



**PERBANAS
INSTITUTE**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MATA KULIAH:

**PROGRAM STUDI D3 KEUANGAN PERBANKAN
2019**



NAMA PERGURUAN TINGGI: PERBANAS INSTITUTE
NAMA FAKULTAS: EKONOMI & BISNIS
NAMA JURUSAN / PRODI: D3 KEUANGAN PERBANKAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
PEMASARAN JASA/BANK	DK400300	BISNIS dan MANAJEMEN	3	5	18 Juli 2019
OTORISASI	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua Program Studi
	 Irma Selliamanik, S.E, M.M				 Edy Sukarno, Drs., Ak., M.M., CA.
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI				
	S10	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri			
	KU4	Mampu memecahkan masalah pekerjaan dengan sifat dan konteks yang sesuai dengan bidang keahlian terapannya didasarkan pada pemikiran logis, inovatif dan bertanggungjawab atas hasilnya secara mandiri.			
	KU7	Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok serta melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya.			
	KU8	Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya, dan mengelola pengembangan kompetensi kerja secara mandiri.			
	PU5	Menguasai prinsip pengelolaan yang terkait dengan bidang keahlian			
	CP-MK				
	PK1	Mengetahui pengetahuan faktual latar belakang perkembangan keuangan dan perbankan			
	PK8	Menguasai pengetahuan prosedural aplikasi komputer dan perangkat lunak			
	PK10	Menguasai pengetahuan faktual lingkungan bisnis, ekonomi, manajemen dan hukum komersial			
	KK1	Mampu menerapkan komunikasi bisnis yang efektif di entitas, lembaga keuangan, pasar uang dan pasar modal			
	KK2	Mampu memahami spirit perbankan yang sarat dengan regulasi (Regulation Entity) dan pentingnya kebijakan dan Standar Operating Procedure (SOP) perbankan.			
	KK6	Mampu menggunakan sistem/aplikasi teknologi perbankan.			
	KK7	Mampu merencanakan, mempersiapkan, dan melaksanakan kegiatan penjualan produk dan jasa			
	KK15	Mampu mengoperasikan dan memanfaatkan piranti lunak (aplikasi pengolah angka, aplikasi pengolah data, aplikasi presentasi).			

Diskripsi Singkat PJB	Mata kuliah Pemasaran Jasa/Bank membahas tentang perspektif baru pemasaran dalam ekonomi jasa perbankan, perilaku konsumen dalam konteks jasa perbankan, positioning jasa dalam industri perbankan yang kompetitif, mengembangkan produk jasa perbankan, pendistribusian layanan, penetapan harga, mempromosikan layanan dan mengedukasi nasabah, sumber daya manusia dalam pemasaran jasa perbankan, merancang dan mengelola proses jasa, merancang lingkungan layanan, service quality, perkembangan teknologi internet pada pemasaran jasa dan e-service quality, sehingga Mahasiswa mempunyai kemampuan analisa kegiatan usaha secara mandiri sebagai syarat mutlak bagi praktisi usaha mandiri, seperti wirausaha, pelaku bisnis Pemasaran jasa/bank merupakan mata kuliah yang memberikan pengetahuan mengenai perkembangan industri jasa perbankan baik di Indonesia maupun di dunia. Saat Ini jasa mendominasi ekonomi dunia dengan perkembangan yang sangat pesat. Teknologi berkembang secara masive. Perusahaan industri mungkin akan semakin menurun dengan munculnya model bisnis yang lebih mengarah ke Jasa.	
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendahuluan Manajemen Pemasaran 2. Perspektif baru Pemasaran dalam Ekonomi Jasa/Bank. 3. Prilaku Konsumen pada Pemasaran Jasa/Bank. 4. Positioning Jasa/Bank di Pasar yang kompetitif. 5. Bauran Pemasaran Jasa/Bank. 6. Pengembangan Produk Jasa/Bank (<i>Product</i>). 7. Pendistribusian Layanan Melalui Saluran Fisik dan Elektronik (<i>Place</i>). 8. Penetapan Harga (<i>Price</i>). 9. Mempromosikan Layanan dan Mengedukasi Nasabah (<i>Promotion</i>). 10. Merancang Proses Jasa/Bank (<i>Process</i>) dan Merancang Lingkungan Layanan. 11. Sumber Daya Manusia (<i>People</i>). 12. <i>Service Quality</i>. 13. Perkembangan Teknologi Internet Pada Pemasaran Jasa/Bank dan <i>E-Service Quality</i>. 	
Pustaka	<p>Utama :</p> <p>Service Marketing: People, Technology and Strategy, 7th Edition, World Scientific Publishing Co. Inc. Wright, Lauren and Christopher Lovelock, (2016).</p> <p>Pendukung :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lupiyoadi, Rambat, (2018), Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Salemba Empat. 2. Pemasaran Jasa "Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia", Edisi Ketujuh, Erlangga. 	
Media Pembelajaran	Perangkat lunak :	Perangkat keras :
	-	Komputer, LCD & Projector
Dosen Pengampu	Irma Selliamanik	
Matakuliah syarat	Manajemen Pemasaran, Produk dan Jasa Lembaga Keuangan.	

