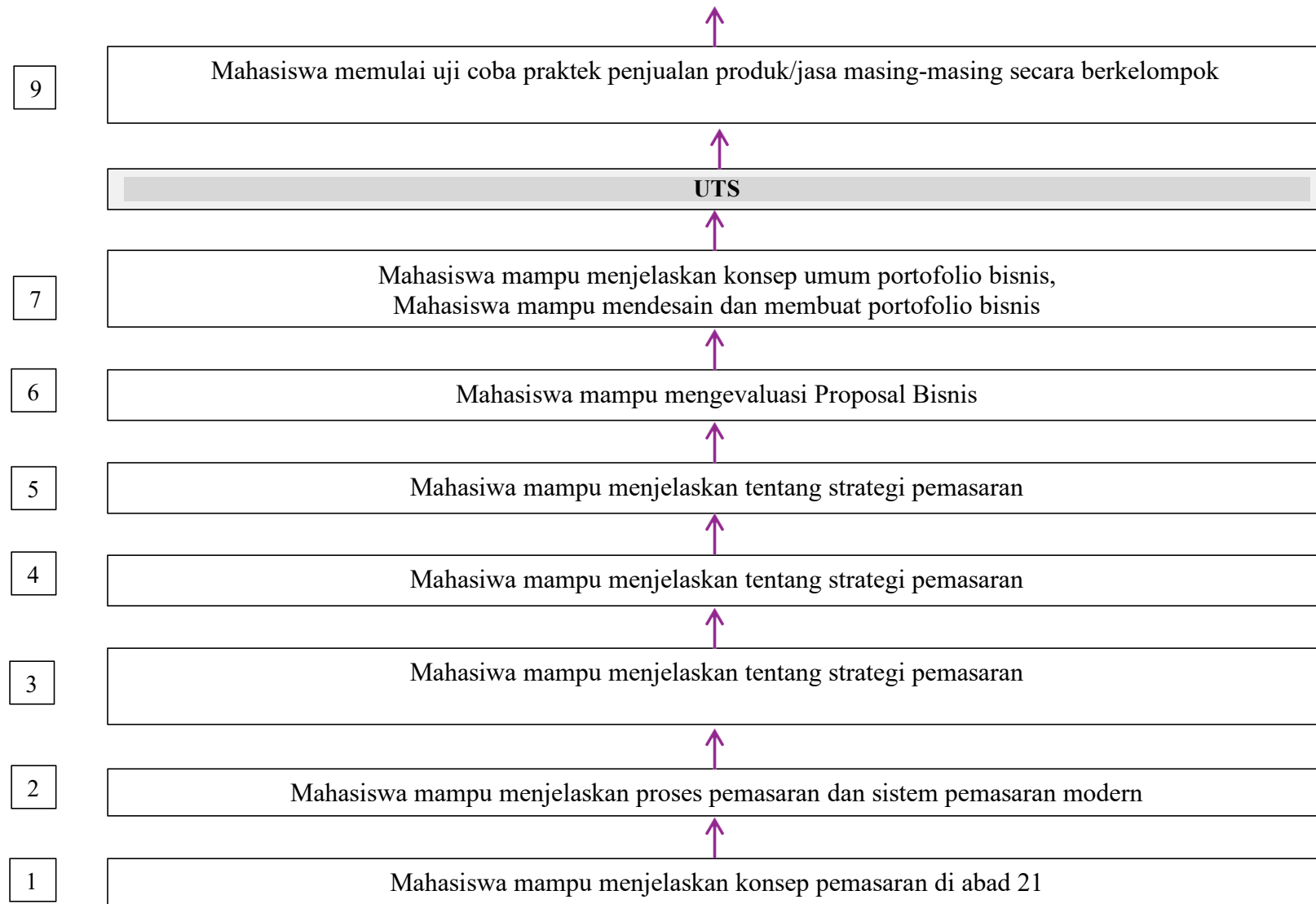
dan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Dr. Kamson, S.H., M.M., M.P.d.

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (CPMK) KEWIRAUSAHAAN KREATIF

1. Mampu memahami konsep lanjut kewirausahaan
2. Mampu memahami konsep penting pemasaran pada bisnis dan mempraktekannya
3. Mampu mempraktekan penjualan produk/jasa.
4. Mampu membuat portofolio bisnis.
5. Mampu membuat laporan capaian bisnis.







UNIVERSITAS PERWIRA PURBALINGGA

FAKULTAS SAINS DAN TEKNIK PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS

Jl.Letjen. S.Parman No 53 Purbalingga Telp. 082171811300

Website: <https://www.unperba.ac.id/>

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Bobot (sks)	Semester	Tgl Penyusunan
KEWIRAUSAHAAN KREATIF	A01203	2	3	25 Pebruari 2019
Otorisasi		Koordinator Pengembang RPS 	Koordinator Bidang 	Koprodi 
		Dyah Supriatin, S.E., M.M.	Dyah Supriatin, S.E., M.M.	Agustin Riyan Pratiwi, S.E., M.Si.
Capaian Pembelajaran (CP)		CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi) Yang Dibebankan Pada Mata Kuliah		
	SIKAP	1. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius (S1) 2. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama,moral, dan etika (S2)		

