

	UNIVERSITAS BINA DARMA FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA PROGRAM STUDI MANAJEMEN RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER <i>(SEMESTER LESSON PLAN)</i>	Nomor Dok	
		Nomor Revisi	
		Tgl. Berlaku	

Disusun oleh (<i>Prepared by</i>)	Diperiksa oleh (<i>Checked by</i>)	Disetujui oleh (<i>Approved by</i>)	Tanggal Validasi (<i>Valid date</i>)
			
Sabeli Aliya, S.E.I, M.M.	Dr. Trisninawati, S.E., M.M.	Nuzsep Almigo, M.Sc., Ph.D	

1. Fakultas : Sosial Humaniora
2. Program Studi : Manajemen
3. Jenjang : S1
4. Mata Kuliah : Inovasi dan Manajemen Produk
5. Kode Mata Kuliah : 2215123016
6. Dosen Koordinator : Sabeli Aliya, S.E.I., M.M.
7. Tim Dosen : 1.
2.
8. Dosen Pengampuh (*Lecturer*) : Sabeli Aliya, S.E.I., M.M.
- SKS : 2
- Semester : 6
- Sertifikasi : Ya ☐ Tidak ☒
- Metode Pembelajaran : ☒ CBL ☐ PBL ☐ PjBL

9. Capaian Pembelajaran (*Learning Outcomes*) :

Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	CPL	Dekripsi Capaian Pembelajaran Lulusan
	CPL. 2	Mampu menguasai konsep dan teori terkait fungsi manajemen (POAC) dalam fungsi bisnis (keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, operasional) untuk memecahkan tantangan bisnis pada berbagai tipe organisasi.
	CPL. 3	Mampu mengidentifikasi, menganalisis peluang bisnis, menciptakan ide bisnis serta menyelesaikan tantangan bisnis dengan memanfaatkan teknologi, menggunakan pengetahuan dan keterampilan teknik dalam manajemen dan bisnis.

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 bisnis maupun non bisnis pada tingkat lokal, nasional dan global;
	PP8	▪ Menguasai konsep teoritis secara mendalam tentang kebutuhan informasi untuk pengambilan keputusan.
	PP9	▪ Menguasai teknik, prinsip, dan pengetahuan prosedural tentang penggunaan teknologi informasi.
Keterampilan Umum	KU1	▪ 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	▪ Mampu mempresentasikan dan mengkomunikasikan informasi serta menyampaikan ide dan pendapatnya secara jelas, baik lisan maupun tertulis, kepada pemangku kepentingan.
Keterampilan Khusus	KK2	▪ Mampu dan memiliki keahlian dalam mengelola bisnis berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang meliputi semua transaksi berbasis internet baik dengan mitra bisnis (business partners), pemasok (suppliers) maupun pelanggan (customers) yang didukung dengan pemahaman tentang konsep <i>electronic work flow</i> , <i>electronic ordering</i> , <i>electronic transaction</i> dan <i>office automation</i> .
	KK7	▪ Memiliki kemampuan dalam merancang dan mengelola bisnis mandiri yang meliputi pengembangan business plan dan penerapan fungsi perusahaan yang responsif terhadap dinamika perubahan lingkungan bisnis berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK).
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)		
CPMK-2	▪ Memiliki kemampuan dalam merancang dan mengelola bisnis mandiri yang meliputi pengembangan business plan dan penerapan fungsi perusahaan yang responsif terhadap dinamika perubahan lingkungan bisnis berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK).	
CPMK-3	▪ Mampu dan memiliki keahlian dalam mengelola pemasaran berbasis, informasi dan komunikasi (TIK) yang meliputi upaya untuk menginformasikan dan berkomunikasi dengan pelanggan, mempromosikan dan menjual barang dan jasa melalui internet yang didukung dengan pemahaman dan keterampilan dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis TIK atau internet.	

Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)						
Sub-CPMK-2	Mahasiswa mampu merancang dan mengelola inovasi produk dengan memahami kebutuhan pasar serta memanfaatkan pendekatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Kemampuan ini mencakup pengembangan business plan yang responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis dan penerapan strategi inovatif yang relevan untuk menciptakan produk yang kompetitif dan berkelanjutan.					
Sub-CPMK-3	Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang inovasi dan mengembangkan ide produk baru melalui penerapan teori dan keterampilan manajemen produk. Hal ini melibatkan pengelolaan siklus hidup produk, analisis pasar, serta pengambilan keputusan berbasis data untuk menyelesaikan tantangan bisnis secara efektif.					
Matrik Sub CPMK terhadap CPMK dan CPL						
	CPMK-2	CPMK-3	CPL (Sikap)	CPL (Pengetahuan)	CPL (Keterampilan Umum)	CPL (Keterampilan Khusus)
Sub CPMK-2	√		S9, S10	PP9	KU11	KK2
Sub CPMK-3		√	S10, S11	PP9	KU11	KK7

10. Deskripsi Singkat Mata Kuliah (*Course Description*)

Mata kuliah Inovasi dan Manajemen Produk membahas konsep, strategi, dan implementasi inovasi dalam pengembangan dan pengelolaan produk, yang relevan dengan tren industri saat ini. Fokus utama meliputi analisis kebutuhan pasar, pengembangan ide produk baru, dan pengelolaan siklus hidup produk secara berkelanjutan. Mahasiswa akan mempelajari penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam mendukung pengambilan keputusan strategis, baik untuk inovasi produk maupun portofolio manajemen. Mata kuliah ini dirancang untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan dinamika bisnis global dengan kemampuan menciptakan produk yang kompetitif, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan pendekatan berbasis studi kasus dan simulasi, mahasiswa diharapkan mampu mengintegrasikan teori dan praktik dalam merancang strategi inovasi yang mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang.

11. Bahan Kajian (*Main Study Material*)

Materi pembelajaran/ Pokok bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep Dasar Inovasi dan Manajemen Produk 2. Strategi Inovasi dalam Bisnis 3. Analisis Kebutuhan Pasar 4. Pengembangan Produk Baru 5. Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle) 6. Manajemen Portofolio Produk 7. Inovasi Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) 8. Strategi Penetapan Harga dan Nilai Produk
---------------------------------------	---

	9. Keberlanjutan dan Inovasi Hijau (Sustainable Innovation) 10. Studi Kasus dan Praktik Lapangan
--	---

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

Pekan	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Metode Pembelajaran	Aktivitas Kelas	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Sumber Belajar	Penilaian	Bobot (%)
1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar inovasi dan manajemen produk	a) Definisi inovasi dan manajemen produk. b) Tren industri terkini.	Kuliah interaktif, dan ceramah. (CBL)	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar menjelaskan pengertian inovasi dan konsep dasar manajemen produk, serta tren industri terkini.	Buku 1, Sumber Pendukung 1, Artikel	Bentuk: Kuis singkat Kriteria: Ketepatan menjelaskan (skor 1-5).	5%
2	Mahasiswa mampu menganalisis kebutuhan pasar untuk inovasi produk.	a) Segmentasi pasar. b) Pemetaan kebutuhan konsumen.	Studi kasus, diskusi kelompok, dan ceramah. (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar menganalisis kebutuhan konsumen dan menentukan segmen pasar yang relevan.	Buku 2, Sumber Pendukung 3, Artikel	Bentuk: Tugas individu Kriteria: Analisis kebutuhan pasar (skor 1-5).	5%
3	Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang inovasi melalui analisis pasar dan kompetitor.	a) Analisis SWOT untuk inovasi. b) Analisis kompetitor.	Simulasi analisis, diskusi kelompok. (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar mengidentifikasi peluang inovasi melalui analisis SWOT dan kompetitor.	Buku 3, Artikel, Sumber Pendukung 2	Bentuk: Diskusi kelompok Kriteria: Ketepatan analisis SWOT (skor 1-5).	5%
4	Mahasiswa mampu menjelaskan proses pengembangan produk baru.	a) Proses ideasi hingga peluncuran. b) Validasi konsep produk.	Kuliah interaktif, studi kasus. (CBL)	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar memahami tahapan pengembangan produk baru dari ideasi hingga validasi konsep.	Buku 4, Artikel, Sumber Pendukung 1	Bentuk: Tugas individu Kriteria: Penjelasan tahapan (skor 1-5).	10%