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
1	Mahasiswa memahami konsep Pemasaran Jasa dan Produk-produk Jasa Perbankan	1. Mereview manajemen pemasaran 2. Mereview Produk dan Jasa Lembaga Keuangan	“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016); “Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi (2018)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengingat ulang pembelajaran Manajemen Pemasaran & Produk dan Jasa Lembaga Keuangan Bentuk non-test: Q & A	2	0,5
2	Mahasiswa mampu memahami dan mengerti perspektif-perspektif baru pemasaran dalam ekonomi jasa Perbankan	Perspektif-perspektif baru pemasaran dalam ekonomi jasa: 1. Mengapa kita mempelajari jasa? 2. Industri utama dalam sektor jasa 3. Kekuatan besar dalam mentransformasi pasar jasa 4. Apakah jasa itu? 5. Empat kategori jasa 6. Tantangan pemasaran jasa	“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016); “Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi (2018)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui perspektif baru pemasaran dalam ekonomi jasa Bentuk non-test: Q & A	1	1,5
3	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang perilaku konsumen dalam konteks jasa Perbankan	Perilaku konsumen dalam konteks jasa: 1. Model tiga tahap mengenai konsumsi jasa 2. Tahap Prapembelian 3. Tahap Pelayanan 4. Tahap Pascapelayanan	“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016); “Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi (2018)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui perilaku konsumen dalam konteks jasa Perbankan Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
4	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan mengenai positioning jasa di dalam pasar yang kompetitif	Positioning jasa di dalam pasar yang kompetitif: 1. Memposisikan jasa secara efektif 2. Raih keunggulan kompetitif melalui fokus 3. Segmentasi pasar membentuk dasar dari strategi fokus 4. Atribut dan tingkat jasa 5. Positioning membedakan sebuah	“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016); “Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi (2018)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui positioning jasa di dalam pasar yang kompetitif Bentuk non-test: Q & A	0,5	2

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
		<p>merek pesaing</p> <p>6. Mengembangkan strategi positioning yang efektif</p> <p>7. Peta Positioning</p> <p>8. Mengubah positioning kompetitif</p>					
5	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan cara mengembangkan produk jasa: elemen-elemen inti dan tambahan industry perbankan	<p>Mengembangkan produk jasa; elemen-elemen inti dan tambahan:</p> <p>1. Merencanakan dan menciptakan produk layanan</p> <p>2. The Flower of Service</p> <p>3. Branding Produk dan Pengalaman Jasa</p> <p>4. Pengembangan Layanan Baru</p>	<p>“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016);</p> <p>“Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi (2018)</p>	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	<p>Kriteria:</p> <p>Mengetahui pengembangan produk jasa perbankan</p> <p>Bentuk non-test:</p> <p>Q & A</p>	0,5	2
6	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang pendistribusian layanan melalui saluran fisik dan elektronik serta penetapan harga.	<p>Pendistribusian layanan melalui saluran fisik dan elektronik serta penetapan harga:</p> <p>1. Menentukan jenis kontak</p> <p>2. Keputusan tempat dan waktu</p> <p>3. Menghantarkan layanan di dunia maya</p> <p>4. Peran Perantara</p> <p>5. Tantangan Distribusi dalam pasar domestic yang besar</p> <p>6. Mendistribusikan layanan ke mancanegara</p> <p>7. Penetapan harga yang efektif</p> <p>8. Strategi penetapan harga didasarkan pada Tiga Fondasi</p> <p>9. Manajemen Pendapatan</p> <p>10. Persoalan etika dalam penetapan harga jasa</p>	<p>“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016);</p> <p>“Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi (2018)</p>	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	<p>Kriteria:</p> <p>Mengetahui distribusi layanan saluran fisik dan elektronik</p> <p>Bentuk non-test:</p> <p>Q & A</p>	0,5	2
7	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang mempromosikan layanan dan mengedukasi nasabah	<p>Mempromosikan layanan dan mengedukasi pelanggan:</p> <p>1. Peran Komunikasi Pemasaran</p> <p>2. Tantangan dalam Komunikasi Jasa</p> <p>3. Perencanaan Komunikasi Pemasaran</p> <p>4. Bauran Komunikasi Pemasaran</p>	<p>“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016);</p> <p>“Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi</p>	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	<p>Kriteria:</p> <p>Mengetahui promosi layanan dan mengedukasi nasabah.</p>	0,5	2