		3. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila (S3) 4. Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab padanegara dan bangsa. (S4) 5. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama,dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain. (S5) 6. Bekerjasama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. (S6) 7. Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara (S7) 8. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik (S8) 9. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri (S9) 10. Mempunyai ketulusan, komitmen, kesungguhan hati untuk mengembangkan sikap, nilai, dan kemampuan peserta didik dengan dilandasi oleh nilai-nilai kearifan lokal (S10)
	KETRAMPILAN UMUM	1. Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya. 2. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur. 3. Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilaihumaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah,tatacara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni, menyusun deskripsi saintifikhasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi (KU3) 4. Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah dibidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data. (KU4) 5. Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervise dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja

		yang berada di bawah tanggungjawabnya (KU5)
	KETRAMPILAN KHUSUS	1. Mampu memahami konsep lanjut kewirausahaan 2. Mampu memahami konsep penting pemasaran pada bisnis dan mempraktekannya 3. Mampu mempraktekan penjualan produk/jasa 4. Mampu membuat portofolio bisnis
	PENGETAHUAN	1. Mampu memahami dan mempraktekan dari proposal bisnis 2. Mampu memahami dan mempraktekan pemasaran bisnis 3. Mampu memahami dan mempraktekan penjualan bisnis 4. Mampu memahami dan membuat portofolio bisnis
	CPMK (Capaian Pembelajaran Lulusan Yang Dibebankan Pada Mata Kuliah)	
	SIKAP	1. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius. (S1) 2. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika. (S2) 3. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila. (S3) 4. Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab padanegara dan bangsa. (S4) 5. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama,dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain. (S5) 6. Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulianterhadap masyarakat dan lingkungan. (S6) 7. Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. (S7) 8. Mengintegrasikan nilai, norma dan etika akademik. (S8) 9. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri (S9) 10. Mempunyai ketulusan, komitmen, kesungguhan hati untuk mengembangkan sikap, nilai,

		dan kemampuan peserta didik dengan dilandasi oleh nilai-nilai kearifan lokal (S10) 11. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan dan kewirausahaan Mempunyai ketulusan, komitmen, kesungguhan hati untuk mengembangkan sikap, nilai, dan kemampuan peserta didik dengan dilandasi oleh nilai-nilai kearifan lokal (S11)
	KETRAMPILAN UMUM	1. Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya. 2. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur. 3. Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tatacara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni, menyusun deskripsi saintifik hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi. 4. Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data. 5. Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervise dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya.
	KETRAMPILAN KHUSUS	1. Mampu memahami konsep lanjut kewirausahaan 2. Mampu memahami konsep penting pemasaran pada bisnis dan mempraktekannya 3. Mampu mempraktekan penjualan produk/jasa 4. Mampu membuat portofolio bisnis
	PENGETAHUAN	1. Mampu memahami dan mempraktekan dari proposal bisnis 2. Mampu memahami dan mempraktekan pemasaran bisnis 3. Mampu memahami dan mempraktekan penjualan bisnis 4. Mampu memahami dan membuat portofolio bisnis
Diskripsi Singkat	Pada mata kuliah ini setiap mahasiswa akan mempelajari secara lebih lanjut mengenai kewirausahaan melanjutkan dari mata kuliah Dasar-dasar Kewirausahaan. Kewirausahaan Kreatif secara lebih lanjut mempelajari sekaligus mempraktekan proposal	

MK	bisnis yang telah disiapkan, mempraktekan pemasaran bisnis dan penjualan bisnis, mengevaluasi penjualan bisnis, membuat laporan akhir penjualan bisnis.	
Bahan Kajian / Pokok Bahasan	1. Konsep pemasaran abad 21 2. Proses pemasaran 3. Sistem pemasaran modern 4. Strategi pemasaran a. Marketing mix b. Branding strategy 5. Uji coba praktek bisnis / praktek lapangan 6. Laporan capaian bisnis	
Daftar Referensi	Utama:	1. Bygrave, W., & Zacharajis, A. (2010). <i>Entrepreneurship</i>, 2nd Edition, USA: John Wiley & Sons, Inc. 2. Brännback, Malin., & Carsrud, Alan. (2016). <i>Fundamental for Becoming a Successful Entrepreneur</i>, Old Tappan, New Jersey: Pearson Education, Inc. 3. Lambing, P. A., and Kuehl, C. R. (2007). <i>Entrepreneurship</i>, 4th Edition, Upper Saddle River, N.J., Prentice Hall. 4. Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. Principle of Marketing 17th Edition. PEARSON. 2014
	1. Gitman, L. J. and McDaniel, C. (2009), <i>The future of business: The Essentials</i>, 4th Edition, Thomson South-Western, South Melbourne, Vic. 2. Ferrell, O.C., Hirt, G., and Ferrell, L. (2009). <i>Business a changing world</i> (7th ed.). New York, NY: McGraw Hill	
Nama Dosen Pengampu	Dyah Supriatin, S.E., M.M.	