Pekan	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Metode Pembelajaran	Aktivitas Kelas	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Sumber Belajar	Penilaian	Bobot (%)
5	Mahasiswa mampu menganalisis siklus hidup produk.	a) Tahapan siklus hidup produk. b) Strategi pemasaran setiap tahap.	Studi kasus, diskusi kelompok, ceramah. (CBL)	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar menganalisis siklus hidup produk dan strategi pemasaran di setiap tahap.	Buku 2, Artikel, Sumber Pendukung 3	Bentuk: Tugas kelompok Kriteria: Analisis siklus hidup (skor 1-5).	5%
6	Mahasiswa mampu merancang strategi inovasi berbasis teknologi	Pemanfaatan TIK dalam inovasi produk.	Simulasi dan proyek kelompok. (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar merancang strategi inovasi produk berbasis teknologi informasi.	Buku 5, Artikel, Sumber Pendukung 4	Bentuk: Laporan proyek kelompok Kriteria: Ketepatan strategi (skor 1-5).	10%
7	Mahasiswa mampu mengelola portofolio produk secara efektif.	a) Matriks BCG dan GE. b) Diversifikasi produk.	Diskusi kelompok, ceramah, dan studi kasus. (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar mengelola portofolio produk menggunakan alat analisis portofolio.	Buku 2, Artikel, Sumber Pendukung 5	Bentuk: Presentasi kelompok Kriteria: Ketepatan pengelolaan portofolio (skor 1-5).	5%
8	Evaluasi Tengah Semester	Refleksi dan evaluasi capaian pembelajaran minggu 1–7.	Esai, Pilihan Ganda, Simpulan kasus	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)]	Mahasiswa menunjukkan pemahaman dari materi pembelajaran minggu 1–7.	Rekap materi minggu 1–7	Bentuk: UTS Kriteria: Pemahaman dan ketepatan jawaban (skor 1-5).	20%
9	Mahasiswa mampu menerapkan strategi penetapan harga berbasis nilai produk.	a) Value-based pricing. b) Psikologi harga.	Diskusi kelas, simulasi strategi harga. (CBL)	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)]	Mahasiswa belajar menetapkan harga berbasis nilai dan memahami	Buku 1, Artikel, Sumber Pendukung	Bentuk: Tugas individu Kriteria: Ketepatan	5%

Pekan	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Metode Pembelajaran	Aktivitas Kelas	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Sumber Belajar	Penilaian	Bobot (%)
				[BM: 1x(2x60 menit)]	dampaknya pada keputusan konsumen.	2	penetapan harga (skor 1-5).	
10	Mahasiswa mampu merancang produk berkelanjutan dengan pendekatan inovasi hijau.	a) Desain produk ramah lingkungan. b) Tren keberlanjutan dalam bisnis.	Studi kasus, diskusi kelas, dan ceramah. (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar merancang produk berkelanjutan yang selaras dengan tren keberlanjutan global.	Buku 2, Sumber Pendukung 1, Artikel	Bentuk: Tugas kelompok Kriteria: Ketepatan desain produk (skor 1-5).	10%
11	Mahasiswa mampu mengidentifikasi teknologi pendukung inovasi produk.	a) Teknologi baru dalam pengembangan produk.	Kuliah interaktif, simulasi, dan ceramah	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar mengenal teknologi terbaru yang mendukung inovasi produk.	Buku 3, Artikel, Sumber Pendukung 3	Bentuk: Laporan individu Kriteria: Ketepatan identifikasi teknologi (skor 1-5).	5%
12	Mahasiswa mampu menerapkan manajemen portofolio produk berbasis data.	a) Integrasi data dalam pengelolaan produk.	Studi kasus, dan diskusi kelompok. (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar mengelola portofolio produk dengan memanfaatkan analisis data.	Buku 4, Artikel, Sumber Pendukung 4	Bentuk: Tugas kelompok Kriteria: Ketepatan pengelolaan data (skor 1-5).	5%
13	Mahasiswa mampu menyusun strategi inovasi produk berdasarkan studi kasus nyata.	a) Analisis studi kasus produk global dan lokal.	Studi kasus, diskusi kelas. (CBL)	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar menyusun strategi inovasi produk berbasis data dan tren pasar.	Buku 5, Artikel, Sumber Pendukung 2	Bentuk: Presentasi kelompok Kriteria: Kualitas strategi inovasi (skor 1-5).	10%

