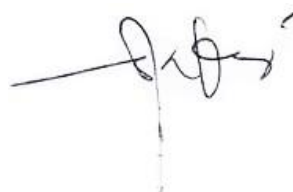
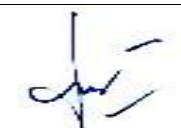




	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (SEMESTER LESSON PLAN)	Nomor Dok	FRM/KUL/01/02
		Nomor Revisi	03
		Tgl. Berlaku	22 September 2022
		Standar SPMI	3.3.2

Disusun oleh (<i>Prepared by</i>)	Diperiksa oleh (<i>Checked by</i>)	Disetujui oleh (<i>Approved by</i>)	Tanggal Validasi (<i>Valid date</i>)
			 Universitas Bina Darma Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Februari 2023
Sabeli Aliya, S.E.I, M.M.	Dr. Trisninawati, S.E., M.M.	Nuzsep Almigo, P.Si., M.Si., Ph.D	

- | | | | |
|--|--------------------------------|--|---|
| 1. Fakultas (<i>Faculty</i>) | : Sosial Humaniora | | |
| 2. Program Studi (<i>Study Program</i>) | : Manajemen | Jenjang (<i>Grade</i>): S-1 | |
| 3. Mata Kuliah (<i>Course</i>) | : Inovasi dan Manajemen Produk | SKS (<i>Credit</i>) : 3 | Semester (<i>Semester</i>) : 6 |
| 4. Kode Mata Kuliah (<i>Code</i>) | : 2215123016 | Sertifikasi (<i>Certification</i>) | : Ya <input type="checkbox"/> es Tidak <input checked="" type="checkbox"/> ak (<i>No</i>) |
| 5. Mata Kuliah Prasyarat (<i>Prerequisite</i>) | : - | | |
| 6. Dosen Koordinator (<i>Coordinator</i>) | : - | | |
| 7. Dosen Pengampuh (<i>Lecturer</i>) | : Sabeli Aliya, S.E.I, M.M. | <input type="checkbox"/> Tim (<i>Team</i>) | <input checked="" type="checkbox"/> Mandiri (<i>Personal</i>) |
| 8. Capaian Pembelajaran (<i>Learning Outcomes</i>) | : | | |

Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	CPL - PRODI yang dibebankan pada MK		
Sikap	S1	▪ Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius;	
	S3	▪ Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila;	
	S9	▪ Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri;	
	S10	▪ Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan;	
	S11	▪ Menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dan profesi Manajemen.	
Pengetahuan	PP1	▪ Menguasai konsep teori dalam ilmu manajemen dan menerapkannya dalam berbagai tipe organisasi baik	

		PP8	<ul style="list-style-type: none"> bisnis maupun non bisnis pada tingkat lokal, nasional dan global; Menguasai konsep teoritis secara mendalam tentang kebutuhan informasi untuk pengambilan keputusan. 						
Keterampilan Umum	KU1		<ul style="list-style-type: none"> 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; 						
	KU11		<ul style="list-style-type: none"> Mampu mempresentasikan dan mengkomunikasikan informasi serta menyampaikan ide dan pendapatnya secara jelas, baik lisan maupun tertulis, kepada pemangku kepentingan. 						
Keterampilan Khusus	KK1		<ul style="list-style-type: none"> Mampu memimpin organisasi secara profesional. Mampu dan terampil menangani masalah kinerja SDM, memiliki keahlian menyusun perencanaan SDM serta melaksanakan program evaluasi kinerja. Memiliki pengetahuan tinggi dalam kegiatan penelitian bidang Manajemen Sumberdaya Manusia (MSDM) serta menguasai aplikasi bisnis dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). 						
	KK6		<ul style="list-style-type: none"> Mampu dalam merancang dan mengelola bisnis ritel baik secara mandiri maupun dalam tim yang meliputi <i>market research, market survey, market segmentation, product presentation, merchandising and inventory, selling, financing, franchising dan minishop management</i> 						
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)									
CPMK-1			<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu menerapkan pemikiran logis latarbelakang pentingnya inovasi, dan manajemen produk. 						
CPMK-2			<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu menjabarkan teori, tipe, dan model inovasi, serta dinamika pasar. 						
CPMK-3			<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu menafsirkan faktor internal & eksternal, hubungan inovasi dengan proses manajemen. 						
CPMK-4			<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu mengklasifikasi produk, branding, kemasan, dan perluasan lini. 						
CPMK-5			<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu menyesuaikan jenis produk, siklus produk, segmentasi pasar, dan riset pasar. 						
CPMK-6			<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu mempresentasikan solusi keseimbangan inovasi bagi perusahaan. 						
Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)									
Sub-CPMK-1			<ul style="list-style-type: none"> Mampu menjelaskan produk baru hasil dari proses inovasi sebagai sumber dari keberhasilan perusahaan. 						
Sub-CPMK-2			<ul style="list-style-type: none"> Mampu menjelaskan teori-teori tentang proses inovasi, tipe, model inovasi, dan dinamika tantangan pasar. 						
Sub-CPMK-3			<ul style="list-style-type: none"> Mampu menjelaskan <i>inbound</i>, dan <i>outbond</i> sebagai suatu proses dalam manajemen produk 						
Sub-CPMK-4			<ul style="list-style-type: none"> Mampu menghafal dan menjabarkan siklus kehidupan produk. 						
Sub-CPMK-5			<ul style="list-style-type: none"> Mampu menerangkan urgensi diversifikasi produk, dan perluasan lini. 						
Sub-CPMK-6			<ul style="list-style-type: none"> Mampu menguraikan hubungan antara lintas divisi kerja dalam proses inovasi produk, serta permintaan pasar. 						
Sub-CPMK-7			<ul style="list-style-type: none"> Mampu mensimulasikan peranan manajer produk dalam perusahaan, internal dan eksternal. 						
Sub-CPMK-8			<ul style="list-style-type: none"> Mampu menganalisis hal-hal yang dapat menghambat ide gagasan baru dalam organisasi, serta mampu menghadirkan solusi keseimbangan inovasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan. 						
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	Sub-CPMK-8	

