



UNIVERSITAS NUSA MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL JENJANG S1

Kode Dokumen
AK/MKP/RPS-089

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)		KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Market Research		089	Mata Kuliah Program Studi	T= 2	P= 1	4	26 November 2022
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua Program Studi	
		 Johan Hendri Prasetyo, S.E, M.M		 Gani Wiharso, S.E, M.M		 Lia Mazia, M.Msi	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK						
	CPL 4	Mampu mengkaji dan menyusun hasil kajian implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya dan menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif					
	CPL 5	Mampu bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan hasil kerja kelompok					
	CPL 9	Mampu memahami konsep dan teori ilmu bisnis dan manajemen serta memiliki kemampuan berpikir secara logis, analitis, kritis, kreatif dan inovatif untuk merumuskan strategi manajemen dan memberikan solusi berdasarkan data agar organisasi/institusi/lembaga dapat beroperasi secara efisien dan efektif serta dapat mengembangkan bisnisnya					
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)						
	CPMK1	Mampu memiliki kemampuan berpikir secara logis, analitis, kritis, kreatif dan inovatif dalam menyelesaikan permasalahan (CPL04)					
	CPMK2	Mampu memahami dan mengkaji hasil implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi(CPL04)					

	CPMK3	Mampu mengimplementasikan sikap bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan hasil kerja kelompok (CPL05) (CPL09))										
	CPMK4	Mampu menguasai strategi <i>market research</i> dan <i>environmental analysis</i> (CPL 9)										
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)											
	Sub-CPMK1	Mampu Menerima, Mengingat dan Memahami konsep dasar riset pasar (C2, A3) (CPMK1) (CPMK2) (CPMK4)										
	Sub-CPMK2	Mampu Menerima, Mengingat dan Memahami metode riset pasar (C2, A3) (CPMK1) (CPMK2) (CPMK4)										
	Sub-CPMK3	Mampu Menerima, Mengingat dan Memahami langkah-langkah melakukan riset pasar (C2, A3) (CPMK1) (CPMK2) (CPMK4)										
	Sub-CPMK4	Mampu Memahami dan Menganalisis strategi dalam riset pasar (C2, A3) (CPMK1) (CPMK2) (CPMK4)										
	Sub-CPMK5	Mampu Memahami dan Menganalisis strategi dalam riset pasar melalui <i>five-force analysis</i> (C2, A3) (CPMK3) (CPMK4)										
	Sub-CPMK6	Mampu Memahami dan Menganalisis strategi dalam riset pasar melalui <i>five-force analysis</i> (lanjutan) (C2, A3) (CPMK1) (CPMK2) (CPMK3)(CPMK4)										
	Sub-CPMK7	Mampu Memahami dan Menganalisis lingkungan eksternal dan internal melalui SWOT Analysis dan BCG Matrix (Boston Box) pada penerapan bisnis (C2, A3) (CPMK1) (CPMK2) (CPMK4)										
	Sub-CPMK8	Mampu Memahami dan Menganalisis konsumen melalui <i>market survey</i> (C2, A3) (CPMK1) (CPMK2) (CPMK4)										
	Sub-CPMK9	Mampu Memahami dan Menganalisis konsumen melalui <i>focus group</i> (C2, A3) (CPMK1) (CPMK2) (CPMK3)										
	Sub-CPMK10	Mampu Memahami dan Menganalisis pasar melalui riset pasar secara langsung (C2, A3) (CPMK1) (CPMK2) (CPMK3)										
	Sub-CPMK11	Mampu Memahami, Menganalisis, dan Menyusun hasil riset pasar dalam bentuk laporan (C2, A3) (CPMK1) (CPMK2) (CPMK3)										
	Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK											
		Sub-CPMK1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4	Sub-CPMK5	Sub-CPMK6	Sub-CPMK7	Sub-CPMK8	Sub-CPMK9	Sub-CPMK10	Sub-CPMK11
	CPMK1	√	√	√	√		√	√	√	√	√	√
	CPMK2	√	√		√		√			√	√	√
	CPMK3			√		√	√	√	√	√	√	√
	CPMK4	√	√	√	√	√	√	√	√			
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah <i>market research</i> memberikan pengetahuan untuk memahami kebutuhan konsumen melalui alat-alat yang digunakan dalam riset pasar secara langsung agar bisa menciptakan produk atau layanan yang dapat menjawab kebutuhan konsumen.											

Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	1. Konsep dasar riset pasar 2. Metode riset pasar 3. Pemahaman bisnis, pesaing dan konsumen 4. Porter's Five-force Analysis 5. SWOT Analysis 6. Market Survey 7. Focus Group				
Pustaka	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="407 464 712 499">Utama :</td><td data-bbox="712 464 2213 991"> 1. Hubspot. (2022). <i>Market Research Kit</i>. Hubspot. 2. Newton, P., & Bristoll, H. (2013). <i>Porter's Five Forces</i>. Free Management Book. 3. Porter, M. E. (1980). <i>Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors</i>. The Free Press. 4. Armstrong, N. (2022). <i>Market Research & Developing a Marketing Plan</i>. Regional Business Centre. 5. Hague, P. (2006). <i>A Practical Guide to Market Research</i>. B2B International. 6. ISBA. (2011). <i>A guide to understanding and working with market research agencies & consultancies</i>. ISBA. 7. Indriastuti, H. (2019). <i>Manajemen Strategi 4.0</i>. JP Publishing. 8. Rahim, H. A. R., & Radjab, E. (2016). <i>Manajemen Strategi</i>. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar. 9. David, F. R. (2011). <i>Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep</i>, (12th Ed.). Salemba Empat. 10. Into The Mins. (2018). <i>A step by step guide to market research</i>. Into The Mins. 11. Porter, M. E. (1985). <i>Competitive Strategy: Creating and Sustaining Superior Performance</i>. The Free Press. 12. Newton, P., & Bristoll, H. (2013). <i>SWOT Analysis</i>. Free Management Book. </td></tr> <tr> <td data-bbox="407 991 712 1026">Pendukung :</td><td data-bbox="712 991 2213 1370"> 1. Fleetwood, D. (2022). <i>Market research vs. marketing research – Know the difference</i>. QuestionPro. Retrieved: https://www.questionpro.com/blog/market-research-vs-marketing-research/ 2. Gumilang, N. A. (2022). <i>Pengertian Strategi serta Jenis, Tujuan dan Contohnya</i>. Gramedia. Retrieved: https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-strategi/ 3. Hubspot. (2022). <i>How to Do Market Research: A Guide and Template</i>. HubSpot. Retrieved: https://blog.hubspot.com/marketing/market-research-buyers-journey-guide 4. Lianovanda, D. (2022). <i>Mengenai Apa itu Riset Pasar: Jenis, Metode, dan Langkah Melakukannya</i>. SkillAcademy. Retrieved: https://blog.skillacademy.com/riset-pasar-adalah 5. Lucid. (2022). <i>Why Market Research is Important</i>. Retrieved: https://luc.id/knowledgehub/why-market-research-is-important/ </td></tr> </table>	Utama :	1. Hubspot. (2022). <i>Market Research Kit</i>. Hubspot. 2. Newton, P., & Bristoll, H. (2013). <i>Porter's Five Forces</i>. Free Management Book. 3. Porter, M. E. (1980). <i>Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors</i>. The Free Press. 4. Armstrong, N. (2022). <i>Market Research & Developing a Marketing Plan</i>. Regional Business Centre. 5. Hague, P. (2006). <i>A Practical Guide to Market Research</i>. B2B International. 6. ISBA. (2011). <i>A guide to understanding and working with market research agencies & consultancies</i>. ISBA. 7. Indriastuti, H. (2019). <i>Manajemen Strategi 4.0</i>. JP Publishing. 8. Rahim, H. A. R., & Radjab, E. (2016). <i>Manajemen Strategi</i>. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar. 9. David, F. R. (2011). <i>Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep</i>, (12th Ed.). Salemba Empat. 10. Into The Mins. (2018). <i>A step by step guide to market research</i>. Into The Mins. 11. Porter, M. E. (1985). <i>Competitive Strategy: Creating and Sustaining Superior Performance</i>. The Free Press. 12. Newton, P., & Bristoll, H. (2013). <i>SWOT Analysis</i>. Free Management Book.	Pendukung :	1. Fleetwood, D. (2022). <i>Market research vs. marketing research – Know the difference</i>. QuestionPro. Retrieved: https://www.questionpro.com/blog/market-research-vs-marketing-research/ 2. Gumilang, N. A. (2022). <i>Pengertian Strategi serta Jenis, Tujuan dan Contohnya</i>. Gramedia. Retrieved: https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-strategi/ 3. Hubspot. (2022). <i>How to Do Market Research: A Guide and Template</i>. HubSpot. Retrieved: https://blog.hubspot.com/marketing/market-research-buyers-journey-guide 4. Lianovanda, D. (2022). <i>Mengenai Apa itu Riset Pasar: Jenis, Metode, dan Langkah Melakukannya</i>. SkillAcademy. Retrieved: https://blog.skillacademy.com/riset-pasar-adalah 5. Lucid. (2022). <i>Why Market Research is Important</i>. Retrieved: https://luc.id/knowledgehub/why-market-research-is-important/
Utama :	1. Hubspot. (2022). <i>Market Research Kit</i>. Hubspot. 2. Newton, P., & Bristoll, H. (2013). <i>Porter's Five Forces</i>. Free Management Book. 3. Porter, M. E. (1980). <i>Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors</i>. The Free Press. 4. Armstrong, N. (2022). <i>Market Research & Developing a Marketing Plan</i>. Regional Business Centre. 5. Hague, P. (2006). <i>A Practical Guide to Market Research</i>. B2B International. 6. ISBA. (2011). <i>A guide to understanding and working with market research agencies & consultancies</i>. ISBA. 7. Indriastuti, H. (2019). <i>Manajemen Strategi 4.0</i>. JP Publishing. 8. Rahim, H. A. R., & Radjab, E. (2016). <i>Manajemen Strategi</i>. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar. 9. David, F. R. (2011). <i>Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep</i>, (12th Ed.). Salemba Empat. 10. Into The Mins. (2018). <i>A step by step guide to market research</i>. Into The Mins. 11. Porter, M. E. (1985). <i>Competitive Strategy: Creating and Sustaining Superior Performance</i>. The Free Press. 12. Newton, P., & Bristoll, H. (2013). <i>SWOT Analysis</i>. Free Management Book.				
Pendukung :	1. Fleetwood, D. (2022). <i>Market research vs. marketing research – Know the difference</i>. QuestionPro. Retrieved: https://www.questionpro.com/blog/market-research-vs-marketing-research/ 2. Gumilang, N. A. (2022). <i>Pengertian Strategi serta Jenis, Tujuan dan Contohnya</i>. Gramedia. Retrieved: https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-strategi/ 3. Hubspot. (2022). <i>How to Do Market Research: A Guide and Template</i>. HubSpot. Retrieved: https://blog.hubspot.com/marketing/market-research-buyers-journey-guide 4. Lianovanda, D. (2022). <i>Mengenai Apa itu Riset Pasar: Jenis, Metode, dan Langkah Melakukannya</i>. SkillAcademy. Retrieved: https://blog.skillacademy.com/riset-pasar-adalah 5. Lucid. (2022). <i>Why Market Research is Important</i>. Retrieved: https://luc.id/knowledgehub/why-market-research-is-important/				

		6. Sasana Digital. (2022). <i>Riset Pasar: Definisi, Metode, Proses serta Ruang Lingkupnya</i> . Sasana Digital. Retrieved: https://sasanadigilab.com/apa-itu-riset-pasar/ 7. QuestionPro. (2022). <i>Market Research: Definition, Methods, Types, and Examples</i> . QuestionPro. Retrieved: https://www.questionpro.com/blog/what-is-market-research/ 8. Rosmawangi, A. (2020). The SWOT Balanced Scorecard on XYZ Hospital Jakarta Strategic Plan. <i>International Journal of Innovative Science and Research Technology</i> , 5(1), 109-113. 9. QuestionPro. (2022). <i>Market Survey: Definition, Methods, Types, and Examples</i> . QuestionPro. Retrieved: https://www.questionpro.com/blog/market-survey/ 10. Nutall, C. (2022, October 19). <i>Marketing: How to conduct a market survey that works</i> . GWI. Retrieved: https://blog.gwi.com/marketing/market-survey/					
Dosen Pengampu		1. Johan Hendri Prasetyo, S.E, M.M 2. Gani Wiharso, S.E, M.M					
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 & Teknik	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Sub-CPMK1: Mampu <i>Menerima, Mengingat dan Memahami</i> konsep dasar riset pasar (C2, A3)	Mahasiswa dapat menjelaskan dan memahami tentang konsep dasar riset pasar, definisi riset pasar, tujuan riset pasar, manfaat riset pasar, kategori dan ruang	Kriteria: Rubrik Analitik Teknik: Observasi Tes Tertulis: Mengerjakan soal latihan	Bentuk Pembelajaran: Kuliah Metode Pembelajaran: Pembelajaran Kolaboratif (PB: 1x(3x50"))	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Referensi Utama: [4] hal: 1-2 [5] hal: 5-9 [6] hal: 8	5

		lingkup riset pasar.					
2	Sub-CPMK2: Mampu Menerima, Mengingat dan Memahami metode riset pasar (C2, A3)	Mahasiswa dapat menjelaskan dan memahami tentang ruang lingkup riset pasar, peran riset pasar, jenis-jenis riset pasar, metode riset pasar primer, metode riset pasar sekunder	Kriteria: Rubrik Analitik Teknik: Observasi Tes Tertulis: Mengerjakan soal latihan	Bentuk Pembelajaran: Kuliah Metode Pembelajaran: Pembelajaran Kolaboratif (PB: 1x(3x50"))	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Referensi Utama: [4] hal: 3-12	5
3	Sub-CPMK3: Mampu Menerima, Mengingat dan Memahami langkah-langkah melakukan riset pasar (C2, A3)	Mahasiswa dapat menjelaskan dan memahami tentang fokus utama dalam melakukan riset pasar, langkah-langkah yang digunakan untuk melakukan riset pasar, dan tips melakukan riset pasar yang efektif	Kriteria: Rubrik Analitik Teknik: Observasi Tes Tertulis: Mengerjakan soal latihan	Bentuk Pembelajaran: Kuliah Metode Pembelajaran: Pembelajaran Kolaboratif (PB: 1x(3x50"))	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Referensi Utama: [10] hal: 1-41	5
4	Sub-CPMK4: Mampu Memahami dan Menganalisis strategi dalam riset pasar (C2, A3)	Mahasiswa dapat memahami dan menganalisis strategi riset	Kriteria: Rubrik Analitik Teknik:	Bentuk Pembelajaran: Kuliah	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Referensi Utama: [2] hal: 4-6 [4] hal: 14-18 [8] hal: 1-7 & 57-60	5

		pasar pada lingkungan internal dan eksternal perusahaan	Observasi Tes Tertulis: 1. Mengerjakan soal latihan 2. Membuat rancangan analisis strategi yang akan digunakan dalam riset pasar	Metode Pembelajaran: 1. Diskusi Kelompok 2. Pembelajaran Kolaboratif (PB: 1x(3x50")) Tugas-1: (PT+KM: (1+1) x (3x60"))		[9] hal: 15-19	
5	Sub-CPMK5: Mampu Memahami dan Menganalisis strategi dalam riset pasar melalui five-force analysis (C2, A3)	Mahasiswa dapat memahami dan menganalisis strategi five-force analysis melalui competitive rivalry, threat of new entrants, dan threat of substitutions, bargaining power of suppliers, bargaining power of customers	Kriteria: Rubrik Analitik Teknik: Observasi Tes Tertulis: Mengerjakan soal latihan	Bentuk Pembelajaran: Kuliah Metode Pembelajaran: 1. Diskusi Kelompok 2. Pembelajaran Kolaboratif (PB: 1x(3x50"))	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Referensi Utama: [1] hal: 4-5 [2] hal: 1-31 [4] hal: 19-20 [7] hal: 9-12 [8] hal: 52-56 [9] hal: 145-151 [11] hal: 1-11	15
6	Sub-CPMK6: Mampu Memahami dan Menganalisis lingkungan	Mahasiswa dapat memahami dan menganalisis	Kriteria: Rubrik Analitik	Bentuk Pembelajaran: Kuliah	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Referensi Utama: [1] hal: 7-9 [7] hal: 17-20	10