Pekan	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Metode Pembelajaran	Aktivitas Kelas	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Sumber Belajar	Penilaian	Bobot (%)
14	Mahasiswa mampu mengevaluasi tantangan bisnis terkait inovasi produk di industri.	Analisis tantangan inovasi.	Diskusi kelompok dan simulasi. (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar mengevaluasi tantangan inovasi produk dalam industri berdasarkan data aktual.	Buku 1, Artikel, Sumber Pendukung 5	Bentuk: Diskusi kelompok Kriteria: Ketepatan evaluasi tantangan (skor 1-5).	5%
15	Mahasiswa mampu merancang inovasi produk yang berdaya saing berdasarkan data dan tren pasar.	Pembuatan rancangan inovasi produk akhir.	Proyek akhir kelompok.	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa belajar menyusun rancangan inovasi produk yang relevan dan kompetitif.	Buku 4, Artikel, Sumber Pendukung 3	Bentuk: Presentasi proyek akhir Kriteria: Relevansi dan kreativitas rancangan (skor 1-5).	10%
16	Evaluasi Akhir Semester (UAS)	Validasi capaian pembelajaran semua sub-CPMK.	Ujian tertulis dan diskusi reflektif.	Luring [TM: 1x(2x50	Mampu menunjukkan pemahaman secara holistik dari seluruh materi pembelajaran 1-15.	Rekap materi 1-15	Bentuk: UAS Kriteria: Ketepatan jawaban dan analisis (skor 1-5).	

[illegible]

CPL	CPMK	Tahap Penilaian	Teknik Penilaian	Instrumen	Kriteria	Bobot (%)
S9	CPMK-3	Observasi (Praktek)	Observasi dan diskusi	Rubrik observasi	Ketepatan menganalisis peluang bisnis	10%
PP9	CPMK-3	Tugas individu/kelompok	Tugas analisis peluang bisnis	Rubrik tugas	Kemampuan mengidentifikasi peluang dan tantangan	20%
KU11	CPMK-3	Presentasi	Presentasi kelompok	Rubrik presentasi	Kualitas solusi inovatif dan penerapannya	15%
KK7	CPMK-3	Ujian Tengah Semester	Tes pilihan ganda	Soal tes pilihan ganda	Penguasaan analisis peluang dan strategi bisnis	15%
S10	CPMK-12	Observasi (Praktek)	Diskusi dan studi kasus	Rubrik observasi	Kemampuan merancang strategi bisnis berbasis TIK	10%
PP9	CPMK-12	Tugas individu/kelompok	Tugas rencana bisnis TIK	Rubrik tugas	Ketepatan merancang strategi bisnis berbasis TIK	20%

Rubrik Penilaian

Kategori/ Metode Evaluasi	CPMK	Model Soal	Indikator Penilaian				
			Sangat Kurang <50	Kurang $50 \leq s.d < 65$	Cukup $65 \leq s.d < 75$	Baik $75 \leq s.d < 85$	Sangat Baik ≥ 85
Observasi	CPMK-3	Ketepatan menganalisis peluang bisnis	Tidak menunjukkan pemahaman sama sekali.	Menganalisis peluang tetapi banyak kekeliruan.	Menganalisis dengan cukup baik tetapi kurang mendalam.	Menganalisis dengan baik tetapi kurang detail.	Menganalisis secara komprehensif dengan sangat detail.
Tugas Individu/ Kelompok	CPMK-3, 12	Kemampuan mengidentifikasi peluang dan tantangan inovasi produk	Tidak mampu mengidentifikasi peluang dan tantangan.	Mengidentifikasi tetapi tidak akurat atau kurang relevan.	Mengidentifikasi dengan cukup akurat tetapi kurang rinci.	Mengidentifikasi peluang dan tantangan dengan baik.	Mengidentifikasi peluang dan tantangan secara akurat dan mendalam.
Presentasi	CPMK-3	Kualitas solusi inovatif dan penerapannya	Tidak mampu menyusun atau menyampaikan ide.	Ide tidak jelas atau strategi kurang relevan.	Menyusun ide sederhana dengan penyampaian kurang menarik.	Menyusun ide logis dan menyampaikannya dengan baik.	Menyusun solusi inovatif dan menyampaikannya secara profesional.
Ujian Tengah Semester	CPMK-3	Penguasaan analisis peluang dan strategi bisnis	Tidak memahami materi sama sekali.	Memahami sebagian kecil materi.	Memahami materi dengan cukup tetapi kurang mendalam.	Memahami materi dengan baik dan mampu menjelaskannya.	Memahami dan menerapkan materi secara sangat baik.