Minggu ke	Sub-CPMK - Kemampuan akhir yang direncanakan	Bahan kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode pembelajaran (Media dan Sumber Belajar)	Estimasi Waktu	Pengalaman belajar mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	1. Kontrak kuliah 2. Mahasiswa mampu menjelaskan konsep pemasaran di abad 21	1. Konsep pemasaran 2. Konsep inti pasar 3. Pentingnya pemasaran di abad 21	Bentuk: - Kuliah - Aktifitas di kelas Metode: - Ceramah - Diskusi - Kuis/Tugas terstruktur Media: - Kelas, - Laptop / gadget, - LCD, - Whiteboard - internet / website	TM: (2x50") TT: (2x60") BM: (2x60")	- Bernegosiasi dengan kontrak pembelajaran - Menjelaskan konsep pemasaran di abad 21	Kriteria : - Ketepatan dan penguasaan - Dapat mengerjakan dengan tepat tugas terstruktur Bentuk Nontest : - Pengamatan partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan interaktif	- Menunjukkan komitmen yang kuat untuk melaksanakan isi kontrak kuliah, RPS, dan penugasan yang dijelaskan oleh dosen. - Menjelaskan konsep dasar keiwrausahaan - Menjelaskan perbedaan	5

							seorang pengusaha dengan pedagang kecil dan manajer • Menjelaskan alasan yang mendorong seseorang untuk menjadi pengusaha	
2	Mahasiswa mampu menjelaskan proses pemasaran dan sistem pemasaran modern	1. Proses pemasaran 2. Sistem pemasaran modern	Metode: • Ceramah • Diskusi • Kuis/Tugas terstruktur Media: • Kelas, • Laptop / gadget, • LCD, • Whiteboard ▪ internet / website	TM : (2x50") TT: (2x60") BM: (2x60")	• Menjelaskan proses pemasaran dan sistem pemasaran modern	Kriteria : • Ketepatan dan penguasaan • Dapat mengerjakan dengan tepat tugas terstruktur Bentuk Nontest : • Pengamatan partisipasi	• Mengidentifikasi factor – factor kewirausahaan: Karakteristik, Kompetensi, Factor budaya, Desakan ekonomi, moral, dan spiritual • Mengidentifikasi tantangan	5

						Mahasiswa dalam pertanyaan interaktif	dan resiko sebagai seorang wirausaha di abad 21 ini atau era revolusi industri 4.0 menuju 5.0	
3	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang strategi pemasaran di era IR 4.0	1. Menjelaskan pengertian strategi pemasaran 2. Strategi pemilihan media untuk pemasaran	Metode: • Ceramah • Diskusi • Kuis/Tugas terstruktur Media: • Kelas, • Laptop / gadget, • LCD, • Whiteboard • internet / website	TM : (2x50") TT: (2x60") BM: (2x60")	• Menjelaskan tentang strategi pemasaran: media pemasaran • Kuis	Kriteria : • Ketepatan dan penguasaan • Dapat mengerjakan kuis dengan benar dan tepat Bentuk Nontest : • Pengamatan partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan interaktif	• Menjelaskan fungsi dan peran seorang wirausaha • Mengidentifikasi kebutuhan akan kewirausahaan dan pembaharuan bisnis	5

4	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang strategi pemasaran di era IR 4.0	1. 4P's Marketing Mix 2. 7Ps Marketing Mix 3. 9Ps Marketing Mix (untuk jasa)	Metode: • Ceramah • Diskusi • Kuis/Tugas terstruktur Media: • Kelas, • Laptop / gadget, • LCD, • Whiteboard • internet / website	TM : (2x50") TT: (2x60") BM: (2x60")	• Menjelaskan tentang strategi pemasaran: 4Ps dan 9Ps marketing mix	Kriteria : • Ketepatan dan penguasaan • Dapat mengerjakan dengan tepat tugas terstruktur Bentuk Nontest : Pengamatan partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan interaktif	▪ Menjelaskan jenis – jenis kepemilikan bisnis ▪ Menjelaskan bentuk – bentuk usaha	5
5	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang strategi pemasaran di era IR 4.0	Menjelaskan tentang strategi branding: cara membangun merk yang kuat	Metode: • Ceramah • Diskusi • Kuis/Tugas terstruktur Media: • Kelas, • Laptop / gadget,	TM : (2x50") TT: (2x60") BM: (2x60")	▪ Menjelaskan tentang strategi branding	Kriteria : • Ketepatan dan penguasaan • Dapat mengerjakan dengan tepat tugas terstruktur	▪ Mengidentifikasi trend dalam dunia usaha ▪ Mengidentifikasi sumber dan metode pembentukan ide – ide baru	5

			• LCD, • Whiteboard ▪ internet / website			Bentuk Nontest : Pengamatan partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan interaktif		
6	Mahasiswa mampu mengevaluasi Proposal Bisnis	Mengevaluasi / memperbaiki proposal bisnis yang lama (pada dasar-dasar kwu) atau mengumpulkan proposal bisnis baru	Metode: • Ceramah • Diskusi • Kuis/Tugas terstruktur Media: • Kelas, • Laptop / gadget, • LCD, • Whiteboard ▪ internet / website	TM : (2x50") TT: (2x60") BM: (2x60")	• Mengevaluasi Proposal Bisnis	Kriteria : • Ketepatan dan penguasaan • Dapat mengerjakan dengan tepat tugas terstruktur Bentuk Nontest : • Pengamatan partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan	▪ Mengidentifikasi peluang bisnis ▪ Menjelaskan tentang konsep dan tipe inovasi ▪ Menjelaskan konsep etika bisnis	5