	eksternal dan internal melalui SWOT Analysis pada penerapan bisnis (C2, A3)	faktor eksternal dan internal melalui SWOT Analysis pada bisnis	Teknik: Observasi Tes Tertulis: Mengerjakan soal latihan	Metode Pembelajaran: 1. Diskusi Kelompok 2. Pembelajaran Kolaboratif (PB: 1x(3x50"))		[8] hal: 71-76 [9] hal: 325-330 [12] hal: 1-31	
7	Review Materi/Kuis						
8	UTS/Ujian Tengah Semester						25
9	Sub-CPMK7: Mampu Memahami dan Menganalisis konsumen melalui market survey (C2, A3)	Mahasiswa dapat memahami dan menganalisis konsumen melalui market survey dengan demographic questions, business questions, competitor/industry questions, brand questions, dan product questions	Kriteria: Rubrik Analitik Teknik: Observasi Tes Tertulis: 1. Mengerjakan soal latihan 2. Membuat laporan hasil riset pasar	Bentuk Pembelajaran: Kuliah Metode Pembelajaran: 1. Diskusi Kelompok 2. Pembelajaran Kolaboratif (PB: 1x(3x50")) Tugas-2: (PT+KM: (1+1) x (3x60"))	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Referensi Utama: [1] hal: 10-12 [4] hal: 4-6	10
10	Sub-CPMK8: Mampu Memahami dan	Mahasiswa dapat memahami dan menganalisis	Kriteria: Rubrik Analitik	Bentuk Pembelajaran: Kuliah	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Referensi Utama: [1] hal: 10-12 [4] hal: 7	10

	Menganalisis konsumen melalui <i>focus group</i> (C2, A3)	konsumen melalui focus group dengan ask open-ended questions, limit the questions asked, encourage follow-up comments and questions, bring in a prototype, ask about price and competition, dan leave time at the end	Teknik: Observasi Tes Tertulis: Mengerjakan soal latihan	Metode Pembelajaran: 1. Diskusi Kelompok 2. Pembelajaran Kolaboratif (PB: 1x(3x50"))		[5] hal: 72-73	
11	Sub-CPMK9: Mampu Memahami dan Menganalisis pasar melalui riset pasar secara langsung (C2, A3)	Mahasiswa dapat memahami dan menganalisis pasar melalui riset pasar secara langsung	Kriteria: Rubrik Analitik Teknik: Observasi Tes Tertulis: Mengerjakan soal latihan	Bentuk Pembelajaran: Kuliah Metode Pembelajaran: 1. Diskusi Kelompok 2. Pembelajaran Kolaboratif (PB: 1x(3x50"))	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Referensi Utama: [1] hal: 1-15	10
12	Sub-CPMK10: Mampu Memahami, Menganalisis, dan Menyusun hasil riset	Mahasiswa dapat memahami, menganalisis, dan	Kriteria: Rubrik Analitik	Bentuk Pembelajaran: Kuliah	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Referensi Utama: [1] hal: 1-15	10

	pasar dalam bentuk laporan (C2, A3)	menyusun hasil riset pasar dalam bentuk laporan, Mahasiswa melakukan bimbingan laporan hasil riset pasar	Teknik: Observasi Tes Tertulis: Mengerjakan soal latihan	Metode Pembelajaran: 1. Diskusi Kelompok 2. Pembelajaran Kolaboratif (PB: 1x(3x50"))			
13	Sub-CPMK11: Presentasi Hasil Riset Pasar	Mampu mempresentasikan hasil riset pasar	Kriteria: Rubrik Analitik Teknik: Observasi	Bentuk Pembelajaran: Kuliah Metode Pembelajaran: 1) Presentasi 2) Pembelajaran Kolaboratif (PB: 1x(3x50"))	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Seluruh referensi yang terkait	5
14	Sub-CPMK11: Presentasi Hasil Riset Pasar	Mampu mempresentasikan hasil riset pasar	Kriteria: Rubrik Analitik Teknik: Observasi	Bentuk Pembelajaran: Kuliah Metode Pembelajaran: 1. Presentasi 2. Pembelajaran Kolaboratif	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Seluruh referensi yang terkait	5

				(PB: 1x(3x50"))			
15	Sub-CPMK11: Presentasi Hasil Riset Pasar	Mampu mempresentasikan hasil riset pasar	Kriteria: Rubrik Analitik Teknik: Observasi	Bentuk Pembelajaran: Kuliah Metode Pembelajaran: 1. Presentasi 2. Pembelajaran Kolaboratif (PB: 1x(3x50"))	http://elearning.nusamandiri.ac.id/	Seluruh referensi yang terkait	5
16	UAS/Ujian Akhir Semester						30