Diskusi dan Studi Kasus	CPMK-12	Kemampuan merancang strategi bisnis berbasis TIK	Tidak mampu menyusun strategi berbasis TIK sama sekali.	Menyusun sebagian kecil strategi berbasis TIK.	Menyusun strategi berbasis TIK dengan cukup baik tetapi kurang rinci.	Menyusun strategi berbasis TIK dengan baik.	Menyusun strategi berbasis TIK secara rinci dan komprehensif.
Tugas Rencana Bisnis	CPMK-12	Ketepatan merancang strategi bisnis berbasis TIK	Tidak mampu menyusun rencana bisnis sama sekali.	Menyusun rencana bisnis tetapi kurang relevan atau tidak akurat.	Menyusun rencana bisnis dengan cukup baik tetapi kurang rinci.	Menyusun rencana bisnis dengan baik.	Menyusun rencana bisnis dengan sangat rinci dan inovatif.
Observasi	CPMK-3	Ketepatan menganalisis peluang bisnis	Tidak menunjukkan pemahaman sama sekali.	Menganalisis peluang tetapi banyak kekeliruan.	Menganalisis dengan cukup baik tetapi kurang mendalam.	Menganalisis dengan baik tetapi kurang detail.	Menganalisis secara komprehensif dengan sangat detail.

14. Rencana Assesment dan Evaluasi

Minggu ke	Sub-CPMK	Asesmen	Bobot
1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar inovasi dan manajemen produk.	Observasi diskusi kelas dan kuis singkat.	5%
2	Mahasiswa mampu menganalisis kebutuhan pasar untuk inovasi produk.	Tugas analisis kebutuhan konsumen berdasarkan segmen pasar.	5%
3	Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang inovasi melalui analisis pasar dan kompetitor.	Tugas individu dan kuis singkat.	5%
4	Mahasiswa mampu menjelaskan proses pengembangan produk baru.	Laporan studi kasus dan diskusi kelas.	10%
5	Mahasiswa mampu menganalisis siklus hidup produk.	Tugas analisis kelompok.	5%
6	Mahasiswa mampu merancang strategi inovasi berbasis teknologi.	Kuis dan laporan proyek kelompok.	10%
7	Mahasiswa mampu mengelola portofolio produk secara efektif.	Presentasi kelompok.	5%
8	Evaluasi Tengah Semester	Ujian Tengah Semester (UTS).	20%
9	Mahasiswa mampu menerapkan strategi penetapan harga berbasis nilai produk.	Tugas individu dan diskusi kelas.	5%
10	Mahasiswa mampu merancang produk berkelanjutan dengan pendekatan inovasi hijau.	Tugas kelompok dan presentasi.	10%

Minggu ke	Sub-CPMK	Asesmen	Bobot
11	Mahasiswa mampu mengidentifikasi teknologi pendukung inovasi produk.	Laporan simulasi dan diskusi kelas.	5%
12	Mahasiswa mampu menerapkan manajemen portofolio produk berbasis data.	Tugas kelompok.	5%
13	Mahasiswa mampu menyusun strategi inovasi produk berdasarkan studi kasus nyata.	Presentasi kelompok dan laporan studi kasus.	10%
14	Mahasiswa mampu mengevaluasi tantangan bisnis terkait inovasi produk di industri.	Diskusi dan laporan simulasi.	5%
15	Mahasiswa mampu merancang inovasi produk yang berdaya saing berdasarkan data dan tren pasar.	Presentasi proyek akhir kelompok.	10%
16	Evaluasi Akhir Semester	Ujian Akhir Semester (UAS).	20%
Total Bobot CPMK			100%
Total Bobot CPL			100%

15. Pembobotan Asesmen Terhadap CPL dan CPMK

CPL	CPMK	MBKM	Observasi (Praktek)	Unjuk Kerja (Presentasi)	Tugas	Tes Tertulis			Tes Lisan (Tgs Kelompok)	Total
						Kuis	UTS	UAS		
S9	CPMK-3	√	√	√	√				√	
PP9	CPMK-3	√			√					
KU11	CPMK-3					√			√	
KK7	CPMK-3	√					√			
S10	CPMK-12	√	√		√				√	
PP9	CPMK-12	√			√			√		
KU11	CPMK-12			√					√	
Jumlah Total										100%

