

# Panduan Penilaian

*Mata Kuliah Manajemen Pemasaran*

**JURUSAN AKUNTANSI  
STIE PERBANAS SURABAYA**

## PEDOMAN PENILAIAN MATA KULIAH MANAJEMEN PEMASARAN

### *Pendahuluan*

Penilaian mata kuliah adalah instrumen pengukuran keberhasilan dari peserta belajar dalam mengikuti keseluruhan proses belajar matakuliah tertentu. Implisit dalam hal tersebut adalah juga merupakan penilaian atas keberhasilan proses belajar dan mengajar dari pengajar mata kuliah tersebut. Penilaian yang baik dari keberhasilan belajar adalah sistem penilaian yang memungkinkan untuk mencatat setiap perkembangan dan kemajuan peserta belajar dalam mengikuti setiap proses belajar dan juga mencatat hasil proses belajar yang diikuti. Atau dengan kata lain penilaian belajar akan terdiri dari penilaian terhadap proses belajar dan hasil belajar. Obyektifitas juga menjadi syarat utama dalam penilaian sehingga akan tergambar tingginya skor nilai pada peserta belajar adalah merupakan cerminan dari keberhasilan dia dalam belajar dan dapat dibandingkan dengan peserta belajar yang lain.

### *Metode Penilaian*

Metode penilaian dalam mata kuliah manajemen pemasaran adalah metode penilaian yang menganut prinsip continues assesment. Yaitu penilaian yang terus menerus dalam setiap tahapan belajar yang dilakukan terhadap peserta belajar. Penilaian ini bukan penilaian pada satu titik saja dalam setiap tahapan belajar, namun pada kesemua tahapan proses. Sehingga komponen yang dinilai dari mata kuliah ini adalah proses dan hasil. Proses, dalam pengertian menyangkut penilaian atas intensitas dan keseriusan peserta belajar dalam mengikuti tiap tahap belajar yang hal ini tercermin dalam tingkat absensi, keaktifan dalam kelas, keaktifan dalam diskusi dikelas maupun melalui website atau weblog, dan keaktifan dalam rangka proses penguasaan bahan belajar. Sedangkan penilaian hasil adalah menyangkut penilaian pada saat pengujian pada titik-titik tertentu baik melalui ujian tengah semester maupun ujian akhir semester. Penilaian juga akan dilakukan melalui penyelesaian tugas-tugas kelompok yang dilakukan secara online maupun offline.

## *Komponan penilaian*

Komponen penilaian mata kuliah riset pemasaran adalah terdiri dari empat komponen utama, yaitu :

### *a. Tugas,*

Tugas adalah tugas yang diberikan kepada peserta belajar mata kuliah manajemen pemasaran yang dikerjakan secara mandiri dilaboratorium secara berkelompok. Panduan penugasan praktikum ini adalah berdasarkan modul manajemen pemasaran. Tugas-tugast tersebut terdiri dari penyusunan materi tertentu dan tugas melakukan analisis evaluasi dan pengajuan rekomendasi terhadap manajemen pemasaran tertentu yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Porsi penilaian tugas praktikum adalah 30 persen dari total nilai akhir

### *b. Keaktifan Individu,*

Keaktifan individu adalah penilaian terhadap intensitas dan keseriusan peserta belajar secara individu dalam mengikuti proses belajar. Keaktifan ini bisa terdiri dari tingkat absensi, intensitas peserta belajar mengajukan pertanyaan berbobot dalam kelas, intensitas peserta belajar mengajukan sanggahan atau masukan konstruktif bagi kelas atau diskusi, dan juga sejauh mana sumbangan peserta belajar secara individu terhadap proses belajar yang sedang dilaksanakan. Porsi penilaian keaktifan individu adalah 30 persen dari total nilai akhir

### *c. Ujian tengah semester,*

Ujian tengah semester adalah pengukuran kecakapan peserta belajar dalam menguasai materi yang dipelajari dalam tahapan proses belajar tertentu biasanya setelah tujuh kali pertemuan. Penilaian ini adalah penilaian individu dan opsional. Opsional dalam arti, jika dirasa oleh dosen pengajar dengan pertimbangan tertentu penilaian ini tidak diperlukan maka bisa saja dosen pengajar meniadakannya atau diganti dengan cara pengukuran yang lain. Porsi penilaian ujian tengah semester adalah 30 persen dari total nilai akhir

## *Format Penilaian*

Format penilaian belajar mata kuliah manajemen pemasaran adalah sebagaimana dalam tabel 1. Dimana komponen tabel tersebut adalah terdiri dari :

NO	KODE	KETERANGAN	BOBOT NILAI
1	No	Nomor urut dalam tabel nilai yang menunjukkan nomor urut peserta belajar.	n.a.
2	Group	Nama atau nomor kelompok dimana peserta belajar tertentu masuk didalamnya. Tiap kelompok terdiri dari tiga atau empat mahasiswa.	n.a.
3	NIM	Nomor Induk Mahasiswa	n.a.
4	NAMA	Nama mahasiswa peserta belajar	n.a.
5	Nilai Tugas	Nilai yang diambil dari komponen praktikum kelompok mandiri. Nilai praktikum adalah nilai rata-rata dari keseluruhan praktikum yang dilaksanakan.	35 %
6	Nilai Keaktifan	Nilai yang mencerminkan keaktifan individu yang terdiri dari tingkat absensi, intensitas peserta belajar mengajukan pertanyaan berbobot dalam kelas, intensitas peserta belajar mengajukan sanggahan atau masukan konstruktif bagi kelas atau diskusi, dan juga sejauh mana sumbangan peserta belajar secara individu terhadap proses belajar yang sedang dilaksanakan.	35 %
7	UTS	Nilai ujian tengah semester	15%
8	UAS	Nilai ujian akhir semester	15%
9	NA	Nilai akhir	100%

**FORMAT PENILAIAN  
MATA KULIAH MANAJEMEN PEMASARAN**

No	Group	NIM	NAMA	Nilai Keaktifan					Nilai Tugas					UTS	UAS	Nilai Akhir	
				Act 1	Act 2	Act 3	Act 4	Act 5	1	2	3	4	5				Group
1																	
2																	
3																	
4																	
5																	
6																	
7																	
8																	
9																	
10																	
11																	
12																	
13																	
14																	
15																	
16																	
17																	
18																	
19																	
20																	
21																	
22																	
23																	
24																	
25																	
Nilai Rata-rata																	