	CPMK-1	√	√	√	√	√	√	√	√	
	CPMK-2		√				√			
	CPMK-3			√	√			√		
	CPMK-4				√	√				
	CPMK-5					√	√	√		
	CPMK-6							√	√	
Deskripsi Singkat Mata Kuliah	<p>Pada mata kuliah ini mahasiswa belajar tentang latarbelakang pentingnya proses inovasi yang kemudian dapat diterapkan dalam kehidupan, karir, maupun organisasi perusahaan. Mahasiswa belajar tentang siklus produk, pengelolaan dan pengembangan produk yang merupakan hasil dari suatu inovasi, mempelajari peran dari manajer produk secara internal dengan lintas fungsi organisasi, dan secara eksternal dengan dinamika pasar. Juga belajar mengidentifikasi faktor yang menghambat inovasi, serta mampu menganalisis dan menghadirkan solusi keseimbangan inovasi yang berkelanjutan dalam organisasi perusahaan.</p>									
Materi pembelajaran/ Pokok bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan, pengertian pengetahuan, pendekatan ilmiah 2. Inovasi dan produk baru 3. Strategi produk baru 4. Penginderaan pasar dan intuisi pasar 5. Manajemen produk 6. Inovasi dan proses manajemen 7. The innovation killer 									
Pustaka	Utama :	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crawford, M. and Di Benedetto, A. (2008). <i>New Products Management</i>. New York: McGraw Hill Companies, Inc. 2. Heizer, J., and Render, B. (2005). <i>Operations Management</i>. 7th edition. Pearson Education International. 3. Lehmann, D, R., and Winer, R.S. (2005). <i>Product Management</i>. 4th edition. New York: McGraw Hill Companies, Inc. 4. Rabe, C. B. (2006). <i>The Innovation Killer: How what We Know Limits what We Can Imagine-- and what Smart Companies are Doing about it</i>. Amacom. 5. <i>The Food That Built America Full Episodes, Video & More HISTORY Channel</i>. (n.d.). Retrieved March 10, 2022, from https://www.history.com/shows/the-food-that-built-america 6. <i>The Machines That Built America: Full Episodes, Video & More HISTORY Channel</i>. (n.d.). Retrieved March 10, 2022, from https://www.history.com/shows/the-machines-that-built-america-snack-sized 7. Trott, P. (2008). <i>Innovation Management and New Product Development 4th Edition</i>. London: Pearson Education. 8. Ulrich, K.T., and Eppinger, S.D. (2008). <i>Product Design and Development</i>. New York: McGraw Hill Companies, Inc. 								

Pendukung :
<ol style="list-style-type: none"> Harsasi, Meirani. (2014). <i>Modul Inovasi dan Strategi Produk</i>. Repository.ut.ac.id Bahren, B., Ramadhani, I., & Suroso, E. (2019). MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI INOVASI PRODUK, INOVASI PROSES, INOVASI MARKETING DAN INOVASI ORGANISASI UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN. <i>Jurnal Ekonomi Manajemen</i>, 4(1), 8-18. doi:https://doi.org/10.37058/jem.v4i1.689 Ferryanto, L. (2009). INOVASI DAN STRATEGI PENCAPAIANNYA. <i>Jurnal Teknik Industri</i>, 11(2), PP. 95 -. https://doi.org/10.9744/jti.11.2.PP.95-100 Musibah Challenger – Wikipedia bahasa indonesia. (n.d.). Retrieved March 25, 2022, from https://id.wikipedia.org/wiki/Musibah_Challenger Nitya Dharmani, A. (n.d.). Manajemen Produk dan Harga. Retrieved March 21, 2022, from https://adoc.pub/manajemen-produk-dan-harga.html

9. Implementasi Pembelajaran Mingguan (*Implementation Process of weekly learning time*)

Minggu (Week)	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan) (Lesson Learning Outcomes)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran (Study Material)	Bentuk dan Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu] (Learning Method)	Sumber Belajar (Learning Resource)	Penilaian (Evaluation)		
					Indikator (Indicator)	Kriteria & bentuk (Criteria)	Bobot (%)
1	Mahasiswa mampu menjelaskan dan menghubungkan dinamika inovasi, dan perkembangan produk diberbagai jenis industri.	<ol style="list-style-type: none"> Review proses inovasi Dinamika perkembangan produk <i>Food & Beverage world industry</i> <i>Machines and otomotif world industry</i> 	Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka [TM:1x(3x50’)] Tugas : Melampirkan contoh kasus proses inovasi suatu produk [PT+BM: (1+1)x(3x60’)]	Pustaka utama 4,5 Pendukung 1,2	Ketepatan dalam menjelaskan, dan mencontohkan dinamika inovasi dan perkembangan produk	Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 1	5%
2	Mahasiswa mampu menjelaskan dan memaparkan pendekatan ilmiah inovasi produk	<ol style="list-style-type: none"> Pengertian inovasi Inovasi produk Urgensi inovasi pada UMKM Karakteristik inovasi produk 	Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50’)] Tugas : Makalah inovasi bisnis [PT+BM: (1+1)x(3x60’)]	Pustaka utama 7 Pendukung 1,2	Ketepatan dalam menjelaskan dan memaparkan inovasi produk.	Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 2	5%

3	Mahasiswa mampu memperluas makna inovasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipe-tipe inovasi 2. Model-model inovasi 	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas : Studi kasus mengidentifikasi tipe dan model inovasi. [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]</p>	Pustaka utama 7 Pendukung 1,3	Ketepatan dalam mengidentifikasi tipe dan model inovasi	<p>Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 3 Kuis</p>	10%
4	Mahasiswa mampu mengkategorikan produk, baru atau pengembangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hakikat produk baru 2. Produk baru bagi perusahaan, atau lini produk 3. Penambahan lini produk <i>existing</i> 4. Perbaikan dan revisi terhadap produk <i>existing</i> 	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas : Mengidentifikasi ruang lingkup kepemimpinan [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]</p>	Pustaka utama 1,8 Pendukung 1,3,4	Ketepatan dalam mengkategorikan produk baru atau pengembangan produk	<p>Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 4</p>	5%
5	Mahasiswa mampu menggunakan produk <i>existing</i> untuk target pasar baru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk <i>repositioning</i> 2. Pengurangan biaya 	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas : Makalah studi kasus PR dan PB pada pasar baru [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]</p>	Pustaka utama 1,5,6,8 Pendukung 1,3,4	Ketepatan dalam menghubungkan produk <i>existing</i> dan target pasar baru	<p>Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 5 Kuis</p>	5%
6	Kuis : Melakukan penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya						
7	Mahasiswa mampu menyesuaikan strategi produk baru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tarikan pasar 2. Dorongan teknologi 3. Pandangan interfunksional 	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas : Studi kasus Mengamati peluang pasar</p>	Pustaka utama 2,3,7,8 Pendukung 1,3,4	Ketepatan menyesuaikan strategi produk dengan dinamika pasar, perkembangan teknologi, dan	<p>Kriteria : Kesesuaian, kualitas presentasi dan sistematika Bentuk : presentasi</p>	10%

			[PT+BM: (1+1)x(3x60'')]		interfungsional	mandiri	
8	Mahasiswa mampu menguraikan fokus keberhasilan strategi produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Koordinasi di antara area-area fungsional 2. Pengalokasian sumber daya 3. Posisi pasar yang unggul 	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas : Studi kasus android [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]</p>	<p>Pustaka utama 2,3,7,8 Pendukung 1,3,4</p>	Ketepatan menguraikan fokus strategi produk	<p>Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 8</p>	10%
9	Mahasiswa mampu menjelaskan urgensi manajemen produk (part 1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis produk 2. Tingkatan produk 3. Klasifikasi produk 	<p>Kuliah dan Diskusi (Luring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas Mengidentifikasi jenis, tingkatan, dan klasifikasi produk [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]</p>	<p>Pustaka utama 2,3,7,8 Pendukung 1,3,4</p>	Ketepatan mengidentifikasi jenis, tingkatan, dan klasifikasi produk	<p>Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 9 :</p>	10%
10	Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya						
11	Mahasiswa mampu menjelaskan urgensi manajemen produk (part 2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi merk 2. Perluasan merk 3. Perluasan lini 4. Multimerk 	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas Analisis merk produk Honda, Coca cola, dan Seiko [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]</p>	<p>Pustaka utama 2,3,7,8 Pendukung 1,3,4</p>	Ketepatan mengidentifikasi strategi merk, perluasan merk, multimerk, dan perluasan lini	<p>Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 11</p>	5%
12	Mahasiswa mampu menjelaskan urgensi manajemen produk (part 3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengemasan 2. Lingkup kemasan 3. Jasa pendukung produk 	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas Analisis produk pasta</p>	<p>Pustaka utama 2,3,7,8 Pendukung 1,3,4</p>	Ketepatan mengidentifikasi dan membedakan lingkup kemasan, dan	<p>Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 12 Kuis</p>	10%

