

Mata Kuliah	Pengantar Bisnis Digital	Tanggal	29 Agustus 2023
Kode MK	MAN203	Rumpun MK	MKWP
Bobot (sks)	T (Teori): 3 P (Praktik/Praktikum): 0	Semester	3
Dosen Pengembang RPS,	Koordinator Keilmuan,	Kepala Program Studi,	Dekan
 Windarko, S.T., M.M.	 Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.	 Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S.,M.Si., CPMA.	 Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A., Ph.D.

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL – PRODI yang dibebankan pada MK	
	23-MAN-CPL-04	Mampu menerapkan ilmu pengetahuan Manajemen secara ilmiah dan berpikir sistematis dalam menerapkan ilmu pengetahuan manajemen dan teknologi yang bermutu dan terukur.
	23-MAN-CPL-07	Memiliki pemahaman mendalam konsep, teori, dan prinsip fungsi manajemen (Pemasaran, Keuangan, dan SDM), serta memahami pendekatan manajemen dalam berbagai organisasi dan bisnis pada tingkat lokal, nasional, dan internasional
	23-MAN-CPL-10	Mampu mengaplikasikan ilmu pengetahuan dalam menyelesaikan permasalahan ilmu manajemen (Pemasaran, Keuangan, dan SDM) dan kewirausahaan dengan mengadopsi teknologi digital guna memecahkan permasalahan urban

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	
<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>	
23-MAN-CPMK-042	Mampu menerapkan teknologi yang bermutu dalam konteks manajemen dan mampu menggunakan perangkat lunak dan alat-alat teknologi yang relevan untuk mengoptimalkan proses manajemen, analisis data, pengambilan keputusan, dan monitoring kinerja
23-MAN-CPMK-071	Mampu memahami secara mendalam konsep-konsep, teori, dan prinsip-prinsip dalam fungsi manajemen utama, yaitu Pemasaran, Keuangan, dan SDM (Sumber Daya Manusia) dan memiliki pengetahuan yang kokoh tentang praktik-praktik terkini, strategi-strategi, dan metode-metode yang relevan dalam bidang-bidang tersebut.
23-MAN-CPMK-102	Mampu Menerapkan teknologi digital dalam merumuskan solusi permasalahan urban yang efektif.
<b>Kemampuan Akhir Tiap Tahap Belajar (Sub-CPMK)</b>	
23-MAN-SCPMK-0421	Kemampuan memahami manfaat dan peran teknologi yang bermutu dalam manajemen.
23-MAN-SCPMK-0422	Kemampuan menggunakan perangkat lunak dan alat-alat teknologi yang relevan dalam manajemen
23-MAN-SCPMK-0712	Kemampuan menerapkan pengelolaan yang efektif dalam menghadapi perubahan dan tantangan dalam lingkungan kerja yang dinamis.
23-MAN-SCPMK-0713	Kemampuan mengintegrasikan keterampilan dan pengetahuan untuk mengelola dalam berbagai situasi kerja.
23-MAN-SCPMK1021	Kemampuan memahami teknologi digital yang relevan dalam konteks perkotaan.
23-MAN-SCPMK-1022	Kemampuan mengidentifikasi permasalahan urban yang dapat diselesaikan dengan teknologi digital.
23-MAN-SCPMK-1023	Kemampuan menerapkan teknologi digital dalam merumuskan solusi permasalahan urban.
<b>Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK</b>	

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

		23-MAN-SCPMK-0421	23-MAN-SCPMK-0422	23-MAN-SCPMK-0712	23-MAN-SCPMK-0713	23-MAN-SCPMK-1021	23-MAN-SCPMK-1022	23-MAN-SCPMK-1023
23-MAN-CPMK-042		√	√					
23-MAN-CPMK-071				√	√			
23-MAN-CPMK-102						√	√	√