						interaktif		
7	1. Mahasiswa mampu menjelaskan konsep umum portofolio bisnis 2. Mahasiswa mampu mendesain dan membuat portofolio bisnis	1. Konsep portofolio bisnis 2. Contoh – contoh portofolio bisnis 3. Pemilihan media untuk portofolio bisnis 4. Membuat portofolio bisnis dalam akun social media (instagram) atau blog gratis	Metode: • Ceramah • Diskusi • Kuis/Tugas terstruktur Media: • Kelas, • Laptop / gadget, • LCD, • Whiteboard ▪ internet / website	TM : (2x50") TT: (2x60") BM: (2x60")	• Menjelaskan konsep umum portofolio bisnis • Mendesain dan membuat portofolio bisnis	Kriteria : • Ketepatan dan penguasaan • Dapat mengerjakan dengan tepat tugas terstruktur Bentuk Nontest : ▪ Pengamatan partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan interaktif	• Menjelaskan konsep barang dan jasa • Menjelaskan siklus hidup produk • Mengidentifikasi factor – factor kesuksesan dan kegagalan sebuah bisnis	5
UJIAN TENGAH SEMESTER Berupa ; Test tertulis (essay) waktu 90 menit								

9	Mahasiswa memulai uji coba praktek penjualan produk/jasa masing-	1. Mahasiswa mendokumentasikan proses bisnis dalam praktek	Bentuk: • Praktek lapangan	TM : (2x50") TT:	• Memulai uji coba praktek penjualan produk/jasa	Kriteria : • Ketepatan dan penguasaa	▪ Menentukan produk atau jasa yang akan	5
---	--	--	---	------------------------	--	---	---	---

	masing secara berkelompok	penjualan produk/jasa secara berkelompok 1. Mahasiswa mengupload aktivitas penjualan dan/atau informasi perusahaan/produk/jasa dan/atau dokumen penting lain yang relevan dengan bisnis/penjualan produk/jasa dalam portofolio bisnis	Metode: • Briefing dari dosen pada awal kuliah • Diskusi • Tugas terstruktur Media: • Kelas, • Laptop / gadget, • LCD, • Whiteboard ▪ internet / website	(2x60") BM: (2x60")	masing-masing secara berkelompok	n • Dapat mengerjakan dengan tepat tugas terstruktur • Presentasi Bentuk Nontest : ▪ Pengamatan partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan interaktif	dijadikan proposal bisnis ▪ Menentukan jenis dan bentuk usaha yang akan dijalankan serta nama perusahaan ▪ Menganalisa latar belakang dari ide bisnis yang akan dijual ▪ Mempresentasikan hasil tugas di depan kelas	
10.	Mahasiswa melanjutkan uji coba praktek penjualan produk/jasa masing-masing secara berkelompok	1. Mahasiswa mendokumentasikan proses bisnis dalam praktek penjualan produk/jasa secara berkelompok 2. Mahasiswa mengupload	Bentuk: • Praktek lapangan Metode: • Briefing dari dosen pada awal kuliah • Diskusi	TM : (2x50") TT: (2x60") BM: (2x60")	• Melanjutkan uji coba praktek penjualan produk/jasa masing-masing secara berkelompok	Kriteria : • Ketepatan dan penguasaan • Dapat mengerjakan dengan tepat tugas	• Menyusun visi, misi, tujuan, dan filosofi / nilai – nilai perusahaan • Mengarang company overview • Menggamba	5

		aktivitas penjualan dan/atau informasi perusahaan/produk/jasa dan/atau dokumen penting lain yang relevan dengan bisnis/penjualan produk/jasa dalam portofolio bisnis	• Tugas terstruktur Media: • Kelas, • Laptop / gadget, • LCD, • Whiteboard • internet / website			terstruktur • Presentasi Bentuk Nontest : ▪ Pengamatan partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan interaktif	rkan kerangka management team dari perusahaan yang akan dijalankan • Mempresentasikan hasil tugas di depan kelas	
11	1. Mahasiswa melanjutkan uji coba praktek penjualan produk/jasa masing-masing secara berkelompok 2. Mahasiswa mulai belajar membuat laporan kemajuan bisnis/penjualan	1. Mahasiswa mendokumentasikan proses bisnis dalam praktek penjualan produk/jasa secara berkelompok 2. Mahasiswa mengupload aktivitas penjualan dan/atau informasi perusahaan/produk/jasa dan/atau dokumen penting lain yang relevan dengan	Bentuk: • Praktek lapangan Metode: • Briefing dari dosen pada awal kuliah • Diskusi • Tugas terstruktur Media: • Kelas, • Laptop /	TM : (2x50") TT: (2x60") BM: (2x60")	• Melanjutkan uji coba praktek penjualan produk/jasa masing-masing secara berkelompok • Membuat laporan kemajuan bisnis/penjualan	Kriteria : • Ketepatan dan penguasaan • Dapat mengerjakan dengan tepat tugas terstruktur • Presentasi Bentuk Nontest : Pengamatan	• Menganalisa pasar, segmentasi pasar dan target pasar yang akan dituju • Menyusun strategi pemasaran dari produk / jasa yang akan dijual • Membuat akun bisnis	5

