UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

IDENTITAS MATA KULIAH

Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Sks	Workload	Kelompok Matakuliah	Semester	Matakuliah Pra-Syarat	Tanggal Terbit
KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK	MJ744	4	180	Pengembangan Keahlian Bidang Ilmu (PKBI)	2	-	2026-09-02 14:05:07

Dibuat Oleh Dosen Pengampu	Diperiksa Oleh TPK Program Studi	Disetujui Oleh Ketua Program Studi
Prof. Dr. Suryana, MS.	Dr. Rofi Rofaida, S.P., M.Si	Dr. Maya Sari, S.E., M.M.

DESKRIPSI MATA KULIAH DAN CPL

Deskripsi Matakuliah	Mata kuliah ini membahas konsep, teori, dan praktik kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk baru. Pembahasan mencakup proses berpikir kreatif, teknik-teknik ideation, pendekatan design thinking, riset pasar dan identifikasi kebutuhan konsumen, penyusunan konsep dan purwarupa (prototype) produk, pengujian dan validasi konsep, strategi peluncuran produk baru, manajemen kekayaan intelektual, serta inovasi model bisnis. Melalui pendekatan studi kasus dan proyek kelompok, mahasiswa dibekali kemampuan berpikir kreatif-inovatif dan bekerja secara kolaboratif untuk menghasilkan gagasan produk yang bernilai bagi organisasi dan masyarakat.		
CPL yang dibebankan Pada Matakuliah	1	Menguasai konsep, teori, dan metode kreativitas serta inovasi dalam pengembangan produk baru	
	2	Mampu mendesain proses pengembangan produk, mulai dari ideasi, pengujian konsep, hingga strategi peluncuran produk	
	3	Mampu bekerja mandiri dan berkolaborasi dalam tim lintas fungsi untuk menghasilkan inovasi produk	
	4	Mampu menjadi individu yang kreatif, inovatif, dan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis	
	5	Mampu berpikir logis, analitis, kritis, dan kreatif serta mengaplikasikan berbagai metode pengambilan keputusan dalam pengembangan produk	
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dan teori kreativitas serta inovasi dalam konteks pengembangan produk (CPL 1)	
	2	Mahasiswa mampu menerapkan teknik-teknik berpikir kreatif dan metode ideation untuk menghasilkan gagasan produk baru (CPL 1, 2)	
	3	Mahasiswa mampu merancang proses pengembangan produk mulai dari riset pasar, ideasi, hingga prototyping dan pengujian konsep (CPL 2, 5)	
	4	Mahasiswa mampu bekerja sama dalam tim untuk menyusun dan mempresentasikan proyek pengembangan produk kreatif (CPL 3, 4)	
	5	Mahasiswa mampu menganalisis dan mengevaluasi studi kasus keberhasilan serta kegagalan inovasi produk (CPL 5)	
	6	Mahasiswa mampu merumuskan strategi peluncuran produk dan perlindungan kekayaan intelektual atas produk inovatif (CPL 2, 5)	
Sub-CPMK	1	CPMK - 1	Mampu menjelaskan konsep dasar kreativitas dan inovasi produk
	2	CPMK - 1	Mampu menganalisis proses kreatif dan karakteristik individu/organisasi kreatif
	3	CPMK - 1	Mampu mengklasifikasikan jenis dan tipologi inovasi produk
	4	CPMK - 2	Mampu mengidentifikasi sumber ide dan peluang inovasi produk