			gigi, dan cadillac [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]		jasa pendukung		
13	Mahasiswa mampu menghafal dan menerangkan siklus daur hidup produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inkubasi produk 2. Pengelolaan komunikasi internal, dan eksternal 3. Manajemen produk inbound, dan outbond 	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas Menggambar dan menjelaskan siklus hidup produk [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]</p>	<p>Pustaka utama 1,2,3,7,8 Pendukung 1,4</p>	Ketepatan dalam menggambar dan menjelaskan siklus hidup produk	<p>Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 13</p>	10%
14	Mahasiswa mampu memperluas ide, gagasan, kreativitas melalui interpretasi pengetahuan pasar, dan intuisi pasar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penginderaan pasar 2. Intuisi pasar 3. Menggerakkan mood pasar 	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas Melampirkan contoh kasus peningkatan kreativitas suatu produk [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]</p>	<p>Pustaka utama 1,2,3,7,8 Pendukung 1,3,4</p>	Ketepatan dalam menjelaskan perluasan ide kreativitas suatu produk	<p>Kriteria : Ketepatan dan penguasaan Bentuk : Tugas 14</p>	5%
15	<i>The innovation killer</i> Mahasiswa mampu beradaptasi dengan gagasan baru. Mampu meningkatkan keterampilan berpikir kritis. Mampu bersikap objektif sesuai tujuan perusahaan. Mampu menganalisis hal-hal yang dapat menghambat ide gagasan baru dalam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ilustrasi dan paradoks keahlian 2. Pemikiran kelompok, dan pemikiran ahli 3. Zero gravity thinker 4. Penerapan Zero gravity thinker dalam manajemen 	<p>Kuliah dan Diskusi (Daring) Tatap Muka [TM:1x(3x50'')] Tugas Analisis kualitatif, studi kasus NOKIA, dan Blackberry [PT+BM: (1+1)x(3x60'')]</p>	<p>Pustaka utama 4 Pendukung 4</p>	Ketepatan mempresentasikan analisa secara holistic melalui pendekatan strategi inovasi dan manajemen produk	<p>Kriteria : Kesesuaian, kualitas presentasi dan sistematika Bentuk : Presentasi kelompok</p>	10%

	organisasi, serta mampu menghubungkan Zero gravity thinker dan manajemen sebagai suatu solusi keseimbangan inovasi dalam dunia industri.						
16	Evaluasi Akhir Semester : Melakukan validasi penilaian akhir, dan menentukan kelulusan mahasiswa						

10. Pengalaman Belajar Mahasiswa (*Student Learning Experiences*)

Studi kasus, Kelompok diskusi, Penugasan terstruktur, dan Belajar mandiri.

11. Kriteria dan Bobot Penilaian (*Criteria and Evaluation*)

a) Kriteria Penilaian

- Partisipatif 10%
- Hasil Proyek 50%
- Tugas 10%
- Kuis 10%
- UTS 10%
- UAS 10%

b) Bobot Penilaian

Nilai Skor Matakuliah (NSM)	Nilai Mata Kuliah (NMK)
85-100	A
70-85	B
55-69	C
35-54	D
0-34	E

RUBRIK PENILAIAN PRESENTASI**RUBRIK PENILAIAN PRESENTASI**

No.	ASPEK PENILAIAN	KRITERIA PENILAIAN	SKOR MAKSIMUM	PENILAIAN
1.	PENYAJIAN	- Persiapan	10	
		- Urutan Materi	15	
		- Penggunaan Alat Bantu Media dll	10	
2.	NASKAH PRESENTASI	- Kesesuaian dengan Proposal/Makalah	10	
		- Komposisi Slide	10	
3.	PEMAPARAN	- Penggunaan Bahasa Baku	15	
		- Kejelasan Isi Presentasi	15	
4.	SIKAP	- Penyampaian Materi	10	
		- Penampilan	5	
		TOTAL	100	