		bisnis/penjualan produk/jasa dalam portofolio bisnis 3. Membuat dan mengumpulkan laporan kemajuan bisnis / penjualan produk/jasa	gadget, • LCD, • Whiteboard • internet / website			partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan interaktif	email, social media, dan e-commerce • Mempresentasikan hasil tugas di depan kelas	
12	1. Mahasiswa melanjutkan uji coba praktek penjualan produk/jasa masing-masing secara berkelompok 2. Mahasiswa membuat laporan kemajuan bisnis/penjualan terkini	1. Mahasiswa mendokumentasikan proses bisnis dalam praktek penjualan produk/jasa secara berkelompok 2. Mahasiswa mengupload aktivitas penjualan dan/atau informasi perusahaan/produk/jasa dan/atau dokumen penting lain yang relevan dengan bisnis/penjualan produk/jasa secara rutin dalam portofolio bisnis 3. Membuat dan	Bentuk: • Praktek lapangan Metode: • Briefing dari dosen pada awal kuliah • Diskusi • Tugas terstruktur Media: • Kelas, • Laptop / gadget, • LCD, • Whiteboard • internet /	TM : (2x50") TT: (2x60") BM: (2x60")	• Melanjutkan uji coba praktek penjualan produk/jasa masing-masing secara berkelompok • Membuat laporan kemajuan bisnis/penjualan terkini	Kriteria : • Ketepatan dan penguasaan • Dapat mengerjakan dengan tepat tugas terstruktur • Presentasi Bentuk Nontest : ■ Pengamatan partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan	• Membuat gimik dan logo produk / jasa yang akan dijual • Membuat <i>commercial advertisement</i> dari produk / jasa yang akan dijual • Mempresentasikan hasil tugas di depan kelas	5

		mengumpulkan laporan kemajuan bisnis / penjualan terkini dari produk/jasa yang ditawarkan	website			interaktif		
13	1. Mahasiswa melanjutkan uji coba praktek penjualan produk/jasa masing-masing secara berkelompok 2. Mahasiswa membuat laporan kemajuan bisnis/penjualan terkini	1. Mahasiswa mendokumentasikan proses bisnis dalam praktek penjualan produk/jasa secara berkelompok 2. Mahasiswa mengupload aktivitas penjualan dan/atau informasi perusahaan/produk/jasa dan/atau dokumen penting lain yang relevan dengan bisnis/penjualan produk/jasa secara rutin dalam portofolio bisnis 4. Membuat dan mengumpulkan laporan kemajuan bisnis / penjualan terkini dari produk/jasa yang	Bentuk: • Praktek lapangan Metode: • Briefing dari dosen pada awal kuliah • Diskusi • Tugas terstruktur Media: • Kelas, • Laptop / gadget, • LCD, • Whiteboard internet / website	TM : (2x50") TT: (2x60") BM: (2x60")	▪ Melanjutkan uji coba praktek penjualan produk/jasa masing-masing secara berkelompok ▪ Membuat laporan kemajuan bisnis/penjualan terkini	Kriteria : • Ketepatan dan penguasaan • Dapat mengerjakan dengan tepat tugas terstruktur • Presentasi Bentuk Nontest : ▪ Pengamatan partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan interaktif	▪ membuat dan menghitung rencana keuangan (financial planning) dari produk / jasa yang akan mereka jual dalam konteks proposal bisnis ▪ Mempresentasikan hasil tugas di depan kelas	5

		ditawarkan						
14	Mahasiswa membuat laporan akhir capaian bisnis masing-masing secara berkelompok	Membuat dan mengumpulkan laporan akhir capaian bisnis masing – masing secara berkelompok	Bentuk: • Praktek lapangan Metode: • Briefing dari dosen pada awal kuliah • Diskusi • Tugas terstruktur Media: • Kelas, • Laptop / gadget, • LCD, • Whiteboard ▪ internet / website	TM : (2x50") TT: (2x60") BM: (2x60")	• Membuat laporan akhir capaian bisnis masing-masing secara berkelompok	Kriteria : • Ketepatan dan penguasaan • Dapat mengerjakan dengan tepat Proposal Bisnis sederhana • Presentasi Bentuk Nontest : ▪ Pengamatan partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan interaktif	• Penyusunan Proposal bisnis • Pemahaman tentang isi proposal bisnis melalui presentasi dan tanya jawab	5

15	Mahasiswa mampu mempresentasikan capaian bisnis masing – masing kelompok	Presentasi capaian bisnis masing-masing mahasiswa secara berkelompok	Bentuk: •Praktek lapangan Metode: •Briefing dari dosen pada awal kuliah •Presentasi •Diskusi Media: •Kelas, •Laptop / gadget, •LCD, •Whiteboard •internet / website	TM : (2x50’’) TT: (2x60’’) BM: (2x60’’)	•Mampu mempresentasikan capaian bisnis masing – masing kelompok	Kriteria : •Ketepatan dan penguasaan •Dapat mengerjakan dengan tepat Proposal Bisnis sederhana •Presentasi Bentuk Nontest : ▪ Pengamatan partisipasi Mahasiswa dalam pertanyaan interaktif	•Penyusunan Proposal bisnis •Pemahaman tentang isi proposal bisnis melalui presentasi dan tanya jawab	5
UJIAN AKHIR SEMESTER Berupa ; Test tertulis (essay) waktu 90 menit								15



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PERWIRA PURBALINGGA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNIK
Alamat: Jl.Letjen. S.Parman No 53 Purbalingga
Telp. 082171811300