	5	CPMK - 3	Mampu menerapkan pendekatan design thinking dalam pengembangan produk
	6	CPMK - 3	Mampu melakukan riset pasar dan mengidentifikasi kebutuhan konsumen
	7	CPMK - 2	Mampu menerapkan teknik ideation (brainstorming, SCAMPER, mind mapping)
	8	CPMK - 3	Mampu membuat konsep dan purwarupa (prototype) produk
	9	CPMK - 3	Mampu melakukan pengujian dan validasi konsep produk
	10	CPMK - 6	Mampu merumuskan strategi peluncuran produk baru
	11	CPMK - 6	Mampu menjelaskan manajemen kekayaan intelektual dalam inovasi produk
	12	CPMK - 5	Mampu menganalisis inovasi model bisnis
	13	CPMK - 5	Mampu mengevaluasi studi kasus keberhasilan dan kegagalan inovasi produk
	14	CPMK - 4	Mampu mempresentasikan proyek pengembangan produk kreatif secara kelompok
Materi perkuliahan	1	Konsep dasar kreativitas dan inovasi; ruang lingkup mata kuliah; kontrak perkuliahan	
	2	Proses kreatif (persiapan, inkubasi, iluminasi, verifikasi); karakteristik individu dan iklim organisasi kreatif	
	3	Tipologi inovasi produk: inovasi radikal, inkremental, disruptif, dan arsitektural	
	4	Sumber ide inovasi; scanning lingkungan; identifikasi peluang pasar	
	5	Design thinking framework: empathize, define, ideate, prototype, test	
	6	Metode riset pasar kualitatif dan kuantitatif; customer insight; voice of customer	
	7	Teknik brainstorming, SCAMPER, mind mapping, dan lateral thinking	
	8	Penyusunan konsep produk; jenis-jenis prototyping (low-fidelity dan high-fidelity)	
	9	Concept testing; metode validasi produk; analisis umpan balik pengguna	
	10	Perencanaan peluncuran produk (product launch plan); positioning; bauran pemasaran produk baru	
	11	Hak kekayaan intelektual (HKI): paten, merek, dan desain industri; strategi perlindungan inovasi	
	12	Business Model Canvas; inovasi model bisnis; value proposition design	
	13	Studi kasus inovasi produk sukses dan gagal; analisis faktor kunci keberhasilan/kegagalan	
	14	Presentasi proyek akhir pengembangan produk kreatif	
Hasil belajar yang dapat diperagakan/ditunjukkan dengan bukti di akhir perkuliahan *)	Laporan mini riset pasar, purwarupa (prototype) produk, Business Model Canvas, rencana peluncuran produk, serta laporan dan presentasi proyek akhir pengembangan produk kreatif yang disusun secara berkelompok.		
Strategi Pembelajaran	✓	Case Method	
	✓	Team based Project	
		Lainnya (Design Thinking Workshop)	
Langkah Pembelajaran	Langkah pembelajaran adalah: pemberian materi, tanya jawab, diskusi, workshop (design thinking, ideation, prototyping), analisis studi kasus, riset pasar, penyusunan proyek kelompok, presentasi, UTS, dan UAS.		
Referensi	1	Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.	
	2	Trott, P. (2017). Innovation Management and New Product Development (6th ed.). Pearson Education.	
	3	Cooper, R. G. (2011). Winning at New Products: Creating Value Through Innovation (4th ed.). Basic Books.	
	4	Kelley, T., & Kelley, D. (2013). Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All. Crown Business.	
	5	Tidd, J., & Bessant, J. (2018). Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change (6th ed.). Wiley.	

RENCANA PEMBELAJARAN

Minggu ke	Sub-CPMK	Indikator Capaian sub-CPMK yang dapat ditunjukkan oleh mahasiswa	Materi Perkuliahan	Asesmen		Bentuk dan metode pembelajaran		Durasi (jam)	Nomor Referensi	Waktu Akses
				Bentuk Asesmen (test/non-tes)	Bobot Penilaian (%)	Sinkron (tatap muka dan tatap maya)	Asinkron (tugas mandiri dan tugas kelompok)			
1	Mampu menjelaskan konsep dasar kreativitas dan inovasi produk	Mahasiswa dapat mendefinisikan pengertian kreativitas dan inovasi, serta menjelaskan keterkaitan keduanya dalam pengembangan produk	Konsep dasar kreativitas dan inovasi; ruang lingkup mata kuliah; kontrak perkuliahan	Non-tes (partisipasi diskusi)	3	Ceramah interaktif dan diskusi kelas (tatap muka)	Membaca materi dan menyusun rangkuman individu	12	1, 2	2026-09-03 14:40
2	Mampu menganalisis proses kreatif dan karakteristik individu/organisasi kreatif	Mahasiswa dapat menguraikan tahapan proses kreatif dan mengidentifikasi ciri-ciri individu serta organisasi yang kreatif	Proses kreatif (persiapan, inkubasi, iluminasi, verifikasi); karakteristik individu dan iklim organisasi kreatif	Non-tes (kuis)	3	Diskusi kelompok dan studi kasus	Tugas identifikasi tokoh/perusahaan kreatif	12	4	2026-09-10 14:40
3	Mampu mengklasifikasikan jenis dan tipologi inovasi produk	Mahasiswa dapat membedakan inovasi radikal, inkremental, disruptif, dan arsitektural pada produk nyata	Tipologi inovasi produk: inovasi radikal, inkremental, disruptif, dan arsitektural	Non-tes (presentasi kelompok kecil)	4	Presentasi dan diskusi kelas	Analisis studi kasus produk inovatif	12	2, 5	2026-09-17 14:40
4	Mampu mengidentifikasi sumber ide dan peluang inovasi produk	Mahasiswa dapat menggali sumber-sumber ide inovasi dari internal dan eksternal organisasi serta menilai peluang pasar	Sumber ide inovasi; scanning lingkungan; identifikasi peluang pasar	Non-tes (tugas individu)	4	Ceramah dan latihan identifikasi peluang	Tugas pemetaan peluang inovasi pada industri pilihan	12	2, 3	2026-09-24 14:40
5	Mampu menerapkan pendekatan design thinking dalam pengembangan produk	Mahasiswa dapat menerapkan lima tahap design thinking (empathize, define, ideate, prototype, test) pada permasalahan produk	Design thinking framework: empathize, define, ideate, prototype, test	Non-tes (lembar kerja design thinking)	5	Workshop design thinking (tatap muka)	Latihan mandiri tahap empathize-define	12	4, 5	2026-10-01 14:40
6	Mampu melakukan riset pasar dan mengidentifikasi kebutuhan konsumen	Mahasiswa dapat merancang instrumen riset sederhana dan menyimpulkan kebutuhan/insight konsumen	Metode riset pasar kualitatif dan kuantitatif; customer insight; voice of customer	Non-tes (laporan mini riset)	5	Diskusi dan simulasi wawancara konsumen	Pelaksanaan mini riset pasar kelompok	12	1, 3	2026-10-08 14:40
7	Mampu menerapkan teknik ideation (brainstorming, SCAMPER, mind mapping)	Mahasiswa dapat menghasilkan sejumlah alternatif ide produk baru menggunakan teknik ideation terpilih	Teknik brainstorming, SCAMPER, mind mapping, dan lateral thinking	Non-tes (output sesi ideation kelompok)	6	Workshop ideation (tatap muka)	Penyusunan daftar ide produk kelompok	12	4	2026-10-15 07:00
8	**UTS**			Tes tertulis	20	Ujian Tengah Semester (tatap muka)		6	-	2026-10-22 13:00
9	Mampu membuat konsep dan purwarupa (prototype) produk	Mahasiswa dapat menyusun konsep produk dan membuat purwarupa sederhana (low-fidelity prototype)	Penyusunan konsep produk; jenis-jenis prototyping (low-fidelity dan high-fidelity)	Non-tes (produk purwarupa kelompok)	6	Workshop pembuatan prototype	Penyelesaian prototype kelompok	12	2, 4	2026-10-29 14:40
10	Mampu melakukan pengujian dan validasi konsep produk	Mahasiswa dapat merancang dan melaksanakan pengujian konsep produk kepada calon pengguna serta menganalisis umpan balik	Concept testing; metode validasi produk; analisis umpan balik pengguna	Non-tes (laporan hasil pengujian konsep)	5	Diskusi hasil pengujian konsep	Pelaksanaan concept testing kelompok	12	3, 5	2026-11-05 14:40

