



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN
PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN - S1

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Program Studi	:	ILMU KEOLAHRAGAAN - S1
Mata Kuliah/Kode	:	Pemasaran Olahraga/KMO6204
Jumlah SKS	:	2
Tahun Akademik	:	2021
Semester	:	2
Mata Kuliah Prasyarat	:	-
Dosen Pengampu	:	Duwi Kurnianto Pambudi
Bahasa Pengantar	:	Bahasa Indonesia

A. DESKRIPSI MATA KULIAH

Matakuliah Pemasaran olahraga adalah mata kuliah konsentrasi Manajemen Olahraga Prodi Ilmu Keolahragaan FIK UNY yang mempelajari tentang pengertian, konsep, dan lingkup pemasaran Olahraga, Segmen dan Sasaran Pemasaran Olahraga Strategi Pemasaran Olahraga, Perilaku Konsumen, Komunikasi dalam Pemasaran, Kepuasan Pelanggan, Penelitian dalam Pemasaran Olahraga. Dalam pelaksanaan kuliah dibagi menjadi 2 kelas, yaitu kelas teori dan kelas praktek, dalam kelas teori mahasiswa terlibat aktif dalam pembelajaran dengan melakukan persentasi individu dan kelompok, untuk memperkaya pengalaman dan pengetahuan belajarnya., dalam kelas praktek mahasiswa mampu mengetahui dan melakukan praktek Pemasaran Olahraga. Mahasiswa juga mengerjakan tugas-tugas membaca referensi dan jurnal-jurnal relevan dengan mata kuliah ini

B. CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL) DAN CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (CPMK)

Nomor	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)
-------	---	------------------------------------

1	Kelas teori mahasiswa terlibat aktif dalam pembelajaran dengan melakukan persentasi individu dan kelompok, untuk memperkaya pengalaman dan pengetahuan belajarnya., dalam kelas praktek mahasiswa mampu mengetahui dan melakukan praktek Pemasaran Olahraga. Mahasiswa juga mengerjakan tugas-tugas membaca referensi dan jurnal-jurnal relevan dengan mata kuliah ini	Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius
		Bekerjasama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan
		Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ipteks yang menerapkan nilai humaniora dalam bidang Ilmu Keolahragaan
		Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur
		Mampu menyajikan beberapa alternatif solusi di bidang identifikasi, analisis dan sintesis terhadap pemecahan masalah olahraga sebagai dasar pengambilan keputusan secara tepat
		Memiliki kemampuan mengelola penyelenggaraan event olahraga
		Memiliki kreasi dan improvisasi yang inovatif dan terampil dalam pengembangan strategi meningkatkan derajat kesehatan pada masyarakat
		Memiliki kemampuan kepekaan terhadap permasalahan bidang olahraga kesehatan pada masyarakat umum dan bagi yang berkebutuhan khusus
2	Mahasiswa memahami kontrak perkuliahan, metode pembelajaran yang digunakan serta garis besar mata kuliah Manajemen Olahraga	Bertanggungjawab pada profesi bidang ilmu olahraga secara mandiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja institusi atau organisasi.
		Menginternalisasi nilai, norma dan etika akademik
		Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur
		Mampu bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok/organisasi
		Mampu bekerjasama dengan pihak lain dalam memberikan pendidikan dan pelatihan gerak pada anak berkebutuhan khusus
		Memiliki kemampuan menganalisa, berpikir logis dan mengembangkan pengetahuan kesehatan olahraga bagi masyarakat
3	Mahasiswa memahami tentang manajemen pemasaran olahraga secara umum.	Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius
		Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahlian olahraga kesehatan dan manajemen olahraga secara mandiri
		Mampu bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok/organisasi
		Memiliki pengetahuan penyelenggaraan olahraga kesehatan dengan penguasaan IPTEK pendidikan, olahraga, dan kesehatan

4	Mahasiswa memahami tentang Fungsi Perencanaan dan Managemen Strategik pemasaran olahraga	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika
		Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan dan kewirausahaan
		Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ipteks yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan bidang Ilmu Keolahragaan berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik olahraga, menyusun deskripsi saintifik hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi atau media ilmiah
		Menguasai pengetahuan tentang latihan, teori dan metodologi olahraga kesehatan, prinsip, prosedur, dan pemanfaatan sarana rekreasi untuk digunakan dengan tujuan peningkatan derajat kesehatan dan kebugaran agar dapat mengolahragakan masyarakat