Kode CPL	Kode CPMK	Kode Sub CPMK	Indikator	Metode Penilaian	Bobot
23-MAN-CPL-04	23-MAN-CPMK-042	23-MAN-SCPMK-0421	Kemampuan memahami manfaat dan peran teknologi yang bermutu dalam manajemen.	Quiz	5%
		23-MAN-SCPMK-0422	Kemampuan menggunakan perangkat lunak dan alat-alat teknologi yang relevan dalam manajemen	Tugas	10%
23-MAN-CPL-07	23-MAN-CPMK-071	23-MAN-SCPMK-0712	Kemampuan menerapkan pengelolaan yang efektif dalam menghadapi perubahan dan tantangan dalam lingkungan kerja yang dinamis.	UTS	30%
		23-MAN-SCPMK-0713	Kemampuan mengintegrasikan keterampilan dan pengetahuan untuk mengelola dalam berbagai situasi kerja.	Tugas	10%
23-MAN-CPL-10	23-MAN-CPMK-102	23-MAN-SCPMK-1021	Kemampuan memahami teknologi digital yang relevan dalam konteks perkotaan.	Quiz	5%
		23-MAN-SCPMK-1022	Kemampuan mengidentifikasi permasalahan urban yang dapat diselesaikan dengan teknologi digital.	UAS	20%
		23-MAN-SCPMK-1023	Kemampuan menerapkan teknologi digital dalam merumuskan solusi permasalahan urban.	UAS	20%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Mata kuliah Pengantar Bisnis Digital adalah mata kuliah yang memberikan pemahaman tentang konsep dan aspek penting dalam bisnis digital. Melalui mata kuliah ini, mahasiswa akan mempelajari bagaimana teknologi digital mempengaruhi dunia bisnis dan menciptakan peluang serta tantangan baru. Materi yang diajarkan mencakup konsep bisnis digital, strategi digital, perdagangan elektronik (e-commerce), pemasaran digital, dan analitik bisnis. Mahasiswa akan memahami perbedaan antara bisnis tradisional dan bisnis digital, serta bagaimana mengembangkan strategi bisnis digital yang efektif. Mereka juga akan belajar tentang platform e-commerce, pemasaran melalui mesin pencari, iklan online, media sosial, dan penggunaan data untuk pengambilan keputusan bisnis. Melalui studi kasus, diskusi, dan proyek praktis, mahasiswa akan menerapkan konsep-konsep yang dipelajari ke dalam situasi bisnis nyata. Mata kuliah ini sangat relevan dalam era digital ini, di mana pemahaman tentang bisnis digital menjadi penting dalam kesuksesan bisnis.
<b>Bahan Kajian:</b> Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggambarkan karakteristik bisnis digital dan perbedaannya dengan bisnis tradisional</li> <li>2. Memahami teknologi digital yang digunakan dalam bisnis digital seperti internet, aplikasi mobile, dan teknologi cloud</li> <li>3. Mengidentifikasi tren bisnis digital terkini dan dampaknya pada strategi bisnis</li> <li>4. Menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran digital untuk membangun brand dan mencapai target audiens</li> <li>5. Menggunakan hasil analisis pasar digital dalam mengembangkan strategi pemasaran dan pengambilan keputusan bisnis</li> <li>6. Memahami konsep dan prinsip etika dalam bisnis digital, termasuk perlindungan privasi dan perlakuan yang adil terhadap pelanggan</li> <li>7. Mengidentifikasi ancaman keamanan seperti serangan siber dan pelanggaran data</li> <li>8. Menerapkan kebijakan keamanan dan privasi untuk melindungi bisnis digital dan data pelanggan</li> </ol>
<b>Pustaka</b>	<b>Utama</b>
	Chaffey, D. 2015, <i>Digital Business and E-Commerce Management</i> , 6 <sup>th</sup> edition, UK: Pearson
<b>Pustaka</b>	<b>Pendukung</b>
	Aagaard, A. 2019, <i>Digital Business Models</i> . Switzerland: Palgrave
<b>Media Pembelajaran</b>	<b>Perangkat Lunak:</b>
	PPT Video RTM Link Zoom/Google Meet
<b>Media Pembelajaran</b>	<b>Perangkat Keras:</b>
	LCD Projector Laptop Buku
<b>Dosen Pengampu</b>	<b>Windarko, ST., M.M.</b>
<b>Mata Kuliah Prasyarat</b>	-

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER											
<b>Indikator, Kriteria, dan Bobot Penilaian (NON PBL)</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Metode Penilaian</th> <th>Bobot</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Quiz</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Tugas</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>UTS</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>UAS</td> <td>40%</td> </tr> </tbody> </table>	Metode Penilaian	Bobot	Quiz	10%	Tugas	20%	UTS	30%	UAS	40%
	Metode Penilaian	Bobot									
	Quiz	10%									
	Tugas	20%									
	UTS	30%									
UAS	40%										

Minggu ke- (1)	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) (2)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka) (7)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Luring (5)	Daring (6)		
1	23-MAN-SCPMK-0421	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami tujuan mata kuliah dan tujuan pembelajaran</li> <li>Mahasiswa mampu mendefinisikan bisnis digital dan peranannya dalam era digital</li> <li>Mahasiswa memahami perkembangan teknologi dan tren bisnis digital</li> </ol>	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>	Kuliah dan Diskusi [TM 1: (2x50')]  Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')		<b>Pendahuluan dan Pengantar Bisnis Digital</b>	2.5%
2	23-MAN-SCPMK-0421	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami berbagai model bisnis digital</li> <li>Mahasiswa mengetahui jenis-jenis model bisnis digital (e-commerce, marketplace, SaaS, dll.)</li> </ol>	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> </ul>	Kuliah dan Diskusi [TM 2: (2x50')]  Tes (Tertulis, Lisan, Tes		<b>Model Bisnis Digital</b>	2.5%

Minggu ke- (1)	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) (2)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka) (7)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Luring (5)	Daring (6)		
		3. Studi kasus model bisnis digital yang sukses	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>	Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')			
3	23-MAN-SCPMK-0422	1. Mahasiswa memahami perbedaan pemasaran tradisional vs. pemasaran digital 2. Mahasiswa memahami konsep dasar pemasaran digital 3. Mahasiswa memahami fungsimedia sosial sebagai alat pemasaran digital 4. Mahasiswa mampu membuat rencana pemasaran digital	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>	Kuliah dan Diskusi [TM 3: (1x50')]  Pembentuk-an kelompok (1x50')  Pembagian materi/tema <i>paper</i> (1x50')		<b>Strategi Pemasaran Digital</b>	5%
4		1. Mahasiswa memahami analisis pasar digital 2. Mahasiswa memahami berbagai alat dan metode analisis pasar digital 3. Mahasiswa mampu melakukan pengumpulan dan interpretasi data pasar digital	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>		Kuliah dan Diskusi [TM 4: (1x50')]  <i>Progress report</i> penulisan <i>paper</i> (1x50')  Unjuk Kerja (Presentasi, Diskusi Kelompok, Studi Kasus, dll) = (1x50')	<b>Analisis Pasar Digital</b>	5%

Minggu ke- (1)	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) (2)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka) (7)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Luring (5)	Daring (6)		
5	23-MAN-SCPMK-0712	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami e-commerce dan komponennya</li> <li>Mahasiswa memahami keuntungan dan tantangan dalam berbisnis di e-commerce</li> <li>Mahasiswa mampu merumuskan strategi pengembangan e-commerce</li> </ol>	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>	Kuliah dan Diskusi [TM 5: (2x50')]  <i>Progress report</i> penulisan <i>paper</i> (1x50')		<b>E-commerce</b>	10%
6		<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami ancaman keamanan dalam bisnis digital</li> <li>Mahasiswa memahami perlindungan data pribadi dan privasi</li> <li>Mahasiswa memahami pentingnya kebijakan keamanan dalam bisnis digital</li> </ol>	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>	Perkuliahan, presentasi kelompok, memberikan ulasan/tanggapan Presentasi  Kuliah dan Diskusi [TM 6: (2x50')]  Observasi (Praktik, Studi Lapangan, Karya Tulis, Proyek) = (1x50')		<b>Keamanan dan Privasi dalam Bisnis Digital</b>	10%
7		<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami pengertian analisis data dan business intelligence</li> </ol>	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian:	Kuliah dan Diskusi [TM 7: (2x50')]		<b>Analisis Data dan Business Intelligence</b>	10%

Minggu ke- (1)	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) (2)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka) (7)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Luring (5)	Daring (6)		
		2. Mahasiswa memahami berbagai alat dan teknik analisis data 3. Mahasiswa memahami penerapan business intelligence dalam pengambilan keputusan bisnis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>	<i>Progress report</i> <i>penulisan paper</i> (1x50')			
<b>-Evaluasi Tengah Semester: Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya</b>							
9	23-MAN-SCPMK-0713	1. Mahasiswa memahami konsep dasar mobile marketing 2. Mahasiswa memahami perkembangan teknologi mobile dan dampaknya pada bisnis 3. Mahasiswa memahami strategi pemasaran melalui platform mobile 4. Mahasiswa memahami peran media sosial dalam bisnis digital 5. Mahasiswa memahami strategi pemasaran melalui media sosial 6. Mahasiswa memahami manajemen reputasi online	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>	Kuliah dan Diskusi [TM 9: (2x50')]  Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')		<b>Mobile Marketing &amp; Social Media Marketing</b>	5%
10		1. Mahasiswa memahami pengertian SEO dan pentingnya dalam bisnis digital	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian:	Kuliah dan Diskusi [TM 10: (2x50')]		<b>Search Engine Optimization (SEO) &amp; Paid</b>	5%

Minggu ke- (1)	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) (2)	Indikator (3)	Penilaian Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka) (7)	Bobot Penilaian (%)
				Luring (5)	Daring (6)		
		2. Mahasiswa memahami berbagai teknik dasar SEO 3. Mahasiswa memahami metode pengukuran dan analisis hasil SEO 4. Mahasiswa memahami arti paid advertising dan model bisnisnya 5. Mahasiswa memahami berbagai jenis-jenis paid advertising (Google Ads, Facebook Ads, dll.) 6. Mahasiswa memahami cara mengukur efektivitas kampanye paid advertising	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>	Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')		<b>Advertising (PPC)</b>	
11	23-MAN-SCPMK-1021	1. Mahasiswa memahami Teknik analisis persaingan dalam bisnis digital 2. Mahasiswa memahami berbagai alat dan teknik analisis persaingan digital 3. Mahasiswa memahami penerapan hasil analisis persaingan dalam strategi bisnis	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>	Kuliah dan Diskusi [TM 11: (2x50')]  Observasi (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')		<b>Analisis Persaingan Digital</b>	5%
12	23-MAN-SCPMK-1022	1. Mahasiswa memahami CRM digital	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian:		Kuliah dan Diskusi [TM 12: (2x50')]	<b>Analisis Persaingan Digital</b>	10%

Minggu ke- (1)	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) (2)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka) (7)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Luring (5)	Daring (6)		
		2. Mahasiswa mengetahui manfaat dan komponen CRM digital 3. Mahasiswa memahami cara mengelola hubungan pelanggan melalui CRM digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>		Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')		
13		1. Mahasiswa memahami logistik dalam bisnis e-commerce 2. Mahasiswa memahami pengelolaan rantai pasok dalam e-commerce 3. Mahasiswa memahami berbagai tantangan dan solusi logistik dalam e-commerce	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>	Kuliah dan Diskusi [TM 13: (2x50')]  Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')		<b>E-commerce dan Logistik</b>	10%

Minggu ke- (1)	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) (2)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka) (7)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Luring (5)	Daring (6)		
14	23-MAN-SCPMK-1023	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami inovasi dalam bisnis digital dan peranannya dalam meningkatkan daya saing</li> <li>Mahasiswa mengenali berbagai studi kasus inovasi bisnis digital yang sukses</li> <li>Mahasiswa memahami tren bisnis digital terkini dan implikasinya bagi perusahaan</li> <li>Mahasiswa mengetahui inovasi dalam bisnis digital dan peranannya dalam meningkatkan daya saing</li> <li>Mahasiswa mengenali berbagai studi kasus inovasi bisnis digital yang sukses</li> <li>Mahasiswa mengenali berbagai tren bisnis digital terkini dan implikasinya bagi perusahaan</li> </ol>	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>	Kuliah dan Diskusi [TM 14: (1x50')]  <i>Progress report</i> analisis kasus (1x50')  Observasi (Praktik, Studi Lapangan, Karya Tulis, Proyek) = (1x50')		<b>Inovasi dan Tren Bisnis Digital</b>	10%
15		<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami etika dalam bisnis digital dan dilema etis yang sering muncul</li> <li>Mahasiswa memahami tanggung jawab sosial perusahaan dalam bisnis digital</li> </ol>	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Menjawab pertanyaan</li> <li>Menjelaskan konsep</li> </ul>	Kuliah dan Diskusi [TM 15: (2x50')]  <i>Progress report</i> analisis kasus (1x50')		<b>Etika dan Tanggung Jawab Sosial dalam Bisnis Digital</b>	10%

Minggu ke- (1)	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) (2)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka) (7)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Luring (5)	Daring (6)		
		3. Mahasiswa memahami kegiatan bisnis digital yang berkelanjutan dan berdampak positif					
16	<b>Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa</b>						