

Rencana Pembelajaran Semester (RPS) Mata Kuliah Analitika Pemasaran

	INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER FAKULTAS VOKASI PROGRAM STUDI ANALITIKA LOGISTIK					Kode Dokumen
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Analitika Pemasaran	VA231631	Bisnis Logistik dan Manajemen	T=2	P=0	VI	
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI	
					Wahyu Wibowo	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	CPL -4	Mampu menerapkan metode statistika dan riset operasi ke dalam prosedur untuk menyelesaikan masalah transportasi dan logistik dengan memperhatikan faktor keselamatan, industri, ekonomi, sosial, baik secara manual maupun dengan bantuan perangkat komputer.				
	CPL-7	Mampu mengaplikasikan metode komunikasi efektif secara lisan maupun tertulis dalam rangka diseminasi hasil analisis data bidang logistik.				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CPMK-1	Mampu menguasai pengertian, konsep dasar, dan ruang lingkup Analitika Pemasaran				
	CPMK-2	Mampu memahami tentang dampak dari Analitika Pemasaran, meliputi pentingnya kredibilitas analitika dan pengambilan keputusan				
	CPMK-3	Mampu menguasai proses analitika pemasaran, meliputi identifikasi dan analisis metrik pemasaran, serta melakukan tindakan perbaikan				
	CPMK-4	Mampu memahami Return of Invenstment (ROI) meliputi: Perhitungan ROI dan tantangan dalam menghitung ROI				
	CPMK-5	Mampu menguasai alat dan teknologi pendukung analitika pemasaran, meliputi alat dan sistem untuk analisis bisnis, serta alat dan sistem untuk mengelola teknologi digital, optimasi pemasaran (web, mobile, dll), dll				
	CPMK-6	Mampu mengintegrasikan analitika ke dalam Struktur Pemasaran, meliputi pengumpulan dan pengelolaan data pemasaran, analisis perilaku konsumen dan tren pasar, Indikator kinerja utama (KPIs) dalam pemasaran dan atribusi pemasaran				

	CPMK-7	Mampu mengeksplorasi <i>big data</i> seperti analisis sentimen dan melakukan <i>predictive analytics</i> seperti prediksi perilaku pelanggan, segmentasi pelanggan, dan model atribusi lanjutan																										
		Matrik CPL – CPMK <table><tr><td>CPMK</td><td>CPL-4</td><td>CPL-7</td></tr><tr><td>CPMK 1</td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK 2</td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK 3</td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK 4</td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK 5</td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK 6</td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK 7</td><td></td><td></td></tr></table>			CPMK	CPL-4	CPL-7	CPMK 1			CPMK 2			CPMK 3			CPMK 4			CPMK 5			CPMK 6			CPMK 7		
CPMK	CPL-4	CPL-7																										
CPMK 1																												
CPMK 2																												
CPMK 3																												
CPMK 4																												
CPMK 5																												
CPMK 6																												
CPMK 7																												
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah analitika pemasaran secara umum mengajarkan penggunaan data dan alat analitik untuk mendukung keputusan pemasaran. Mahasiswa akan belajar bagaimana menganalisis perilaku konsumen, mengukur kinerja kampanye pemasaran, dan memaksimalkan pengembalian investasi pemasaran. Mata kuliah ini mencakup penggunaan teknologi, model statistik, dan alat visualisasi data untuk memahami tren pasar, memprediksi permintaan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis data.																											
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	1. Pengertian, konsep dasar, dan ruang lingkup Analitika Pemasaran 2. Dampak dari Analitika Pemasaran 3. Proses Analitika Pemasaran 4. Return of Investment (ROI) 5. Alat dan Teknologi Pendukung Analitika Pemasaran 6. Mengintegrasikan analitika ke dalam Struktur Pemasaran 7. <i>Predictive Analytics</i> dan <i>Big Data</i>																											
Pustaka	Utama :																											
	[1] Rackley, J., tahun, Marketing Analytics Roadmap: Methods, Metrics, and Tools. Apress																											
	Pendukung :																											
Dosen Pengampu																												
Matakuliah syarat																												

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	1. Mampu menguasai tentang Analitika Pemasaran	Ketepatan dalam memahami Analitika Pemasaran meliputi: - Definisi dan konsep dasar - Ruang lingkup termasuk kemampuan dan keterbatasan analitika pemasaran	Observasi langsung/Keaktifan Tugas, Tes Tulis	BP1 : Kuliah Tatap Muka [3 x 2 x 50"] MP1 : Diskusi MP 2 : PBL MP 3 : Presentasi BM [3 x 2 x 60"] PT [3 x 2 x 60"]	classroom.its.ac.id - Kuliah - Diskusi/Responsi		10%
2-3	2. Mampu memahami tentang dampak dari Analitika Pemasaran	Ketepatan dalam memahami: - Dampak dilakukannya analitika pemasaran - Pentingnya kredibilitas analitika - Analitika dan pengambilan keputusan	Observasi langsung/Keaktifan Tugas, Tes Tulis	BP1 : Kuliah Tatap Muka [3 x 2 x 50"] MP1 : Diskusi MP 2 : PBL MP 3 : Presentasi BM [3 x 2 x 60"] PT [3 x 2 x 60"]	classroom.its.ac.id - Kuliah - Diskusi/Responsi		10%
4-5	3. Mampu menguasai proses analitika pemasaran	Ketepatan dalam memahami proses analitika pemasaran meliputi: Mengidentifikasi metrik pemasaran	Observasi langsung/Keaktifan Tugas, Tes Tulis	BP1 : Kuliah Tatap Muka [3 x 2 x 50"] MP1 : Diskusi MP 2 : PBL	classroom.its.ac.id - Kuliah - Diskusi/Responsi		10%

		• Menganalisis metrik pemasaran • Melakukan tindakan perbaikan		MP 3 : Presentasi BM [3 x 2 x 60"] PT [3 x 2 x 60"]			
6-7	4. Mampu memahami Return of Investment (ROI)	Ketepatan dalam memahami ROI meliputi: • Perhitungan ROI • Tantangan dalam menghitung ROI	Observasi langsung/Keaktifan Tugas, Tes Tulis	BP1 : Kuliah Tatap Muka [3 x 2 x 50") MP1 : Diskusi MP 2 : PBL MP 3 : Presentasi BM [3 x 2 x 60"] PT [3 x 2 x 60"]	classroom.its.ac.id • Kuliah • Diskusi/Responsi		10%
8	ETS						
9-10	5. Mampu menguasai alat dan teknologi pendukung analitika pemasaran	Ketepatan dalam memahami: • Alat dan sistem untuk analisis bisnis, pemahaman pelanggan, perilaku pembelian, atribusi pemasaran, dan analitik prediktif untuk mendukung keputusan • Alat dan sistem untuk mengelola teknologi digital, optimasi	Observasi langsung/Keaktifan Tugas, Tes Tulis	BP1 : Kuliah Tatap Muka [3 x 2 x 50") MP1 : Diskusi MP 2 : PBL MP 3 : Presentasi BM [3 x 2 x 60"] PT [3 x 2 x 60"]	classroom.its.ac.id • Kuliah • Diskusi/Responsi		10%

		pemasaran (web, mobile, dll), analisis pasar, dan pemetaan geografis untuk strategi pemasaran.					
11-12	6. Mampu mengintegrasikan analitika ke dalam Struktur Pemasaran	• Mampu mengerjakan pengumpulan dan pengelolaan data pemasaran • Mampu menganalisis perilaku konsumen dan tren pasar • Mampu memahami Indikator kinerja utama (KPIs) dalam pemasaran berbasis analitik • Mampu menggunakan analitik untuk atribusi pemasaran dan ROI	Observasi langsung/Keaktifan Tugas, Tes Tulis	BP1 : Kuliah Tatap Muka [3 x 2 x 50") MP1 : Diskusi MP 2 : PBL MP 3 : Presentasi BM [3 x 2 x 60"] PT [3 x 2 x 60"]	classroom.its.ac.id • Kuliah • Diskusi/Responsi		10%
13-14	7. Mampu menguasai <i>predictive analytics</i> dan <i>big data</i>	• Mampu mengeksplorasi <i>big data</i> seperti analisis sentimen • Mampu melakukan <i>predictive analytics</i> seperti prediksi perilaku pelanggan,	Observasi langsung/Keaktifan Tugas, Tes Tulis	BP1 : Kuliah Tatap Muka [3 x 2 x 50") MP1 : Diskusi MP 2 : PBL MP 3 : Presentasi	classroom.its.ac.id • Kuliah • Diskusi/Responsi		20%

		segmentasi pelanggan, dan model atribusi lanjutan		BM [3 x 2 x 60"] PT [3 x 2 x 60"]			
15	8. Studi kasus	Ketepatan penerapan teori dalam menyelesaikan masalah melalui analisis kasus nyata atau studi kasus terkait analitika pemasaran	Observasi langsung/Keaktifan Tugas, Tes Tulis	BP1 : Kuliah Tatap Muka [3 x 2 x 50") MP1 : Diskusi MP 2 : PBL MP 3 : Presentasi BM [3 x 2 x 60"] PT [3 x 2 x 60"]	classroom.its.ac.id ● Kuliah ● Diskusi/Responsi		20%
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						