C. KEGIATAN PERKULIAHAN:

Minggu Ke-	CPMK	Bahan Kajian	Bentuk/ Metode Pembelajaran	Pengalaman Belajar	Indikator Penilaian	Teknik Penilaian	Waktu	Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1		Apersepsi, Penyampaian Rps, Dan Kontrak Belajar	1. Ceramah 2. Diskusi			Kehadiran/Keaktifan	2 x 50 menit	
2		Konsep, dan lingkup pemasaran Olahraga,	1. Diskusi 2. Tugas/Kerja Mandiri			1. Tugas 2. Presentasi	2 x 50 menit	2, 3
3		lingkup pemasaran Olahraga,	Diskusi			1. Kuis 2. Presentasi	2 x 50 menit	2
4		Segmen Pemasaran Olahraga	1. Ceramah 2. Diskusi			1. Kehadiran/Keaktifan 2. Tugas 3. Presentasi	2 x 50 menit	3
5		Sasaran Pemasaran Olahraga	1. Ceramah 2. Diskusi			1. Kehadiran/Keaktifan 2. Tugas 3. Presentasi	2 x 50 menit	2, 3
6		Segmen dan Sasaran Pemasaran Olahraga	1. Ceramah 2. Diskusi			Kehadiran/Keaktifan	2 x 50 menit	1, 2
7		Segmen dan Sasaran Pemasaran Olahraga	Tugas/Kerja Mandiri			1. Tugas 2. Presentasi	2 x 50 menit	3
8		Segmen dan Sasaran Pemasaran Olahraga	Kuis/Evaluasi			1. Presentasi 2. Studi Kasus	2 x 50 menit	
9		UTS	Kuis/Evaluasi			UTS/UAS	2 x 50 menit	
10		Perilaku Konsumen,	1. Ceramah 2. Diskusi			Kehadiran/Keaktifan	2 x 50 menit	1, 2

11		Perilaku Konsumen,	Demonstrasi			1. Presentasi 2. Studi Kasus	2 x 50 menit	1, 2
12		Komunikasi dalam Pemasaran,	1. Ceramah 2. Diskusi			Kehadiran/Keaktifan	2 x 50 menit	2, 3
13		Komunikasi dalam Pemasaran,	Tugas/Kerja Mandiri			1. Tugas 2. Presentasi	2 x 50 menit	2, 3
14		Kepuasan Pelanggan	1. Ceramah 2. Diskusi			Kehadiran/Keaktifan	2 x 50 menit	2, 3
15		Penelitian dalam Pemasaran Olahraga	1. Ceramah 2. Diskusi			1. Kehadiran/Keaktifan 2. Tugas	2 x 50 menit	2
16		UAS	Kuis/Evaluasi			UTS/UAS	2 x 50 menit	

D. KOMPONEN PENILAIAN:

Nomor	Teknik Penilaian	Persentase Bobot Penilaian	Keterangan
1.	Kognitif	40	Akumulasi bobot penilaian maksimal 50%
	a. Kehadiran	0	
	b. Kuis	0	
	c. Tugas	10	
	d. UTS	15	
	e. UAS	15	
2.	Partisipatif	60	Akumulasi bobot penilaian minimal 50%
	a. Studi Kasus	20	
	b. Team Based Project	40	
TOTAL		100	

E. REFERENSI

1. Aicher, T.J. and Brenner, J. (2015), "A model of individuals' motivation to participate in sport tourism: a self-determination theory perspective", International Journal of Sport Management, Recreation, and Tourism, Vol. 18 No. 18D.
2. Shinta, Agustina . 2011. Manajemen Pemasaran. Malang: UB Press
3. Putri, B. R. T. (2017). Menejemen Pemasaran.

Mengetahui,
Ketua Jurusan/Koorprodi



NAMA
NIP

Yogyakarta, 1 Januari 2022
Dosen Pengampu,



Duwi Kurnianto Pambudi
11709910727646



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE