
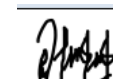




UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	TANGGAL PENYUSUNAN
Manajemen Pemasaran Syariah		2	3	7	
OTORISASI	Dosen Pengembang RPS/ Pengampu Mata Kuliah		Koordinator Rumpun Keilmuan/ Mata Kuliah		Ketua Prodi
	Yenti Sumarni,MM Eka sri Wahyuni, MM Yosi Arisandy,MM		 Yenti Sumarni, MM NIP. 197904162007012020		 Herlina Yustati, MA.Ek NIP.198505222019032004
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI				
	CPL 1 CPL 2 Dst	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri (S9); Menguasai konsep, teori, dan praktik manajemen perbankan syariah atau lembaga keuangan syaria'ah yang sehat,produktif dan kompetitif; (P-10) Mampu menyajikan informasi untuk pengambilan keputusan manajemen dan analisis kinerja ekonomi dan bisnis Islam dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif; (KK-1)			
	CP-MK		Capaian Pembelajaran Mata Kuliah		
	CPMK	1. Mahasiswa memiliki pemahaman tentang definisi dan konsep data, informasi dan sistem informasi 2. Mahasiswa memiliki pemahaman sistem informasi di bidang ekonomi dan bisnis 3. Mahasiswa menganalisis tentang manfaat sistem informasi untuk organisasi/perusahaan 4. Mahasiswa memiliki kemampuan dan keterampilan sebagai smart user sistem informasi bidang ekonomi dan bis			
	CPL-1	Sub-CPMK 1. Mampu menjelaskan tentang konsep data, informasi dan sistem informasi Sub-CPMK 2. Mampu menjelaskan tentang sistem informasi dalam dunia bisnis Sub-CPMK 3. Mampu menjelaskan tentang IT sebagai keunggulan kompetitif Sub-CPMK 4. Mampu menjelaskan komponen sistem informasi manajemen dan sumber daya informasi Sub-CPMK 5. Mampu menjelaskan sistem manajemen Basis Data dan Komunikasi data			
	CPL-2	Sub-CPMK 6. Mampu menjelaskan dukungan Sistem Informasi dalam Perspektif Islam			
	CPL-3	Sub-CPMK 7. Mampu menjelaskan tentang enterprise E-Business Sub-CPMK 8. Mampu menjelaskan, menganalisa dan mensintesa konsep e-commerce Sub-CPMK 9. Mampu menjelaskan sistem pendukung keputusan			

		Sub-CPMK 10. Mampu menjelaskan tentang pengembangan sistem informasi
	CPL-4	Sub-CPMK 11. Mampu menjelaskan tentang sistem informasi fungsional Sub-CPMK 12. Mahasiswa memiliki kemampuan dan keterampilan sebagai smart user sistem informasi bidang ekonomi dan bisnis
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini mengkaji tentang konsep Pemasaran yang saat ini berorientasi dan terfokus pada pelanggan. Melalui mempelajari mata kuliah Manajemen Pemasaran Syariah, mahasiswa akan mendapatkan wawasan tentang program pemasaran modern yang sesuai dengan Syariah di abad 21. Pada mata kuliah ini mahasiswa diharapkan mampu mendeskripsikan konsep pemasaran syariah dan konvensional, mendeskripsikan dinamika umat Islam sebagai pasar potensial (pasar, perilaku pasar dan nilai pelanggan), menjelaskan dan mempraktekkan konsep etika dalam pemasaran syariah, mendefinisikan konsep kehalalan barang dan jasa, menjelaskan ciri-ciri pemasaran syariah, mendefinisikan dan mengamalkan Perilaku Konsumen, Menjelaskan dan Mempraktikkan Strategi Komunikasi Pemasaran, Mengidentifikasi Bauran Pemasaran, dan Menjelaskan Strategi Pengembangan Produk Baru.	
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	Tuliskan bahan kajian dan dijabarkan dalam materi pembelajaran dalam pokok-pokok bahasan yang akan dipelajari oleh mahasiswa sesuai dengan Sub-CPMK tersebut di atas.	
Pustaka	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usman, Hardius dkk. 2020. Islamic Marketing. Depok: Rajawali Press 2. Shah, S. A., Bhutto, M. H., & Azhar, S. M. (2022). Integrative review of Islamic marketing. Journal of Islamic Marketing, 13(6), 1264- 1287. 3. Mamun, M. A. A., Strong, C. A., & Azad, M. A. K. (2021). Islamic marketing: A literature review and research agenda. International Journal of Consumer Studies, 45(5), 964-984. 4. Agustin, H., Indrastuti, S., & Rahman, F. A. (2019). Islamic Marketing Management Information System Model. 	
Media Pembelajaran	Tuliskan media pembelajaran dalam mata kuliah ini	
Dosen/ Team Teaching	Tuliskan nama dosen atau tim dosen pengampu mata kuliah	
Mata kuliah Syarat	-	