Distribusi Pembobotan Asesmen Tugas

No.	Bentuk Asesmen	CPL	CPMK	Total
1	Tugas individu: Analisis kebutuhan pasar	S9, PP9	CPMK-3	10%
2	Tugas individu: Analisis peluang inovasi	S9, PP9	CPMK-3	10%

No.	Bentuk Asesmen	CPL	CPMK	Total
3	Tugas kelompok: Rancangan strategi inovasi	S10, PP9	CPMK-12	20%
4	Tugas kelompok: Desain produk berkelanjutan	S10, KK7	CPMK-12	20%
5	Proyek akhir: Rancangan inovasi produk	S10, KU11	CPMK-12	25%
6	Studi kasus: Strategi pengelolaan portofolio	S9, KU11	CPMK-3	15%
Total Bobot Tugas (%)				100%

Bobot penilaian (Ketentuan Bina Darma)

Nilai Skor Matakuliah (NSM)	Nilai Mata Kuliah (NMK)
85 – 100	A
80 – 84	A-
75 – 89	B+
70 – 74	B
65 – 69	B-
60 – 64	C+
55 – 59	C
41 – 54	D
0 - 40	E

16. Rencana Tugas Mahasiswa

Tugas ke	Pertemuan	SUB-CPMK	Aktivitas 1	Aktivitas 2	Bobot
1	2	Mahasiswa mampu menganalisis kebutuhan pasar untuk inovasi produk.	Analisis kebutuhan konsumen berdasarkan segmen pasar.	Membuat laporan kebutuhan inovasi produk.	10%
2	4	Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang inovasi melalui analisis pasar dan kompetitor.	Analisis SWOT dari produk kompetitor.	Membuat presentasi peluang inovasi produk.	10%
3	6	Mahasiswa mampu merancang strategi inovasi berbasis teknologi.	Simulasi penggunaan teknologi dalam pengelolaan produk.	Membuat laporan strategi berbasis TIK.	15%

Tugas ke	Pertemuan	SUB-CPMK	Aktivitas 1	Aktivitas 2	Bobot
4	10	Mahasiswa mampu merancang produk berkelanjutan dengan pendekatan inovasi hijau.	Studi kasus: Desain produk ramah lingkungan.	Membuat laporan inovasi hijau.	20%
5	13	Mahasiswa mampu menyusun strategi inovasi produk berdasarkan studi kasus nyata.	Analisis kasus produk global/lokal.	Menyusun strategi inovasi produk berbasis data.	20%
6	15	Mahasiswa mampu merancang inovasi produk yang berdaya saing berdasarkan data dan tren pasar.	Proyek akhir kelompok: Pembuatan konsep inovasi produk.	Presentasi dan diskusi proyek akhir.	25%
Total					100%

17. Pustaka (*References*)

Sumber Utama

- 1) Cooper, R. G. (2017). *Winning at New Products: Creating Value Through Innovation*. Basic Books.
- 2) Trott, P. (2020). *Innovation Management and New Product Development*. 7th Edition. Pearson Education.
- 3) Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education.
- 4) Schilling, M. A. (2020). *Strategic Management of Technological Innovation*. McGraw-Hill Education.
- 5) Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press.

Sumber Pendukung

- 1) Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. Harper Business.
- 2) Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Harvard Business Review Press.
- 3) Blank, S. (2013). *The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products That Win*. Wiley.
- 4) Articles from Harvard Business Review related to product innovation and management.
- 5) Reports from consulting firms like McKinsey, Deloitte, and BCG on innovation and product lifecycle management.

Website dan Media Pendukung

- 1) <https://hbr.org/> (Harvard Business Review) – Artikel dan studi kasus manajemen inovasi.
- 2) <https://www.strategy-business.com/> – Sumber strategi bisnis terkini.
- 3) <https://www.productschool.com/blog/> – Blog tentang manajemen produk dan inovasi.
- 4) TED Talks terkait inovasi dan manajemen produk (<https://www.ted.com/>).
- 5) Database jurnal: Emerald Insight, ScienceDirect, ProQuest untuk akses jurnal ilmiah tentang inovasi dan pengembangan produk.