Website: <https://www.unperba.ac.id/>

LEMBAR KEGIATAN MAHASISWA

NAMA MATA KULIAH:	KEWIRAUSAHAAN KREATIF	Semester:	GASAL
		Tahun Akademik:	2022/2023
KODE:	A01203	SKS:	2 (1-1)
DOSEN PENGAMPU:	Dyah Supriatin, S.E., M.M		
BENTUK / METODE:	Pembelajaran Berbasis Kasus (<i>Case Based Learning, CBL</i>)		
WAKTU KEGIATAN:	Tatap muka ke 06		
JUDUL STUDI KASUS:	Bisnis yang terkena dampak positif maupun negative dari pandemic Covid-19		
CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH:			
CPMK 3	Mahasiwa mampu menjelaskan tentang strategi pemasaran: pemilihan media untuk pemasaran		
CPMK 5	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang strategi branding		
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH			
SUB CPMK 1.	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep pemasaran era IR 4.0		
SUB CPMK 2.	Mahasiswa mampu menjelaskan proses dan sistem pemasaran modern		
SUB CPMK 4.	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang strategi pemasaran: <i>Marketing Mix</i>		
POKOK BAHASAN YANG HARUS DIPELAJARI			
1. Strategi pemasaran secara umum			
2. Strategi pemasaran dalam keadaan khusus (dalam kasus kali ini adalah keadaan pandemic Covid-19)			
3. Strategi branding secara umum			
4. Strategi emmpertahankan atau memperkuat brand/merek pada keadaan khusus (dalam kasus kali ini adalah keadaan pandemic Covid-19)			

DESKRIPSI KERJA

1. Kasus :

Terdapat dua kubu nasib sebuah bisnis akibat dari pandemic Covid-19 yaitu:

1. Bisnis yang terkena dampak negative dari pandemic Covid-19
2. Bisnis lain terkena dampak positif dari pandemic Covid-19

2. Pokok pertanyaan yang harus dipecahkan:

- a. Pilihlah masing – masing satu (1) bisnis (produk/jasa) untuk yang terkena dampak negative Covid-19 dan satu (1) bisnis (produk/jasa) yang terkena dampak positif Covid-19.
- b. Deskripsikan secara lengkap dan singkat dari 2 bisnis yang telah anda pilih tersebut
- c. Jelaskan secara singkat dan jelas perusahaan/bisnis tersebut berkaitan dengan 7Ps' Marketing Mix
- d. Analisa bagaimana dampak positif / negative dari pandemic Covid-19 terhadap bisnis (produk/jasa) yang telah anda analisa berkaitan dengan:
 - ✓ Strategi pemasaran (*marketing*) perusahaan/produk/jasa tersebut di era pandemic Covid-19.
- e. Jelaskan bagaimana cara perusahaan/bisnis tersebut *survive* (bertahan hidup / tidak bangkrut) dari serangan pandemic Covid-19 sehingga saat ini.
- f. Jelaskan bagaimana strategi perusahaan/bisnis tersebut untuk mempertahankan dan atau memperkuat branding perusahaan/produk/jasa tersebut di tengah pandemic Covid-19

METODE Pengerjaan:

1. Mahasiswa melakukan studi pustaka yang relevan untuk menjawab pertanyaan dalam tugas CBL
2. Mahasiswa berdiskusi dalam kelompok masing-masing di luar jam kuliah untuk menjawab pertanyaan yang ditugaskan. Diskusi boleh dilaksanakan secara online (zoom / video call) ataupun offline.
3. Pelaksanaan diskusi harus direkam dalam video serta diunggah dalam youtube.
4. Mahasiswa menulis jawaban pemecahan kasus yang ditugaskan dalam bentuk essay/artikel.
5. Mahasiswa menilai rekan anggota satu kelompok dalam hal kontribusi, partisipasi dan keaktifannya dalam diskusi kelompok.

BENTUK DAN FORMAT LUARAN:

- a. Rekaman video diskusi
Diskusi kelompok harus direkam ke dalam video dan mengunggahnya ke youtube.
- b. Dokumen dalam bentuk artikel :
Artikel dibuat dengan format sbb:
 - 1) Pendahuluan, berisi permasalahan dan tujuan sesuai dengan kasus yang dibahas,
 - 2) Pembahasan, dapat dipecah menjadi beberapa sub bab sesuai dengan permasalahan yang dibahas

3) Kesimpulan, berisi simpulan dari hal-hal yang sangat penting dari hasil pembahasan yang menjawab permasalahan dan tujuan 4) Referensi, berisi rujukan yang digunakan untuk membahas permasalahan c. Soft file dokumen artikel berbentuk ms word atau pdf yang kemudian wajib diunggah ke dalam Sinerba dengan penamaan file : CBL-kelompok ...
INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN:
1. Sub-komponen penilaian a. Tertulis 1) Keluasan dalam menjawab pertanyaan studi kasus (70 %) 2) Keruntutan jawaban (30 %) b. Video Diskusi 1) Keluasan dalam menjawab pertanyaan yang tertuang pada tiap kasus yang diajukan (60 %) 2) Kerjasama dalam diskusi kelompok (20 %) 3) Keaktifan pada saat diskusi kelompok (20 %) 2. Kontribusi penilaian terhadap Nilai Mata Kuliah: 25 %
JADWAL PELAKSANAAN:
Tatap Muka ke 06
LAIN-LAIN:
-
DAFTAR RUJUKAN:
1. Dampak pandemi covid-19 terhadap bisnis dan Eksistensi platform online, DOI: http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v22i1389 2. Dampak Pandemi COVID-19 Pada Berbagai Sektor Bisnis, https://teknoia.com/dampak-covid-19-pada-bisnis-84dba2cc6727 3. https://www.suara.com/bisnis/2020/05/27/144827/11-bisnis-yang-paling-parah-terdampak-covid-19?page=all 4. Dan referensi – referensi lain yang bisa anda dapatkan secara offline maupun online.