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar)	Materi Pembelajaran	Bentuk dan Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Pengalaman Belajar	Indikator dan Kriteria Penilaian	Bobot Penilaian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Memahami Landasan Normatif dalam Islam dan Pemasaran Understanding Normative Foundations in Islam and Marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu mendefinisikan konsep ibadah dan muamalah 2. Mampu menjelaskan tentang islam dan pemasaran 3. Mampu menjelaskan 	Luring: Perkuliahan di kelas dengan Lecture Course berbasis Student Centered Learning. Dosen memberikan penjelasan tentang		Kriteria: Sesuai dengan pedoman / rubrik penilaian	4%

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar)	Materi Pembelajaran	Bentuk dan Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Pengalaman Belajar	Indikator dan Kriteria Penilaian	Bobot Penilaian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		landasan normative dalam pemasaran islam	Landasan Normatif dalam Pemasaran Islam 3 X 50		Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	
2	Mampu Mendeskripsikan Dinamika Umat Islam Sebagai Potensial Market (Pasar, Perilaku Pasar, dan Nilai Pelanggan) Able to describe the dynamics of Muslims as a potential market (market, market behavior, and customer value)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggambarkan Penduduk Muslim Dunia 2. Menjelaskan Pertumbuhan Penduduk Muslim dan Konsekuensi ekonominya 3. Membedakan Kebutuhan, keinginan, dan permintaan 4. Menjelaskan nilai produk dan tahapan strategi pemasaran 	Luring: Perkuliahan di kelas dengan Case Study 3 X 50		Kriteria: Sesuai dengan pedoman / rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	4%
3	Mendefinisikan Konsep Pemasaran Syariah Defining Sharia Marketing Concept	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan Konsep Pemasaran Konvensional dalam pandangan Islam / Explaining the Concept of Conventional Marketing in Islam 2. Menjelaskan Filosofi Pemasaran Syariah / Explaining the Shariah Marketing Philosophy 3. Mendeskripsikan orientasi pemasaran dalam Islam / Describe marketing orientation in Islam 4. Menjelaskan tujuan pemasaran dalam 	Luring: Perkuliahan di kelas dengan Lecture Course 3 X 50		Kriteria: Rubrik Holistic Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	5%

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar)	Materi Pembelajaran	Bentuk dan Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Pengalaman Belajar	Indikator dan Kriteria Penilaian	Bobot Penilaian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		Islam / Explain the purpose of marketing in Islam 5. Menjelaskan Prinsip Pemasaran Syariah / Explaining Sharia Marketing Principles				
4	Mendefinisikan Konsep Pemasaran Syariah Defining Sharia Marketing Concept	1. Menjelaskan Konsep Pemasaran Konvensional dalam pandangan Islam /Explaining the Concept of Conventional Marketing in Islam 2. Menjelaskan Filosofi Pemasaran Syariah / Explaining the Sharia Marketing Philosophy 3. Mendeskripsikan orientasi pemasaran dalam Islam / Describe marketing orientation in Islam 4. Menjelaskan tujuan pemasaran dalam Islam / Explain the purpose of marketing in Islam 5. Menjelaskan Prinsip Pemasaran Syariah / Explaining Sharia Marketing Principles	Luring: Perkuliahan di kelas dengan Project Based Learning 3 X 50		Kriteria: Sesuai dengan pedoman / rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	3%
5	Menjelaskan Etika dalam Pemasaran Explaining Ethics in Marketing	1. Merumuskan faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Etis dalam Islam / Formulate the factors that influence Ethical Behavior	Luring: Perkuliahan di kelas dengan Lecture Course 3 X 50		Kriteria: Sesuai dengan pedoman / rubrik penilaian Bentuk Penilaian	5%