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
		5. Langkah Pengembangan promosi dan komunikasi yang efektif 6. Mengintegrasikan Komunikasi Pemasaran	(2018)		Bentuk non-test: Q & A		
8	Ujian Tengah Semester (UTS) : Melakukan pengujian tertulis hasil pembelajaran kemudian penilaian dan evaluasi untuk proses pembelajaran berikutnya					0	2
9	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang membuat video promosi perusahaan jasa perbankan	Membuat video promosi perusahaan jasa di bidang Perbankan	“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016); “Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi (2018)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Dapat membuat kreasi video promosi pada industri perbankan Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
10	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang merancang lingkungan layanan industri perbankan	Merancang lingkungan layanan: 1. Tujuan dari lingkungan layanan 2. Respon pelanggan terhadap lingkungan layanan 3. Dimensi-dimensi lingkungan layanan	“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016); “Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi (2018)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui lingkungan layanan industri perbankan Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
11	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang strategi sumber daya manusia dalam pemasaran jasa, merancang dan mengelola proses jasa:	Strategi sumber daya manusia dalam pemasaran jasa, merancang dan mengelola proses jasa: 1. Peran SDM dalam perusahaan Jasa 2. Pengelolaan SDM dalam perusahaan Jasa 3. Membangun Layanan Pelanggan 4. Proses MSDM dalam Operasi Jasa 5. Menyusun Diagram Alir Proses Layanan (Flowchart) 6. Cetak Biru Layanan 7. Perancangan Ulang Proses Jasa	“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016); “Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi (2018)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui pengembangan produk jasa perbankan Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
12, 13	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang meningkatkan kualitas,	Meningkatkan kualitas, produktivitas pelayanan dan kepuasan pelanggan: 1. Mengintegrasikan strategi kualitas dan produktivitas pelayanan	“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016);	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui peningkatan kualitas, produktivitas	0,5	2

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
	produktivitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.	2. Kualitas pelayanan 3. Mengidentifikasi dan memperbaiki permasalahan kualitas layanan 4. Mengukur dan meningkatkan kualitas pelayanan 5. Umpan balik pelanggan 6. Alat untuk menganalisis dan mengenali permasalahan kualitas pelayanan 7. Mendefinisikan dan mengukur produktivitas 8. Meningkatkan produktivitas pelayanan 9. Kepuasan pelanggan 10. Pengaruh kepuasan terhadap profit 11. Ketidakpuasan	“Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi (2018)		pelayanan pada industri perbankan Bentuk non-test: Q & A		
14	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan tentang mengelola hubungan dan membangun loyalitas pada nasabah	Mengelola hubungan dan membangun loyalitas: 1. Loyalitas pelanggan 2. Hubungan pelanggan perusahaan 3. Roda loyalitas (<i>Wheel of loyalty</i>) 4. Membangun fondasi loyalitas 5. Strategi untuk mengembangkan ikatan loyalitas dengan pelanggan 6. Strategi untuk mengurangi defeksi pelanggan 7. CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016); “Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi (2018)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui pengelolaan hubungan dan membangun loyalitas nasabah Bentuk non-test: Q & A	0,5	2
15	Mahasiswa mampu mengetahui, memahami dan menjelaskan mengenai perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa dan e-servqual	Perkembangan teknologi internet sebagai saluran elektronik distribusi jasa dan e-servqual: 1. Fenomena E-Business 2. Teknologi dan Pemasaran Jasa 3. Self Service Technology 4. Internet dan loyalitas pelanggan 5. E-Service Quality	“Service Marketing...” Lauren and Christopher Lovelock (2016); “Pemasaran Jasa...” Rambat Lupiyoadi (2018)	Kuliah, Tatap Muka & Diskusi	Kriteria: Mengetahui perkembangan teknologi informasi dalam industri perbankan Bentuk non-test: Q & A	0,5	2

Minggu Ke-	Sub-CP-MK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode Pembelajaran	Kriteria & Bentuk Penilaian	Estimasi Waktu (Jam)	
						Teori	Tugas / Praktik
16	Ujian Akhir Semester (UAS): Melakukan pengujian, penilaian akhir dan menentukan kelulusan Mahasiswa					0	2
Konversi sks Konversi Jam → SKS : 1 sks = 0,80 jam/minggu			[sks dibulatkan] / [total estimasi waktu (jam)]			9 jam	30 jam
Teori	9 jam : [0,80jam/mgg x 16 mgg] = 0,70 sks		1 sks				
Praktek/ Tugas	30 jam : [0,80jam/mgg x 16 mgg] = 2,30 sks		2 sks				
Total Bobot SKS MataKuliah Analisis Laporan Keuangan			3 sks				

Evaluasi Hasil Belajar

Penilaian mahasiswa akan ditentukan berdasarkan gabungan dari komponen berikut ini:

- | | | |
|--------------------------------|-----|-----|
| 1) Tugas terstruktur | | 30% |
| 2) Ujian tengah semester (UTS) | 25% | |
| 3) Ujian akhir semester (UAS) | | 45% |

Konversi nilai angka ke nilai huruf, sesuai bobot komponen, adalah sebagai berikut:

Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot	Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot
≥ 90	A	4,00	60,00 – 64,99	C +	2,25
80,00 – 89,99	A -	3,75	55,00 – 59,99	C	2,00
75,00 – 79,99	B +	3,25	50,00 – 54,99	C -	1,75
70,00 – 74,99	B	3,00	45,00 – 49,99	D	1,00
65,00 – 69,99	B -	2,75	< 45	E	0,00