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PERWIRA PURBALINGGA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNIK**

Alamat: Jl.Letjen. S.Parman No 53 Purbalingga

Telp. 082171811300

Website: <https://www.unperba.ac.id/>

PROJECT BASED LEARNING (PjBL)

MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN-2

Diampu oleh: Dyah Supriatin, S.E., M.M.

FORMAT LAPORAN AKHIR CAPAIAN BISNIS

Laporan kemajuan bisnis minimal mencakup:

1. *Executive Summary*
2. Bab 1: Perencanaan Bisnis (Sebelum Uji Coba Praktek)
 - a. Latar belakang bisnis
 - b. Visi dan misi perusahaan
 - c. Deskripsi perusahaan/bisnis
 - d. Deskripsi produk/jasa
 - e. Analisa pasar
 - f. Analisa kompetitor
 - g. Perencanaan strategi pemasaran
 - h. Perencanaan pengembangan bisnis
 - i. Perencanaan keuangan
3. Bab 2: Praktek Lapangan (Setelah Uji Coba Praktek)
 - a. Tantangan – tantangan dan kendala – kendala yang dihadapi selama praktek penjualan
 - b. Yang telah tercapai sesuai perencanaan bisnis (sertakan alasan – alasan disetiap pencapaian)
 - c. Yang belum tercapai dari perencanaan bisnis (sertakan alasan – alasannya)
 - d. Target Penjualan apakah sudah terpenuhi atau belum (sertakan alasan – alasannya)
4. Bab 3: Laporan Keuangan
 - a. Modal
 - b. Laba/rugi
 - c. Revenue
 - d. BEP

5. Bab 4: Portofolio Bisnis
6. Bab 5: Kesimpulan
7. Bab 6: Rencana perbaikan dan pengembangan yang akan dilakukan di Kewirausahaan-3
8. Lampiran: Foto-foto dan link video-video (jika ada) yang berhubungan dengan bisnis anda.

CONTOH SOAL UJIAN TENGAH SEMESTER
60 MENIT – TOTAL 40 POINT

Soal Essay

Jawab seluruh pertanyaan di bawah ini dengan tepat!

Total 40 Poin

NO	PERTANYAAN	POIN
1.	Menurut anda, mengapa pemasaran digital di abad 21 itu penting?	5
2.	Sebutkan 4 media pemasaran yang menurut anda efektif digunakan pada zaman sekarang ini (IR 4.0)	5
3.	Jelaskan masing – masing alasan dari 4 media pemasaran yang anda pilih (mengacu pada nomor 2)	20
4.	Sebutkan dan Jelaskan 5 Proses pemasaran	20
5.	Terangkan mengenai sistem pemasaran modern	20
6.	Bagaimana cara membangun branding yang kuat di masyarakat/konsumen?	10
7.	Sebutkan dan jelaskan secara singkat mengenai 4Ps marketing mix	20
TOTAL		100 Poin

JAWABAN

NO	JAWABAN	POIN
1.	<i>(Subjektif)</i> tapi setidaknya mengandung 3 hal dari ini: • One of the most important reasons why digital marketing is taking up the traditional marketing channels is as a result of the internet has enabled businesses to interact with targeted audiences in real time.	5

	• Another equally important reason is its affordability. Digital marketing is infinitely more affordable when compared to traditional marketing channels. • An email or social media campaign can send your message to a wider audience for a fraction of the price of a TV advertisement for example. • Plus making that memorable brand logo is achieved using a web emblem creator with all the fonts, lots of different emblem designs that are absolutely customizable without the large price tag • Digital Marketing makes possible a direct communication path between your business and your consumer, enabling you to prepare your own audience of trustworthy fans. • Digital marketing increases brand awareness and reach your target customers more and provide better ROI. • Digital marketing can save you a lot of money • Digital marketing enables real-time customer service. • Digital marketing provides significant measurement and analysis of consumer behavior and engagement. • Digital marketing prepares you for the Internet of Things	
2.	<i>(Subjektif)</i> Email Personal Messaging / SMS Social Media: Facebook, Instagram, Twitter, etc. Events etc	4
3.	<i>(Subjektif)</i>	5
4.	1. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan	8

	• Identifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan, produk yang didesain sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan akan lebih mudah diterima dan disukai oleh para konsumen 2. Desain strategi pemasaran berorientasi pelanggan • Agar mampu melayani pelanggan secara efektif, maka perusahaan perlu mengidentifikasi pelanggan-pelanggan seperti apa yang akan dilayani dan perusahaan harus melakukan STP (Segmenting, Targetting dan Positioning). 3. Mendesain program pemasaran terpadu (bauran pemasaran) • Program-program pemasaran tersebut merupakan srangkaian program pemasaran dalam upaya menjalankan strategi pemasaran yang telah ditentukan oleh pemasar. Program-program tersebut sering disebut sebagai marketing mix (bauran pemasaran) yang terdiri dari 7P (Product, Price, Place, Promotion, Physicle Evidence, Process, People) 4. Membangun hubungan dengan pelanggan dan menciptakan kepuasan pelanggan • Kesuksesan suatu perusahaan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan, akan menentukan eksistensi dan keberlangsungan hidup perusahaan di waktu yang akan datang. Hubungan yang baik akan menimbulkan kepuasan pelanggan yang berimbas pada loyalitas	
--	--	--