Minggu ke	Sub-CPMK	Indikator Capaian sub-CPMK yang dapat ditunjukkan oleh mahasiswa	Materi Perkuliahan	Asesmen		Bentuk dan metode pembelajaran		Durasi (jam)	Nomor Referensi	Waktu Akses
				Bentuk Asesmen (test/non-tes)	Bobot Penilaian (%)	Sinkron (tatap muka dan tatap maya)	Asinkron (tugas mandiri dan tugas kelompok)			
11	Mampu merumuskan strategi peluncuran produk baru	Mahasiswa dapat menyusun rencana peluncuran produk (product launch plan) yang mencakup target pasar, positioning, dan bauran pemasaran	Perencanaan peluncuran produk (product launch plan); positioning; bauran pemasaran produk baru	Non-tes (rancangan rencana peluncuran)	5	Diskusi kasus peluncuran produk	Penyusunan draf rencana peluncuran kelompok	12	1, 2	2026-11-12 14:40
12	Mampu menjelaskan manajemen kekayaan intelektual dalam inovasi produk	Mahasiswa dapat menjelaskan jenis-jenis perlindungan kekayaan intelektual (paten, merek, desain industri) dan relevansinya bagi produk inovatif	Hak kekayaan intelektual (HKI): paten, merek, dan desain industri; strategi perlindungan inovasi	Non-tes (kuis)	4	Ceramah dan tanya jawab	Tugas telaah kasus perlindungan/pelanggaran HKI	12	3	2026-11-19 14:40
13	Mampu menganalisis inovasi model bisnis	Mahasiswa dapat menganalisis komponen Business Model Canvas dan menerapkannya pada inovasi model bisnis produk	Business Model Canvas; inovasi model bisnis; value proposition design	Non-tes (Business Model Canvas kelompok)	4	Workshop penyusunan Business Model Canvas	Penyempurnaan Business Model Canvas kelompok	12	5	2026-11-26 14:40
14	Mampu mengevaluasi studi kasus keberhasilan dan kegagalan inovasi produk	Mahasiswa dapat menganalisis faktor keberhasilan dan kegagalan inovasi produk pada studi kasus perusahaan nyata	Studi kasus inovasi produk sukses dan gagal; analisis faktor kunci keberhasilan/kegagalan	Non-tes (laporan analisis kasus)	3	Diskusi dan presentasi kasus	Penulisan laporan analisis kasus individu	12	2, 4	2026-12-03 14:40
15	Mampu mempresentasikan proyek pengembangan produk kreatif secara kelompok	Mahasiswa dapat mempresentasikan proyek akhir pengembangan produk kreatif secara komprehensif dan menjawab pertanyaan secara argumentatif	Presentasi proyek akhir pengembangan produk kreatif	Non-tes (presentasi dan produk akhir)	3	Presentasi proyek akhir kelompok (tatap muka)	Penyempurnaan laporan proyek akhir	12	-	2026-12-10 14:40
16	**UAS**			Tes tertulis / proyek akhir	20	Ujian Akhir Semester (tatap muka)		6	-	2026-12-17 13:00