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar)	Materi Pembelajaran	Bentuk dan Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Pengalaman Belajar	Indikator dan Kriteria Penilaian	Bobot Penilaian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		<p>in Islam</p> <p>2. Menjelaskan penerapan Nilai- nilai Islam dalam Pemasaran Syariah /Explain the application of Islamic Values in Sharia Marketing</p> <p>3. Mendeskripsikan Etika Pemasaran Syariah / Describe Sharia Marketing Ethics</p> <p>4. Mendeskripsikan Pentingnya Implementasi etikadan perilaku etis dalam pemasaran /Describe the importance of implementing ethics and ethical behavior in marketing</p>			: Aktifitas Partisipasif	
6	Menjelaskan Produk Halal dan Transaksi yang Dilarang dalam Islam Explaining Halal Products and Transactions Prohibited in Islam	<p>1. Menjelaskan Konsep Kehalalan Produk / Identifying Criteria for Halal Products (Services)</p> <p>2. Mengidentifikasi Kriteria Produk (Barang) Halal / Identifying Criteria for Halal Products (Goods)</p> <p>3. Mengidentifikas Kriteria Produk (Jasa) Halal / identifying the Concept of Halal Products (Services)</p> <p>4. Menjelaskan</p>	<p>Luring: Perkuliahan di kelas dengan Project Based Learning</p> <p>3 X 50</p>		<p>Kriteria: Sesuai dengan pedoman / rubrik penilaian</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio</p>	7%

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar)	Materi Pembelajaran	Bentuk dan Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Pengalaman Belajar	Indikator dan Kriteria Penilaian	Bobot Penilaian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		<p>Motif-motif transaksi yang dilarang / Explain the motives of prohibited transactions</p> <p>5. Merangkum perkembangan produk halal di dunia / Summarizing the development of halal products in the world</p>				
7	<p>Mampu mengidentifikasi karakteristik Pemasaran Syariah</p> <p>Able to identify the characteristics of Islamic Marketing</p>	<p>1. Menjelaskan Misi dan tujuan organisasi / Explain the mission and objectives of the organization</p> <p>2. Menjelaskan Fungsi dan Tujuan Organisasi / Explain the Functions and Objectives of the Organization</p> <p>3. Mengidentifikasi Tipe tujuan dan proses penetapan tujuan / Identifying Types of objectives and goal setting process</p> <p>4. Mengidentifikasi Tipe-Tipe Keputusan / Identifying Decision Types</p> <p>5. Menggambarkan Proses Pembuatan keputusan, Keterlibatan</p>	<p>Luring: Perkuliahan di kelas dengan Lecture Course</p> <p>3 X 50</p>		<p>Kriteria: Sesuai dengan pedoman / rubrik penilaian</p> <p>Bentuk Penilaian: Aktifitas Partisipatif</p>	

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar)	Materi Pembelajaran	Bentuk dan Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Pengalaman Belajar	Indikator dan Kriteria Penilaian	Bobot Penilaian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		bawahan dalam pengambilan keputusan / Describe the decision-making process, involvement of subordinates in decision-making				
8	Ujian Tengah Semester					15%
9	Memahami Karakter Nabi Muhammad Sebagai Marketer yang Sesuai dengan Nilai-Nilai Islam	1. Menjelaskan akhlakul Karimah 2. Menjelaskan implementasi akhlakul karimah dalam berbisnis 3. Merumuskan bagaimana seharusnya pola berpikir marketer Muslim 4. Mengidentifikasi sifat marketer yang sesuai Al-Quran	Perkuliahan di kelas dengan Case Study		Kriteria: Sesuai dengan pedoman / rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	3%
10	Memahami Karakter Nabi Muhammad Sebagai Marketer yang Sesuai dengan Nilai-Nilai Islam	1. Menjelaskan akhlakul Karimah 2. Menjelaskan implementasi akhlakul karimah dalam berbisnis 3. Merumuskan bagaimana seharusnya pola berpikir marketer Muslim 4. Mengidentifikasi sifat marketer yang sesuai Al-Quran	Perkuliahan di kelas dengan Case Study		Kriteria: Sesuai dengan pedoman / rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	6%
11	Menjelaskan tentang Perilaku Konsumen Muslim	1. Mengidentifikasi factor penentu perilaku konsumen	Perkuliahan di kelas dengan Case Study		Kriteria: Sesuai dengan	6%

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar)	Materi Pembelajaran	Bentuk dan Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Pengalaman Belajar	Indikator dan Kriteria Penilaian	Bobot Penilaian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		2. Menjelaskan proses pengambilan keputusan 3. Membedakan perilaku konsumen dalam Islam dan Konvensional			pedoman / rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	
12	Menyusun Strategi Marketing Mix	1. Menelaah Marketing Mix dari berbagai pendapat pakar 2. Mengidentifikasi Marketing Mix dengan Indikator yang sesuai syariah 3. Merumuskan Marketing Mix yang diimplementasikan pada usaha/ bisnis di sekitar	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. Dosen memberikan penjelasan tentang Marketing Mix		Kriteria: Sesuai dengan pedoman / rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	5%
13	Menyusun Strategi Marketing Mix	1. Menelaah Marketing Mix dari berbagai pendapat pakar 2. Mengidentifikasi Marketing Mix dengan Indikator yang sesuai syariah 3. Marketing Mix yang diimplementasikan pada usaha/ bisnis di sekitar	Perkuliahan di kelas dengan Case Study		Kriteria: Rubrik Holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	5%
14	menjelaskan tentang strategi Pengembangan Produk Baru	1. Menjelaskan Konsep Produk Baru 2. Menjelaskan Tahapan Pengembangan	Perkuliahan di kelas dengan Case Study		Kriteria: Sesuai dengan pedoman / rubrik	

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar)	Materi Pembelajaran	Bentuk dan Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Pengalaman Belajar	Indikator dan Kriteria Penilaian	Bobot Penilaian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		Produk 3. Mengidentifikasi Faktor-faktor Pendorong dan Penghambat dalam Pengembangan Produk Baru 4. Menjelaskan konsep product life cycles / siklus kehidupan produk 5. Mencontohkan produk yang memperpanjang siklus hidup produknya 6. Menjelaskan manfaat branding produk			Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	
15	Menjelaskan tentang Strategi Produk, Penetapan Harga, Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Eceran, dan saluran distribusi	1. Menjelaskan terkait Strategi Produk 2. Menjelaskan terkait strategi penetapan harga 3. Menjelaskan terkait strategi komunikasi pemasaran eceran 4. Menjelaskan strategi saluran distribusi	Perkuliahan di kelas dengan Case Study		Kriteria: Sesuai dengan pedoman / rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	5%
16	Ujian Akhir Semester					15%

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 terdidaspek 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 bahasan 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** adalah 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. **Kriteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kriteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kriteria 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%.

RPS dilengkapi dengan lampiran sekurang-kurangnya:

- Kontrak Perkuliahan
- Bahan Ajar
- Rencana/Rancangan Penugasan
- Instrumen dan Deskripsi Penilaian

FORMAT

RANCANGAN TUGAS MAHASISWA

PROGRAM STUDI :

SEMESTER :

MATA KULIAH :

DOSEN :

Tugas Ke	Tujuan Tugas	Objek Tugas	Batasan Pengerjaan Tugas	Metode/Cara/dan Acuan Tugas	Deskripsi Luaran Tugas	Kriteria Penilaian
1	2	3	4	5	6	7
01						
02						
03						
Dst						

Catatan: Setiap tugas dapat dibuat pada lembar tersendiri

Penjelasan Format Rancangan Tugas

No	Unsur	Penjelasan
1	Tujuan Tugas	Rumusan kemampuan yang diharapkan dapat dicapai oleh mahasiswa bila ia berhasil mengerjakan tugas ini (hard skill dan soft skill)
2	Objek Tugas	Berisi deskripsi obyek material yang akan dipelajari dalam tugas ini (misal teori manusia menurut Islam)

3	Batasan Pengerjaan Tugas	Uraian besaran, tingkat kerumitan, dan keluasan masalah dari obyek material yang harus dipelajari, tingkat ketajaman dan kedalaman studi. Misalnya teori manusia menurut filosof Muslim, Bisa juga ditetapkan hasilnya harus dipresentasi di forum diskusi/ seminar
4	Metod/Cara dan Acuan Tugas	Berupa petunjuk tentang teori/teknik/alat yang sebaiknya digunakan, alternative langkah- langkah yang bisa ditempuh, data dan buku acuan yang wajib dan yang disarankan untuk digunakan, ketentuan dikerjakan secara kelompok/individual
5	Deskripsi Luaran Tugas	Adalah uraian tentang bentuk hasil studi/ kinerja yang harus ditunjukkan/disajikan (misal hasil studi tersaji dalam paper minimum 20 halaman termasuk skema, tabel dan gambar, dengan ukuran kertas kuarto, diketik dengan type dan besaran huruf yang tertentu, dan mungkin dilengkapi sajian dalam bentuk CD dengan format powerpoint).
6	Kriteria Penilaian	Berisi butir-butir indikator yang dapat menunjukkan tingkat keberhasilan mahasiswa dalam usaha mencapai kemampuan yang telah dirumuskan

Rubrik penilaian

Jenjang/Grade	Angka/Skor	Deskripsi/Indikator Kerja
A	90-100	Merupakan perolehan mahasiswa superior, yaitu mereka yang mengikuti perkuliahan dengan sangat baik, memahami materi dengan sangat baik bahkan tertantang untuk mtremahami lebih jauh, memiliki tingkat proaktif dan kreatifitas tinggi dalam mencari informasi terkait materi, mampu menyelesaikan masalah dengan akurasi sempurna bahkan mampu mengenali masalah nyata pada masyarakat / industri dan mampu mengusulkan konsep solusinya.
A-	80-89	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan sangat baik, memahami materi dengan sangat baik, memiliki tingkat proaktif dan kreatifitas tinggi dalam mencari informasi terkait materi, mampu menyelesaikan masalah / tugas dengan akurasi sangat baik.
B	70-74	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan baik, mampu memahami materi dan mampu menyelesaikan masalah / tugas dengan akurasi bagus.
B-	65-69	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan baik, mampu memahami materi dan mampu menyelesaikan masalah / tugas dengan akurasi cukup.
B+	75-79	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan baik, mampu memahami materi dan mampu menyelesaikan masalah / tugas dengan akurasi bagus.
C	55-59	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan cukup baik, berusaha memahami materi namun kurang persisten sehingga baru mampu menyelesaikan sebagian dari masalah / tugas dengan akurasi yang kurang.
C-	50-54	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan seadanya, tidak fokus dalam memahami materi sehingga hanya mampu menyelesaikan sebagian dari masalah / tugas itupun dengan akurasi yang buruk.
C+	60-64	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan baik, berusaha memahami materi namun baru mampu menyelesaikan sebagian masalah / tugas dengan akurasi cukup.
D	40-49	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dan mengerjakan tugas seadanya, tidak memiliki kemauan dan tanggung jawab untuk memahami materi.
E	<40	Merupakan perolehan mahasiswa yang tidak melaksanakan tugas dan sama sekali tidak memahami materi.

Rubrik Deskriptif untuk Penilaian Presentasi Makalah

DIMENSI	SKALA				
	Sangat Baik Skor ≥ 81	Baik (61-80)	Cukup (41-60)	Kurang (21-40)	Sangat Kurang <20
Organisasi	Terorganisasi dengan menyajikan fakta yang didukung oleh contoh yang telah dianalisis sesuai konsep	Terorganisasi dengan menyajikan fakta yang didukung oleh contoh yang meyakinkan untuk mendukung kesimpulan-kesimpulan	Presentasi mempunyai fokus dan menyajikan beberapa bukti yang mendukung kesimpulan-kesimpulan	Cukup fokus, namun bukti kurang mencukupi untuk digunakan dalam menarik kesimpulan	Tidak ada organisasi yang jelas. Fakta tidak digunakan untuk mendukung pernyataan
Isi	Isi mampu menggugah pendengar untuk mengembangkan pikiran	Isi akurat dan lengkap. Pendengar menambah wawasan baru pada topik itu	Isi secara umum akurat, tetapi tidak lengkap. Para pendengar bisa mempelajari fakta yang tersirat tetapi mereka tidak menambah wawasan baru tentang topik itu	Isinya kurang akurat, karena tidak ada data faktual, tidak menambah pemahaman pendengar	Isinya tidak akurat atau terlalu umum, pendengar tidak belajar apapun atau kadang menyesatkan
Gaya Presentasi	Berbicara dengan semangat, menularkan semangat dan antusiasme pendengar	Pembicara tenang dan menggunakan intonasi yang tepat, berbicara tanpa bergantung pada catatan, dan berinteraksi secara intensif dengan pendengar, pembicara selalu kontak mata dengan pendengar.	Secara umum pembicara tenang, tetapi dengan nada yang datar dan cukup sering bergantung pada catatan. Kadang kontak mata dengan pendengar diabaikan	Berpatokan pada catatan, tidak ada ide yang dikembangkan di luar catatan, suara monoton	Pembicara cemas dan tidak nyaman, dan membaca berbagai catatan dari pada berbicara. Pendengar sering diabaikan. Tidak terjadi kontak mata karena pembicara lebih banyak melihat ke papan tulis/layar.