	pelanggan kepada perusahaan kita, tentu ini menjadi investasi jangka panjang karena akan mengurangi biaya promosi karena sudah ada pelanggan yang loyal 5. Menangkap nilai dari pelanggan untuk menciptakan profit dan ekuitas pelanggan • Menangkap nilai dari pelanggan yang dapat berupa penjualan, pangsa pasar serta profit. Keberhasilan perusahaan menangkap nilai dari pelanggan merupakan output atau hasil dari strategi-strategi pemasaran yang sukses dilakukan, terutama ke-empat tahap proses pemasaran diatas	
5.	1 Konsep Produksi Bisnis yang menggunakan konsep produksi umumnya terlalu sempit fokus pada kegiatan produksi mereka sendiri. Karena menurut konsep ini, konsumen akan membeli produk yang telah diproduksi perusahaan dan sudah dijual ke pasar. 2 Konsep Produk Sesuai dengan nama konsep ini, perusahaan akan memberikan arti penting pada fitur atau kualitas produk. Perusahaan memikirkan pengembangan bisnis jangka panjang dengan membuat produk yang hanya cocok dengan standar kualitas terbaik, yang diberikan kepada konsumen. 3 Konsep Penjualan Tidak cukup bagi produsen untuk membuat barang dan menunggu pelanggan untuk membeli produknya. Jadi, menurut konsep ini sangat penting untuk	5

	memberi tahu konsumen tentang produk yang sudah dipasarkan melalui berbagai cara promosi. 4 Konsep Pemasaran Pembeli adalah raja. Jadi sangat penting bagi produsen untuk menghasilkan produk yang diinginkan konsumen, sehingga konsumen mendapatkan kepuasan dan produsen mendapat untung. Dengan melakukan pemasaran seluas-luasnya akan memberikan visibilitas produk yang lebih dikenal oleh konsumen. 5 Konsep Konsumen Konsep konsumen ini adalah memberikan perhatian kepada konsumen secara individu. Contohnya seperti memberikan pelayanan terbaik pada setiap pelanggan yang menggunakan produk dan jasa kita. Dengan begini tentunya membuat pelanggan merasa dihargai dan memberikan kepuasan. 6 Konsep Hubungan Sosial Konsep ini berarti bahwa perusahaan tidak hanya bekerja untuk konsumen tetapi juga untuk masyarakat. Jadi perusahaan harus menyeimbangkan antara keuntungan perusahaan, keinginan konsumen dan kesejahteraan masyarakat	
6.	1. Step 1 – Identity: Build Awareness. Begin at the base with brand identity. 2. Step 2 – Meaning: Communicate What Your Brand Means and What It Stands for. 3. Step 3 – Response: Reshape How Customers Think and Feel about Your Brand.	5

	4. Step 4 – Relationships: Build a Deeper Bond With Customers.	
7.	Product → Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Desain, usefulness, kenyamanan, value/nilai, kualitas, packaging, brand, aksesoris, garansi. Price → harga salah satu faktor konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Harga bersifat subjektif di tiap2 konsumen Place → Saluran distribusi. Terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan segala kegiatan (Fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemiliknnya dari produsen ke konsumen. Promotion → Kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Special offers, ads, tester, free gift, poster, bundling, dll.	8
TOTAL		40 Poin

CONTOH SOAL UJIAN AKHIR SEMESTER
60 MENIT – TOTAL 40 POINT

SOAL

1. Jelaskan kendala – kendala riil yang anda temui pada saat anda menjalankan uji coba praktek bisnis/penjualan produk/jasa (10 Poin)
2. Bagaimana cara anda melayani konsumen anda dengan baik ketika anda melakukan uji coba praktek bisnis? (10 Poin)
3. Bagaimana cara anda menghadapi keluhan konsumen/pelanggan anda disaat anda melakukan uji coba praktek bisnis? (10 Poin)
4. Tuliskan kesan pesan anda selama melakukan uji coba praktek bisnis! (10 Poin)

JAWABAN

1. *(Subjektif)*
2. *(Subjektif)*
3. *(Subjektif)*
4. *(Subjektif)*

BOBOT NILAI

Pedoman penilaian hasil belajar mahasiswa berdasarkan Keputusan Rektor Universitas Perwira Purbalingga Nomor 001/SK/061051/AK/I/2020, tanggal 16 Januari 2020 Tentang Sistem Penilaian Hasil Belajar Mahasiswa:

RENTANG NILAI DAN BOBOT NILAI HASIL BELAJAR MAHASISWA UNIVERSITAS PERWIRA PURBALINGGA			
NO.	RENTANG NILAI (ANGKA)	NILAI (HURUF)	BOBOT
1.	$\geq 80 - 100$	A	4.00
2.	$\geq 60 - < 80$	B	3.00
3.	$\geq 50 - < 60$	C	2.00
4.	$\geq 40 - < 50$	D	1.00
5.	< 40	E	1.00

MACAM DAN BOBOT EVALUASI HASIL PEMBELAJARAN

NO.	PENILAIAN	NILAI
1.	Tugas terstruktur dan presentasi	10 %
2.	CBL	25 %
3.	PjBL	25 %
4.	UTS	20 %
5.	UAS	20 %